

Vizualna povijest časopisa Playboy usporedbom naslovnica 1953. - 2019.

Konecki, Nika

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:199959>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-11**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 146/NOV/2019

Vizualna povijest časopisa *Playboy* usporedbom naslovnica 1953. – 2019.

Nika Konecki, 1356/336

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo		
PRISTUPNIK	Nika Konecki	MATIČNI BROJ	1356/336
DATUM	1. rujna 2019.	KOLEGIJ	Vizualna komunikacija i novi mediji
NASLOV RADA	Vizualna povijest časopisa Playboy usporedbom naslovnica 1953. - 2019.		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Visual History of the Playboy Magazine by Comparison of its Cover Pages from Year 1953		

MENTOR	Irena Radej Mličić, Gordana Tkalec	ZVANJE	doc. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Željko Krušelj, doc. dr. sc.		
	2. Iva Matija Bitanga, doc. art.		
	3. Gordana Tkalec, doc. dr. sc.		
	4. Iva Rosanda Žigo, izv. prof. dr. sc		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

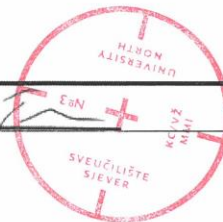
BROJ	146_NOV_2019
OPIS	

Rad se, uz uvod i zaključak, sastoji od četiriju većih cjelina. Prva cjelina bavi se poviješću i opsegom časopisa Playboy kao tiskanog medija i kao brenda, druga istražuje njegov doprinos seksualnoj revoluciji kao društvenom fenomenu, treća ispituje feminizam i društvenu kritiku časopisa i njegovog utjecaja, a četvrta se bavi komparacijom i analizom naslovnica kroz desetljeća njegovog postojanja.

U radu je potrebno:

- 1) Izložiti problematiku povijesti časopisa Playboy
- 2) Osvrnuti se na specifičnosti tog medija i njegovih inovacija u medijskoj sceni
- 3) Istražiti kako se časopis nosio s feminističkom kritikom i društvenim promjenama od šezdesetih godina naovamo
- 4) Analizirati vizualni identitet časopisa kroz njegove naslovnice.
- 5) Izložiti zaključne opservacije.

ZADATAK URUČEN	11.09.2019.	POTPIS MENTORA	
----------------	-------------	----------------	--





Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 146/NOV/2019

Vizualna povijest časopisa Playboy usporedbom naslovnica 1953. – 2019.

Studentica

Nika Konecki, 1356/336

Mentorica

Irena Radej Miličić, doc.dr.sc.

Komentorica

Gordana Tkalec, doc.dr.sc.

Koprivnica, rujan 2019. godine

Predgovor

Otkad znam za sebe, svijet blještavila glamura i ljepote nešto je što me oduvijek fasciniralo, ali i inspiriralo. Ne samo u kreativnom smislu, već i u privatnom životu. Stari holivudski glamur zamijenila je pop kultura, a njezine ikone često smo mogli vidati na naslovnicama *Playboya*.

Rođena sam u devedesetima, u periodu kada su tadašnje ikone ljepote Pamela Anderson i Anna Nicole Smith bile na vrhuncu slave te ih se praktički smatralo zaštitnim licima *Playboya*. Osim njih, naslovnice su često krasile i poznate glumice, pjevačice i starlete, ali i sadašnji predsjednik SAD-a, Donald Trump. *Playboy* je ne samo kao časopis, već kao i brend, postao neizostavan dio pop kulture.

Potaknuta tom činjenicom, ali i knjigom *Down the Rabbit Hole*, odlučila sam se za temu u kojoj bih istražila opseg i utjecaj ovog kontroverznog brenda kroz analizu vizualne povijesti časopisa i njegovog sadržaja.

Također, zahvalila bih profesorici i mentorici Ireni Radej Miličić na iznimnoj pomoći i potpori pri odabiru teme od samoga početka.

Zahvalila bih i svojoj baki koja me upozнала sa svijetom staroga holivudskog glamura te svoju ljubav prema njemu prenijela na mene.

Sažetak

Ovaj završni rad podijeljen je na dva dijela. Prvi dio bavi se nastankom časopisa i brenda Playboy, utjecajem Playboya i Hugh Hefnera na seksualnu revoluciju i ljudska prava tijekom 60-tih g XX st.. Isto tako, osvrće se na sam pokret feminizma te društvenu kritiku Playboya i njegovog osnivatelja, kao i na knjigu Holly Madison, *Down the Rabbit Hole*, koja daje zanimljiv uvid u Hefnerov stvarni odnos prema ženama u poslovnom, ali i u privatnom životu.

Drugi dio rada analizira naslovnice i sadržaj časopisa *Playboy* za američko tržište. Analiza se odnosi na sedam desetljeća, od 1953. do 2019.

Ključne riječi: Playboy, vizualna povijest, naslovnice, seksualna revolucija, feminizam, Hugh Hefner.

Summary

This final paper is divided into two parts. The first part is about history of the Playboy magazine and its brand, the influence that the Playboy and Hugh Hefner had on the sexual revolution and human rights in the 1960s. It also reflects on the feminist movement itself, criticism that Playboy and his founder received and the book *Down the Rabbit Hole*, written by Holly Madison, which gives an interesting outlook on Hefners real relations towards women, both business and in private life.

The second part analysis Playboy covers and its content for the US market. The analysis refers to seven decades, from 1953 to 2019.

Key words: Playboy, visual history, covers, sexual revolution, feminism, Hugh Hefner.

Sadržaj

1.	Uvod	1
2.	Povijest i opseg brenda Playboy	2
2.2.	Logo brenda Playboy- priča o najpoznatijoj zečjoj glavi	3
2.3.	Playboyeve franšize	5
3.	Seksualna revolucija i probijanje društvenih tabua	7
3.1.	Utjecaj Playboya na seksualnu revoluciju	7
3.2.	Hefnerova borba za ljudska prava tijekom godina	8
4.	Feminizam i društvena kritika Playboya	11
4.1.	Kritika časopisa <i>Playboy</i>	11
4.2.	Knjiga <i>Down the Rabbit Hole</i>	14
5.	Analiza naslovnica i sadržaja <i>Playboya</i> kroz desetljeća	16
5.1.	Časopis <i>Playboy</i> od 1953.-1959.	16
5.2.	Časopis <i>Playboy</i> 1960.-1969.	20
5.3.	Časopis <i>Playboy</i> 1970.-1979.	23
5.4.	Časopis <i>Playboy</i> 1980.-1989.	27
5.5.	Časopis <i>Playboy</i> 1990.-1999.	30
5.6.	Časopis <i>Playboy</i> 2000.-2009.	33
5.7.	Časopis <i>Playboy</i> 2010.-2019.	36
6.	Zaključak	41
7.	Literatura	46
8.	Popis slika	45

1. Uvod

Hefnerov utjecaj na društvo može se utvrditi prisjećanjem na svijet u kojem je Playboy osnovan - 1953. godine, u doba kada je Amerika uistinu bila seksualno iznimno konzervativno društvo.

Odraslim osobama nije bilo dopušteno čuti riječi „seks“ ili „trudna“ na televiziji, niti vidjeti bračne parove zajedno u krevetu. Oralni seks, kontracepcija i činjenično seksualno obrazovanje bili su nezakoniti. Moćni cenzor pregledao je svaki američki film i TV emisiju, kako bi spriječio da „uvredljivi“ sadržaj ne dospije do očiju odraslih. Homoseksualnost su praktički svi smatrali mentalnim poremećajem (uključujući psihijatre), a homoseksualci su rutinski bili privođeni i pritvoreni. O ženskom orgazmu se gotovo nikada nije govorilo, a smatrao se normalnim samo ako je nastupio u kontekstu snošaja, što je značilo da se ne događa vrlo često.

Tadašnja pornografija bila je prilično „sirova“ - zrnati 8 mm filmovi i amaterski časopisi s porno glumicama neatraktivnog izgleda. Upravo zato što je seksualnost bila toliko potisnuta, bilo kakav seksualni sadržaj bio je dobrodošao. A u usporedbi s nekvalitetnim amaterskim sadržajem, *Playboy* je bio prava vizualna gozba. (<https://www.psychologytoday.com/us/blog/sexual-intelligence/201709/hugh-hefner-no-saint-revolutionary>, prev. N.K.)

U osnovi, *Playboy* je artefakt Hladnoga rata. U vrijeme nastanka časopisa, Hladni rat je bio na vrhuncu i bio je važan u ideji obnove muškosti američkog muškarca. Bilješka urednika u prvom izdanju časopisa glasila je: „Ako smo u stanju pružiti američkom muškarcu nekoliko dodatnih osmijeha i skrenuti mu pozornost od strepnje u atomskom dobu, imat ćemo osjećaj da smo opravdali svoje postojanje“. Americi je u to vrijeme, tih nekoliko dodatnih osmijeha bilo više nego potrebno. Nakon Drugog svjetskog rata i Velike depresije, život u Americi nije bio baš bajan. Nakon velikog broja poginulih u ratu, američka mladež počela se ženiti, jer su smatrali da je njihova odgovornost pomoći u povećanju nataliteta stanovništva, što je rezultiralo baby boomom. No, muškarci su počeli osjećati zbunjujuću prazninu; poslijeratni muškarac, sa svojom novom imovinom, slobodnim vremenom i stavljanjem svoje muškosti u pitanje - trebalo ga je preusmjeriti. A tu prazninu, uskoro će ispuniti novopečeni *Playboy*. Muškarci su mogli uživati gledajući žensko tijelo, sanjati o proizvodima široke potrošnje, nasmijati se poluzabranjenome humoru te u svijetu u kojem televizija još nije uspjela „hipnotizirati“ svoje korisnike, zabaviti i informirati svoj um kvalitetnim člancima. (<https://metro.co.uk/2017/09/28/hugh-hefner-might-have-been-a-sleaze-but-playboy-helped-push-feminism-forwards-6963213/>, prev. N.K.)

2. Povijest i opseg brenda Playboy

Nemoguće bi bilo opisati bogatu povijest časopisa *Playboy* bez uvida o životu njegovog legendarnog osnivača, Hugh Hefnera.

Hugh Hefner rođen je 9. travnja 1926. u Chicagu, u državi Illinois. Tamo su ga, zajedno s njegovim mlađim bratom Keithom, odgojili roditelji Glenn i Grace Hefner (koji su navodno bili prilično strogi metodisti). Već u ranoj dobi, Hugh Hefner se mogao pohvaliti svojim iznimnim kvocijentom inteligencije 152, iako mu je omogućila tek prosječan akademski uspjeh.

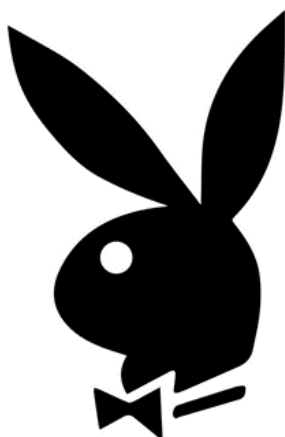
U srednjoj školi Hugh Hefner osnovao je školske novine, kao i vlastiti strip koji je nazvao *School Daze*. Oba su izdanja bila uspješna te je Hefner ubrzo shvatio da ima dara za izdavanje publikacija. Međutim, kada je završio srednju školu, ljudi su bili više zabrinuti za rat nego što su bili zainteresirani za zabavni sadržaj. Čak je i sam Hefner odgovorio na poziv dužnosti, upućujući se kao vojnik za američku vojsku pred kraj Drugog svjetskog rata. Nakon dvije godine službe, otpušten je iz vojske te se vraća kući kako bi pohađao Sveučilište Illinois u Urbana-Champaignu, gdje je stekao diplomu iz psihologije. Nakon studija, oženio je Millie Williams i počeo raditi kao pisac reklama za *Esquire*. Bila je to prestižna pozicija, ali Hefner je odlučio dati otkaz, nakon što mu je odbijena povišica od 5 dolara. Nezaposlen, Hugh Hefner je odlučio da će sljedeći korak u njegovoj karijeri biti povratak starim korijenima koje je stekao u srednjoj školi te je odlučio pokrenuti vlastiti časopis.

U prosincu 1953., objavio je prvo izdanje *Playboya*, koji je sam sastavio u svome domu. Međutim, prvo izdanje časopisa nije imalo datum objavljivanja na naslovnici, budući da još nije bio siguran hoće li časopis biti dovoljno uspješan da bi jamčio buduća izdanja. To je bila razumljiva briga, s obzirom na to da je Hefner prodavao kopije prvog izdanja iz ureda koji je postavio u svojoj kućnoj kuhinji. Međutim, ispostavilo se da je Hefnerova zabrinutost bezrazložna, budući da je prvo izdanje *Playboya* praktički „odletjelo” s policca. Za nekoliko tjedana časopis je prodan u više od 50 000 primjeraka. Veliki dio uspjeha prvog izdanja, nedvojbeno se može pripisati prvoj Playboyjevoj djevojci s naslovnice, Marilyn Monroe. U to je vrijeme, prvo izdanje *Playboya* bilo uistinu revolucionarno donoseći kontroverzne, seksualizirane teme i fotografije po prvi put u američkoj povijesti. Takav odvažni potez imao je potencijal da ili uzdigne ili uništi Playboy od samog početka, a Hugh Hefner je svakako bio svjestan da je prvi broj časopisa morala biti odluka na „sve ili ništa”. Kao što je povijest dokazala, prvo izdanje *Playboya* objavljeno je u pravo vrijeme te je Hefner svojim časopisom uspio doprinijeti pokretanju vala seksualnog oslobođenja, koje će pomoći *Playboyu* da postane jednim od najuspješnijih časopisa svih vremena.

Iako je Hefneru posao išao sjajno, privatni život usmjerio je drugim pravcem te su se on i njegova supruga odlučili razvesti. Svježe razveden, Hefner je počeo povezivati privatne i profesionalne izbore i usvajati stil života na kojemu je izgrađen Playboy. U središtu pozornosti javnosti, njegov luksuzan životni stil i buran ljubavni život, postali su neizostavni dio imidža Playboya. Najbolji primjer koliko je uistinu taj život bio raskošan, zasigurno je Playboy Mansion (Playbojeva palača), koja se nalazi u Holmby Hillsu, u blizini Beverly Hillsa. Palača je postala popularna tijekom 1960-ih, kada su mediji počeli razotkrivati raskošne zabave koje je Hefner rado pripremao. Rezidencija ima 22 sobe, kazališnu dvoranu, ugrađene orgulje, prostoriju s igrama, zoološki vrt, teniski teren, košarkaško igralište, vodopad i vanjski bazen, podrumsku teretanu sa saunom ispod kupelji i još mnogo toga. Hugh Hefner svoje posljednje dane proveo je u Playbojevoj palači, a preminuo je u 91. godini, 27. rujna 2017. godine. (<http://blog.logomyway.com/hugh-hefner-and-the-history-of-the-playboy-logo/>, prev. N.K.) Pokopan je u Westwood Memorial Parku u Los Angelesu, u kripti pored Marilyn Monroe. "Provesti vječnost uz Marilyn previše je slatka prilika da bih je propustio", rekao je Hefner za *Los Angeles Times* 2009. godine.

2.1. Logo brenda Playboy - priča o najpoznatijoj zečjoj glavi

Čist, jednostavan, a opet posve jedinstven, Playbojev logotip bez sumnje je odigrao veliku ulogu u međunarodnom uspjehu ovoga časopisa. Iako je Hugh Hefner bio ključan za stvaranje Playboya, on zapravo nije bio taj koji je stvorio ovaj svjetski poznati logo. Ta čast pripala je dizajneru Arthuru Paulu.



Slika 2.1. Playbojev logo

Nekoliko tjedana prije nego li je prvi broj *Playboya* krenuo u tisak, Hugh Hefner i grafički dizajner Arthur Paul, počeli su smišljati simbol koji će predstaviti vizualni identitet nadolazećeg časopisa. „Kao simbol časopisa odabrao sam zeca zbog njegove duhovite seksualne konotacije te zato što je ponudio sliku koja je djelovala nestašno i razigrano. Stavio sam ga u smoking, kako bi zadobio na dojmu sofisticiranosti. Budući da i *New Yorker* i *Esquire* koriste muškarce kao svoje simbole, mislio sam da bi zec bio dojmljiv, a sam pojam zeca obučenog u formalno večernje ruho mi se učinio šarmantnim, zabavnim i ispravnim", objasnio je Hefner u jednom navratu. (<http://www.dewebsite.org/logo/playboy/playboy.html>, prev. N.K.) Kada već govorimo o odabiru zeca kao o zaštitnome znaku brenda, osnivač *Playboya* rekao je i ovo: „Zec u Americi ima seksualno značenje te sam ga izabrao iz razloga jer je to svježa životinja, sramežljiva, živahna, skakuće... Jednom riječi - seksi. Prvo te pomiriši, a onda pobjegne, zatim se vraća i osjećaš potrebu da ga miluješ i igraš se njime. Djevojka jako podsjeća na zeca, zaigrana je i šaljiva. Pogledate djevojke koje poziraju za *Playboy*. To nikada nije sofisticirana djevojka koju ne možeš imati. Ona je mlada, zdrava, jednostavna djevojka - djevojka iz susjedstva. Nas ne zanima tajanstvena, komplicirana žena, *femme fatale* koja nosi elegantno rublje s čipkom te je tužna i prljavog uma. *Playboyeva* djevojka nema čipku ni donje rublje, gola je, dobro oprana sapunom i vodom i sretna je." (<http://blog.logomyway.com/hugh-hefner-and-the-history-of-the-playboy-logo/>, prev. N.K.)

„Želio sam nešto toliko jednostavno da ga se može upotrijebiti na mnoštvo načina", prisjetio se danas pokojni Paul u dokumentarcu iz 2018., koji je govorio o ogromnom utjecaju koji je ostavio na odnos umjetnosti i izdavaštva. Da je kvaliteta njegovog dizajna odmah prepoznata, dokazuje i činjenica da je 1964. godine američko udruženje grafičkih umjetnika, svrstalo logo zeca među najbolje logotipove ikad dizajnirane u SAD-u.

No, potkraj 1953. godine, Arthur Paul nije ni slutio da će njegov sofisticirani zec s leptir mašnom i savijenim uhom kojega je osmislio u manje od sat vremena, postati vjerojatno najprepoznatljivija silueta na svijetu. „Da sam imao bilo kakvu ideju koliko će važan taj zečić postati, vjerojatno bih ga iznova i iznova crtao puno puta. No, ispalo je da sam ga nacrtao iz prvog pokušaja i to je bilo to." Jedan pokušaj je sve što mu je trebalo i simbol zeca je po prvi put zasjao na naslovnici trećeg broja (u prva dva mogao se pronaći na unutaršnjim stranicama). Od 1960., bio je na naslovnicama gotovo svakoga broja, često lukavo sakriven, što je postala i svojevrsna „igra traženja" koju bi čitatelji rado igrali. (<http://playboy.hr/2019/04/price-o-zecu/>) Od trećeg izdanja, logotipu niti jednom nije promijenjen njegov izvorni dizajn. To je samo po sebi značajna činjenica, s obzirom na to koliko često tvrtke mijenjaju logotipe ovih dana te svjedoči o učinkovitosti dizajna izvornog logotipa. Što se tiče boja koje se koriste u logotipu,

solidni crni ton aludira na luksuz, profesionalizam i otmjenost. Poput dobrog odijela, nikada nije bilo potrebe za „dotjerivanjem“ Playbojevog logotipa u raskošne boje, kada jednobojna crna učinkovito prenosi imidž časopisa.

Uz Zekoslava Mrkvu, Playbojev zec smatra se najpoznatijim zecom na svijetu, a utjecaj koji je logo ostavio na uspjeh časopisa, nije ništa manje značajan. To je klasičan logotip s velikom poviješću, koji je služio kao inspiracija i prazno platno za umjetnike poput Andyja Warhola, Salvadora Daljia, Jamesa Rosenquista, Eda Paschkea i mnoge druge čiji su se radovi pojavili u *Playboyu* zahvaljujući Arthuru Paulu i njegovoj „jednostavnoj“ viziji.

2.2. Playbojeve franšize

Istovremeno, uz pokretanja erotskog časopisa *Playboy*, Hugh Hefner i njegovi suradnici osnivaju se i korporaciju Playboy Enterprises, Inc.

Playboy Enterprises, Inc. je američka privatna kompanija 1953. godine u Chicagu, Illinoisu kao nakladnička kuća u svrhu objavljivanja časopisa *Playboy*. Danas se tvrtka Playboy Enterprises, Inc., (i njezine podružnice), bavi razvojem i distribucijom sadržaja, proizvoda i događanja visokog profila koja utjelovljuju erotiku i likovnu umjetnost.

Kompanija je podijeljena na dva primarna poslovna segmenta: medije (koji upravljaju tiskanim i elektroničkim medijima) i licenciranje (koji upravljaju imenom Playboy, logotipom zečje glave i ostalih zaštitnih znakova, korištenjem logotipa i fotografija u svrhu potrošačkog dobra, prostorima te eventima). Pod tiskanim medijima podrazumijevamo: časopis *Playboy* i *Playbojeva* specijalna izdanja. U elektroničke medije spadaju: satelitski kanali (Playboy TV, Spice Network, Babes and Brazzers), TV emisije/serije (Playboy's Penthouse, Playboy After Dark, The Playboy Club, American Playboy: The Hugh Hefner Story), dokumentarce (Hugh Hefner: Playboy, Activist and Rebel), radio postaje (Playboy Radio) i internetske stranice (Playboy.com, Playboy.de, Playboy.co.uk, PlayboyStore.com, Playboy Gaming, Playboy Plus, Playboy.net).

Što se tiče licenciranja, tu spadaju već spomenuto upravljanje imenom Playboy, logotipom zečje glave i ostalih zaštitnih znakova te fotografija u svrhu potrošačkog dobra, kao što su: odjeća, obuća, modni dodatci, donje rublje, nakit, kozmetika, mirisi, igre te pribor i ukrasi za dom. (https://en.wikipedia.org/wiki/Playboy_Enterprises, prev. N.K.)

Playboy Enterprises, Inc., također je posjedovao i upravljao lancem noćnih klubova i odmarališta diljem svijeta, poznatijeg kao Playboy Club. Prvi Playboy Club otvoren je u Chicagu, 29. veljače 1960. godine, a kasnije i u dvadesetak gradova diljem Amerike te u Kanadi, Engleskoj, Japanu, Meksiku, Filipinima, Makau i na Jamaici. Svaki klub je generalno sadržavao

Living Room (prostorija gdje bi nastupali lokalni glazbenici te povremeno mađioničari), *Playmate Bar*, *Club Room* (prostorija gdje bi nastupali poznati zabavljači i komičari) i *Dining Room*. Članovima i njihovim gostima, hranu i piće posluživale bi Playboyeve zečice u svojim planetarno popularnim uniformama. (https://en.wikipedia.org/wiki/Playboy_Club, prev. N.K.)



Slika 2.2. Playboyeve zečice u Playboy klubu

Iako ljudi najčešće titulu Playboyeve zečice povezuju s djevojkom koja je pozirala za *Playboy*, to su dvije potpuno različite titule. Naime, Playboy Bunny (Playboyeve zečice) su kroz audiciju odabrane djevojke koje su prošle specijaliziranu obuku za konobarice u Playboy klubu, a Playboy Playmate (Playboyeve družice) su modeli koji su pozirali za *Playboy*. Njihova uniforma (*bunny suit*) bila je inspirirana Playbojevom maskotom zeca u odijelu te se sastojala od korzeta, crnih najlonki, leptir mašne, kragne, manžeta, zečjih ušiju i repa.

U novije otvorenim Playboy klubovima također imaju zečice, u nekim slučajevima s redizajniranim uniformama, ali i dalje utemeljenima na originalu. (https://en.wikipedia.org/wiki/Playboy_Bunny, prev. N.K.)

3. Seksualna revolucija i probijanje društvenih tabua

Šezdesete godine bile su prekretnica seksualnosti na Zapadu. Ono što je postalo poznato kao seksualna revolucija potaknuto je odobravanjem kontracepcijskih pilula u SAD-u i ustrajnom borbom za promicanje feminističkih i građanskih prava. U umjetnosti, kinu i glazbi, ljudska seksualnost bilo je nešto što je tek trebalo istražiti, dok je rat u Vijetnamu potisnuo čitavu generaciju mladih u ranu odraslu dob.

3.1. Utjecaj Playboya na seksualnu revoluciju

Prije nego li je postojao Playboy, postojao je jedan student na Sveučilištu Northwestern, koji je napisao seminarski rad u kojemu je usporedio seksualno ponašanje iz Kinseyjevih izvještaja iz 1948. godine, sa zakonom Sjedinjenih Američkih Država. „Zašto se tolerancija pretvara u netoleranciju, racionalnost u iracionalnosti, kada čovjek razgovara o problemu seksa?" Upitao se i „zašto rječnik fakulteta Webster definira masturbaciju kao samo-zagađenje? Zašto zakonodavci postaju toliko emocionalni u svom zakonodavstvu protiv sodomije? Zašto su izvrsni književni radovi ponekad zabranjeni kao opsceni? Zašto je u nekim državama još uvijek protuzakonito širiti informacije o kontracepciji i seksualno prenosivim bolestima? Možemo li pronaći izlaz iz ovog mračnog i emocionalnog labirinta s tabuima te osjetiti svježi zrak i svjetlost razuma?"

Učenik je, naravno, bio Hugh Hefner, koji je nakon desetak godina, upravo ta ista pitanja postavio u Playbojevoj filozofiji – kolumnama i esejima o seksu, koje je neskromno nazvao „emancipacijskom objavom seksualne revolucije." (<https://www.playboy.com/read/hef-the-politician>, prev. N.K.) Cilj Playbojeve filozofije, objasnio je ovako: „Iako smo svjesni vrlina koje vidimo u sebi kako nas drugi vide, također osjećamo i da je ta slika ponekad iskrivljena; slušajući strpljivo toliko dugo o tome što su drugi odlučili da Playboy simbolizira, odlučili smo ovdje predstaviti naše vlastito uredničko uvjerenje i ponuditi vam nekoliko osobnih promišljanja o našem današnjem društvu i Playbojevoj ulozi u njemu, za koje se nadamo da će biti zanimljivi i našim prijateljima i kritičarima.” Operativni direktor Playboya, Cooper Hefner, tvrdi da je ideja iza časopisa bila aktualizirati i promovirati zdravu konverzaciju o seksu. Istovremeno potičući dijalog o društvenim, filozofskim i religioznim temama, s obzirom na to da se o njima nikada nije govorilo u javnosti ili raspravljalo za večerom, kao što je trebalo. Ipak, smatra da su mnogi pogrešno protumačili tu poruku ili je u potpunosti krivo shvatili i odabrali su fokusirati se na prikazivanje golotinje u časopisu. (<http://playboy.hr/2017/03/filozofija-playboya/>)

Hefner nikada nije uspio razumjeti feminističke kritike Playboya. Sebe je vidio kao osloboditelja američke seksualnosti u vrijeme kada su puritanski ideali još uvijek bili vidljivi

kroz društvo i masovnu kulturu. Međutim, sebe je smatrao feministom. Godine 1965., osnovao je zakladu Playboy Foundation, koja je poduprla slučajeve o kontracepciji, boreći se protiv prava države da „regulira seksualni život samaca“. „Pedesetih i šezdesetih godina, bilo je država u kojima je kontracepcija još uvijek bila zabranjena, stoga sam počeo financirati sudske slučajeve kako bih to osporio. Istodobno sam pomogao sponzorirati slučajeve nižih sudova koji su na kraju doveli do Roe protiv Wadea (odluka Vrhovnog suda SAD-a iz 1973. kojom se potvrđuje pravo žene da odabere pobačaj). Bio sam feminist prije nego li je postojao feminizam.“ (<https://www.theguardian.com/media/2017/sep/28/hugh-hefner-obituary>, prev. N.K.)

Playboy je također bio prvi nacionalni magazin koji se suprotstavio ratu u Vijetnamu i podržao američke vojnike, s promišljenim člancima Johna Kennetha Galbraitha i senatora J. Williama Fulbrighta. (<https://www.playboy.com/read/hef-the-politician>, prev. N.K.)

Naglasio je i važnost seksualnog odgoja i seksologije, pitajući: „Zašto bi seks trebao biti područje ljudske aktivnosti koje ne želimo poznavati?“ i financirao studije Williama Mastersa i Virginie Johnson (iz Mastersa i Johnsona) i Kinsey Instituta. Do danas Playboy.com ostaje jedna od malobrojnih, ako ne i jedina, *mainstream* medijska kuća koja ima tjednu kolumnu posvećenu istraživanju seksa.

3.2. Hefnerova borba za ljudska prava tijekom godina

U doba seksualne represije, društvenog konzervativizma i razboritosti, Hugh Hefner je nastojao osloboditi društvo od strogih američkih stavova. Iako je to već postigao objavljivanjem slika oskudno odjevenih žena u *Playboyu*, također je u svom privatnom životu vodio važne bitke za građanska i ljudska prava te je bio rani zagovornik legalizacije marihuane. Hefneru se danas na mnogo načina može pripisati prihvaćanje crnih Amerikanaca u popularnim (bijelim) kulturnim prostorima.

U svojim ranim godinama, Playbojevi kritičari jednako su bili zabrinuti zbog slika golih žena, koliko i podržavanjem i promicanjem afroameričke kulture. Ljudi koji nisu znali tko je Malcolm X, a htjeli su vidjeti slike golih djevojaka, bili su izloženi sadržaju za koji do tada nikad nisu čuli. Hefner je mnogim mladim afroameričkim piscima, poput Alexa Haleya, omogućio početak novinarske karijere u *Playboyu*. Tako je prvi intervju koji je *Playboy* ikada objavio, bio Haleyjev intervju s glazbenikom Milesom Davisom. U intervjuu, Davis je raspravljao o svojim razmišljanjima o rasnoj nejednakosti, postavljajući ton za ono što bi postalo sastavni dio časopisa: ozbiljni ljudi koji daju ozbiljne intervjuje, o ozbiljnim temama, uključujući mnoge istaknute osobe crne boje kože. Od sportaša i aktivista Muhammada Alija, do Sammyja Davisa ml. i borca za crnačka prava, Martina Luthera Kinga. Najdulji objavljeni intervju Martina

Luthera Kinga, bio je upravo za *Playboy*. No, zastupljenost Afroamerikanaca u časopisu nije bila vidljiva samo u tekstualnom obliku. Model Jennifer Jackson, pozirala je za *Playboy* 1965. godine. Šest godina kasnije, Darine Stern postala je prva Afroamerikanka na naslovnici *Playboya*. Njezino prijestolje u obliku zeca kasnije je inspiriralo naslovnice s Lindsay Lohan i Marge Simpson.



Slika 3.2. Darin Stern na naslovnici Playboya iz 1971.

U svojem noćnom showu Playboy's Penthousea, Hefner bi često ugostio glazbene zvijezde Nat Kinga Colea i Elle Fitzgerald, u vrijeme kada je veliki dio SAD-a još uvijek provodio zakone Jima Crowa.

Hugh Hefner je također uvelike pridonio pokretu za građanska prava. Kada su u Missisippiju ubijena trojica mladih radnika za građanska prava, Hefner je dao novac kako bi se pronašle njihove ubojice. Veliki komičar i vođa građanskih prava, Dick Gregory, izjavio je za britanski *GQ* da je Hefner donirao 25 000 dolara za nagradu onome tko nađe počinitelja. Taj čin, Gregory je kasnije proglasio od velike pomoći u prekidu jednog od najzloglasnijih slučajeva pokreta za građanska prava. (<https://kulturehub.com/hugh-hefner-dead-91/>, prev. N.K.)

Playboy se također dotaknuo epidemije AIDS-a, na koju se Hefner ubrzo nakon što je otkrivena, u potpunosti usredotočio. Koristio je *Playboy* kako bi zadržao pozornost na epidemiji s člancima koji su istraživali sve, od porijekla bolesti do sigurnijeg seksa. Također, od samih početaka, Hefner je javno podržavao LGBTQ zajednicu i zagovarao prava na istospolne brakove. Jednom prilikom za *Playboy*, izjavio je da je istospolni brak „borba za prava svih nas”. (<https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/09/28/for-hugh-hefner-gay->

[rights-were-part-of-the-sexual-revolution/?utm_term=.a5d8a3a03d8e](https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/09/28/for-hugh-hefner-gay-rights-were-part-of-the-sexual-revolution/?utm_term=.a5d8a3a03d8e), prev. N.K.) Prije nego što je Caitlyn Jenner postalo već svima dobro znano ime, Hugh Hefner je davno prije učinio simboličan iskorak za prava transrodih osoba. U osamdesetima, tabloidne novine *News of the World* prokazale su model i glumicu Caroline „Tulu“ Cossey, te je bila podvrgnuta invazivnim naslovima i predrasudama društva. *Playboy* joj je pomogao da se odupre iskušenjima i vrati u javnost, objavivši seriju fotografija s Cossey, koja je time postala prvi Playbojev transrodni model. Cossey se osobno zahvalila Hefneru, rekavši da joj je snimanje za *Playboy* pomoglo dokazati da i transrodne žene mogu biti seksi. „Htjela sam se boriti za pravo priznanja“, rekla je *Playboyu*. „To je bio moj cilj, a *Playboy* je bio izvrsna platforma za to.“ (https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/09/28/for-hugh-hefner-gay-rights-were-part-of-the-sexual-revolution/?utm_term=.9e8cb580c04a, prev. N.K.) No, nedavno pojavljivanje queer nebinarnog glumca Ezre Millera u *Playboyu*, također je bilo veliki iskorak ne samo za LGBTQ zajednicu, već i za *Playboy*, koji se proslavio na fotografijama isključivo golih žena. Ovaj ekscentrični glumac svojim fotografijama srušio je sve rodne stereotipe, pozirajući u visokim potpeticama i svilenom negližeu te naravno, neizostavnim zečjim ušima.



Slika 3.2. Ezra Miller za *Playboy*

4. Feminizam i društvena kritika Playboya

Prvi val feminizma u zemljama Zapada bio je potaknut, s jedne strane, promjenama u organizaciji rada i obiteljskoga života povezanog sa suvremenim kapitalizmom, a s druge, znanstvenim napretkom i postignućima političke filozofije (Darwinova teorija prirodnog odabira, Marxova teorija kapitala i teorija demokratske vladavine Johna Stuarta Milla). U SAD-u je važan čimbenik bila i kampanja za ukidanje ropstva u 19. stoljeću, jer je potaknula mnoge žene koje su se protivile ropstvu da preispitaju uzroke i posljedice svojeg podređenog položaja te da se počnu boriti protiv ugnjetavanja. Feminističke aktivistice Drugog vala na djelovanje je potaklo širenje industrije prostitucije i njezin štetan utjecaj na zdravlje, moral i dobrobit žena. Druge su se borile za više seksa u obliku „slobodne ljubavi“ i osporavale su patrijarhalne norme obiteljskog života i ženske seksualnosti. One su, zajedno s muškarcima poput Edwarda Carpentera koji ih je nadahnuo i podupirao, najavile radikalni feminizam kasnog 20. stoljeća. Kao i njihove nasljednice stotinu godina kasnije, smatrale su da je osobno i političko neodvojivo i da seksualnost može biti osnova društvene promjene. (McNair 2004: 23-24)

4.1. Kritika časopisa *Playboy*

Da ovo nije časopis za njih, žene su bile upozorene od prvog izdanja: „Ako ste nečija sestra, žena ili svekrva,“ objavio je časopis, „i pokupili ste nas greškom, molimo Vas da nas prosljedite muškarcu u svom životu i vratite se *Ladies Home Companionu* (popularni časopis za žene iz 1940- tih).“ Godine 1970., feministički pokret još je bio u razvoju, a države su tek počele donositi zakone o silovanju koji ograničavaju koliko informacija sud smije tražiti o seksualnoj prošlosti žrtve prilikom suđenja. Istog desetljeća, aktivisti su započeli kampanju kojim bi silovanje supružnika postalo kažnjivo djelo. Silovanje supružnika postalo je kažnjivo za cijelu Ameriku tek 1993. godine.

Mnogi smatraju da je upravo *Playboy* jednim dijelom pridonio kulturi silovanja, tako da bi objavljivao članke koji su poticali muškarce na ovaj gnjusni čin. Uzmimo na primjer članak „Samo ubaci ovo u njezino piće...“, naslov je članka o „afrodizijacima“ u izdanju iz kolovoza 1970. godine. Iste godine kada je Bill Cosby navodno ubacio drogu za silovanje u piće glumici Autumn Burns. „Samo ubacite ovo u njezino piće...“, napisao je suradnik *Playboya* Frederic C. Appel. Početak članka zvuči kao ozbiljno novinarstvo, objašnjavajući otkriće utjecaja prirodne aminokiseline L-DOPA na seksualni nagon te povijest biljaka koje utječu na raspoloženje - poput Mandragore, za koju se dugo smatralo da je afrodizijak jer nalikuje ljudskoj figuri. No,

znanstveno i povijesno gledište na početku članka, samo je paravan za ono što slijedi. Prvo se pojavljuje suptilno, u izrazu „imati ženu”, jasno, ali potom kolokvijalno oprostivo objektiviziranje. Zatim se u članku predlaže drugi kandidat za afrodizijak, supstanca PCPA. Citiran je i liječnik koji sugerira da je lijek za „frigidan brak” „da supruga skine svoju odjeću tijekom svade”. Konačno, nakon neuspjelog pokušaja pronalaska odgovarajućeg afrodizijaka, Appel završava članak sugerirajući alkohol za „najučinkovitije sredstvo protiv odupiranja, bez udaranja njezinog središnjeg živčanog sustava.” Ideja da je ženino odupiranje potrebno nadvladati, opasan je način da se muškarcima kaže kako da pristupaju seksu. (<https://theoutline.com/post/5600/for-better-and-for-worse-the-playboy-of-the-70s-helped-shape-the-america-of-today?zd=3&zi=ilmpxdft>, prev. N.K.)

Istina je da je Hugh Hefner podržavao pravo na pobačaj, premda je u to vrijeme svojedobno isto učinio i aktualni američki predsjednik Donald Trump. Muškarci poput Donalda Trumpa odrasli su uz *Playboy*, a on se kada god dobije priliku, još uvijek hvali svojom naslovnicom iz 1990. godine. „Bio sam jedan od rijetkih muškaraca u povijesti *Playboya* koji je bio na naslovnoj strani”, rekao je Trump za *Washington Post*. No, razlog podrške gospodina Hefnera za feministkinje bio je jasan. Slika koju je promovirao u svome časopisu bila je slika muškarca koji je volio svoju audio opremu, svoj skupi alkohol i samački stan te je odbio biti prisiljen na brak, samo zato što je dama s kojom je spavao imala nesreću zatrudnjeti. Kao što je Barbara Ehrenreich napisala u svojoj knjizi iz 1983., *Srca muškaraca: Američki snovi i bijeg od obveza*: „Prava poruka časopisa nije erotika, već bijeg iz ropstva uzdržavanja. Razlog zbog kojega je gospodin Hefner podržavao pobačaj nije iz bilo kojeg feminističkog osjećaja, već je odluka bila čisto strateška.” (<https://www.nytimes.com/2017/09/29/opinion/sunday/hugh-hefner.html>, prev. N.K.)

Do 1970. godine, Hefner je imao i dva važna susreta s feministkinjama. Godine 1963., Gloria Steinem (koja se još uvijek nije identificirala kao feministica) otišla je na tajni zadatak za *Show Magazine* kao Playboyeve zečice i otkrila loše radne uvjete i seksualna uznemiravanja koja su se događala u Hefnerovim Playboy klubovima. Nekoliko godina kasnije, Hefner se pojavio u emisiji *Dick Cavett* s ranom feministkinjom Susan Brownmiller, koja će kasnije napisati knjigu *Protiv naše volje*, za koju se smatra da je promijenila stav društva o silovanju. Dok je Hefner branio *Playboyevu* „rodno-jednaku” viziju, Brownmiller mu se usprotivila izjavom: „Kada Vi izađete s pamučnim repom pričvršćenim na stražnjicu ...” (sugerirajući da će tek tada dokazati rodnu jednakost koju promovira). Nakon toga, Hefner je osjetio da su se feministkinje „okrenule” protiv njega.

Časopisi poput *Playboya*, služili su i kao oružje u borbi protiv ženskih kolegica. Kako su žene počele baviti strukovnim zanimanjima (poput električara), muški kolege bi ih maltretirali i zastrašivali puneći im ormariće *Playboyevim* duplericama. Bio je to jedan od mnogih primjera koji su još više zakomplicirali Hefnerov „odnos“ sa ženama.

Ipak, Hefnerova suradnja s feministkinjama iz 1970-ih, učinila je feministkinje medijskim zvijezdama. Činjenica da je uopće sudjelovao u raspravama s njima, poput emisije *Dick Cavett*, omogućila je da feminizam postane ozbiljan suparnik u američkoj kulturi na koju su ljudi morali obratiti pažnju i shvatiti je ozbiljno. Hefner i *Playboy* (htjeli to oni ili ne), pomogli su feministkinjama pružiti platformu na kojoj su mase mogle čuti njihove ideje o promjeni kulture. A *Playboy* to još dan danas radi. Sociolog i autorica dr. Chauntelle Tibbals, objavila je nekoliko članaka na *Playboy.com*, ističući seksualno ojačane feministkinje i pokrivajući brojna pitanja o kompleksnosti industrije za odrasle. „Ne mislim da je „vikanje u praznom prostoru“ ili pisanje samo za istomišljenike način da se provede društvena promjena ili da se doprinese inkluzivnijem svijetu“, napisala je dr. Tibbals. „Dakle, umjesto da pišem za portale koje bi očekivali, odlučila sam pisati za *Playboy*, kao način da se približim široj publici.“

Playboy.com također se bavio #MeToo pokretom – ali ponekad u „Hefnerovom stilu“, tj. da je cilj svega promovirati seksualnu slobodu žena. U jednom članku objavljenom u svibnju 2018. godine, *Playboy* pokriva priču bivše groupie djevojke koja se rado prisjeća svojih dana provedenih s bendom, čak i u doba #MeToo pokreta. Što je sasvim legitimno, ali taj potez može se protumačiti kao da *Playboy* pokušava promijeniti temu. Druga priča iz 2018. godine sugerira da bi žene trebale početi prilaziti muškarcima u #MeToo eri. Drugim riječima, kada muškarci čine „pogreške“ (poput seksualnog napada i uznemiravanja žena), na ženama je da promijene svoje ponašanje kako bi im se udovoljilo.

„Za razliku od mnogih drugih publikacija s dugom poviješću, čini se da se *Playboy* danas ipak trudi“, napisala je dr. Tibbals. „On se pokušava razvijati unutar brzo mijenjajućeg kulturnog prostora, pokušavajući ostati relevantan u kontekstu medija usmjerenih na napredak, a istovremeno ostajući povezani s uspostavljenim čitateljstvom.“ (<https://theoutline.com/post/5600/for-better-and-for-worse-the-playboy-of-the-70s-helped-shape-the-america-of-today?zd=3&zi=ilmpxdft>, prev. N.K.)

Playboy danas možda nije radikalna publikacija u smislu društvene svijesti, ali ponekad najveća promjena proizlazi iz malih informacija te pomicanja misli.

4.2. Knjiga *Down the Rabbit Hole*

Nakon sve veće rastuće snage feminističkog pokreta i pojave *hardcore* pornografije u *mainstream* kulturi, *Playboyeva* popularnost na tržištu se polako počinje se smanjivati. „Začudo“, oko 2005. godine, Hefnerova komercijalizacija seksualnosti pronalazi novu publiku - žene, koje Hefnerove ideale sve više počinju prihvaćati kao svoje.

Te iste godine, emitirana je i prva epizoda emisije *The Girls Next Door* na kanalu E!. *The Girls Next Door (Djevojke iz susjedstva)* reality je emisija koja je pratila živote triju glavnih Hefnerovih djevojaka: Holly Madison, Bridget Marquardt i Kendre Wilkinson. Emisija je trajala ukupno šest sezona, a njezina ciljana skupina bile su žene. Tijekom pet desetljeća Hefner i Playboy svojim korisnicima nudili su idilu muške sofisticiranosti, no odjednom brend i način vođenja životnog stila preusmjerava se na žene. U emisiji bi bilo prikazano kako Holly, Bridget i Kendra luksuzno žive u Playbojevoj palači, uživaju u zabavama na bazenu i kupovini na Beverly Hillisu (barem se tako činilo preko malih ekrana).

Djevojke bi imale tjedni „džeparac“ za odjeću u iznosu od 1.000 američkih dolara te korištenje Hefnerovog računa u luksuznom salonu ljepote. No, ako bi Hef (kako su ga svi od milja zvali) naslutio da novac nije dovoljno iskorišten na odjeću ili uljepšavanje, nego spremljen sa strane, smanjio bi djevojkama džeparac. Hefner je također velikodušno svojim djevojkama iznajmljivao skupocjene automobile, jer je smatrao da im posjedovanje vlastitog daje preveliku neovisnost i mogućnost da u bilo kojem trenutku napuste palaču. No, ipak bi svaku njihovu plastičnu operaciju on „nesebično“ platio.

Emisija je bila klasični Hefner: visoko profitabilni konformizam, prurušen u seksualnu slobodu, što je također pomoglo u ponovnom oživljavanju Playbojevog brenda. Hefner je za *The New York Times* u 2010. godini rekao da je časopis nekada nosio brend, a sada brend nosi časopis. „Mi smo jedan od glavnih modnih brendova na kopnu Crvene Kine, gdje magazin još uvijek zabranjen“, pohvalio se Hefner.

(<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/09/how-hugh-hefner-commercialized-sex/541368/>, prev. N.K.)

No, bum je bio kratkotrajan. Holly Madison 2015. godine, objavila je memoar *Down the Rabbit Hole: Curious Adventures and Cautionary Tales of a Former Playboy Bunny*, u kojem je iznijela svoj prikaz privatnog, ali i poslovnog odnosa s Hugh Hefnerom. Madison u svojoj knjizi otkriva kako joj je Hefner na prvom noćnom izlasku ponudio tablete Quaalude, za koje je rekao da su ih u njegovo vrijeme nazivali „otvarači bedara“. Također, tvrdi kako je svaka djevojka koja je ikada posjetila Playbojevu palaču bila fotografirana te da bi Hefner sutra dan osobno pregledao svaku i svrstao djevojke u kategoriju A, B i C. Kategorija A značila je da djevojka može ponovno

posjetiti vilu ili čak pozirati za *Playboy*, dok je kategorija C značila da ta djevojka ne odgovara Hefnerovim standardima te da više neće biti pozvana u Playboyevu palaču. Za mnoge žene koje su također živjele u vili, tvrdila je da su se bavile prostitucijom, ali bez Hefnerova saznanja. Dapače, Hefner je zbog skandala s prostitucijom postrožio pravila za djevojke. Nitko nije smio ostajati vani iza devet sati uvečer, imati dečka, družiti se s poslugom (zbog glasina da su neke djevojke spavale s osobljem), imati posao ili posjedovati nekretnine. Dolazak svakog posjetitelja ili odluka djevojke da posjeti obitelji na par dana, prvo je morala biti odobrena od strane Hugh Hefnera. Madison je život u vili usporedila s zatvoreništvom te je čak u 2003. godini pokušala izvršiti samoubojstvo. Nakon što je priznala Hefneru da je depresivna te da smatra da bi trebala posjetiti psihologa, on joj je odgovorio neka radije porazgovara s njegovom tajnicom o svojim problemima. Madison i da je htjela napustiti vilu, nije mogla, jer nije imala novaca. S nešto sitno što je uspjela spremati sa strane, otplaćivala je dug za školarinu. Čak i kada je bila dio emisije *The Girls Next Door*, nije dobila svoj zasluženi dio novca. Holly Madison odlučila je napustiti vilu 2008. godine, zbog čega Hefner nije bio presretan. Čak ju je pokušao zadržati tako da je na njezinoj strani kreveta ostavio oporuku u kojoj je pisalo da joj nakon smrti ostavlja 3 milijuna dolara. Kako tvrdi, njegov čin u njoj nije izazvao potrebu da još jednom preispita svoju odluku, već naprotiv. Sada je bila u potpunosti sigurna u svoju odluku te se uvjerila kakav je uistinu Hugh Hefner čovjek. Čovjek kojemu je najbitniji novac i čovjek koji smatra da se novcem sve (i svakoga) može kupiti.

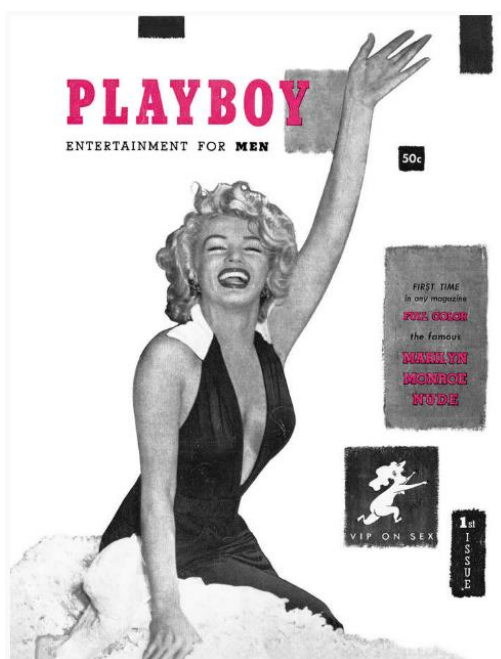


Slika 4.2. (s lijeva na desno) Holly Madison, Hugh Hefner, Bridget Marquardt i Kendra Wilkinson

5. Analiza naslovnica i sadržaja *Playboya* kroz desetljeća

5.1. Časopis *Playboy* od 1953.-1959.

Veliki dio uspjeha prvog izdanja nedvojbeno se može pripisati Playboyjevoj prvoj djevojci na naslovnici, Marylin Monroe. Prije nego što je Marylin Monroe postala poznato ime, bila je mlada glumica, koja je jedva spajala „kraj s krajem“. Da bi zaradila nešto novaca, pozirala je gola 1949. za fotografa Toma Kelleyja. Monroe je platio 50 dolara za fotografiranje, a Kelley je fotografije prodao kalendarskoj tvrtki Western Lithograph Company. Međutim, tvrtka je zadržala prava na fotografije, a Hugh Hefner ih je otkupio za 500 dolara te su fotografije kasnije korištene za prvo izdanje *Playboya*. (<https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2017/09/29/554574570/hugh-hefner-s-final-resting-place-the-plot-he-bought-next-to-marilyn-monroe>, prev. N.K.)



Slika 5.1.1 Prva Playboyeva naslovnica

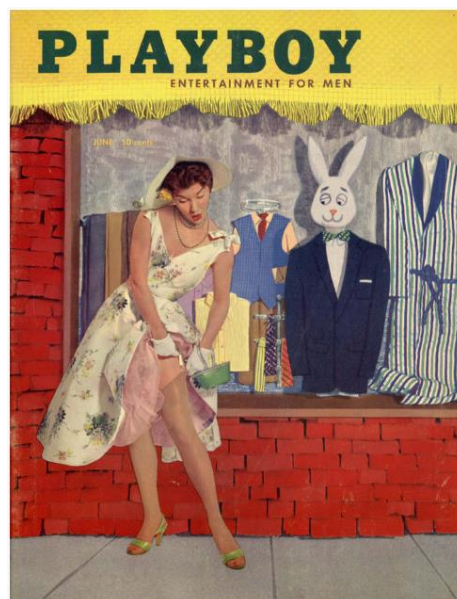
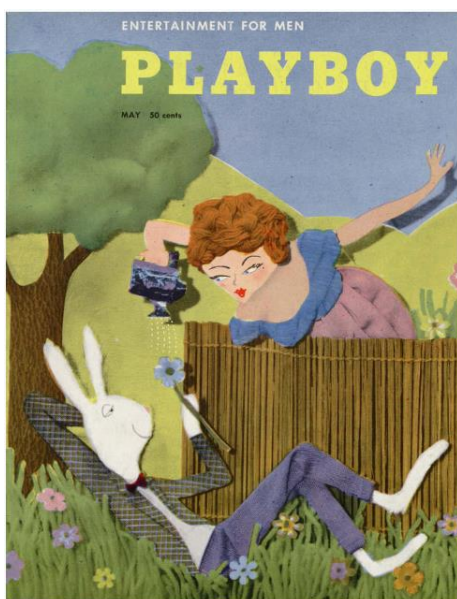
Iako, zapravo nikada nije pozirala za *Playboy*, njezine fotografije našle su se na pet naslovnica tijekom godina (najčešće za godišnja izdanja). *Playboy* je svoj *hommage* glumici osmislio tako da je njezin lik često bio inspiracija mnogim naslovnicama i snimanjima za *Playboy*.



Slika 5.1.2. Primjer naslovnica Playboya inspirirane/ s Marilyn Monroe

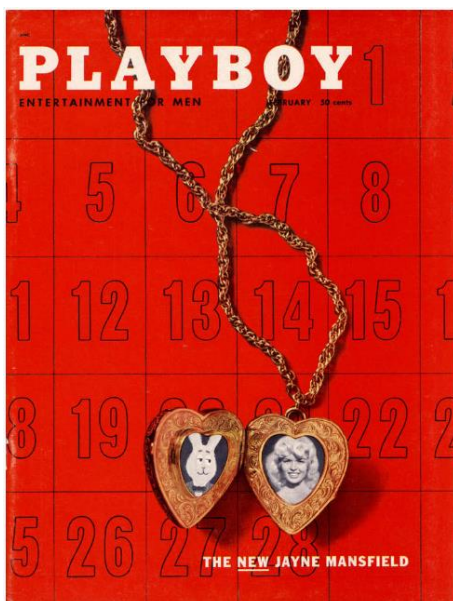
(Najčešće) u gornjem lijevom kutu *Playboya* nalazilo se ime časopisa. Font je bio podebljan i pisan velikim slovima te često crvene boje radi privlačenja pozornosti kupaca. Ispod ili iznad imena časopisa, nalazila se inačica „Entertainment for men“ (zabava za muškarce), koja je za razliku od naslova imala mali nepodebljani font, neutralnih boja (poput crne ili bijele) zbog manje upadljivosti. Također, pored imena, nalazila se i cijena časopisa, koja je u to vrijeme bila 50 centi. Glavni fokus naslovnice bila je slika. Eventualno bi se na naslovnici pronašao jedan do dva podnaslova, koji bi bili smješteni u kut časopisa, kako se ne bi narušio fokus naslovnice. Većina naslovnice bila je ilustrirana, dok su djevojke u većini slučajeva bile fotografirane te kasnije „nadodane“ u montaži.

Motiv koji se do dan danas nalazio na skoro svakoj *Playboyevoj* naslovnici, bio je motiv zeca. U prvom desetljeću bio je to ilustrirani lik zeca, a u kasnijim godinama, vješto sakriveni *Playboyevo* logo. Odnos zeca i žene prve tri godine (1953.-1956.), bio bi prikazan seksualno, ali u kontekstu simpatične igre. Zec je bio dominantna muška figura, dok je žena bila prikazana kao „objekt požude“ (na prvoj slici u fokusu su grudi, a na drugoj žena podiže suknju i pokazuje noge).



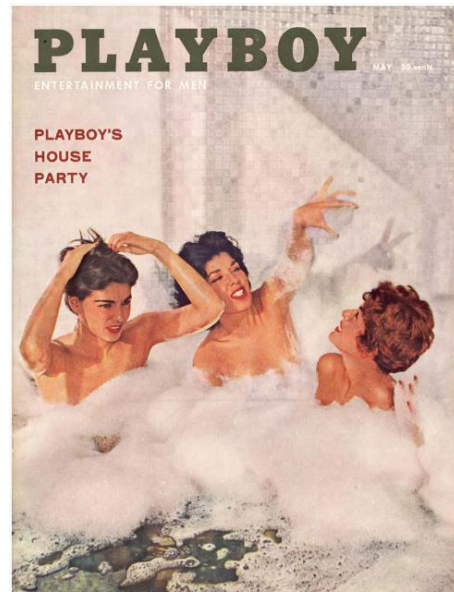
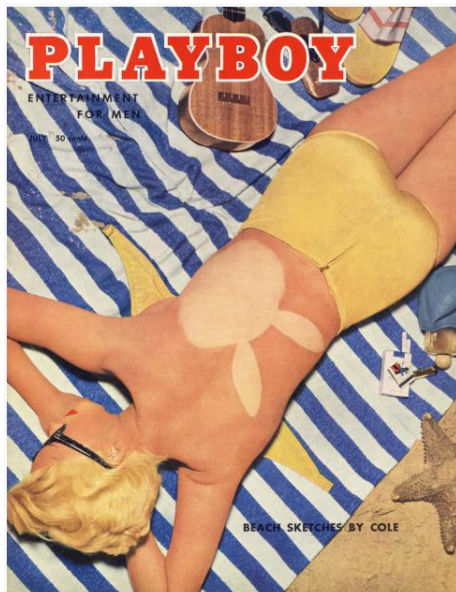
Slika 5.1.3. Primjer odnosa žene i Zeca na naslovnicama Playboya početkom pedesetih

Nakon 1956. godine, odnos zeca i žena prestaje biti dio tjelesne požude te prelazi u pravu romantičnu vezu. U izdanju za veljaču, možemo uočiti fotografiju zeca i žene u medaljonu u obliku srca (koji je najvjerojatnije poklon za Valentinovo), a u izdanju za studeni, kako par uživa na romantičnom skijanju.



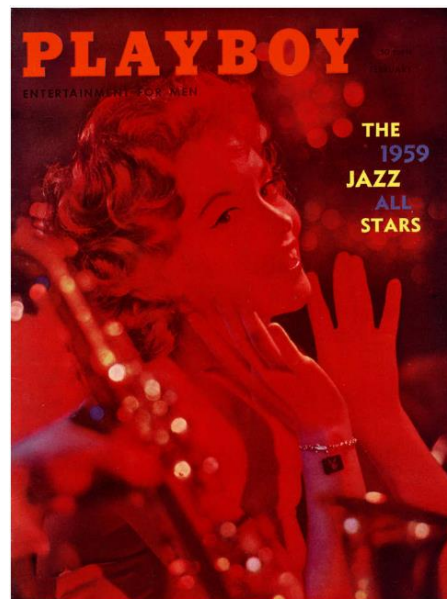
Slika 5.1.4. Primjer odnosa žene i Zeca na naslovnicama Playboya pred kraj pedesetih

Osim ilustriranoga zeca, polako se počinje „ubacivati“ i logo zeca koji potkraj desetljeća postaje sve kreativniji i manje vidljiv. U šezdesetima ćemo vidjeti kako se u potpunosti razvila ta „igra pronalaska“.



Slika 5.1.5. Primjer skrivenog zeca na naslovnicama Playboya u pedesetima

Još jedan od načina na koji je logo zeca bio prisutan jest klasičnim crnim medaljonom koji se nalazi na manžetama, kravati ili pak narukvici.



Slika 5.1.6. Primjer skrivenog medaljona s logom zeca na naslovnicama Playboya

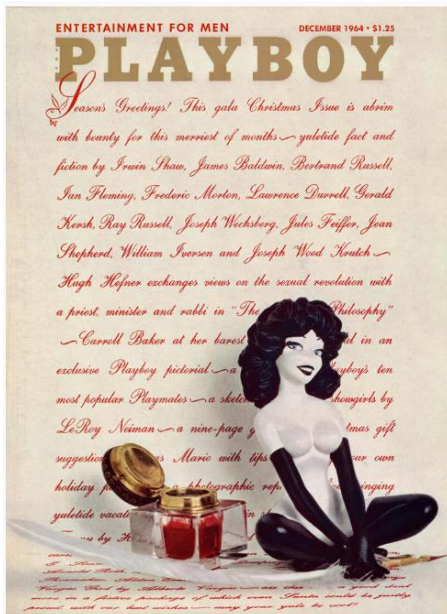
5.2. Časopis *Playboy* od 1960.-1969.

Dok je u prethodnom desetljeću u centru pozornosti bio nacrtani zec, u ovom desetljeću glavni fokus je na ženi s naslovnice. Logo zeca se i dalje pojavljuje „sakriven“ u pozadini, dok se nacrtani zec ne pojavljuje samo s djevojkom, već i samostalno u godišnjim izdanjima u siječnju. Svako siječanjsko izdanje imalo je isti princip naslovnice. Nacrtani zec (koji je najvjerojatnije predstavljao Huga Hefnera) u odijelu s pićem u ruci, koji ponosno pozira pored slika golih ljepotica na zidu.



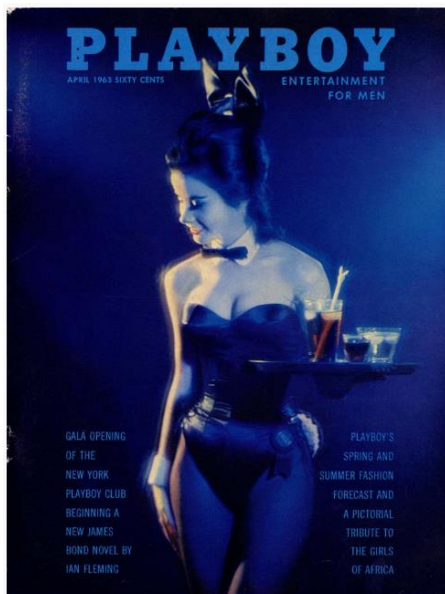
Slika 5.2.1. Primjer siječanjskih naslovnica *Playboya* u šezdesetima

Uz nacrtanog zeca, u šezdesetima, na naslovnicama se pojavljuje i lik crno-bijele djevojke, kojoj su jedini odjevni predmet bile crne čizme do koljena i rukavice. Ona, redovno uz zeca, postaje simbol *Playboyevih* naslovnica, no samo u šezdesetima jer joj se već u sedamdesetima gubi svaki trag.



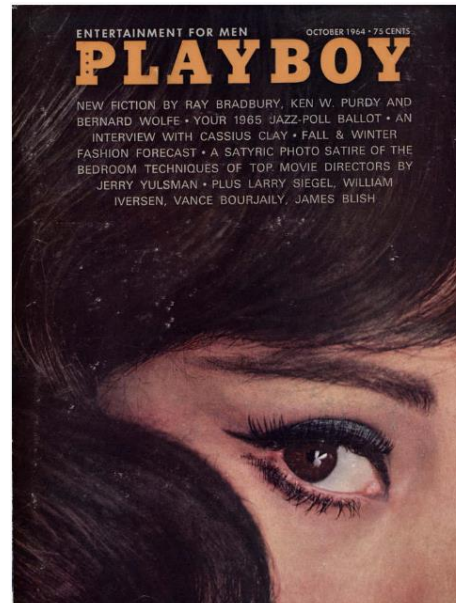
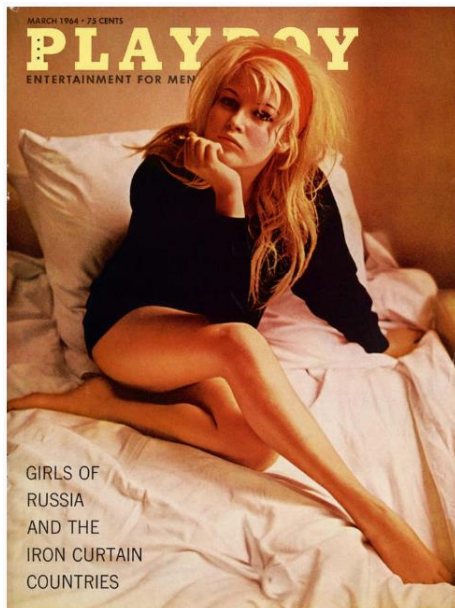
Slika 5.2.2. Primjer naslovnica Playboya s crno-bijelom djevojkom

Osim crno-bijele djevojke, javlja se još jedan novitet kod *Playboyevih* naslovnica. Iako smo vidjeli da su naslovnice u prethodnom desetljeću bile usklađene s godišnjim dobom ili praznikom (npr. naslovnica u veljači inspirirana Valentinovom), u šezdesetima, naslovnice postaju inspirirane raznim aktualnim događanjima toga mjeseca, poput otvaranja Playboy kluba u New Yourku, Superbowlom te čak predsjedničkim izborima.



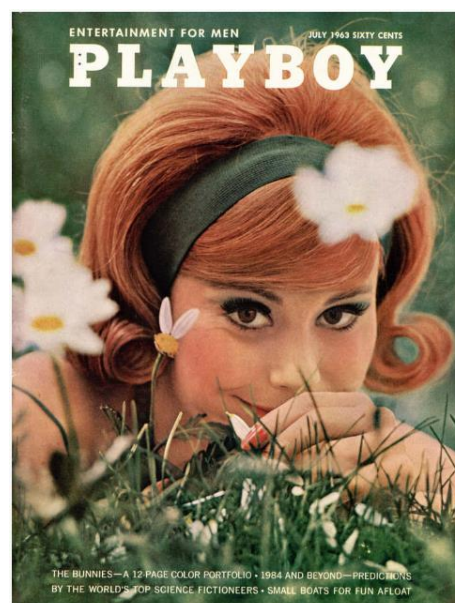
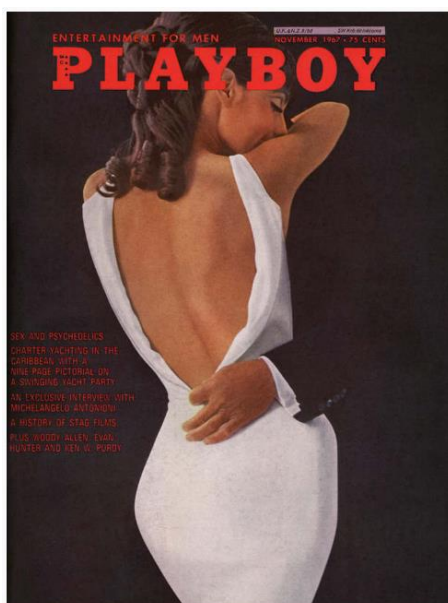
Slika 5.2.3. Playboyev naslovnica inspirirana otvaranjem Playboy kluba (lijevo) i Playboyeva naslovnica inspirirana predsjedničkim izborima između Nixona i Reagana (desno)

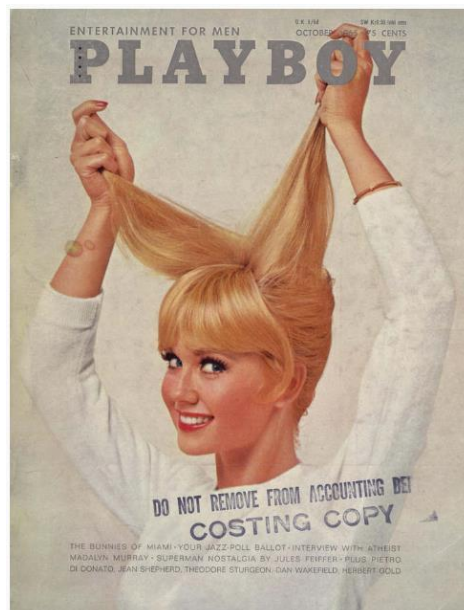
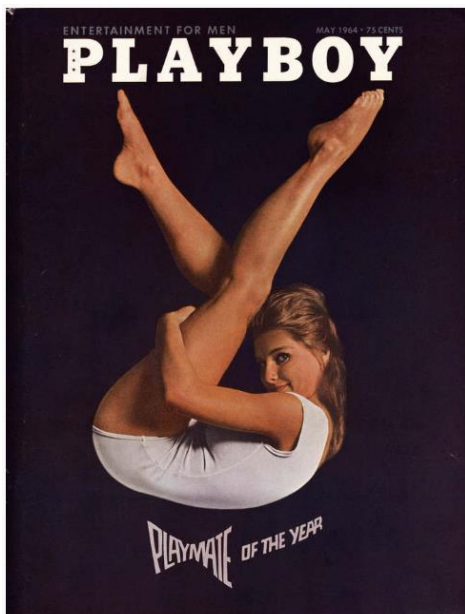
Dame s naslovnica, često su namjerno (radi bolje prodaje) podsjećale na poznate glumice toga vremena, poput Sophie Loren, Brigitte Bardot, Audrey Hepburn i naravno, Marilyn Monroe.



Slika 5.2.4. Naslovnice Playboya inspirirane Brigitte Bardot (lijevo) i Audrey Hepburn (desno)

„Igra pronalaska“ zeca i dalje je prisutna i u punom je jeku. Logo zeca u ovom desetljeću je najkreativnije sakriven i promišljeno ukomponiran u naslovnicu. Može ga se uočiti na rekvizitima, odjeći i modnim dodacima te ga djevojke čak počinju i replicirati svojim tijelom.

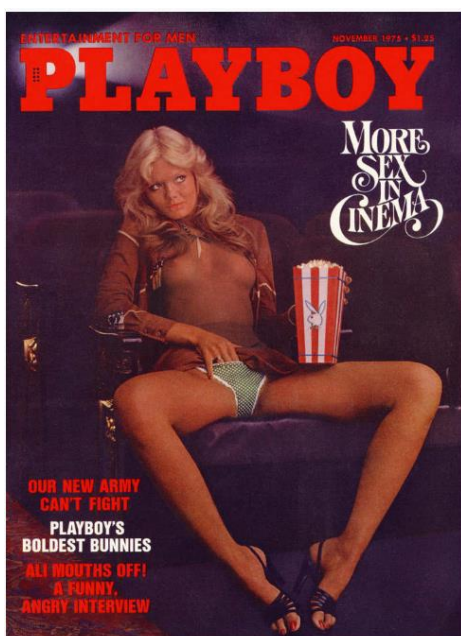


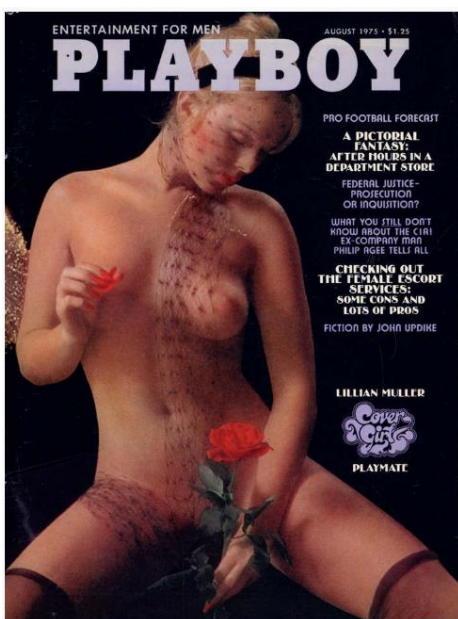


Slika 5.2.5. Primjer skrivenoga zeca na naslovnicama Playboya u šezdesetima

5.3. Časopis *Playboy* od 1970.-1979.

U ovo vrijeme, *Playboy* je prodavao gotovo 7 milijuna primjeraka mjesečno i bilo je „šik“ biti viđen u redu ispred kina čekajući kartu za *Duboko grlo* ili *Đavla u gospođici Jones*. (McNair 2004: 70) Zbog Zlatnog doba pornografije ili kako ga još neki vole zvati porno-šik, sedamdesetih godina *Playboy* gubi svoj prepoznatljivi razigrani i mladenački duh naslovnica te ga zamjenjuje erotičnim, pa čak i pomalo pornografskim. Također, počinju se pojavljivati i nepokrivene ženske grudi, a djevojke bi svojim pozama aludirale na seksualne radnje.





Slika 5.3.1. Primjer erotičnih Playbojevih naslovnica u sedamdesetima

Playboy je od samih početaka bio u toku s najnovijim trendovima, ne samo u tematskom dijelu časopisa, već i u vizualnom. Svaka djevojka savršeno je predstavlja desetljeće u kojem se nalazila, od aktualne mode do šminke i frizure. Čak je bio i korišten font *David* za jednu naslovnicu u sedamdesetima (*Slika 5.3.2.*, *slika desno*), koji je prikladno odgovarao hipi stilu.



Slika 5.3.2. Primjer hipi djevojaka na naslovnicama Playboya

U ovom desetljeću objavljeno je i najprodavanije izdanje *Playboya*. S Pamelom Rawling na naslovnici, izdanje u studenom 1972. godine, prodano je u više od 7.16 milijuna primjeraka. No, razlog zašto je ovo izdanje jedno od najpopularnijih, nije isključivo zasluga modela s duplerice Lene Söderberg, već i grupe informatičara sa Sveučilišta Južne Kalifornije. Naime, fotografija iz *Playboyeve* duplerice iz 1972. godine, korištena kao testna slika tijekom stvaranja široko korištenih standarda za obradu slika poput JPEG i MPEG. Snimak na kraju je postao jedna od najčešće korištenih testnih slika za algoritam obrade slika. Manekenka Lena Söderberg (skraćeno nazvana "Lenna"), danas je nadaleko poznata kao i „prva dama interneta”. (<https://en.wikipedia.org/wiki/Lenna>, prev. N.K.)

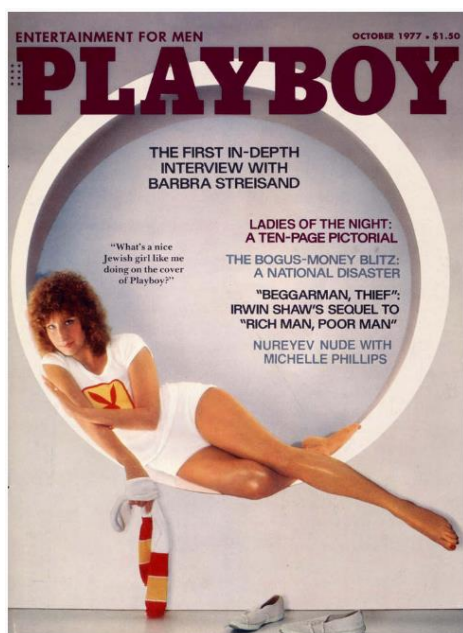


Slika 5.3.3. Naslovnica najprodavanijeg Playboyevog izdanja



Slika 5.3.4. Slika „Lenna”

Dok su u šezdesetima djevojke s naslovnica ličile na poznate glumice i pjevačice, u sedamdesetima su one doista i pozirale za *Playboy*. Neke od njih bile su oskarovka Barbra Streisand, country pjevačica Dolly Parton te glumica Raquel Welch.



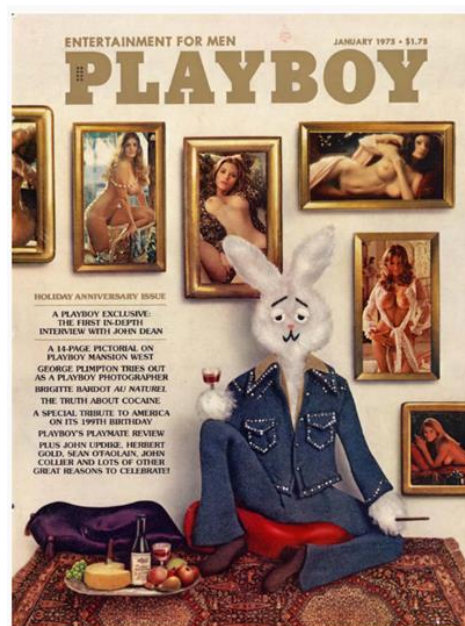
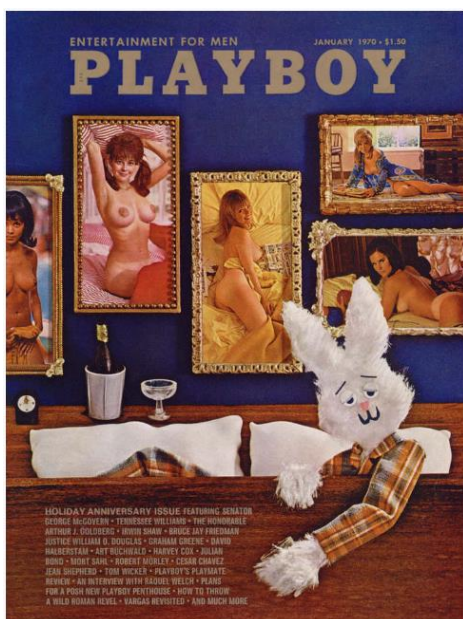
Slika 5.3.5. Barbra Streisand (lijevo) i Dolly Parton (desno) na naslovnici Playboya

Uz poznate dame, naslovnicu *Playboya* u listopadu 1979., krasio je i jedan poznati muškarac. Naime, riječ je o poznatom glumcu Burtu Reynoldsu, za kojeg se u sedamdesetima smatralo da je oličenje pravog mačo muškarca. No, za razliku od poznatih dama koje bi pozirale same, Reynolds, ali i ostali muškarci na naslovnicama *Playboya* (sveukupno njih 10), uvijek bi pozirali u društvu Playbojevih zečica. Ne zato što su oni tako htjeli, već zato što su ciljana skupina potražaca bili heteroseksualni muškarci.



Slika 5.3.6. Burt Reynolds na naslovnici Playboya

Logo zeca se i dalje pojavljuje sakriven u pozadini, dok se nacrtani zec pojavljuje isključivo u godišnjim izdanjima u siječnju.



Slika 5.3.7. Primjer siječanjskih naslovnica Playboya u sedamdesetima

5.4. Časopis Playboy od 1980.-1989.

Playboy u osamdesetima je na naslovnicama imao najveće svjetske zvijezde iz svijeta glazbe, filma i mode, poput LaToye Jackson, Joan Collins, Madonna, Brooke Shields, Cindy Crawford itd.



Slika 5.4.1. Madonna (lijevo) i LaToya Jackson (desno) na naslovnici Playboya

Novitet koji se javlja kod naslovnica u osamdesetima, bile su naslovnice sa zvijezdom filma koja bi preko tematski osmišljene naslovnice promovira svoj film. Tako je npr., Bo Derek sa svojom naslovnicom promovirala svoj film *Tarzan*, ali i glumac Steve Martin svoj novi album *A Wild and Crazy Guy*, koji je dosegnuo drugo mjesto na Billboardovoj pop ljestvici. Čak je i animirani lik Jessica Rabbit promovirao svoj film *Tko je smjestio zeki Roggeru?*. Ovaj novitet s naslovnicama će u devedesetima doživjeti svoj vrhunac.



Slika 5.4.2. Bo Derek (lijevo) i Jessica Rabbit (desno) na naslovnici Playboya

Nakon Drugog vala feminizma, *Playboy* u osamdesetima počinje objavljivati posebna izdanja posvećena ženama s do tada „tipično muškim“ zanimanjima.

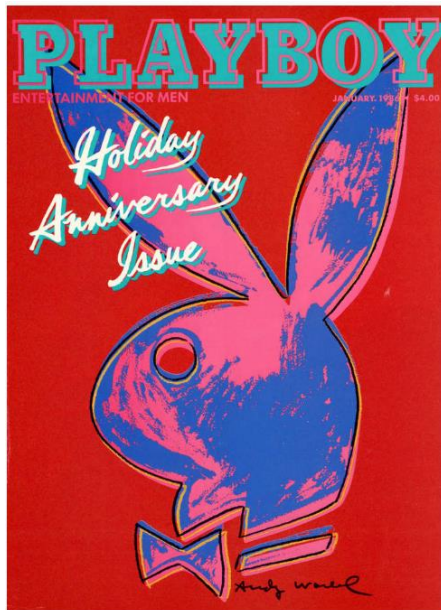
Posebno izdanje iz 1980. nazvano „Žene američke vlade“, sadržavalo fotografije dvaju američkih zaposlenica američke ratne mornarice, Yeoman Darlene i Aubrey Rein, koje su polugole pozirale za časopis. *Playboy* je zbog tog postupka doživio brojne kritike, a obje žene su bile otpuštene iz službe. Policajka njujorške policijske uprave koja je pozirala za *Playboy* 1994. godine, također je otpuštena s posla zbog nepropisnog korištenja svoje policijske uniforme.

Do dan danas, naslovnice ovih izdanja smatraju se jednim od najkontroverznijih naslovnica u povijesti *Playboya*. (<https://www.scientificmystery.com/most-controversial-playboy-covers/>, prev. N.K.)



Slika 5.4.3. Primjer naslovnica *Playboya* s ženama različitih zanimanja

Playboy u osamdesetima potpuno izbacuje lik nacrtanog zeca u godišnjim izdanjima te ga zamjenjuje logom zeca na minimalističnoj pozadini. Često bi baš na tim godišnjim izdanjima logo zeca nacrtao neki slavni karikaturist ili slikar poput Andyja Warhola, Ernesta Trovea i LeRoyja Neimana. Hefner i brend koji je stvorio nadahnuli su mnoge, uključujući i područje vizualne umjetnosti, a posebice pop-art umjetnika među kojima su kiparica Marisol Escobar te fotograf i slikar Sigmar Polke.



Slika 5.4.4. Playboyeva naslovnica osmišljena od strane Andy Warhola (lijevo) i Ernesta Trova (desno) Playboyevih naslovnica u osamdesetima

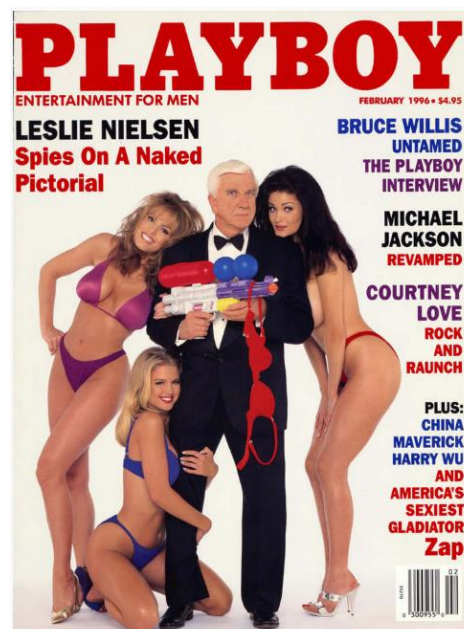
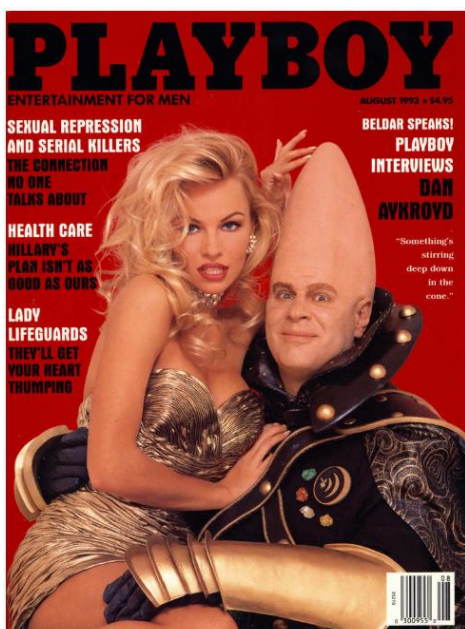
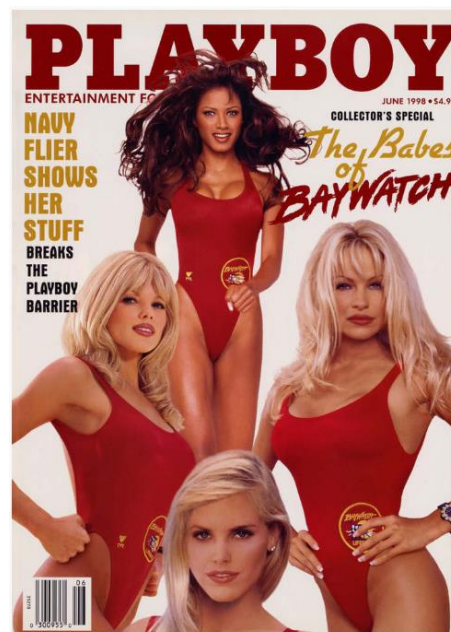
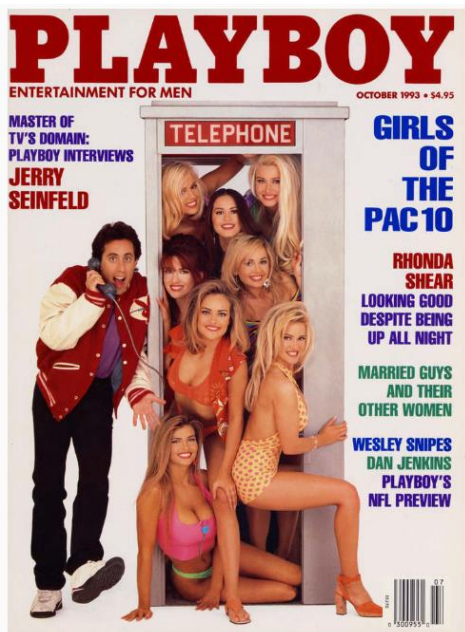
5.5. Časopis Playboy od 1990.-1999.

Uz poznate ljepotice (i Donalda Trampa) na naslovnicama *Playboya* u devedesetima, počele su se pojavljivati poznate osobe koje na prvu ne bismo povezali s Playboyevim brendom. Kao npr. gitarista rock grupe Kiss, Genea Simmonsa te teen senzaciju Ginger Spice, jednu od četiriju članica najpopularnije ženske grupe svih vremena, Spice Girls.



Slika 5.5.1. Gene Simmons (lijevo) i Geri Halliwell, poznatija kao Ginger Spice (desno) na naslovnici Playboya

Playboyev novitet sa zvijezdama filmova/serija na naslovnicama časopisa, najveću popularnost doživio je u devedesetima. Naslovnice bi na nenametljiv način, uz tematski osmišljenu naslovnicu, promovirale najnoviji film ili hit seriju. Za muškarce na naslovnici *Playboya* i dalje su vrijedila ista pravila. Muški glavni lik iz filma ili serije mogao je biti na naslovnici, isključivo ako uz njega poziraju *Playboyeve* zečice, dok su ženski glavni likovi pozirali sami.



Slika 5.5.2. Jerry Seinfeld (gore lijevo), glumice iz serije Baywatch (gore desno), Dan Aykroyd i Pamela Anderson (dolje lijevo) te Leslie Nielsen (dolje desno) na naslovnici *Playboya*

Lice koje je najviše krasilo naslovnice *Playboya* u devedesetima bila je Pamela Anderson, koja ujedno i drži rekord s najviše *Playboyevih* naslovnica, čak njih 14. Iz tog razloga, 2016. je bila odabrana da pozira za naslovnicu zadnjeg izdanja *Playboya* s golim fotografijama. Za *Playboy* je pozirala od svoje 22. do 48. godine. U devedesetima, pozirala je čak osam puta (osim 1990. i 1995).



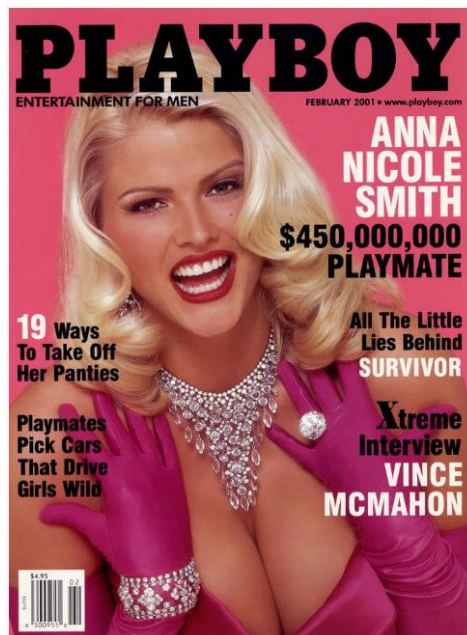
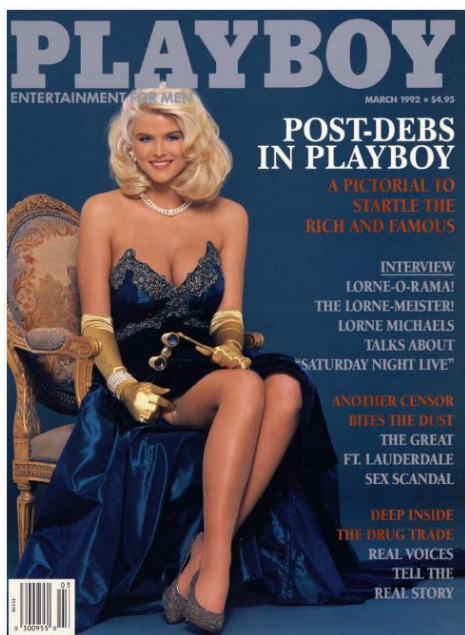
Slika 5.5.3. Prva (1989.) i posljednja (2016.) naslovnica Pamele Anderson za *Playboy*

Naslovnice s Pamelom Anderson

- listopad 1989.
- veljača 1991.
- srpanj 1992.
- kolovoz 1993.
- studeni 1994.
- siječanj 1996.
- rujan 1997.
- lipanj 1998.
- veljača 1999.
- srpanj 2001.
- svibanj 2004.
- siječanj 2007.
- siječanj 2011.
- siječanj/veljača 2016.

Anna Nicole Smith druga je ljepotica koja je često krasila *Playboyeve* naslovnice. Za razliku od Pamele Anderson, neodoljivo je podsjećala na Marilyn Monroe, stoga su njezine naslovnice

bile nadahnute starim Hollywoodskim glamurom. Bila je na pet *Playboyevih* naslovnica, a zadnja je bila u njezinu počast nakon tragične smrti.



Slika 5.5.4. Anna Nicole Smith na naslovnici Playboya

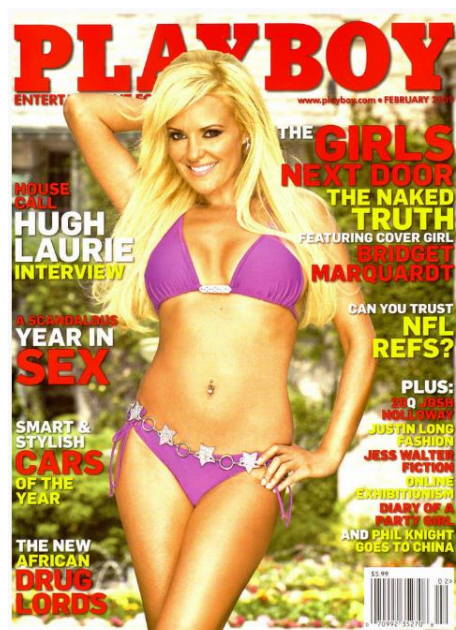
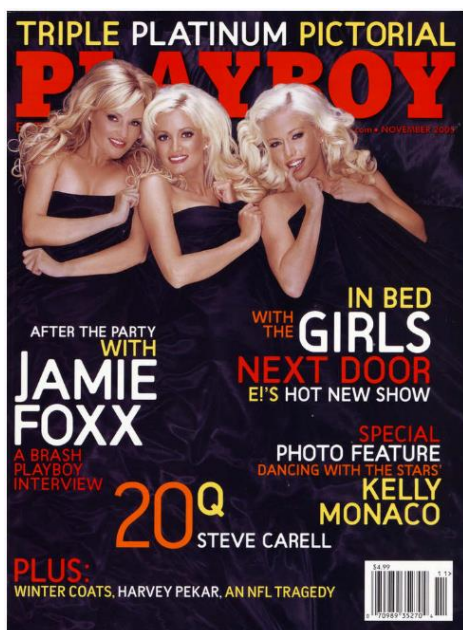
Naslovnice s Annom Nicole Smith

- ožujak 1992.
- lipanj 1993.
- veljača 1994.
- veljača 2001.
- svibanj 2007.

5.6. Časopis *Playboy* 2000.-2009.

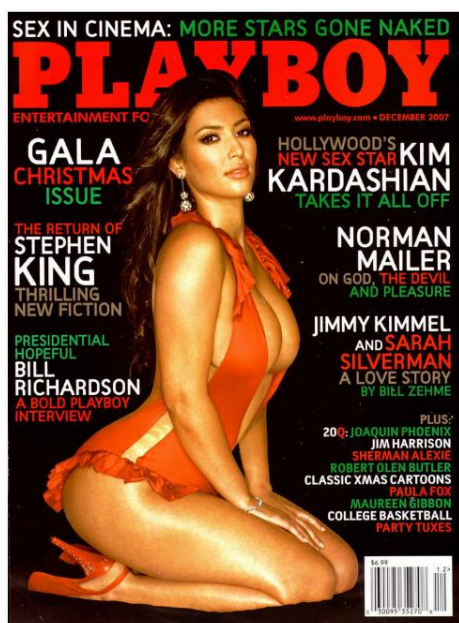
Uz porast popularnosti reality emisija u 2000. godini, reality zvijezde postaju dio moderne pop kulture te se njihova razina popularnosti postaje dosljedna popularnim glumcima i pjevačima.

Kendra, Bridget i Holly zajedno su imale tri naslovnice i jednu samostalnu (osim Kendre koja je imala još jednu zasebnu naslovnicu u prosincu 2010.) Čak su i snimanja za naslovnice bile emitirane u njihovom showu *Girls Next Door*.



Slika 5.6.1. Bridget Marquardt, Holly Madison i Kendra Wilkinson (lijevo) i Bridge Marquardt (desno) na naslovnici Playboya

No, „Djevojke iz susjedstva" nisu jedine reality zvijezde koje su pozirale za *Playboy*. Kim Kardashian svoje je snimanje za *Playboy*, također emitirala u jednoj od epizoda svoje emisije *Keeping Up with the Kardashians*, koja je kasnije postala jedna od najpopularnijih epizoda. Kći vlasnika poznatog lanca hotela, Paris Hilton te čak natjecateljice showa *Survivor*, Jenna Morasca i Heidi Strobel, reality su zvijezde koje su pozirale za *Playboy* u devedesetima.



Slika 5.6.2. Kim Kardashian (lijevo) i Jenna Morasca i Heidi Strobel (desno) na naslovnici Playboya

Neke od slavni osoba koje su pozirale za *Playboy* u dvijetisućitoj, bile su glumice Drew Barrymore, Denise Richards, Jessica Alba, pjevačica Mariah Carrie te burleskna plesačica i model, Dita von Tease. Čak je i Marge Simpson pozirala za naslovnicu, u čast 20 godina postojanja crtića *Simpsoni*. Sama naslovnica inspirirana je naslovnicom iz 1971. godine. Časopis je sadržavao intervju i seksi „fotografije“ s duplericom Marge Simpson. Naravno, nacrtane rukama jednog od najpoznatijih crtača stripova i animiranih filmova, Matta Groeninga.



Slika 5.6.3. Naslovnica Marge Simpson (lijevo) i Darine Stern (desno) za Playboy



Slika 5.6.4. Marge Simpson za Playboy

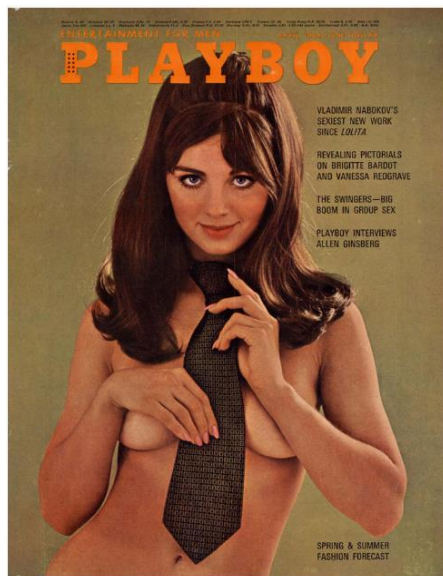
Od filmova, na naslovnica *Playboya* promovirao se film *House Bunny* (humorističan film o bivšoj Playbojevoj zečici), za koji je pozirala glavna glumica Anna Faris te Seth Rogen (uz Playbojevu zečicu), koji je promovirao svoj film *Zack and Miri Make a Porno*.



Slika 5.6.5. Anna Faris (lijevo) i Seth Rogen (desno) na naslovnici *Playboya*

5.7. Časopis *Playboy* 2010.-2019.

Zbog sve većeg razvoja novih medija i do sada najlakšem pristupu informacija (ali i pornografije), *Playboy* hitro počinje gubiti tiražu. Čak su se i gole fotografije poznatih ljepotica, zbog kojih su neki i dalje kupovali *Playboy*, odsada mogle naći na internetu. Unatoč tomu, zvijezda serije *Mad Men* (*Momci s Madisonsa*), Christa Flanagan, 2010. skinula za *Playboy* i rekreirala naslovnicu iz 1969. (iz vremena kada se radnja serije i odvijala). Također, od 2010. godine *Playboy* spaja izdanje u siječnju i veljači, a od 2012. spaja i izdanja u srpnju i kolovozu.



Slika 5.7.1. Naslovnica Sharon Kristie i Christe Flanagan za

No, Christa Flanagan nije jedina koje je rekreirala staru *Playboyevu* naslovnicu. Godine 2017., sedam bivših modela rekreirale su vlastite *Playboyevu* naslovnice iz 70-tih, 80-tih i 90-tih godina.



Slika 5.7.2. Naslovnica Candace Collins za Playboy iz 1978. i rekreirana naslovnica



Slika 5.7.3. Naslovnica Kimberley Conrad za Playboy iz 1988.. i rekreirana

Početak 2013. godine kvaliteta naslovnica se mijenja nabolje. Naslovnice više ne djeluju jeftino i nekreativno, već profesionalno, poput *high-end* editorijala.



Slika 5.7.4. Primjer Playbojeve naslovnica iz 2012. (lijevo) i Playbojeva naslovnica iz 2013. (desno)

To dokazuje i činjenica da je *Playbojeva* naslovnica pod imenom „Usne” (fotografirao Tony Kelly, dizajnirao Mac Lewis) proglašena je „Naslovnicom dana” od društva profesionalnih dizajnera (SPD).



Slika 5.7.5. Playboyeva naslovnica „Usne“

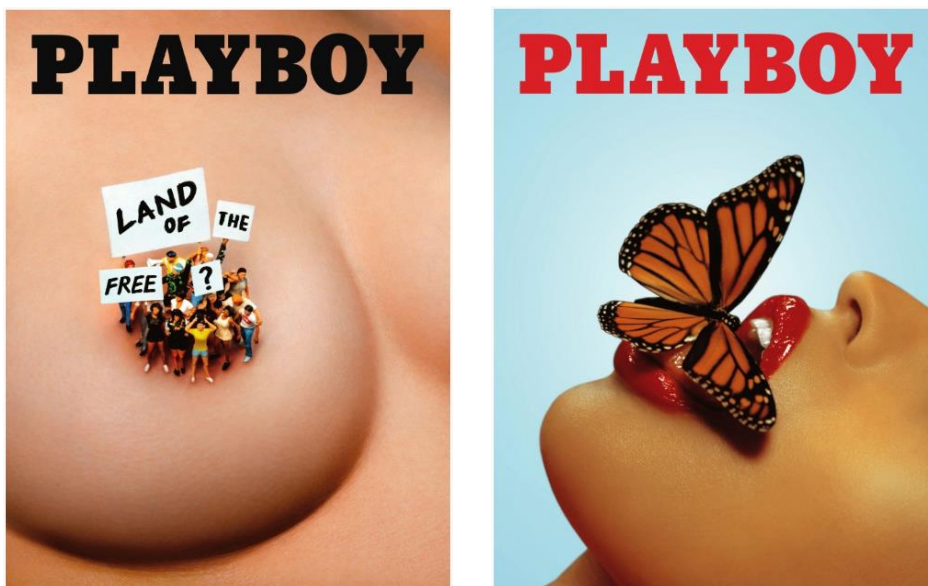
U 2015. godini, *Playboy* je izjavio da više neće objavljivati gole fotografije žena, smatrajući da je ta vrsta fotografija „passe“ u internetsko doba. (<https://www.theguardian.com/media/2017/sep/28/hugh-hefner-founder-of-playboy-magazine-dies-aged-91>, prev. N.K.) Nakon te odluke, *Playboy* u novom izdanju 2016. godine, gubi staru inačicu „Entertainment for men“, koja se posljednjih šezdeset godina nalazila ispod naslova časopisa. Ta odluka nije dugo potrajala te su gole fotografije vraćene u ožujku 2017., s porukom na naslovnici koja je glasila „Golo je normalno“.



Slika 5.7.6. Naslovnica „povratničkog“ izdanja Playboya

Inačica „Entertainment for men" vraća se potkraj 2017. godine, ali promijenjena u inkluzivniju verziju, koja je glasila: „Entertainment for all".

Od 2019. godine, *Playboy* počine izlaziti sezonski (zima, proljeće, ljeto, jesen). Naslovnice su minimalistične, nemaju podnaslove te djeluju moderno i umjetnički. U posljednjem, ljetnom izdanju, ponovo se pojavljuje naslovnica sa „skrivenim" logom zeca, inspirirana naslovnicom iz 1962. godine.



Slika 5.7.7. Primjer naslovnica iz 2019. godine



Slika 5.7.8. Ljetno izdanje Playboya iz 2019. (lijevo) i Playboyeva naslovnica iz 1962. godine (desno)

6. Zaključak

„Ovaj časopis znači pomicanje granica”, rekao je Hugh Hefner jednom prilikom. I zaista, *Playboy* je uz njega, uvijek bio više od običnog časopisa kojeg su krasile razgolićene zanosne ljepotice. Naime, još u pedesetima i šezdesetima, hrabro je progovarao o ženskim pravima, o dostupnosti kontracepcije, ali i protiv segregacije i homofobije. Na stranicama *Playboya* nije se dogodila samo seksualna revolucija. Bilo je tu mnogo važnih pitanja - od građanskih prava, prava žena do prava homoseksualaca. Sve to bilo je „upakirano” između svih tih slavni golišavih fotografija. Da, *Playboy* je kontekstualizirao golotinju i seksualnost u komercijalnom, komodificiranom svijetu. U kapitalističkoj zemlji to se jedva moglo učiniti na bilo koji drugi način. Povijest je puna iskrenih, ali neuspjelih pokušaja utopijskih seksualnih zajednica i projekata društvenih promjena koji su inzistirali na životu izvan kapitalizma.

No, čitanje *Playboya* bilo je vizualno iskustvo, jednako koliko i iskustvo čitanja. Michael Hainey, koji je radio kao urednik u *GQ-u* i *Esquireu* je rekao : „Šala o *Playboyu* je „čitam ga zbog članaka”. No, u stvari, novinarstvo u njemu bilo je kvalitetno novinarstvo. Hefner je oduvijek volio eksperimentirati s objavljuvanjem kontroverznih i vrhunskih stvari." (<https://www.npr.org/2017/09/27/531884820/-playboy-founder-hugh-hefner-who-championed-free-speech-and-smut-dies-at-91>, prev. N.K.) Časopis je postao poznat po seksualno eksplicitnom sadržaju, kao i po objavljuvanju kvalitetnih intervjua i izvrsnih tekstova pisaca, među kojima su: Ray Bradbury, Ian Fleming, Joseph Heller, Jack Kerouac i Margaret Atwood.

Dok su ga jedni bodrili zbog pokretanja seksualne revolucije i pomaganja pri legalizaciji pobačaja, drugi su smatrali da Hugh Hefner i *Playboy* nisu osnažili žene da preuzmu kontrolu nad svojom seksualnošću, već da su pridonijeli njihovoj objektivizaciji i dehumanizaciji. Njegov odnos s feminizmom teško je procijeniti kao pomoć ili kao odmaganje. *Playboy* i dan danas omogućuje feministkinjama platformu za pismenu raspravu s muškarcima, što održava temu „život”. S druge strane, feminizam dopušta *Playboyu* da fotografira gole žene, opravdavajući se da je riječ o osnaživanju žena, stvarajući začarani krug o kojemu se već desetljećima vode debate.

Njegov privatni život (bez obzira na to je li Hefner to izravno mislio ili ne) je pomogao u oblikovanju kulture seksualne objektivizacije žena. Hefnerovi privatni odnosi nisu nužno bili definirani kao ravnopravno partnerstvo. Što je i potvrdila knjiga Holly Madison, u kojoj je opisala svoj „zatvorenički život” i licemjerna pravila koja su je sprječavale da radi izvan palače koju je dijelila s Hefnerom. U međuvremenu, mnoge žene koje su radile u *Playboy* klubovima ili živjele u *Playboyeoj* palači, odavale su emotivnu počast Hefneru nakon njegove smrti. Kim

Kardashian na Twitteru je objavila da joj je bila čast biti dio Playboya, a Pamela Anderson video sebe kako plače na Instagramu.

Iako je *Playboy* 1970. imao presudnu moć u oblikovanju kulturne i rodne norme, danas ima moć da te iste zastarjele norme izmijeni. Cooper Hefner, koji sada ima kreativnu kontrolu nad časopisom, ima potencijal da naslijeđe svoga oca, nastavi razvijati u boljem smjeru. Na Twitteru redovito raspravlja o ozbiljnosti klimatskih promjena te kritizira Trumpove ideje - nekada redovitog gosta u Playboyevoj palači.

Hugh Hefner je za sobom ostavio veliko, ali i kontroverzno nasljeđe. Pametno je iskoristio aktualnu kulturu i svoj časopis kako bi pomogao promijeniti način na koji se promatraju nedovoljno zastupljene skupine. Kao što i danas možemo vidjeti, kultura je često bojno polje na kojemu se vode ideološki ratovi. Hugh Hefner zaslužuje priznanje za svoju borbu za građanska i ljudska prava, mnogo prije nego što je to bilo popularno. U drugom slučaju, prikaz žena ostaje uistinu problematičan. Unatoč svim *Playboyevim* lošim odlukama, povijest nam govori kako su i muškarci i žene trebali nekakvu vrstu „poticaja“ nakon Drugog svjetskog rata. Dok su se žene za poticaj okrenule simpatijama Simone de Beauvoir, muškarci su se okrenuli Hughu Hefneru. Svaki je imao svoju ulogu, zajedno i odvojeno, u obnovi američkoga stanovništva, a time i napretku poslijeratne Amerike. Sve u svemu, nedvojbeno je da je Hugh Hefner bio pionir progresivizma u vrijeme kada je Americi to najviše bilo potrebno.

U Koprivnici, 11. rujna 2019.



V Ž K C

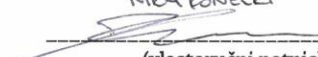
M M I

**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

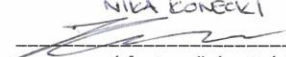
Ja, NIKA KONECKI (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom VIZUALNA POVIJEST ČASOPISA PLAYBOY U SPOREDBI (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

NASLOVNICA 1953-2019

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
NIKA KONECKI

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, NIKA KONECKI (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom VIZUALNA POVIJEST ČASOPISA PLAYBOY (upisati naslov) čiji sam autor/ica. U SPOREDBI NASLOVNICA 1953.-2019.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
NIKA KONECKI

(vlastoručni potpis)

7. Literatura

Knjige:

- [1] Madison, Holly. 2015. *Down the Rabbit Hole: Curious Adventures and Cautionary Tales of a Former Playboy Bunny*. Harper Collins Publishers. New York.
- [2] McNair, Brian. 2004. *Striptiz kultura – seks, mediji i demokratizacija žudnje*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb.

Internetski izvori:

1. Klein, Marty. *Hugh Hefner: No Saint, But a Revolutionary*.
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/sexual-intelligence/201709/hugh-hefner-no-saint-revolutionary>
2. Day, Pascal. *Hef the Politician and Playboy's History in Politics*.
<https://metro.co.uk/2017/09/28/hugh-hefner-might-have-been-a-sleaze-but-playboy-helped-push-feminism-forwards-6963213/>
3. *Hugh Hefner and The History Of The Playboy Logo*.
<http://blog.logomyway.com/hugh-hefner-and-the-history-of-the-playboy-logo/>
4. <http://www.dewebsite.org/logo/playboy/playboy.html>
5. Suman, Liz. *PRICE O ZECU*. <http://playboy.hr/2019/04/price-o-zecu/>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Playboy_Enterprises
7. https://en.wikipedia.org/wiki/Playboy_Club
8. https://en.wikipedia.org/wiki/Playboy_Bunny
9. R. Peterson, James. *Hef the Politician and Playboy's History in Politics*.
<https://www.playboy.com/read/hef-the-politician>
10. Hefner, Cooper. *FILOZOFIJA PLAYBOYA*. <http://playboy.hr/2017/03/filozofija-playboya/>
11. Jeffries, Stuart. *Hugh Hefner obituary*.
<https://www.theguardian.com/media/2017/sep/28/hugh-hefner-obituary>
12. P., Gus. *Hugh Hefner, founder of Playboy magazine and civil rights advocate, dead at 91*. <https://kulturehub.com/hugh-hefner-dead-91/>
13. Hawkins, Derek. *For Hugh Hefner, gay rights were part of the sexual revolution*.
https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/09/28/for-hugh-hefner-gay-rights-were-part-of-the-sexual-revolution/?utm_term=.a5d8a3a03d8e

14. Klein, Jess. *FOR BETTER AND FOR WORSE, THE 'PLAYBOY MAGAZINE' OF THE '70S HELPED SHAPE THE AMERICA OF TODAY.*
<https://theoutline.com/post/5600/for-better-and-for-worse-the-playboy-of-the-70s-helped-shape-the-america-of-today?zd=3&zi=ilmpxdft>
15. Brownmiller, Susan. *Hugh Hefner Was My Enemy.*
<https://www.nytimes.com/2017/09/29/opinion/sunday/hugh-hefner.html>
16. Gilbert, Sophie. *How Hugh Hefner Commercialized Sex.*
<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/09/how-hugh-hefner-commercialized-sex/541368/>
17. Wamsley, Laurel. *Hugh Hefner's Final Resting Place? The Plot He Bought Next To Marilyn Monroe.*
<https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2017/09/29/554574570/hugh-hefner-s-final-resting-place-the-plot-he-bought-next-to-marilyn-monroe>
18. <https://en.wikipedia.org/wiki/Lenna>
19. Tiwari, Soma. *The most controversial Playboy Covers since the start of Magazine.*
<https://www.scientificmystery.com/most-controversial-playboy-covers/>
20. Convery, Stephanie. *Hugh Hefner, founder of Playboy magazine, dies at 91.*
<https://www.theguardian.com/media/2017/sep/28/hugh-hefner-founder-of-playboy-magazine-dies-aged-91>
21. Simon, Scott. *'Playboy' Founder Hugh Hefner, Champion Of Free Speech And 'Smut,' Dies At 91.*
<https://www.npr.org/2017/09/27/531884820/-playboy-founder-hugh-hefner-who-championed-free-speech-and-smut-dies-at-91>

Popis slika

