

Semiotička analiza animirane komedije South Park - analiza likova iz prve sezone

Somborac, Lara

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:244978>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-05**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ MEDIJI I
ODNOSI S JAVNOŠĆU

LARA SOMBORAC

**SEMIOTIČKA ANALIZA ANIMIRANE KOMEDIJE *SOUTH PARK* –
ANALIZA LIKOVA IZ PRVE SEZONE**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Luka Alebić

Sumentor: dr. sc. Snježana Barić-Šelmić, viša asistentica

Osijek, 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TEORIJSKI OKVIR.....	2
2.1. Što su mediji?	2
2.2. Povijesni razvoj medija	4
3. SEMIOTIKA	7
3.1. Nastanak i razvoj semiotike.....	8
3.2. Vizualna semiotika	10
3.3. Semiotika filma	11
4. ANIMIRANI FILM.....	14
4.1. Kulturološka važnost animiranog filma	16
5. SERIJAL O SOUTH PARKU.....	19
6. EMPIRIJSKI DIO.....	21
6.1. Metodologija istraživanja	21
6.1.1. Svrha i cilj istraživanja	21
6.1.2. Hipoteze istraživanja.....	22
6.2. Semiotička analiza serije <i>South Park</i>	22
7. ZAKLJUČAK.....	32
8. LITERATURA	33
9. PRILOZI	36
9.1. Popis slika.....	36

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

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Kojom ja _____ potvrđujem da je moj _____ rad
pod naslovom _____

te mentorstvom _____ rezultat isključivo mojega 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, _____

Potpis

SAŽETAK

Ovaj se diplomski rad bavi analizom serije *South Park* kroz elemente vizualne semiotike, to jest proučava znakove i simbole u seriji. Serija je specifična po kontroverznim temama i animaciji. Koristi minimalističku animaciju kako bi se naglasile društvene i političke poruke. Semiotičkom analizom rad naglašava važnost animiranih filmova kao moćnog sredstva za kritiku društva i ideja koje bi bile teže prihvaćene u konvencionalnim filmovima. *South Park* koristi jednostavne vizualne znakove radi slojevite i lakše komunikacije s gledateljima. Također, omogućuje gledatelju simultano interpretirati dublje društvene poruke. Cilj ovoga istraživanja bio je identificirati ključne semiotičke elemente poput satire i društvenih kodova unutar odabranih epizoda, načine na koje serija koristi znakove i simbole za prikazivanje društvenih i političkih tema poput kapitalizma, političke korektnosti, religije i slobode govora te ispitati upotrebu kulturnih kodova. Osim toga, cilj je također dekonstruirati ideološke poruke koje se kriju iza humora i satire. U seriji *South Park* prisutni su kodovi sarkazma i sociokulturološki kodovi, pri čemu likovi funkcioniraju kao semiotički simboli različitih društvenih stereotipova, što seriji omogućava da parodijom i kritikom suvremenih društvenih fenomena poput političke korektnosti, konzumerizma i kapitalizma komunicira poruke na dvije razine značenja – denotativnoj i konotativnoj. Navedene teze obrazložene su u istraživačkom dijelu rada i podvrgnute odgovarajućoj analizi.

Ključne riječi: animirani film, satira, semiotika, simbol, vizualna semiotika.

ABSTRACT

This thesis deals with the analysis of the series South Park through the elements of visual semiotics, that is, it studies the signs and symbols in the series. The series is specific for its controversial themes and animation. It uses minimalistic animation to emphasize the social and political messages in it. Through semiotic analysis, the paper emphasizes the importance of animated films as a powerful tool for criticizing society and ideas that would be more difficult to accept by conventional films. South Park uses simple visual cues for layered and easier communication with viewers. Also, it allows the viewer to simulatively interpret deeper social messages. The aim of this research was to identify key semiotic elements such as satire and social codes within selected episodes, how the series uses signs and symbols to portray social and political topics such as capitalism, political correctness, religion and freedom of speech, and to examine the use of cultural codes. In addition, deconstruct ideological messages that are hidden behind humor and satire. In the series South Park, codes of sarcasm and socio-cultural codes are present, whereby the characters function as semiotic symbols of various social stereotypes, which enables the series to communicate messages on two levels of meaning through parody and criticism of contemporary social phenomena such as political correctness, consumerism and capitalism - denotative and connotative. The stated theses are explained in the research part of the work and supported by appropriate analysis.

Keywords: animated film, satire, semiotics, symbol, visual semiotics.

1. UVOD

Animirana serija *South Park* postala je kulturni fenomen zahvaljujući svom specifičnom pristupu satiri, kontroverzi i kritici društva. Kreacija Treya Parkera i Matta Stonea kroz godine se razvila u platformu koja na provokativan način progovara o mnogim osjetljivim društvenim, političkim i moralnim temama. Utjecaj serije nadilazi animirani žanr, postavljajući ga kao važno djelo u širem kontekstu popularne kulture. Animacija kao medij često koristi pojednostavljenje i pretjerivanje zbog naglašavanja određene ideje, a to omogućava *South Parku* da kritizira društvene norme i ponašanja bez izravnog sukoba sa stvarnim osobama ili institucijama. Animirani film, osim zabave, služi kao alat za analizu društva. U tom kontekstu *South Park* postaje značajan za proučavanje semiotike. Simbolika serijala proizlazi iz povezanosti njegovih vizualnih elemenata i narativnog sadržaja, a jednostavna animacija u suprotnosti je s dubinom tema koje obrađuje, čime se dodatno naglašava moć poruka koje prenosi. Stoga se *South Park* može promatrati kao semiotički sustav u kojem svaka scena, lik i dijalog funkcioniraju kao znakovi koji u sebi nose posebna značenja unutar širokog kulturnog okvira. Shvaćanje animiranih filmova i serija kroz prizmu semiotike podrazumijeva i šire shvaćanje medija i nastanka semiotike kao znanstvene discipline. Semiotika je nastala iz proučavanja znakova i njihovih značenja u različitim oblicima komunikacije, a mediji, poput animacije, koriste taj sustav znakova kako bi komunicirali s publikom. *South Park* je savršen primjer za semiotičku analizu jer osim simbola koristi znakove za zabavu, kritiku i promišljanje suvremenog društva. Kroz vizualnu semiotiku ovaj serijal otvara vrata za analizu animacije i načina na koji mediji općenito prenose složene poruke preko jednostavnih simbola.

U prvom dijelu rada definiraju se mediji i daje se prikaz njihova povijesnog razvoja. Nadalje, definira se semiotika koja je ključna za analizu rada te se daje kratak osvrt u njezin povijesni kontekst. Unutar same semiotike definira se i grana semiotike pod nazivom vizualna semiotika. Uz vizualnu semiotiku objašnjava se još i semiotika filma. Također se obrađuje i animirani film te njegova kulturološka važnost. Prije same analize serije *South Park* donosi se uvod o seriji i temama o kojima ona govori.

Empirijskim dijelom rada, semiotičkom analizom animirane serije *South Park*, izdvajaju se i analiziraju ključni simboli i društveni kodovi koji se pojavljuju u prvoj sezoni. Cilj je analize istražiti kako znakovi, simboli i kodovi funkcioniraju unutar narativa serije te kako oni odražavaju i kritiziraju stvarnost, koristeći humor, ironiju i satiru kao alate za društvenu kritiku.

2. TEORIJSKI OKVIR

2.1. Što su mediji?

„Riječ medij je latinskog podrijetla (lat. medius – srednji, u sredini), a u hrvatsko nazivlje preuzet je iz engleske literature (eng. medium – sredina, srednji, sredstvo, element, medij)“ (Jurčić, 2017). „Medij se najčešće označava kao sredstvo prenošenja informacija ili sredstvo komuniciranja“ (Matošević Prenc, 2018). S obzirom na to da je medij vrlo složen pojam, postoje različita stajališta i definicije. Prema Matici hrvatskoj (1997) medij se može definirati barem s četiri različita aspekta:

- s fiziologijskog aspekta medij označava komunikacije: auditivne, vizualne, taktilne, olfaktivne te njihov međusobni odnos (intermedijalnost)
- s fizičkog aspekta medij označava tvar pomoću koje se izražava neka nova poruka, odnosno jezik, ton i boja
- s tehnološkog aspekta medij je sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje
- sa sociološkog aspekta medij se shvaća kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije, pa se govori o politici, gospodarstvu, znanosti, odgoju.

Zakon o medijima u Republici Hrvatskoj (2023) navodi da su mediji: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike.

Nadalje, važno je naglasiti da mediji imaju razne funkcije. Matošević Prenc (2018) navodi neke od izdvojenih funkcija:

- informacija – povećanje opće informiranosti građana i davanje kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice
- artikulacija – oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opažati
- *Agenda Setting* – uspostavljanje prioriteta u tretmanu društvenih tema te njihovo stavljanje na mjesta gdje se trebaju riješiti; stavljanje problema i tema pred javnost, ali i one koji ih moraju rješavati bez odgađanja

- kritika i kontrola – omogućiti da se ništa ne skriva od javnosti, nadzirati vlast, politiku, biznis i sve javne nositelje ovlasti
- zabava
- obrazovanje – mediji su sve više u službi educiranja jer se uporabom medija stječu mnoga opća znanja; oni mogu imati poseban obrazovni karakter preko specijaliziranih edukativnih programa koji se bave znanošću, istraživanjem i popularizacijom
- socijalizacija i vodstvo
- integracija – mediji na mnogo načina spajaju ljude, kulture, ideje, vjere i sl.

Iz svega navedenog može se zaključiti kako je pojam „medij“ vrlo široko rasprostranjen, što je rezultat mnogih različitih aspekata istraživanja.

Također, vrlo je bitno spomenuti i obraditi pojam „masovni mediji“. Oni su sastavni dio suvremenog društva, razvijaju se usporedno s društvom (equestris, n.d.). „Masovni mediji imaju izniman utjecaj i važnu ulogu u oblikovanju naših osobnih percepcija i uvjerenja, pogotovo u događajima o kojima ne posjedujemo mnogo informacija“ (equestris, n.d.).

Prema navodu autorice Peruško (2011), u prvim teorijama o ulozi medija u društvu (teorija o masovnom društvu, teoretičari Frankfurtske škole) smatralo se da je medijska publika masovna, inertna, nepovezana i nediferencirana te od tog shvaćanja i potiče naziv „masovni mediji“ jer je tako percipiran njihov društveni karakter. Spomenuta autorica obrazlaže da su masovni mediji definirani kao institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. „Masovni mediji su knjiga, tisak (novine, časopisi), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD). Mediji mogu biti lokalni, nacionalni i međunarodni, privatni, javni, državni i community, tj. asocijativni ili mediji trećeg sektora te matični (mainstream) i alternativni“ (Peruško, 2011). Nadalje, spomenuta autorica navodi da su masovni mediji istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije, organizacije i kulturne formacije. Peruško (2011) objašnjava da institucije masovnih medija proizvode i distribuiraju simbolička dobra koja su fiksirana na medij i mogu se reproducirati neograničen broj puta; proizvodi i sadržaji masovnih medija namijenjeni su prodaji (komodifikacija) i dostupni su svim pripadnicima društva. „Masovni mediji su industrije koje teže profitu i društvene institucije koje od njihova nastanka regulira društvo/država radi zadovoljavanja određenog javnog interesa“ (Peruško, 2011).

2.2. Povijesni razvoj medija

Mediji su se postupno razvijali. S obzirom na različita civilizacijska razdoblja mijenjala se i njihova uloga te utjecaj na društvo. U ovom dijelu rada bit će prikazan kratak povijesni pregled razvoja medija.

Matošević Prenc (2018) navodi da se razvoj tiskovnih medija proteže još od vremena Rimskog Carstva. Nadalje, autorica objašnjava da se već tada pojavljivala potreba zapisivanja važnih događanja i svega onoga što se u tom vremenu događalo. U početku su se za to koristile kamene ili metalne ploče postavljene na javna mjesta, na kojima su objavljivane važne novosti. To su ujedno bile i prve službene, odnosno državne novine, a nazivale su se *Acta diurna* ili *Acta publica*. Pokrenuo ih je Gaj Julije Cezar 59. godine p. n. e. *Acta diurna* od 27. godine p. n. e. postale su dnevne novine te se pretpostavlja da su izlazile svakodnevno, barem do 235. godine. U novinama *Acta diurna* objavljivani su razni državni dokumenti, odluke Senata, zakoni, proglašeni magistrata i carski dekreti te obavijesti o važnim dnevnim događanjima (Hrvatska enciklopedija, n.d.). Iduća faza razvoja počinje 1450. godine izumom tiskarskog stroja čemu je zaslužan Johannes Gutenberg, što je označilo prekretnicu u razvoju tiskanih medija (Matošević Prenc, 2018). Nakon izuma tiskarskog stroja prva tiskana knjiga bila je Biblija 1455. godine (European Union, 2023). Nedugo nakon Biblije počinju se sve više tiskati knjige, već početkom 17. stoljeća tiskaju se prve novine (Matošević Prenc, 2018). Godine 1609. u Njemačkoj se tiskaju prve moderne njemačke novine – *Avisa*, u Francuskoj 1631. godine počinje se tiskati *La Gazette*, a slijede ih Švedska, Engleska, Amerika i dr. U Hrvatskoj su prve novine počele izlaziti 1771. godine na latinskom jeziku pod nazivom *Zagrebačke novine* (Hercigonja, 2017). „Prve novine na hrvatskom jeziku (i dijelom na talijanskom) bile su Kragliski Dalmatin koje je izdavala francuska vlast u Zadru u razdoblju od 1806. do 1810. godine. Novine koje su se u potpunosti tiskale na hrvatskom jeziku počele su izlaziti tek 1835. godine pod nazivom *Novine Horvatzke*, a uređivao ih je Ljudevit Gaj“ (Matošević Prenc, 2018).

Matošević Prenc (2018) navodi da kao rezultat različitih izuma nastaje televizija čije se zasluge daju Paulu Nipkowu, V. K. Zworykinu, Willoughbyju Smithu, Johnu Logieju Bairdu i dr. „Televizija se u svojim početnicima razvijala kao mehanički sustav, koji je 1883. uveo Paul Nipkow u Njemačkoj“ (Hrvatska enciklopedija, n.d.). Nadalje, Matošević Prenc (2018) objašnjava da je 1910. godine u Americi pomoću mehaničkog sustava bio prvi televizijski prijenos koncerta iz Metropolitan Opere u New Yorku, a ubrzo nakon toga počinju se osnivati prve velike televizijske kuće, kao što su WNBC u New Yorku, BBC u Londonu (1929. godine)

i dr. Prema navodu Hrvatske enciklopedije (n.d.) sustav mehaničke televizije prestaje s radom 1935. godine. Nadalje, spomenuti izvor objašnjava da je 1920. godine V. K. Zworykin razvio elektroničku cijev za analizu i reprodukciju slike što je omogućilo razvoj elektroničke televizije. „Ubrzaniji razvoj uslijedio je 1930-ih godina, kada u Engleskoj, Francuskoj, Njemačkoj i SAD-u počinje radiodifuzija televizijskog signala. U početku je emitirana crna-bijela slika, a kasnije i u boji“ (Matošević Prenc, 2018). Na početku 21. stoljeća televizija se ne koristi samo za prijenos televizijskog programa, već služi i kao monitor za računala. Uz televiziju standardne kvalitete razvijena je televizija visoke kvalitete (engl. *High Definition Television*, skr. HDTV), a slijedi je digitalna i satelitska televizija (Hrvatska enciklopedija, n.d.). Prvo emitiranje televizijskog programa u Hrvatskoj bilo je 1956. godine (Hrvatska enciklopedija, n.d.). Prema objašnjenju Matošević Prenc (2018), u to vrijeme televizija je služila samo za prijenos informacija, zabavu i obrazovanje. Nadalje, spomenuta autorica navodi da se televizija kao masovni medij pojavila krajem 1920-ih godina. Može se zaključiti da je televizija postala neizostavan dio svakodnevice suvremenog čovjeka, igrajući ključnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja. Svojim širokim dosegom i raznolikim sadržajem televizija ne samo da informira i zabavlja, već i značajno utječe na stavove i ponašanje ljudi. Posebno se ističe uloga televizijskih odgojno-obrazovnih programa, koji imaju presudnu važnost u procesu odgoja i obrazovanja djece. Ti programi ne samo da pružaju djeci priliku za stjecanje novih znanja i vještina već i potiču njihovu kreativnost, kritičko razmišljanje i društvenu odgovornost. U doba kada su djeca izložena različitim medijskim sadržajima kvalitetni obrazovni programi na televiziji postaju važan alat u formiranju pozitivnih vrijednosti i podrška u njihovu razvoju.

Prema navodu Hrvatske enciklopedije (n.d.) radio je masovni medij zasnovan na tehnološkom postupku prijenosa govora i zvuka preko radiovalova, razvio se 1910-ih i 1920-ih, primjenom tehničkih inovacija na području radiodifuzije. Kako navodi Matošević Prenc (2018), njegov je izumitelj Nikola Tesla, no osim njega na razvoj radija svojim su izumima i eksperimentima utjecali i Michael Faraday, James Clerk Maxwell, William H. Preece, Joseph Henry i dr. „Razvoj radija započeo je početkom 20. stoljeća, a Marconi je zaslužan za prijenos radiovalova preko Atlantika. Godine 1907. u Americi je osnovana prva radiopostaja, a potom se i druge radiopostaje šire Europom. Do Prvog svjetskog rata uporaba radija uglavnom je bila u poštama, na brodovima, u vojsci i u slične svrhe. U Hrvatskoj je radio počeo s emitiranjem 1926. godine. Ubrzo počinje emitiranje izvanstudijskih javljanja u živo, a slijede prijenosi nogometnih utakmica i drugih sportskih događaja. U razdoblju od 1920-ih do 1940-ih godina tzv. „zlatnim dobom“ u razvoju radija nastali su najpopularniji radijski žanrovi: sitcom (situacijska

komedija), soap opera, kviz, zabavne emisije, vestern, radiodrama, informativni program (s izvještavanjima uživo s mjesta događaja) te sportski događaji“ (Matošević Prenc, 2018). Nadalje, Matošević Prenc (2018) navodi da u razdoblju 1950-ih i 1960-ih radio gubi svoj utjecaj te se profiliraju i vodećim radijskim formatima postaju različiti servisi, kao što su lokalne vijesti, informacije o prometu, specijalizirani glazbeni programi i kontaktne emisije, a profiliraju se i posebni javni, nekomercijalni kanali posvećeni isključivo kulturi ili ozbiljnoj glazbi. Također, autorica navodi da radio doživljava i tehničke promjene te naposljetku, početkom 21. stoljeća, radijske programe moguće je upotrebljavati i slušati i preko interneta.

Prema navodu Hrvatske enciklopedije (n.d.), internet je svjetski sustav međusobno povezanih računalnih mreža koji je zahvaljujući razvoju informacijske i komunikacijske tehnologije postao osnova suvremene elektroničke komunikacije, a postupno dobiva i značenje vodećeg komunikacijskog medija današnjice. Prema izvoru Djeca medija (2020) stvaranje i razvoj interneta počinje šezdesetih godina 20. stoljeća stvaranjem računalne mreže ARPANET. Djeca medija (2020) navodi da je agenciju za napredne istraživačke projekte (ARPA) osnovalo američko Ministarstvo obrane radi ostvarivanja vojne nadmoći nad Sovjetskim Savezom. „Polovicom 1980-ih godina ovoj se mreži pridružuje računalna mreža NSFnet (*National Science Foundation Network*) te mreža ARPANET dobiva izrazito znanstvena obilježja, a povlačenjem vojne komponente 1990-ih godina i omogućavanjem priključka na mrežu individualnim korisnicima dobiva karakteristike koje danas ima“ (Matošević Prenc, 2018). Nadalje, Matošević Prenc (2018) objašnjava da se zasluge za razvoj interneta pripisuju najviše Timu Berners-Leeu koji je 1989. godine osmislio World Wide Web (www), kojim je omogućeno široko korištenje interneta te se ubrzo nakon toga razvijaju i drugi internetski servisi, poput elektroničke pošte (*e-mail*), videokonferencije, diskusijske skupine (*Newsgroup*), rad na udaljenom računalu (*Remote Login*) i dr. „Internet kao medij pruža veće mogućnosti nego ostali mediji te omogućava prijenos sadržaja različitih formata“ (Matošević Prenc, 2018).

3. SEMIOTIKA

Semiotika (prema grč. *semiotics*, ona koja motri znakove), u modernom smislu disciplina temeljena na filozofiji, logici i spoznajnoj teoriji koja proučava znakovne sustave općenito. Termin je u tom smislu počeo rabiti Ch. S. Peirce. Bliska je semiologiji, ali Peirce je svoju teoriju znakovnih sustava tumači različito od F. de Saussurea. Semiotika proučava raznorodne znakovne sustave, kao i narav znakova. Zbog teorijskog i općenitog pristupa znakovnim sustavima postala je sastavnim dijelom mnogih znanstvenih disciplina, posebice antropologije, sociologije, proučavanja medija i dr. U različitim oblicima umjetnosti izražavanja kao što su likovne umjetnosti, kazalište, film i književnost ima važnu ulogu u suvremenim tumačenjima s obzirom na proces koji Peirce naziva semiozom, a odnosi se na neprekidno prevođenje jednoga znakovnog sustava u drugi (Hrvatska enciklopedija, n.d.).

Dugandžić (1989:43) semiotiku smatra jezikom koji služi tomu da se govori, analizira i raspravlja o znakovima. Obuhvaća tri podređene grane, a to su semantika, pragmatika i sintaktika. Semantika je grana lingvistike koja se bavi izučavanjem odnosa znakova prema objektima na koje se odnose. Potrebno je razlikovati čistu i deskriptivnu semantiku. Prva se bavi definiranjem termina i teorije potrebne za razmatranje semantičke strane semioze, dok se druga bavi determiniranjem uvjeta kod kojih određene oznake predstavljaju (označavaju, denotiraju) određene objekte. Primjerice, u određenim prilikama (uvjetima) crvena ruža ili crvena jabuka denotiraju ljubav. Pragmatika se bavi izučavanjem odnosa oznaka, odnosno interpretatora. Taj se odnos radi boljeg razumijevanja determinira terminom „izražava“. Radi se o izučavanju odnosa između oznaka i onih koji se njima služe. Kako su korisnici oznaka najčešće organizmi, pragmatika se često karakterizira kao podgrana semiotike koja se bavi „živim vidovima semioze“ (psihološkim, biološkim i sociološkim dimenzijama odnosa oznaka). Ta podgrana semiotike ima svoju čistu dimenziju (određuje termine i teoriju za izučavanje pragmatičkog aspekta semioze) i deskriptivnu dimenziju koja se bavi primjenom teorije na praksu. Tako su i određeni termini „interpretator“ i „interpretant“. Interpretator oznake je duh, živi organizam, a interpretant je misao, odnosno ideja, pojam koji se javlja kao navika organizma da zbog oznake odgovara na određene objekte. Primjerice, pojava zvijezde repatice kod nedovoljno educiranih ljudi tumači se, tj. „izražava se“ kao bojazan od ratova ili drugih prirodnih katastrofa.

Sintaktika kao podgrana semiotike izučava međusobne odnose znakova u mogućem sustavu znakova. Taj se odnos determinira terminom „implicira“. To je najbolje razvijena grana

semiotike, ponajprije zahvaljujući povijesnom bavljenju i izučavanju jezičnih kombinacija znakova u lingvistici. Može se definirati kao proces analiziranja i razmatranja znakova i znakovnih sustava ako su oni determinirani sintaktičkim pravilima. Pod sintaktičkim pravilima podrazumijevaju se pravila formacije koja određuju različite kombinacije među članovima znakovnih skupova, kombinacija slova i riječi u rečenici, npr. pravila transformacije koja određuju mogućnosti kombiniranja kombinacija između članova znakovnih skupina. Ne bavi se zasebnim znakovima ni nosiocima znaka, kao ni individualnim svojstvima, već izučava njihove odnose vezano za neki drugi znak ili skupinu znakova. Dijeli ih na tri vrste, a to su indeksi, karakterizirajući i univerzalni znakovi (Anonymus, 2013:n.p.).

Mediji i proces komunikacije smatraju da se semiotika primjenjuje za analizu medijskih tekstova. Pod medijskim tekstom podrazumijeva se spajanje znakova, riječi, slika, zvukova, pokreta, koji su stvoreni u okviru pravila određenog medija komunikacije. Vrlo brzo nakon uspostavljanja te discipline semiotika je bila primjenjivana za analizu filma, kazališta, medicine, arhitekture i brojnih drugih područja koji su imali veze s procesom komunikacije i prenošenjem informacija. Semiotičari tvrde da se ta disciplina može primijeniti na analizu bilo čega, nazivaju je kraljicom interpretacijskih znanosti čijim se metodama može otkriti značenje svih stvari. Ako pretpostavimo da je sve oko nas stvoreno od znakova i da sve što radimo može biti viđeno kao poruka, što su tvrdili Ferdinand de Saussure i Charles Sanders Peirce, osnivači semiotike, onda se semiotika može smatrati ključnom disciplinom za razumijevanje svijeta.

3.1. Nastanak i razvoj semiotike

Nöth (2004:1) smatra da opća teorija znakova postoji od grčke antike, a srednjovjekovlje je bilo poznato s krajnje izrađenom doktorinom znakova. Ono što se tijekom ranijih stoljeća latinski i grčki nazivalo „semiotikom“ još uvijek nije bila opća teorija znakova, nego samo jedno od njezinih specijalnih područja, naime medicinsko znanje o simptomima.

Semiotika datira još iz doba antike. U razdoblju od antike do renesanse teorija znakova nije postojala kao vlastita znanstvena disciplina pod nazivom semiotika. Filozofi Platon, Aristotel, stoici, epikurejci i Augustin istaknuti su teoretičari znakova u antičko doba. Prema njihovim tumačenjima znakovi se promatraju kao predznakovi, kao *omnia*, a njihova interpretacija uslijedila je putem proroštava. Platonove misli odnose se na jezične znakove, a ideje i značenja nisu puke mentalne slike, nego egzistiraju u objektivnoj realnosti onkraj spoznaje čovjeka

pojedince (Nöth, 2004:4). „Aristotelova teorija o jezičnom znaku u trima točkama sukladna s temeljnim mislima semiotike jezika, kako je i u 20. stoljeću poimaju de Saussure i Hjelmslev: jezik je sustav arbitrarnih znakova, riječi su znakovi mentalnih pojava, koje bismo danas nazvali konceptima ili mentalnim slikama i pismo je sekundarni znakovni sustav, koji odražava jezik glasova“ (Nöth, 2004:5).

Semiotika se u srednjem vijeku i renesansi razvijala u dvije struje. Jedna je racionalističko-filozofska, dok je druga teološka i djelomice mističko-pansemiotička. Prva se razvija u okviru srednjovjekovnog triviuma gramatike, logike i retorike, dok je druga istraživala znakovnost svijeta i načine kako iz semiotičkog sustava svijeta izvesti strukture za idealan, univerzalni jezik (Nöth, 2004:9).

Nove paradigme u teoriji znakova nastale su u razdoblju racionalizma i empirizma u Francuskoj, Njemačkoj i Engleskoj. Iz toga razdoblja izdvaja se Christian Wolff za kojeg je vremenska potraga važan element jer znak je stvar iz koje se ne mogu spoznati sadašnjost ni izvor kakve druge stvari. Njegova je tipologija znakova orijentirana prema dimenziji vremena. Nakon racionalizma slijedi empirizam, a izdvaja se Thomas Hobbes i njegova teza da znakovi nastaju promatranjem slijeda iskustvenih činjenica, shvaćanje koje je u tradiciji stoičkog nauka o znakovima. Također se ističe Gottfried Wilhelm Leibniz koji je dijelio mišljenje s autorima *Logike*, Port Royalom, ali je bio zaokupljen drukčijim idejama. Ostao je pri tradicionalnom poimanju znaka i posvetio se potrazi konvencionalnih znakova kako bi stvorio sredstvo pouzdanog definiranja istine. Obilježja obuhvaćaju riječi, slova glazbene note, hijeroglif, aritmetičke i algebarske znakove (Nöth, 2004:15).

Nöth (2004:18) ističe Johna Lockeja među empiristima. Smatra ga važnim jer je on znanost o znakovima nazvao semiotikom te ga smatraju utemeljiteljem moderne semiotike. Empiristički elementi u njegovoj semiotici leže u njegovoj teoriji ideja. Nasuprot Descartesu zastupa shvaćanje da ideje nipošto nisu urođene, nego im je izvor u empiriji ljudskog iskustva.

Najutjecajniji zastupnik senzualizma u Francuskoj je Etienne Bonnot de Condillac. U svojoj teoriji jezika tvrdio je kako je jezik razvijen kao skup znakova koji se nadograđuju kako bi prenijeli složenije ideje (Nöth, 2004:22).

U 19. stoljeću semiotika počinje poprimati jasnije obrise kao zasebna disciplina zahvaljujući radovima pojedinih filozofa. To razdoblje obilježeno je istraživanjem strukture jezika i znakovnih sustava. Istaknuti su filozofi toga doba Ferdinand de Saussure i Charles Sanders Peirce. De Saussureova teorija znaka postala je temelj strukturalističke semiotike prema kojoj

je znak sastavljen od „označitelja“ (izraza) i „označenog“ (pojma). Osim toga uveo je koncept „sinkronijske“ i „dijakronijske“ analize jezika. Peirce je, kao što je prethodno u radu navedeno, razvio detaljnu teoriju znakova na temelju tri kategorije znakova: ikona, indeks i simbol. Njegov doprinos razlikovanju kategorija postavio je temelje za razumijevanje različitih vrsta znakova u komunikaciji (Nöth, 2004:30).

Nöth (2004:36) navodi da povijest semiotike u 20. stoljeću još nije napisana, a semiotiku smatra ključnom disciplinom društvenih i humanističkih znanosti s primjerima u književnosti, lingvistici, filozofiji i mnogim drugim područjima. Postaje važna za analizu kulture, medija i društva. Izdvajaju su francuski teoretičar Roland Barthes i talijanski filozof Umberto Eco. Barthes je analizirao popularnu kulturu i načine na koje ona koristi znakove i simbole za oblikovanje društvenih mitova, dok je Eco proširio koncept semiotike na analizu popularne kulture i književnosti. „Prema Ecovu mišljenju, ozbiljna bi se semiotika trebala baviti iskorjenjivanjem pogrešnih tumačenja koja izrastaju iz uspješne semioze, i možda naposljetku nabasa na konačna interpretanta“ (Cobley i Jansz, 2006:162).

3.2. Vizualna semiotika

Larousse (2003: 285) prema Tolić (2009:56) semiotiku opisuje kao lingvističku disciplinu koja je bitna za razlučivanje simbola i znakova u komunikaciji. Ona proučava strukture i značenja znakova u medijima, procese, njihov razvoj i djelovanje na društvo i pojedinca. Francuski lingvisti tretiraju je kao znanstvenu disciplinu sustava znakova koji proučavaju značenja znaka na pragmatičkoj razini.

Znak je ključni pojam semiotike. Znak predstavlja neki predmet, događaj, postupak, stanje stvari, emocionalnu situaciju i tako dalje. Primjerice kraljičina kuja i Zadigova oštroumnost fikcijski su proizvodi imaginacije francuskog pisca. Zajedničko im je da su predmeti, postupci ili stanja koji postoje ili se zbivaju u fizikalnom i povijesnom svijetu, odnosno znakovi mogu predstavljati odnose i u stvarnom i u zamišljenom svijetu. Koristeći se Peircevom terminologijom, možemo reći da se znak u širem smislu sastoji od tri zavisna elementa, a to su: znak u užem smislu, predmet i moguće i potencijalno značenje koje dopušta znak (Johansen i Larsen, 2000:44).

Simbol je ključan pojam u mnogim disciplinama, ponajprije u antropologiji. Taj se pojam ubraja u najmnogoznačnije pojmove u duhovnim znanostima. Sinonim je za ono što se u

semiotici zove znakom pri čemu se znakovi definiraju kao podrazred simbola. Tri su definicije simbola: simbol kao konvencionalni znak, kao vrsta ikoničnog znaka i kao znak opterećen posebnim konotacijama (Nöth, 2004:178).

„Ikona u terminologiji opće semiotike je znak koji njime označeni objekt predstavlja na temelju kakva sličnog odnosa. Nositelj znaka ima obilježja koja su svojstvena i označenu objektu znaka, pa se s tog razloga interpretira kao znak za taj objekt“ (Nöth, 2004:193).

„Perice određuje indeks nasuprot ikoničnom i simboličnom znaku. Trihotomiju ikona, indeks i simbol on naziva najtemeljnijom razdiobom znakova uopće. Podloga je toj trodioni Peirceova teorija o trima univerzalnim kategorijama. Po njoj je indeksičnost fenomen drugosti, kategorije u kojoj je nešto prvo neposredno povezano s nečim drugim. Kategorija je to faktičnosti, realnosti i iskustva u vremenu i prostoru“ (Nöth, 2004:185).

3.3. Semiotika filma

Šarić (2017) prema Labaš i Mihovilović (2011:116) film definira kao medij, sredstvo i kanal komunikacije. Nakon pisanog teksta najznačajniji je medij upravo zato što stvara najsnažnije predodžbe kombinacijom slike, naracije i glazbe. Nadalje, spomenuti autori objašnjavaju da je film popularan zbog toga što stvara iluziju stvarnosti, polazi od nje, ali i utječe na nju te njegova snaga djelovanja leži upravo u raznolikosti konstrukcija, složeno organiziranoj i maksimalno koncentriranoj informaciji, cjelokupnosti raznovrsnih emocionalnih i intelektualnih struktura koje se prenose gledatelju.

Nöth (2004: 500) definira semiotiku filma kao jedan od najvažnijih smjerova u teoriji filma, a nastala je 60-ih godina 20. stoljeća na temeljima strukturalizma i semiologije, tj. semiotike. „Ferdinand de Saussure postavio je temelje semiotike dijadnim modelom znaka, ali i teorijom da je jezik samo jedan od mnogo sustava kodova. Time je postavio temelj filmske semiotike - film ima vlastite sustave kodova i znakova. Semiotičkom se analizom objašnjava kako bi publika mogla percipirati znakove i kodove u filmu“ (Semiologija, 2012).

Nadalje, navodi Nöth (2004: 503), filmski znak opisuje se kao kombinacija filmskog označitelja i označenika. Filmski se označenik sastoji od više manjih dijelova, npr. kostima, glazbe, likova, krajolika i slično, dok su obilježja filmskih označitelja heterogenost (više različitih znakova u

jednom kodu, npr. vizualni i auditivni znakovi zajedno se čitaju), polivalentnost (imaju više značenja) i sintagmatska konotacija.

Prema priručniku *Kako čitati film* James Monaco (2000:63–65) objašnjava kako su mnogi semiotičari svoje teorije temeljili na sličnosti jezika i filma; često se spominje kako je slika ekvivalentna riječi, scena rečenici, dok je serija događaja jednaka paragrafu u tekstu. Nöth (2004:500) prenosi da strukturalisti govore kako filmovi prenose značenja korištenjem kodova i konvencija slično kao što jezici grade značenja u komunikaciji. Christian Metz, veliki semiotičar i filmski kritičar, govori kako je „film teško objasniti jer ga je lako razumjeti“ (prema Monaco, 2000:158).

Svaki kadar pruža neograničeno mnogo vizualnih informacija kombiniranih s glazbom. Također, značenje uvijek postoji zato što ga publika sama stvara i kada ono nije izravno postavljeno od strane redatelja. Točnije, slika sadrži onoliko informacija koliko ih gledatelji žele pročitati, s obzirom na to da su oni ti koji interpretiraju simbole prema prethodnim iskustvima i znanjima (Monaco, 2000:158–160). „Film ne sugerira, on iskazuje - u tome leži moć i potencijalna opasnost filma. Film uvjerava ljude da percipiraju svijet na određen način. Redatelji svjesno, a ponekad i nesvjesno, biraju određene znakove kako bi odaslali određene poruke. Dakle, što bolje gledatelj čita znakove, što bolje razumije film, to ima veću kontrolu nad utjecajem filma“ (Monaco, 2000:158–160).

Šarić (2017) tumači da filmovi prenose značenja, denotativno i konotativno, pri čemu je denotativno značenje ono doslovno koje se odmah i lako opaža, a konotativno značenje odnosi se na ono što izaziva određene emocije i vrijednosti kod pojedinaca ili određenih skupina. Metz (1974:71) objašnjava da nas proučavanje konotacija dovodi bliže do smisla filma kao umjetnosti, tj. konotacije su kulturološki određene, no mogu biti i proizvod pojedinog filma. Također, konotacija, ako je dovoljno snažna i ukorijenjena, može postati denotacija. Spomenuti autor navodi da postoje dvije vrste konotacije: paradigmska i sintagmatska. Monaco (2000: 163-169) objašnjava razliku između tih vrsta: nakon što odluči što će snimiti, redatelj odlučuje na koji način to snimiti, što izabrati (paradigmska konotacija), a način na koji formira kadar, odnosno montira objašnjava sintagmatsku konotaciju.

Struktura filma definirana je kodovima (Monaco, 2000:175). Kodovi su sredstva pomoću kojih poruka dolazi do gledatelja. Njima redatelj modificira gledateljevo viđenje filma, objašnjava Monaco. Oni mogu biti izvedeni iz kulture, umjetnosti, a mogu biti i karakteristični isključivo za film.

Rudolf Arnheim predložio je deset elemenata u kojima se mogu pronaći vizualni kodovi: balans, oblik, forma, prostor, svjetlo, boja, kretanje, napetost i izričaj. Isto tako, blizina i proporcije bitni su podkodovi. Svi oni utječu na impresiju koju film ostavlja na gledatelja. Npr. iste scene s različitim osvjetljenjem ili bojama mogu ostaviti drugačiji dojam na korisnika tog sadržaja (Monaco, 2000:183).

Metz smatra kako postoji pet kanala informacije u filmu. To su vizualna slika, grafike, govor, glazba i zvučni efekti. Glazba i zvučni efekti bitni su jer pomažu, a ponekad i nose radnju filma, mogu oživjeti sliku, prikazati protok vremena i slično (Monaco, 2000:212).

4. ANIMIRANI FILM

Midhat Ajanović, istaknuti filmski autor i karikaturist (2004:30), ističe kako se animacija smatra filmskim žanrom unatoč tome što se u njoj ne prenose pokreti iz prirode, već se uglavnom temelji na umjetno kreiranom pokretu. Nadalje, spomenuti autor objašnjava da ono što ju povezuje s ostalim filmskim žanrovima, kao što su igrani i dokumentarni film, jesu filmske sličice, određeno vrijeme te elektronski piksel, to jest animirani se film, baš kao i navedeni filmski žanrovi, kreira na način da se pokreti koji su zabilježeni na filmskoj vrpici te podijeljeni na filmske sličice ponovno spajaju u slike koje su međusobno povezane i koje se projiciraju na filmskom platnu.

Hrvatska akademska i istraživačka mreža – CARNET (n.d.) objašnjava da je animirani film vrsta filma u kojem se prikazuje crtež ili predmet u pokretu, on je audiovizualna umjetnost (slika + zvuk). Nadalje, navodi da animirati (lat. *animare*) znači oživiti neživo, pokrenuti ono što se samo po sebi ne kreće i dati mu dušu. Također, ističe da se crtači koji stvaraju crteže nazivaju animatori. „Animatori oživljavaju crteže ili predmete koji se snimaju sličica po sličica ili kvadrat po kvadrat, što je bitno obilježje animiranoga filma“ (CARNET, n.d.).

Prema Hrvatskoj enciklopediji (n.d.) animirani film nastaje uporabom različitih materijala (crteži, lutke, prirodni predmeti, artefakti, plastelin, pijesak i dr.) tehnikom animacije. „Animirani filmovi stvaraju iluziju kretanja nizanjem sličica od kojih je svaka malo drugačija. Te se sličice izmjenjuju brzinom od 24 kadra u sekundi. Snima se kvadrat po kvadrat, odnosno crtež po crtež, a svaki crtež predstavlja pomno proračunatu fazu budućeg cjelovitog pokreta. Zbog tromosti ljudskog oka čovjek ne vidi pojedine sličice u nizu jer se prebrzo izmjenjuju pa naš mozak to prepoznaje kao kontinuirani film. Digitalna animacija radi još brzu izmjenu sličica, njih 25 u sekundi“ (CARNET, n.d.). „Prema stilskim oznakama u animiranom filmu postoji slična podjela kao i u igranim filmovima – prema dužini i žanrovima. U klasičnom animiranom filmu pripremni stupanj proizvodnje predstavlja razradu ideje ili teme u scenariju. Na osnovi scenarija izrađuje se knjiga snimanja koju u animiranom filmu tvori niz crteža, grupiranih u kadrove i sekvence, a koji ilustriraju radnju zamišljenoga filma, njegove bitne stilske i sadržajne karakteristike. Uz crteže, u knjizi snimanja označavaju se i pokreti kamere (vožnje, panorama), montažne spona (pretapanja, zatamnjenja, odtamnjenja) te oznake za dijalog, šumove i glazbu“ (Hrvatska enciklopedija, n.d.).

Prema CARNET-u (n.d.) animirane filmove razlikujemo prema vrsti, ovisno o tome što se i kojom tehnikom oživljava: crtani film, računalna animacija, lutkarski film te kolažni film.

Prema navodu Hrvatske enciklopedije (n.d.) evolucija animiranog filma u početku sadrži ostvarenja koja su prethodila animiranom filmu *Théâtre-praxinoscope* É. Reynauda iz 1880. godine. Munitić (2012:38, 132–135, 151) navodi kako je Emile Reynaud postavio temelje animiranog filma patentiranjem naprave „optički teatar“ pomoću koje je 1892. godine izveo prvu projekciju naslikanih desetominutnih priča koju je javnost mogla vidjeti. Bio je to značajan doprinos razvoju kinematografije animiranog filma. Taj „optički teatar“ ubrzo je postao zaboravljen razvojem snimanja „sličicu po sličicu“. Prvi takav animirani film snimljen je 1905. godine, a riječ je o filmu *Električni hotel* autora Segunda de Chomona. Film je izrađen pomoću aparata koji propušta jedan po jedan kvadrat vrpce, a aparat je napravljen 1902. godine. Iako je film *Električni hotel* snimljen tehnikom animacije predmeta, nije riječ o pravom animiranom filmu. „Početkom 20. stoljeća izumom tzv. *stop-kamere* nastaju animirani filmovi JS Blacktona i E. Cohla“ (Hrvatska enciklopedija, n.d.). „Prvim animiranim filmom smatra se film *Duhovite faze smiješnih pokreta* Jamesa S. Blacktona, a izveden je 1906. godine. Taj se animirani film koristio stop-kamerom koja je mogla otkrivati sličicu po sličicu. Ubrzo nakon *Duhovitih faza* nastala je industrija animiranih filmova“ (CARNET, n.d.). „Prva javna projekcija animiranog filma bila je u Parizu 1908. godine. Autor filma bio je Emile Cohl, a film se zvao *Fantasmagorie*“ (CARNET, n.d.). Nadalje, Hrvatska enciklopedija (n.d.) navodi da klasični animirani film svoju posljednju fazu razvoja započinje u SAD-u, crtežima na prozirnim folijama u vrsnim ostvarenjima W. McCaya, a nastavlja se tijekom 1920-ih u serijama P. Sullivana, potom od kraja desetljeća braće M. i D. Fleischera i W. Disneya koji sa suradnicima do vrhunca dovodi razvoj tzv. pune animacije, kontinuiranog pokreta voluminozno stiliziranih likova u trodimenzionalnom prostoru (*Snjeguljica i sedam patuljaka, Pinokio, Fantazija* i dr.). Od kraja 1930-ih afirmira se i duo W. Hanna i J. Barbera (studio MGM), autori u studiju Warner Bros i W. Lantz studio Universal (Hrvatska enciklopedija, n.d.). Prema istom izvoru, moderni animirani film počinje u 1930-im na filmovima A. Alexéieffa, L. Reinigera, B. Bartoscha i N. McLarena, a nakon Drugog svjetskog rata naglo se širi (proizvodi se gotovo na svim kontinentima) u punoj raznolikosti i bogatstvu umjetničkog izraza. „Prve animirane (crtane) filmove u Hrvatskoj realizirao je S. Tagatz 1922. Naime, ugled vrhunskih međunarodnih razmjera hrvatski autori postižu 1956. godine osnutkom Studija za crtani film Zagreb filma. Pripadnici tzv. Zagrebačke škole crtanoga filma dobitnici su više stotina nagrada na najistaknutijim svjetskim festivalima“ (Hrvatska enciklopedija, n.d.).

4.1. Kulturološka važnost animiranog filma

„Nakon pada Željezne zavjese Europa postaje otvoren prostor za intenzivniju suradnju ne samo na polju gospodarstva nego i kulture. Javlja se težnja ka formiranju jedinstvenog kulturnog prostora s istim vrijednostima, obrascima, obogaćenim elementima iz različitih kultura. Uplitanja u likovnu umjetnost su očita, a posebno je film postao lako probojan medij za mnoštvo žanrova i umjetničkih stilova“ (Tipa, 2014). Spomenuta autorica navodi da u tom kontekstu posebno mjesto zauzima animirani film, jedan od najapstraktnijih i najsimboličnijih umjetnosti koji sve više osvaja teren u suvremenom audiovizualnom krajoliku. Drugim riječima, animacija je istaknuta svojom sposobnošću iskorištavanja različitih kulturnih formula često usidrenih u nacionalnoj klasičnoj ili suvremenoj kulturi. „Danas je kino animacija ta koja ocrtava okruženje u kojem klasična kultura, uz tradicijsku, nacionalnu (pučku) zajedno s *undergroundom* čini konceptualno i stilsko jedinstvo. Svijet animiranog filma ima svoje korijene u kulturnom prostoru koji se ponovno prenosi u daleko više kodiranom obliku nego u drugim kinematografskim žanrovima“ (Tipa, 2014).

Tipa (2014) objašnjava da se animirani film ističe sposobnošću iskorištavanja različitih kulturnih formula. Nadalje, autorica navodi da se analizom filmova iz različitih geografskih područja dolazi do vrednovanja animiranog filma kao umjetnosti, u kojoj se s jedne strane kulture međusobno isprepleću, a s druge strane vrednuju i promiču elementi različitih kultura.

Prema autorima Dai i Lee (2022) animirani filmovi važan su nositelj kulturne diseminacije, način prenošenja nacionalne kulture i prikazivanja regionalne kulture na filmu i televiziji te važan medij za konstruiranje nacionalne slike i kulturnog oblika u procesu međukulturne diseminacije. Nadalje, spomenuti autori objašnjavaju da poseban filmski jezični izraz emocija u animiranim filmovima ističe i njegov jedinstveni šarm, status i kulturno-komunikacijsku ulogu u komunikacijskom polju te ujedno odražava jedinstvenu vrijednost žarišta u modernom društvu koje se neprestano mijenja. Također, autori navode da iako su animirani filmovi izvučeni iz stvarnosti, njihov relativno fleksibilan i slobodan prostor izražavanja omogućuje likovima i pričama opisanim u animaciji da bolje odražavaju dubinu razmišljanja stvaratelja. Stoga autori zaključuju da animirani filmovi imaju prirodnu prednost međukulturne komunikacije. „Identitet nacionalnog subjekta dosljedna je metoda filmskog i televizijskog stvaranja. Objektivni identitet subjekta ne samo da određuje cjelokupni stil filma, već također utječe na kulturno raspoloženje stvoreno u njemu. Utemeljena na posebnoj stvaralačkoj podlozi i narativnoj logici animiranog filma, izvrsna animirana filmska djela često u procesu stvaranja

crpe kreativne elemente iz vlastite nacionalne kulture, tako da film prezentira estetske koncepte i humanistička promišljanja temeljena na lokalnoj kulturi, koja uvelike jača nacionalne kulture i kulturnog identiteta. Identifikacija identiteta u međukulturalnoj komunikaciji animiranog filma nije samo tumačenje kulturnih oblika predstavljenih u simbolima animiranog filma, već i uključivanje kulturnih simbola u maštu i rekonstrukciju. Specifična strategija je fokusiranje na proizvodnju i udruživanje kulturnih simbola i značenja u produkciji te izražavanje univerzalnih vrijednosti i pozicioniranje publike u sadržaju“ (Dai i Lee, 2022). Dai i Lee (2022) nadalje navode da su animirani filmovi kao važan nositelj međukulturne komunikacije danas važna filmska i televizijska izražajna metoda za predstavljanje obilježja nacionalne kulture i prikazivanje nacionalne kulture te je čine važnim medijem za kulturnu proizvodnju. „Pod utjecajem objektivnih razlika u kulturnoj strukturi, kulturne razlike u pogrešnom čitanju i razumijevanju sklone su pojavi u procesu međukulturne diseminacije animiranih filmova“ (Dai i Lee, 2022).

„Automatska klasifikacija emocija kulture animiranog filma odnosi se na proces klasificiranja, sažimanja i rasuđivanja o subjektivnoj kulturi animiranog filma s emocijama“ (Dai i Lee, 2022). Shodno tome spomenuti autori objašnjavaju da će se većina ljudi koja voli gledati filmska i televizijska djela pozvati na podatke o komentarima drugih gledatelja koji su vidjeli djelo i analizirati svoje emocionalne tendencije da izmjere vrijednost gledanja djela. „Međukulturalna komunikacija animiranog filma i usmjeravanje temeljna su svrha međukulturne komunikacije animiranog filma, koja ima izrazito praktično značenje i veliku društvenu vrijednost“ (Dai i Lee, 2022).

Dai i Lee (2022) definiraju međukulturnu komunikaciju kao proces u kojem zemlja ili kultura u različitim kulturnim pozadinama i okruženjima neprestano komunicira i stupa u interakciju s drugim zemljama ili kulturama kako bi se vlastita kultura razvila i imala utjecaja. Nadalje, objašnjavaju da međukulturna komunikacija nije samo povezana s izvozom nacionalnih kulturnih vrijednosti i poboljšanjem kulturne moći, već također nastavlja prodirati u svakodnevni život ljudi diljem svijeta, postajući normalan život i kulturna normalnost.

„Kao jedan od važnih medijskih i kulturnih oblika masovne međukulturne komunikacije, animirani filmovi imaju intuiciju i učinkovitost neusporedive s drugim medijskim oblicima. Animirani filmovi, u obliku audio-vizualne komunikacije koju publika rado čuje, imaju važnu ulogu u kulturnom prodoru i kulturnoj komunikaciji“ (Dai i Lee, 2022).

Liu i Li (2015) tvrde da animirani film, kao nositelj širenja kulture, ima svoje jedinstvene umjetničke tehnike i estetske elemente, odvojene od slike prostor-vrijeme između stvarnosti i fantazije, kao i vlastiti bezgranični audiovizualni jezik i kulturnu konotaciju. Te kvalitete mogu biti moćan stup za snažan utjecaj animiranih filmova diljem svijeta.

„Multikulturalni pogled prikazuje portret tradicija i običaja iz različitih kultura uključujući odjeću, umjetnost, posebnu hranu, slikovitu pozadinu, navike itd. Kulturnu raznolikost treba shvatiti kao stvarnost i pokretačku snagu za poticanje poštovanja i uspostavljanje mira u svakom društvu“ (Simanjuntak, Simanjuntak i Simanjuntak, 2022).

Tipa (2014) zaključuje da na taj način animirani filmovi postaju nositelji nacionalne i univerzalne kulture. Majstor ruske animacije Fiodor Hitruk govori o animaciji kao jednom od temeljnih sredstava masovne komunikacije. „Suvremena animacija nešto je više od sredstva zabave, edukacije, informiranja. Sada je sredstvo znanja. Znanje o svemiru i društvu, o znanstvenom napretku i psihologiji ličnosti.“ „Danas animirani film predlaže svemir formiran na raskrižju elemenata iz raznih umjetnosti i kultura, nagovještavajući svestran svijet koji olakšava znanje kroz komunikaciju“ (Tipa, 2014).

5. SERIJAL O SOUTH PARKU

„*South Park* je američka animirana televizijska emisija koja se emitira od 1997. godine. Kreirali su je Trey Parker i Matt Stone“ (Frim, 2014). Prema arhivu *South Parka* (n.d.) emitira se na Comedy Centralu u SAD-u, ali i na raznim kanalima u drugim zemljama. Prikazuje četiri dominantna lika po imenu Kenny McCormick, Stan Marsh, Eric Cartman i Kyle Broflovski. Priča se razvija oko njihovih interakcija i života u gradu Coloradu. Nadalje, iz istog se izvora saznaje da je serija postala ozloglašena zbog svoje vulgarnosti i mračnog, nadrealnog humora koji satirira širok raspon tema. „Parker i Stone razvili su *South Park* iz dva kratka animirana filma, oba pod naslovom *The Spirit of Christmas*, objavljena 1992. i 1995. godine. Drugi kratki film postao je jedan od prvih internetskih viralnih videa, što je dovelo do produkcije serije. Pilot epizoda proizvedena je pomoću izrezane animacije; ostatak serije koristi računalnu animaciju prisjećajući se prethodne tehnike. Od premijere 13. kolovoza 1997., emitirano je 328 epizoda *South Parka*“ (Arhiv South Parka, n.d.). Prema spomenutom izvor, *South Park* je drugi najdugovječniji *sitcom* u Sjevernoj Americi, nakon Simsona. Nadalje, *South Park* karakterizira nadrealizam, parodiranje, satira i crni humor koji kao temu imaju američku kulturu, tabue te razna aktualna društvena i politička zbivanja. U seriji je obuhvaćena religija, politika, popularna kultura, društvo, zaštita okoliša, slavne osobe, terorizam, rasizam, abortus, seksizam, društveni mediji itd. (Arhiv South Parka, n.d.). Humor i poruke prikazane u samoj seriji često su predmet kritika raznih društvenih grupa. Likovi u seriji namjerno su korišteni za predstavljanje različitih svjetskih kultura koje su uvijek bile u međusobnom sukobu. Glavni sukobi u priči temelje se na kulturnim razlikama između mladih i starije generacije. „Korištenje dječaka kao glavnih likova čini savršen medij za Parkera i Stonea da iznesu svoja stajališta o velikom rasponu tema, od očite dječje naivnosti do velikih globalnih problema. Dječaci su često suočeni s moralnom dilemom ili situacijom u kojoj moraju odabrati dobro od zla, i tu se javlja ironija. Obično su dječaci ti koji su moralno zreliji od građana. Ironija i parodija idu još dalje kada uzmemo u obzir da su djeca daleko inteligentnija i moralno ispravnija od likova u prosječnoj televizijskoj emisiji. Ovo je potpuno namjerno, a dijalog kreatora sugerira da vjeruju da bi trebali koristiti dječake da 'postave primjer kakvo bi ponašanje trebalo biti' navodeći gledatelje na pitanje 'zašto bi dijete znalo za to i zašto bi se dijete tako ponašalo?' Ova je metoda bila središte većine kontroverznih pitanja u seriji i talent je jedinstven za Parkera i Stonea. Iako se smatra komedijom, *South Park* većinom ima sumornu i mračnu atmosferu. Postao je nadaleko poznat po svojoj vulgarnosti i mračnom nadrealnom humoru koji satirira širok raspon tema“ (Anonymous, 2024). „Vulgarna, gruba animirana serija usredotočena na komplicirane živote

čtetvorice dječaka iz trećeg razreda, *South Park* prikazuje svijet priča s komičnim paralelama sa stvarnošću“ (Williams, 2019). Unatoč mnogim vulgarizmima i crnom humoru svaka epizoda *South Parka* šalje jasnu poruku gledateljima o nekom postojećem problemu ili stanju, bilo to s političkog, vjerskog ili nekog drugog aspekta, objašnjava Williams (2019). Također, autor navodi da unatoč mnogim obožavateljima serije i dalje postoji mnogo ljudi koji se nađu uvrijeđeni zbog nedostatka razumijevanja crnog humora i metaforički upućenih poruka.

6. EMPIRIJSKI DIO

U nastavku rada prikazani su rezultati istraživanja koje je provedeno na temelju semiotičke analize animirane serije *South Park*. Prije samih rezultata utvrđeni su svrha i cilj istraživanja te su navedene postavljene hipoteze na kojima se temelji istraživanje.

6.1. Metodologija istraživanja

Metodologija istraživanja daje prikaz i detaljan opis svrhe i cilja istraživanja te hipoteze koje su postavljene kao temelj samog istraživanja. U empirijskom dijelu rada korištena je semiotička analiza animirane serije *South Park*. Analiza se temelji na prvih trinaest epizoda prve sezone serije. Također, semiotičkom analizom kvalitativno se obrađuju znakovi i simboli te se analiziraju kulturni kodovi i ideologije.

6.1.1. Svrha i cilj istraživanja

Svrha je ovog istraživanja analizirati kako animirana serija *South Park* koristi semiotičke elemente: znakove, simbole, mitove i kulturne kodove kako bi komunicirala, kritizirala i satirizirala suvremene društvene, političke i kulturne fenomene.

Istraživanje ima za cilj otkriti na koji način serija dekonstruira dominantne ideologije i promiče kritičku refleksiju kod gledatelja. Nadalje, ciljevi su istraživanja sljedeći: identificirati ključne semiotičke elemente (vizualne, verbalne, zvučne) unutar odabranih epizoda *South Parka*, analizirati kako serija koristi znakove i simbole za prikazivanje i propitivanje društvenih i političkih tema, poput političke korektnosti, kapitalizma, religije i slobode govora, ispitati upotrebu kulturnih kodova i mitova kroz likove i narative te načine kako se ti kodovi koriste za promjenu perspektive na društvene norme, dekonstruirati ideološke poruke koje se kriju iza humora i satire te načine kako *South Park* destabilizira uobičajene društvene narative te razumjeti utjecaj serije na kritičku svijest gledatelja, odnosno kako semiotički pristup u *South Parku* potiče refleksiju o društvenim vrijednostima i ideologijama.

6.1.2. Hipoteze istraživanja

H1: Postoje barem dvije vrste kodova koji se pojavljuju u animiranoj seriji *South Park* – kodovi sarkazma i sociokulturološki kodovi.

H2: Likovi u *South Parku* funkcioniraju kao semiotički simboli različitih društvenih stereotipova, čime serija parodira i kritizira suvremene društvene fenomene poput političke korektnosti, konzumerizma i kapitalizma.

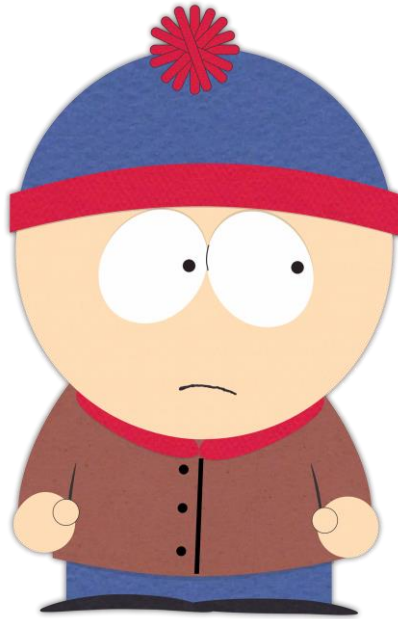
H3: Postoje dvije razine značenja pri tumačenju vrijednosti poruka – denotativna i konotativna.

6.2. Semiotička analiza serije *South Park*

Prije same analize vrlo je važno upoznati glavne likove i istaknuti njihove karaktere. Glavni su likovi u seriji četiri 10-godišnjaka: Stan, Kyle, Cartman i Kenny (South Park, n.d.).

Stan Marsh iskren je lik u grupi, često je brižan i pažljiv i vjerojatno je „najnormalniji“ ili „prosječan“ u grupi (South Park, n.d.). Prosječno je američko dijete u četvrtom razredu koje ima velike ambicije i snove koje želi ostvariti u životu. Najnježniji je i najosjetljiviji od četvero glavnih dječaka. Vrlo je moralan, općenito je dobronamjeran, ali nije impresioniran i posramljen je načinom na koji odrasli u gradu (poput njegova oca) reagiraju na situacije (Ign, 2014). Prema članku Bookbriio (n.d.) na njega ne utječu mnoge prijekave, kultovi i masovni utjecaji kojima je *South Park* bio podvrgnut. Također, ima smisao za uvid u lažno glorificirane prakse i slavne osobe te izraženo razumijevanje prijekava i korporativne korupcije (South Park, n.d.). Sumnjičav je i nepovjerljiv prema odraslima što se javlja iz njegove obiteljske situacije i odnosa unutar obitelji. Živi s jako disfunkcionalnim ocem koji je buntovan te s nasilnom sestrom tinejdžericom koja ga omalovažava, prebacuje krivicu na njega i slično (Wordpress, 2020). „Međutim, jedinstvena osobina koju Stan posjeduje je činjenica da svaki put kad djevojka koju voli, posebno Wendy, razgovara s njim, on nekontrolirano povraća. Iz nekog razloga, on to ne čini često jer je navikao da ona stalno razgovara s njim, ali svaki put kad se pokušaju poljubiti Stan uvijek povraća na Wendy. (Kako je ljubavni zaplet s Wendy i fokus na četiri dječaka nestao, tako je nestao i Stanov problem s povraćanjem)“ (South Park, n.d.). „Stan Marsh simbolizira svakog čovjeka u *South Parku*, predstavljajući borbe i frustracije običnih ljudi. Njegov lik često utjelovljuje sukob između nevinosti i surove realnosti života, što ga čini osobom dopadljivom za gledatelje svih dobi. Ova simbolika ključna je za razumijevanje širih

tema serije, budući da naglašava izazove s kojima se suočavaju pojedinci u složenom svijetu“ (Bookbrio, n.d.).



Slika 1. Stan Marsh

Izvor: South Park (n.d.)

„Kyle Broflovski je drugi od četvorice glavnih likova. Temeljen je na sukreatoru Mattu Stoneu koji je također židov kao i Kyle. Po tome je često poznat, kao i po svojoj inteligenciji. Kyle ima pomiješane osjećaje prema judaizmu, a postoje i proturječni dokazi o religioznosti njegove obitelji. Na primjer, iako se odijevaju slično kao mnogi religiozni Židovi (Gerald uvijek nosi jarmulku), ne drže se strogo blagdana Šabata i strogih seksualnih vrijednosti. Kyleova ravnodušnost prema vjeri možda je dio njegovih nastojanja da se uklopi među svoje prijatelje koji su većinom rimokatolici. Kyle je više obrambeno nastrojen nego ponosan na svoju vjeru te iako redovito obavlja funkciju poput "židovskih izviđača", slabo razumije povijest, tradiciju i rituale svoje religije. Vrlo je naivan, za što su vrlo vjerojatno krivi njegovi roditelji koji u pogrešnom pokušaju da zaštite svog sina, uglavnom ne razgovaraju s njim o detaljima njihove vjere. Kyle ima iznimno čvrsta uvjerenja, a kada ih je prisiljen preispitivati, postaje vrlo uznemiren i pomalo je nervozan (posebno kada je u pitanju Cartman. To je uzrokovalo mnogo svađa između dvojice dječaka). Kyle svoje odluke temelji na svojim emocijama i uvjerenjima; stoga ga se lako nagovara na tučnjave ili njime manipuliraju njegovi osjećaji. Od svih glavnih likova, Kyle ima najveći moralni status, često se odbija složiti s djelima koja smatra pogrešnim ili zlim, iako ga prijatelji lako prisile da ih učini. Iako ponekad vlastite emocije stavlja ispred

zdravog razuma, obično uspijeva pronaći logična rješenja za probleme“ (South Park, n.d.). Ne osjeća se prihvaćeno zato što je drugačiji, na taj način kreatori serije prikazuju svakodnevicu u vezi s društvenim prihvaćanjem odnosno neprihvaćanjem (Wordpress, 2020).



Slika 2. Kyle Broflovski

Izvor: South Park (n.d.)

„Eric Cartman kao treći glavni lik u seriji, često je antagonist. Nitko od trojice prijatelja ne smatra ga prijateljem i ne znaju zašto se zapravo družu s njim, ali između njih se na kraju rađa određeni oblik nestabilnog prijateljstva. Cartmanovo ime i osobnost temelje se na Mattu Karpmanu, prijatelju Matta Stonea i Treya Parkera. Karpman je bio poznat po tome što je bio malo debeo, nizak, vrlo odvratn i vješt u svojim verbalnim povratcima. Cartman se često prikazuje kao loš učenik, ali ističe se u vodstvu i timskoj organizaciji koja obično uključuje iskorištavanje tuđih slabosti. Cartman je dobar strateg, organizator i govornik. Smišlja razrađene planove za postizanje svojih ciljeva, ponekad ih prezentirajući svojim prijateljima pomoću bijele ploče. Cartmanove gluposti koje njegovi prijatelji doživljavaju može se pripisati njegovom ponekad naivnom, nemarnom ponašanju. Međutim, njegova neobična vještina manipulacije, dvojezičnost i sposobnost stvaranja razrađenih shema koje su često učinkovite podrazumijevaju visok intelekt, unatoč njegovom neznanju. Čini se da Cartman nema problema u razgovoru s ljudima i govoru općenito. Ima neobičan način s riječima i koristi to u svoju korist

kad god smisli neku ideju. Cartmana se opisuje različitim terminima, ukratko, on je zlo, zlobno, ljuto, samoživo, nezrelo, destruktivno, sarkastično, umišljeno, galamljivo, lijeno i ludo dijete. On je lik koji najviše psuje u seriji. Također je rasist i stereotipizira gotovo svakoga koga vidi. Vrlo mračni, obično uznemirujući prizvuci njegove osobnosti često upućuju na izrazitu psihičku neuravnoteženost. Osim što je prikazan kao osoba s općim nedostatkom moralne odgovornosti ili društvene savjesti, također se čini da uživa u tuđoj nesreći i općenito nije u stanju pokazati empatiju. Unatoč ozbiljnosti njegovih postupaka, vjerojatno su oni svojevrsni emocionalni obrambeni mehanizam protiv njegove nesigurnosti i (potencijalne) zbunjene seksualnosti. Uznemirava i maltretira ljude u svojoj školi, no Cartman sebe ne smatra nasilnikom koji voli zlostavljati druge ljude kako bi sebi ugodio zapravo, u potpunosti zanemaruje dobro ili loše i čini sve što smatra potrebnim da napreduje. Cartman nije motiviran toliko osobnim probitkom koliko tvrdnjom nadmoći nad drugima. Iako je dijete, on diskriminira mnoge ljude. Rasist je, seksist i specijalist. Mrzi Afroamerikance, Meksikance, Indijance, Aboridžine i Azijate. Smatra da će "manjine" jednog dana preuzeti svijet. Cartman je izrazito antisemit, a veliki broj njegovih netrpeljivih postupaka usmjeren je prema svim Židovima, posebno prema njegovom židovskom prijatelju Kyleu, kojeg otvoreno mrzi i smatra nečovjekom zbog njegove vjere. Osim što redovno napada rasne, etničke i vjerske manjine, kao i ljude nižih primanja poput Kennyja, Cartman također ima predrasude prema crvenokosim, svijetloputim i pjegavim ljudima. Više puta se pokazalo da Cartman ima ozbiljnih problema u ponašanju i emocijama. Ima izrazito pretjerane probleme s bijesom i nasilne tendencije kada je uzrujan“ (South Park, n.d.).



Slika 3. Eric Cartman

Izvor: South Park (n.d.)

„Kenneth "Kenny" McCormick, kojem glas posuđuje Matt Stone, posljednji je od četvorice glavnih likova. Najpoznatiji po tome što je umro u gotovo svakoj epizodi u prvih pet sezona *South Parka*. Također je lako prepoznatljiv po tome što gotovo uvijek nosi narančastu jaknu ili samo ima skriveno lice, koje prekriva veći dio njegovog lica i prigušuje njegov govor. Kenny se također temelji na stvarnoj osobi; u ovom slučaju, on je prijatelj iz djetinjstva Treya Parkera koji se isto zove Kenny. U intervjuu iz 2000. godine Trey je rekao da je Kenny u stvarnom životu bio najsiromašnije dijete u susjedstvu i da je nosio narančastu jaknu zbog koje je svima bilo teško razumjeti što govori. Trey je također izjavio da je Kenny u stvarnom životu s vremena na vrijeme izbjegao školu zbog čega bi ostali u šali govorili da je umro, a nekoliko dana kasnije pridružio bi se svojim kolegama iz razreda i ponovno išao u školu. Kennyjeva obitelj jedna je od najsiromašnijih obitelji u *South Parku*. Njegovi su roditelji nestabilni alkoholičari i povremeni uživatelji droga, što je prvo osobina koju je njegov otac Stuart naslijedio od vlastitog oca. Unatoč siromaštvu svoje obitelji, Kenny uvijek uspijeva ostati u tijeku s trendovima u igračkama i video igrama. Kenny se često prikazuje kao heroj grupe, mnoge njegove smrti bile su činovi herojskog samozrtvovanja. Kenny je najprepoznatljiviji u *South Parku* kao vrlo upućen u temu seksa. Prikazan je kao lik opsjednut ženskim tijelom. Iako je pomalo tihi protagonist, vrlo je empatičan kada su u pitanju njegovi prijatelji. Kenny je rimokatolik i često ga se viđa u katoličkoj crkvi s ostalim stanovnicima *South Parka*, ali nije osobito religiozan“ (South Park, n.d.).



Slika 4. Kenny McCormick

Izvor: South Park (n.d.)

Satira u seriji *South Park* igra ključnu ulogu kao semiotički alat, koristeći humor, ironiju i pretjerivanje kako bi kritizirala društvene norme, politike i kulturne fenomene. Semiotička analiza satire u *South Parku* omogućava razumijevanje kako znakovi (simboli, jezik, vizualni kodovi) funkcioniraju u prenošenju dublje kritike društva kroz naizgled jednostavne i humoristične priče. Prema Hrvatskoj enciklopediji (n.d.), satira je književno djelo u kojem se napada pojedinac ili zajednica, kakva mana, karakterna osobina, uvjerenje i sl. Također, ključna je činjenica kod satire da se predmet napada podvrgava ismijavanju, ironiziranju, osudi i prijeziru, bilo da je riječ o pojedincu ili kolektivu (Hrvatska enciklopedija, n.d.). U semiotici se satira koristi kao alat koji razotkriva skrivene društvene norme ili manipulacije pretjerivanjem i ironijom. Satira u *South Parku* djeluje na nekoliko razina:

1. Znakovi i simboli – Serija koristi likove (npr. Eric Cartman, Stan Marsh) kao arhetipske reprezentacije različitih društvenih skupina ili ideologija. Kroz njihove postupke i dijaloge *South Park* ismijava konzumerizam, političku korektnost, religiju i popularnu kulturu.
2. Kontekstualizacija stvarnih događaja – Mnoge epizode satiriziraju stvarne političke ili društvene događaje. Na primjer, epizoda *Big Gay Al's Big Gay Boat Ride* koristi lik Big Gay Ala za preispitivanje društvenih stavova prema LGBTQ+ zajednici, dok epizoda *Mecha-Streisand* ismijava kulturu slavnih prikazom Barbre Streisand kao megalomanskog diva.
3. Ironija i kontrast – *South Park* često koristi kontrast između nevinih likova djece i ozbiljnih društvenih tema kako bi stvorio ironiju. Situacijama u kojima djeca koriste vulgarnosti i govore o ozbiljnim temama dodaje humor, ali i ističe apsurdnost stvarnog svijeta.

Kako bi se lakše razumjela satira, ključ semiotike su: vizualni znakovi – stil animacije, iako jednostavan, omogućava kritiku simboličkom upotrebom boja, oblika i detalja, npr. likovi slavnih osoba u seriji često su prikazani pretjerano groteskno, što simbolizira njihova prenapuhana ega ili utjecaj; verbalni kodovi – dijalozi u *South Parku* često uključuju sarkazam, ironiju i hiperbolu, Cartman, na primjer, često izražava stavove pune mržnje i predrasuda na način koji je toliko pretjeran da postaje smiješan, ali i upozorava na realne predrasude u društvu; kritika moći – satira u *South Parku* redovito cilja na one na pozicijama moći (političare, slavne osobe, korporacije) razotkrivajući njihove slabosti i kontradikcije. Ona gledatelju omogućava prepoznavanje šire društvene strukture koja je često nepravedna ili manipulativna. Satira u

South Parku nije samo sredstvo zabave, već i semiotički alat koji otkriva dublje društvene istine kroz humor. Kombinacija znakova, simbola i ironije seriji omogućava da učinkovitije kritizira moćne institucije i društvene norme. Kroz tu semiotičku prizmu *South Park* koristi satiru kako bi gledatelje potaknuo na kritičko promišljanje o svijetu oko sebe.

Satira se u prvoj sezoni serije *South Park* koristi uz humor, ironiju i apsurdne situacije kako bi se kritizirali i preispitali različiti aspekti društva. Neke ključne satirične teme koje se pojavljuju u prvoj sezoni uključuju političku korektnost, konzumerizam, religiju i američku kulturu slavnih.

Politička korektnost vrlo se jasno vidi u četvrtoj epizodi *Big Gay Al's Big Gay Boat Ride*. Serija koristi satiru za tematiziranje homofobije i političke korektnosti. Big Gay Al, lik koji je otvoreno homoseksualan, parodira stavove prema LGBTQ+ zajednici, naglašavajući kako je homoseksualnost tabu-tema u mnogim sredinama. Kroz lik Stana, koji prihvaća Big Gay Ala bez predrasuda, epizoda istovremeno ismijava i ekstremnu političku korektnost, prikazujući je kao ponekad pretjeranu, kao i društvenu netrpeljivost prema različitosti. Nadalje, kritika konzumerizma pojavljuje se u devetoj epizodi *Mr. Hankey, the Christmas Poo* u kojoj se koristi groteskna slika govanca (Mr. Hankey) kako bi se satirički komentirao konzumerizam i komercijalizacija Božića. Tradicionalni blagdani, koji bi trebali simbolizirati zajedništvo i duhovnost, u *South Parku* postaju praznik koji se sveo na materijalne vrijednosti i političku korektnost, čime serija ističe apsurdnost suvremenih prazničnih običaja. Religija i društvene norme prikazani su u desetoj epizodi *Damien*. On predstavlja lik Antikrista koji dolazi u *South Park*, što je parodija religijskih strahova i vjerovanja. Kroz taj nadrealni zaplet serija satirično prikazuje religijske fanatike, apsurdnost crkvenih dogmi i društvenu paranoju oko „kraja svijeta“. Sarkazmom i pretjerivanjem epizoda propituje religijsku manipulaciju i prikazuje kako strahovi vezani za religiju mogu oblikovati ponašanje ljudi. Kritika slavnih osoba i moći pojavljuje se u dvanaestoj epizodi *Mecha-Streisand*, u kojoj je Barbra Streisand prikazana kao moćni, gigantski robot, što je izravna satira na slavne osobe koje koriste svoju slavu za kontrolu javnog mnijenja ili nametanje političkih i društvenih agendi. Tom parodijom *South Park* ismijava pretjerano slavljenje poznatih i njihovu ulogu u kulturi. Posljednje što je vrlo bitno spomenuti jest znanstvena fantastika i teorije zavjere koje su prikazane u prvoj epizodi *Cartman Gets an Anal Probe*, u kojoj se uvode izvanzemaljci kao simbol teorija zavjere i paranoje oko nepoznatog. Kroz apsurdne situacije i Cartmanovu stalnu nevjericu serija se koristi znanstveno-fantastičnim tropima kako bi ismijala strahove i opsjednutost teorijama zavjere koje često postoje u popularnoj kulturi.

Satira prve sezone *South Parka* ima snažnu funkciju kritiziranja suvremenih društvenih normi i institucija. Humorom i sarkazmom serija uspijeva osvijetliti društvene apsurdne, istovremeno pružajući zabavu i duboku refleksiju o temama kao što su konzumerizam, religija, slavne osobe i politička korektnost.

Po uzoru na autora Shadiqija (2014) izdvojen je 21 važan znak u prvoj sezoni serije *South Park*. Znakovi su izdvojeni i analizirani na denotativnoj i konotativnoj razini.

U prvoj epizodi serije izdvojena su tri bitna znaka:

Prvi je znak *Kick the baby*; denotativno bi značenje bilo: šutnuti, udariti bebu, a konotativno: tendencija današnjih ljudi da izbjegavaju dužnosti i brigu o vlastitoj bebi te se sve više zanemaruje pravilan odgoj djece.

Drugi bi znak bio *I'm not fat, I'm big boned*; denotativno značenje: nisam debeo, imam velike kosti, konotativno značenje: nema ništa loše u tome što si debeo; kritika na problem idealiziranja današnjih standarda ljepote i izgleda na temelju društvenih mreža te promoviranja idealnog izgleda i života.

Posljednji je znak u prvoj epizodi *We have experienced with all beings of earth and we have learned that you are the most intelligent and wise*; denotativno značenje: vi (krave) ste najinteligentnije i najmudrije stvorenje na zemlji, konotativno značenje: čovjek nije bolji od krava, odnosno svaka životinja jednako vrijedi kao i čovjek, ne treba se izživljavati na njima, ponekad životinje pokazu veću inteligenciju od ljudskog kolektiva.

U drugoj su epizodi također izdvojena tri znaka:

Prvi je znak *He's a black guy, isn't he?*; denotativno značenje: on (kuhar) je crnac, konotativno značenje: kritiziranje afroameričkog stereotipa u društvu.

Drugi je znak *After I'm on television, I'm gonna be totally famous*; denotativno značenje: Cartmanov ponos što je na televiziji, konotativno značenje: stjecanje slave putem televizije na bilo koji način, odnosno opsjednutost slavnim osobama i njihovim „savršenim“ životima.

Treći je znak *Weight Gain 4000*; denotativno značenje: reklama o proizvodu za povećavanje težine i oblikovanje mišića, konotativno značenje: kritiziranje manipulacija korištenih u reklamama kako bi zadobili pažnju javnosti.

U trećoj epizodi izdvojena su dva znaka:

Prvi je znak *It's coming right for us*; denotativno značenje: izgovor za pucanje u zaštićene životinje, konotativno značenje: ljudi se lako mogu opravdati pred zakonom upotrebom manipulacije, zlo pobjeđuje dobro.

Drugi je znak *I want you to call Inside Edition, Rescue 911, and Entertainment Tonight*; denotativno značenje: poziv u TV emisije za pokrivanje incidenta u *South Parku*, konotativno značenje: vladini dužnosnici više se brinu o svojoj slavi i reputaciji nego o bilo čemu i bilo kome drugome.

U četvrtoj epizodi izdvojen je znak *Sparky, The Homosexual dog*; denotativno značenje: čudan događaj vezan za psa u *South Parku* zbog toga što pas postaje homoseksualac, konotativno značenje: ljudi loše tretiraju homoseksualce stereotipizirajući ih i zaboravljajući na ljudskost.

U petoj epizodi izdvojena su dva znaka:

Prvi je znak *Why don't you go to San Francisco with other Jews?*; denotativno značenje: Cartmanov bijes prema Kyleu koji je Židov, konotativno značenje: etiketiranje Židova od strane društva.

Drugi je znak *I tried to play God and I failed... Perhaps we shouldn't toy with God's Creation*; denotativno značenje: Memphesto žali što je napravio nered s genetskim inženjeringom pokušavajući stvoriti čovjeka, konotativno značenje: ono što je stvoreno prirodno ne bi trebalo pokušavati rekreirati.

U šestoj epizodi izdvojeni su sljedeći znakovi:

Terrance and Phillip Show, denotativno značenje: nova humoristična serija s lošim učinkom na djecu, konotativno značenje: pobuna protiv emitiranja takvih serija i nemarnost roditelja koji ne vode brigu o tome što djeca gledaju na televiziji.

You're so obsessed about ending your life but you're not thinking about his; denotativno značenje: Stanov djed ne bi trebao od unuka tražiti da ga ubije jer će to loše rezultirati, konotativno značenje: poruka za one koji podržavaju eutanaziju; ubojstvo je velika stvar, ne bi se trebalo igrati s tim.

U sedmoj epizodi izdvojen je znak *It's Adolf Hitler costume. Sieg Heil. Sieg Heil*; denotativno značenje: Cartmanova sreća u kostimu Hitlera za Noć vještica, konotativno značenje: Hitler je bio dovoljno zastrašujuć i zao da bude idealan kao kostim za Noć vještica.

U osmoj epizodi izdvojeni su sljedeći znakovi:

You shouldn't dislike somebody just because they're different; denotativno značenje: kuharov savjet dečkima da se ne rugaju novom klinцу u školi, konotativno značenje: poruka svijetu o prihvaćanju različitosti, ne možemo svi biti jednaki.

Jesus versus Satan; denotativno značenje: boksački meč održan u South Parku, konotativno značenje: nešto što je loše i zlo može izgledati obećavajuće, ali često prevari ljude.

U devetoj epizodi izdvojen je znak *You don't actually get involved with a child's life. You're supposed to just send money, and once in a while, they write you a letter*; denotativno značenje: savjet djeci da ne mogu usvojiti drugo dijete, konotativno značenje: licemjerje ljudi prema potrebitima.

U desetoj epizodi izdvojen je znak *It's hard to be a Jew on Christmas*; denotativno značenje: Kyleova usamljenost na Božić, konotativno značenje: nedostatak etničke i vjerske tolerancije.

U jedanaestoj epizodi izdvojen je znak *Damn this beautiful face of mine! Damn it to hell!*; denotativno značenje: Garrisonov izraz na nered koji je izazvalo njegovo lice, konotativno značenje: kritika upućena pothvatima plastične kirurgije.

U dvanaestoj epizodi izdvojen je znak *People who want a lot of power always end up dead*; denotativno značenje: Kyleova reakcija na poraz Barbre Streisand, konotativno značenje: moralna poruka da pohlepa ne donosi ništa osim poraza.

U trinaestoj epizodi izdvojen je znak *Cartman's struggle to find his father*; denotativno značenje: Cartmanova potraga za ocem, konotativno značenje: važnost obitelji i ljubavi prema njoj.

Osim društvenih kodova vrlo je važno spomenuti i tekstualne kodove. Karakterizacija likova u seriji jedna je od njih. Djeca nisu prikazana kao nevina, već se otvoreno prenosi poruka i kritika svijetu kroz njihove likove uz dozu crnog humora i grubih jezičnih izraza. Nadalje, sarkazmom i humorom prikazuju se društveni problemi te se naglašava njihova vrijednost kroz znakove. Kodovi utječu na um pojedinca kadriranjem znakova i hvatanjem poruke, percepcija igra važnu ulogu (želi se predstaviti realan svijet kakav je, pun zlobe i licemjerja te osvijestiti ljude o tome kako bi se barem pokušalo nešto promijeniti).

7. ZAKLJUČAK

Analiza animirane serije *South Park* u kontekstu semiotike i kulturoloških kodova pokazuje da ovaj serijal koristi jedinstvenu kombinaciju vizualnih sredstava kako bi prenio složene poruke o suvremenom društvu. Hipoteze postavljene u ovom radu ukazuju na specifične načine na koje *South Park* koristi animaciju i humor kako bi kroz parodiju i kritiku prikazao ključne probleme i fenomene modernog društva. U svrhu istraživanja u radu su istražene tri hipoteze. Prva hipoteza tvrdi da postoje barem dvije vrste kodova u serijalu, sarkastični i sociokulturološki, te se ona pokazala točnom u analizi trinaest epizoda, odnosno cijele prve sezone. Sarkazam se koristi za ismijavanje političkih i društvenih normi, posebno pretjerivanjem i ironijom. Ti sarkastični kodovi često služe za kritiku licemjernih stavova i ponašanja unutar društva, dok sociokulturološki osiguravaju dublju kritiku institucija i ideologija, poput konzumerizma, kapitalizma i političke korektnosti. Osim toga, serija nije samo za zabavu, već komentira društvene apsurdne. Druga hipoteza, prema kojoj likovi funkcioniraju kao semiotički simboli različitih društvenih stereotipa, također je potvrđena. Likovi poput Erica Cartmana, Stana Marsha i Kylea Broflovskog predstavljaju različite tipove osobnosti, kroz koje se provlači kritika društvenih fenomena. Primjerice Cartman, lik sebičnog, netolerantnog i pohlepnog pojedinca, često simbolizira ekstremne verzije konzumerizma i kapitalizma, dok likovi poput Kylea i Stana predstavljaju glas razuma i moralnosti. Kroz te likove serijal dekonstruira suvremene fenomene kao što su politička korektnost, religija i društvene nejednakosti. Svaki lik postaje semiotički nositelj nekog stereotipa, što serijalu omogućava humorom istovremeno zabavljati i educirati publiku o složenim društvenim pitanjima. Treća hipoteza odnosi se na dvije razine značenja, denotativno i konotativno, što je potvrđeno ovom analizom. Denotativno značenje prikazuje osnovna značenja kao što su jednostavne situacije koje se događaju. *South Park* može izgledati kao jednostavna humoristična serija, ali u konotativnom značenju svaka epizoda ima složene društvene komentare. Kroz konotaciju serijal dublje analizira društvene probleme, poput političke korektnosti ili kapitalizma. Mnogobrojna značenja omogućavaju gledateljima *South Park* različite analize, ovisno o njihovu kulturološkom i društvenom kontekstu.

8. LITERATURA

1. Aithor. URL: <https://aithor.com/essay-examples/south-park-by-matt-stone-and-trey-parker-research-paper> (Pristup: 7. 9. 2024.)
2. Ajanović, M. (2004) *Animacija i realizam*. Zagreb: Hrvatski filmski savez – Naklada Hrvatskog filmskog saveza.
3. Biti, V. (1997) *Pojmovnik suvremene književne teorije*. Zagreb: Matica hrvatska.
4. Bookbrio. URL: <https://bookbrio.com/glossario/stan-marsh-south-park-character-analysis/> (Pristup: 8. 9. 2024.)
5. CARNET. URL: https://edutorij-admin-api.carnet.hr/storage/extracted/df4dc771-5c46-4a4f-8328-5c1f35aed47f/html/692_objasnjavamo_obilježja_igranog_i_animiranog_filma.html (Pristup: 4. 9. 2024.)
6. Dai, H., Lee, J. (2022) *Research on Discourse Reconstruction Effect of Animated Film Cross-Cultural Communication Based on Machine Learning*. Kina: Wiley.
7. Djeca medija. URL: <https://djecamedija.org/povijest-i-razvoj-interneta/> (Pristup: 24. 8. 2024.)
8. Dugandžić, V. (1989) *Semiotika i teorija informacija*. Varaždin: Fakultet organizacije i informatike.
9. Equestris. URL: <https://equestris.hr/odnosi-s-medijima/vrste-medija-i-kako-im-pristupiti/> (Pristup: 21. 8. 2024.)
10. European Union. URL: https://youth.europa.eu/year-of-youth/activities/15241_en (Pristup: 22. 8. 2024.)
11. Frim, D. J. (2014) Popular Culture Association in the South: Pseudo-Satire and Evasion of Ideological Meaning in "South Park". *Studies in Popular Culture*, Vol. 36, str. 149–171.
12. Hercigonja, Z. (2017) *Utjecaj modernih medija na odgoj djeteta*. Varaždin: Druga gimnazija Varaždin.
13. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/radio> (Pristup: 22. 8. 2024.)
14. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/internet> (Pristup: 24. 8. 2024.)
15. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/animirani-film> (Pristup: 4. 9. 2024.)

16. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/satira> (Pristup: 9. 9. 2024.)
17. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/acta-diurna> (Pristup: 21. 8. 2024.)
18. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/televizija#poglavlje5> (Pristup: 22. 8. 2024.)
19. Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=55344> (Pristup: 30. 8. 2024.)
20. Ign. URL: <https://www.ign.com/articles/2014/03/01/top-25-south-park-characters?page=5> (Pristup: 8. 9. 2024.)
21. Johansen, J.D., Larsen, S.E. (2000) *Uvod u semiotiku*. Zagreb: Biblioteka Signum.
22. Jurčić, D. (2017) *Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj*. Mostar: Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru
23. Labaš, D., Mihovilović, M. (2011) *Masovni mediji i semiotika popularne kulture*, Kroatologija, vol. 2: 95–12.
24. Liu, H., Li, Y. (2015) *Weibo Information Propagation Dissemination Based on User Behavior Using ELM*. Kina: Wiley.
25. Matošević Prenc, S. (2018) *Društvo - medij odgoj i obrazovanje*. Završni rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
26. Metz, C. (1974) *Film language: A semiotics of cinema*. Oxford: Oxford University Press.
27. Monaco, J. (2009) *How to read a film*. 4. izd. New York: Oxford University Press
28. Munitić, R. (2012) *Estetika animacije*. Zagreb: Vedis d.o.o.
29. Narodne novine (2023) *Zakon o medijima*. (NN, br. 59/04, 84/11, 81/13, čl. 2).
30. Nöth, W. (2004.) *Priručnik semiotike*, Zagreb: Ceres.
31. Peruško, Z. (2011) *Uvod u medije: Što su mediji?* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
32. Shadiqi, A. (2014) *Semiotic Analysis of South Park Cartoon Comedy Season I*. English Department, Faculty of Humanity, Andalas University.
33. Simanjuntak, R., Simanjuntak, F., Simanjuntak, Z. (2022) Multicultural values in Disney animated films. *Apollo Project*, vol. 11, str. 97–108.
34. South Park Archives. URL: https://southpark.fandom.com/wiki/South_Park (Pristup: 6. 9. 2024.)

35. South Park. URL: https://southpark.fandom.com/wiki/Stan_Marsh#Background (Pristup: 8. 9. 2024.)
36. Šarić, K. (2017) *Semiotika filma*. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
37. Tipa, V. (2014) Art and media communication: The animation film, a field of culture interference. *International Journal of Communication Research*, vol. 4, str. 338–342.
38. Tolić, M. (2009) Semiotika i medijska pedagogija u analizama indoktrinacije. U: *Acta Ladertina*, 6 (2009), str. 55–72. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju.
39. Williams, J. (2019) *Comedy and Controversy: A Close Look at "South Park "and Its Unique Approach to Satire*. College of DuPage.
40. Wordpress. URL: <https://aeiou563012929.wordpress.com/> (Pristup: 8. 9. 2024.)

9. PRILOZI

9.1. Popis slika

Slika 1: Stan Marsh

Slika 2: Kyle Broflovski

Slika 3: Eric Cartman

Slika 4: Kenny McCormick