Semiotička analiza simbola i analiza sadržaja filmskog serijala o Harry Potteru - postmoderno začaravanje društva

Gluhaković, Ena

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:251:411925

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Akademija za umjetnost i kulturu
Odsjek za kulturu, medije i menadžment
Sveučilišni preddiplomski studij Medijske kulture

ENA GLUHAKOVIĆ

SEMIOTIČKA ANALIZA SIMBOLA I ANALIZA SADRŽAJA FILMSKOG SERIJALA O HARRY POTTERU - POSTMODERNO ZAČARAVANJE DRUŠTVA

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:
Izv. prof. dr. sc. Vladimir Rismondo

Osijek, 2019.

Sažetak:

Cilj ovog rada je objasniti što je postmoderno društvo, celebrity kultura i što su sami celebrityji, kao i razvoj semiotike i njezinih kodova. Nakon toga na primjeru filmskog serijala o Harry Potteru pokazati kako književni i filmski uradci postaju proizvodi te kao takvi doprinose "začaravanju"postmodernog društva. Semiotika nam omogućuje, kroz kodove, čitati sve ikoničke, simboličke i indeksne znakove koji doprinose začaravanju društva. Glavno pitanje je koliko i u kojoj mjeri kulturni proizvodi, kao što su filmovi i knjige, mogu utjecati na društo? Pitanje je utječu li na začaravanje svijeta samo fikcijska književnost i komercijalni "block-buster"filmovi, ili pak putem novih medija i svi ostali proizvodi postaju dio tog kompleksnoga društva? Ako da, onda na koje proizvode, kako, te u kojoj mjeri i postoji li kraj tog širenja? Živimo li u vremenu apsolutne zaluđenosti proizvodima koji nas okružuju?

Ključne riječi:*celebrity, Harry Potter, novi mediji, postmoderno društvo, semiotika*

Abstract:

The goal of this paper is to explain what is postmodern society, celebrity culture and celebrities, as well as the development of semiotics and its codes. Then, using the example of the Harry Potter movie series, we will show how literary and cinematic works become products and, as such, contribute to the "enchantment" of postmodern society. Semiotics enables us, through codes, to read all the iconic, symbolic and index signs that contribute to the enchantment of society. The main question is how and to what extent can cultural products, such as films and books, be influential in society? The question is, is the enchantment of the world influenced only by fiction and commercial blockbuster films, or are, by new media, all other products becoming part of this complex society? If so, to what products, how, and to what extent? Is there an end to this expansion? Do we live in a time of absolute fascination with the products that surround us?

Keywords: *celebrity, Harry Potter, new media, postmodern society, semiotics*

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

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja_____ potvrđujem da je moj _____rad
diplomski/završni
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

_____

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. TEORIJSKI OKVIR 2
2.1. ŠTO JE TO MODERNA? 2
2.2. ŠTO JE POSTMODERNA? 3
3. CELEBRITI KULTURA? 6
3.1. ŠTO JE I KAKO SE RAZVIJALA CELEBRITY KULTURA? 6
3.2. ŠTO SU CELEBRITYJI? 7
3.3. ŠTO JE ZNAČAJNO ZA CELEBRITYJE I CELEBRITY KULTURU? 8
3.4. TIPOVI (KATEGORIJE) CELEBRITYJA 8
4. ŠTO SU NOVI MEDIJI? 10
4.1. KAKO (NOVI) MEDIJI ZAČARAVAJU DRUŠTVO? 10
5. SEMIOTIKA 11
5.1. SEMIOTIČKA ANALIZA SIMBOLA I ZNAKOVA 14
5.2. ANALIZA SADRŽAJA 15
5.3. MONOMYTH JOSEPHA CAMPBELLA 15
6. SERIJAL O HARRY POTTERU - ROMANI/FILMOVI 17
6.1. SIMBOLI I KODOVI U FILMOVIMA O HARRY POTTERU 18
6.1.1. PREDMETI 18
6.1.2. ŽIVOTINJE I MAGIČNA STVORENJA 21
6.1.3. NAJVAŽNIJE ČAROLIJE 22
6.2. KARAKTERIZACIJA LIKOVA 24
6.2.1. POZITIVNI LIKOVI 24
6.2.2. NEGATIVNI LIKOVI 27
6.3. UTJECAJ HARRY POTTERA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA 29
6.4. HARRY POTTER KAO BRAND 30
7. ZAKLJUČAK 32
LITERATURA 33

1. UVOD

U ovom radu ću objasniti i definirati što je to moderna, kako bi onda mogla definirati postmodernu. Trenutno živimo u postmodernom društvu, koje je donijelo velike promjene u kulturi i tradiciji. Današnje društvo je umreženo, društvo virtualne stvarnosti i začarano od svih proizvoda koji ga okružuju. Objasnit ću kako Baudrillard određuje postmodernizam kao zamjenu stvarnosti sa simulakrumom, što dovodi do sumnje u postojenje same realnosti. S druge strane za F. Jamesona postmodernizam predstavlja tzv. “kulturnu logiku kasnog kapitalizma”gdje je “fetišizam robe”toliko ekstreman da jednostavno sam proces potrošnje postaje roba potrošačkog društva. Nakon toga ću objasniti kakvu ulogu igraju proizvodi i roba u postmodernom društvu i kako smo postali potrošačko društvo

Objasnit ću što su to novi mediji, koja je njihova uloga i utjecaj i kako spektakl utječe na društvo. Važno je objasniti i semiotiku, njezine kodove i simbole, njihova značenja i odnose sa znakom, slikom, medijima i filmom, kao i analizu sadržaja i analizu simbola.

Kao glavni primjer odabrala sam serijal filmova o Harry Potteru iz kojeg ću onda iščitati osnovne kodove po kategorijama predmeta, čarolija i životinja, koje ću iskoristiti u karakterizaciji likova i analizi sadržaja. Pored filmskog i književnog serijala o Harry Potteru analizirat ću i utjecaj na društvenim mrežama kao što su, Facebook, Twitter, Instagram i YouTube.

Svi ovi elementi trebaju odgovortiti na pitanje je li postmoderno društvo svojim kulturnim proizvodima i sadržajima, doprinijelo onome što Max Weber i Zygmund Bauman zovu “začaravanje svijeta”, utječući i manipulirajući publikom na način da ih svojim kontinuiranim fantastičnim filmskim sadržajima drži “prikovane”za ekrane?

2. TEORIJSKI OKVIR

2.1. ŠTO JE TO MODERNA?

Kako bi mogli objasniti postmodernu, prvo moramo razjasniti što je to moderna. Moderna podrazumijeva književne i umjetničke tendencije koje se javljaju krajem 19. stoljeća u europskoj književnosti i umjetnosti. Pojam se prvi puta upotrebljava osamdesetih godina 19. stoljeća u Njemačkoj, u svezi sa realističnim programom mladih, a kasnije se počinje primjenjivati uz različite pokrete, škole i strujanja. (Popović, 2010.; 443.) Moderna nastaje kao reakcija na pozitivizam, realizam i naturalizam, koji su obilježili literaturu 19. stoljeća, a ona se pod utjecajem idealističke i metafizičke filozofije zalaže za individualnost, subjektivnost, iracionalno i osjećajno. Postoje različita mišljenja o početku moderne. Jedno je da ona počinje početkom stoljeća, a drugo je da počinje od 1910., te se u skladu s time različito definira i njezin završetak - Prvi svjetski rat ili sredina dvadesetih godina. (Popović, 2010.; 444.-445.)

Loytard tvrdi da je moderno znanje počivalo na tzv. "velikim pripovijestima", odnosno velikim idejama. To su zapravo bile metapriče ili ideje koje su polagale pravo na apsolutnu istinitost i utemeljivale ukupno moderno znanje. Takvo moderno znanje je, zbog svog utemeljenja u velikim metapričama bilo logično. (Oralić-Tolić, 2005.; 7.) Popović(2010.; 444.-445.) govori kako se vladajući pesimizam, subjektivnost i artizam u Europi prihvaćaju, te se u poeziji moderne "prvi puta otvoreno piše o smrti kao o problemu pojedinca, također i o ljubavi kao tjelesnoj strasti. Društvene i političke promjene koje je donio Prvi svjetski rat, na neki način su natjerale intelektualce da preispitaju osnovne vrijednosti zapadne civilizacije. Zbog toga je bio promijenjen umjetnički senzibilitet što je zahtjevalo nove forme i stilska sredstva. Na to sve je utjecalo niz vanliterarnih faktora, kao što su: tehnološki razvoj, razvoj znanosti i fizike, Freudova i Jungova psihoanaliza i sl."

Poeziju moderne obilježio je slobodan stih, univerzalna analogija, slobodna asocijativnost i simultanost. "Proza moderne zainteresirana je za čovjekovu podsvijest, za ono što je potisnuo i što čini njegov unutarnji misaoni ili emotivni život. Pored toga moderna ponovo pokreće pitanje ondosa prema tradiciji, ali ne samo književnoj nego i kulturnoj. Taj pogled se ne ogleda samo u preispitivanju nasleđa ili u formalnim novinama, veću posve drugačijem tumačenju prošlosti."(Popović, 2010.; 445.) Iz prošlosti se posuđuju mnogi mitovi, legende i simboli, te se stavljaju u novi kontekst čime se

mijenja njihovo tradicionalno značenje. Na taj način moderna najavljuje intertekstualnost koja će se posebno razviti u postmoderni.

Prema Oralić-Tolić(2005.; 36.) "*Moderna je književna znanost bila dijete paradigme linearnosti, autonomije imanentizma i totalnosti. Željela je dosegnuti smisao djela i obuhvatiti njegov cjeloviti razvoj, promatrala je književnost kao autonoman niz i, napokon, njezin je autor, veliki književni znanstvenik, vjerovao u povlašteni status svog predmeta i povlaštenu poziciju svoga znanja.*"

Moderno je uvijek povijesno u ratu sa onim što mu je neposredno prethodilo, te u tom smislu moderno je uvijek post-nešto. Obzirom da moderna završava u ratu sa samom sobom, neizbježno postaje post-moderna. Na ovu čudnu logiku jošsamo ukazuje i latinsko značenje modernog "modo"- *upravo sada*, pa onda postmoderno doslovno znači "*nakon upravo sada*". (Appignanesi i Garratt, 2002.; 18.-19.)

2.2. ŠTO JE POSTMODERNA?

Prema Lyotaru postmoderna je nesumnjivo dio moderne. Prema Popović(2005.; 557.), postmodernizam je "*periodizacijski , tipološki i kulturološki pojam kojim se označava širok spektar kulturnih praksi i teorijskih diskursa zasnovanih na kritici i prevladavanju značenja, vrijednosti, smisla i načina života modernog društva*."Postmodernizam označava i različite tendencije u umjetnosti i kulturi druge polovice 20. stoljeća, te se suprotstavljaju modernizmu i želi ga prevladati.

Postmoderna započinje šezdesetih godina 20. stoljeća i povezuje se s raspravama o vizualnim umjetnostima i književnosti, a svoju dominaciju postiže sedamdesetih godina. Pojam postmodernizam prvi je upotrijebio R. Panvic (1917.) u knjizi *Krize europske kulture*, kako bi označio mješavinu različitih kulturnih tendencija svoga doba. Zatim ga španski teoretičar F. de Onis upotrebljava kako bi obilježio razdoblje između španskog modernizma (1896.-1905.) i ultramodernizma (1914.-1932.), odnosno razdoblje od 1905. do 1914. godine u španskoj poeziji. Nakon toga, u engleskoj kritici ovaj termin prvi koristi povjesničar A. Toynbee kako bi njime obilježio prijelaz sa nacionalnodržavnotvornog na globalno političko mišljenje u Americi krajem 19. stoljeća. No nakon pedesetih godina pomoću ovog se pojma pravi razlika između tadašnje književne produkcije i velike modernističke književnosti moderne (V. B. Yeats, T. S. Elliot, E. Pound i James Joyce).

Dakle može se reći da postmodernizam ne predstavlja jedinstvenu tendenciju u umjetnosti, nego mrežu istovremenih pojava i pojedinačnih ostvarenja, koja su nerijetko uzajamno isključiva. Upravo zbog toga se javljaju nesuglasice oko određenja postmodernizma unutar različitih teorijskih

disciplina. "*Postmoderne teorije su djeca paradigme pluralnosti i nesigurne internetske mreže koja u jednom trenutku može proizveti apsolutnu komunikaciju, povezati nas s cijelim svijetom, a u drugom pasti od civilizacijskog mraka koji jede tekstove, kao što su moderne revolucije jele svoju djecu ili pretkulturni ljudi jedni druge*."(Oralić-Tolić, 2005.; 36.) Prema Popović(2010.; 558.) naprimjer, I. Hasan govori o "promjeni unutar modernizma", kao i o "literaturi koja traži samu sebe", kad je riječo glavnim osobinama djela autora koji se smatraju pretečama postmodernizma, a za sam postmodernizam kaže da je "*semantički nestabilan*". Lyotar postmodernizam povezuje sa stanjem ljudskog saznanja i spoznaja koji se javljaju kao posljedica informativnih tehnologija, odnosno ideja postindustrijskog društva u kojem postmodernizam obilježava kraj *velikih narativa.*
S druge strane Baudrillard određuje postmodernizam kao zamjenu stvarnosti sa simulakrumom, što dovodi do sumnje u postojenje same realnosti. Za F. Jamesona postmodernizam predstavlja tzv. "kulturnu logiku kasnog kapitalizma"gdje je "fetišizam robe"toliko ekstreman da jednostavno sam proces potrošnje postaje roba potrošačkog društva. Prema Brianu MacHaylu, dok modernizam karakteriziraju epistemološka, postmodernizam karakteriziraju ontološka pitanja poput: "Što je svijet, kakvi svjetovi postoje, kako su oni konstruirani, po čemu se razlikuju? Što se događa kada se različite vrste svjetova konfrontiraju, ili kada se granice među njima naruše? Na koji način postoji tekst, a na koji svijet (ili svjetovi) koje projektira?"(Popović, 2010.; 58.)

Onih metapriča iz moderne više nema, zbog njihova izostanka, postmoderno znanje je utemeljenjo na igri i ono je jednostavno *paralogično*. Krajnji ishod takvog znanje je nepostojanje univerzalne slike i univerzalnog konsenzusa, kako Lyotard tvrdi da postoji samo prostrano polje heteromorfije jezičnih igara koje trebaju biti svima dostupne i za njih treba preuzeti odgovornost. Konsenzus nije cilj, nego je samo stanje diskusije. Cilj je prije svega paralogija spoznaja jezičnih igara kao takvih i odluka da se preuzme odgovornost za njihova pravila i djelovanja (Tolić; 10. Prema Lyotard, 1999: 190-192.)

Prema Popović(2010.; 558.) za Lindu Hutcheon, idealni primjeri postmoderne književnosti ili metafikcije su ona djela koja često svjesno i pomišljeno, razigrano i ironično koriste paradoks kako bi ukazali na svoju vlastitu artificijelnost i samu kontradikciju, kao i ona djela koja se poigravaju žanrom i njegovim konvencijama, u isto vrijeme uključujući i visoku i popularnu kulturu, čime privlače pozornost velikog broja ljudi. Naglašavanje te razigranosti i popularnosti, ali i korištenje parodije i klišeja, glavne su teme rasprava o postmodernizmu koje ukazuju na stvaranje drugačijeg pojma tradicije, gdje se visoka i niska kultura miješaju kako bi proširili prošlost i sadašnjost.
"*Jedna od glavnih odlika postmodernizma je pluralizam, odnosno sinhrono postojanje različitih društvenih, političkih i religioznih sistema, različitih jezičkih i stilskih kodova, pri čemu*

postmodernizam postaje transnacionalna, nomadska kultura postistorijskog slobodnog kretanja i prelaženja iz civilizacije u civilizaciju, stapanje tradicionalnog i modernog, elitnog i populističkog, estetskog i funkcionalnog, internacionalnog i regionalnog."(Popović, 2010.; 558.) Također je jedna od odlika postmodernizma i suočavanje dominantnih i marginalnih jezika, kao i održavanje i relativiziranje opreka i raskola, "*situacije bez razrješenja, stalnog uzajamnog odnosa koji ne daje prednost nijednom pojedinom članu raskola*". (Popović, 2010.; 559.) Upravo je tako ostalo otvoreno pitanje da li posmoderna raskida sa modernističkim aistorizmom i težnjom za apstraktnim sistemom ili ona zapravo održava kontinuitet sa nekim vidovima modernizma i prošlosti.

Popovićgovori i o tome kako je relativizirana suprotnost između reference književnog teksta na stvarnost i njegovog upućivanja na samog sebe. Modernizam je raskinuo sa realističom iluzijom i ogolio književni postupak, a zajedno s tim i fikcionalnost književnih tekstova, a s druge strane postmoderna ide korak dalje i problematizira autoreferencijalnost, na način da ju prepoznaje kao novu konvenciju fikcionalnosti. Dalje je u postmoderni relativiziran i odnos između visoke i niske kulture, te se povećava zanimanje za masovnu kulturu i kič. Pored svega toga, postmoderna "ukida formalne i žanrovske granice između tekstova i stvara više ambivalentnih, višestruko kodiranih međupodručja, pa se književni elementi nerijetko pronalaze i u filozofskim i istorijskim tekstovima i obratno, filozofija i istorija ostavljaju svoje tragove u književnosti."(Popović, 2010.; 559.)

Postmoderna se može podijeliti na postmodernu I. i II. Postmoderna I. je laka, estetska i zaigrana, a odnosi se na zapadnu kulturu nakon moderne i modernizma. Postmodernizam se može definirati kao umjetnost u postmodernoj kulturi između smrti moderne kulture 1968. godine i pada Berlinskog zida. Postmoderna II. je teška, politička i simulakralna. Može se reći da je ona post-postmoderna pod kojom se smatra globalna kultura ili virtualno doba. To je kultura nakon devedesetih godina 20. stoljeća. Značajni događaji koji su obilježili ovo razdoblje su: medijski spektakl Zaljevskog rata 1991. godine, CNN, rođenje ovce Dolly, lude krava, 11. rujnja 2001. itd.
Postmoderna znači raditi bez pravila kako biste odredili pravila onoga što ste uradili.

3. CELEBRITI KULTURA?

Kao što je u prethodnom poglavlju rečeno, postmoderna briše razlike između visoke i niske kulture, a samim tim bi se moglo reći da to dovodi do brisanja razlika između privatnog i javnog. Upravo je to osnovna bit celebritiy kulture, nepostojanje razlika između javnog i privatnog. Zapravo, celebrity kultura svoju privatnost iznosi svojevoljno, te ona postaje tržišna roba. Guy Debord (1994.) je to definirao joši kao društvo spektakla. No vratimo se na sam početak.

3.1. ŠTO JE I KAKO SE RAZVIJALA CELEBRITY KULTURA?

Celebrity kultura se nije samo odjednom pojavila, postojali su uvjeti i određene situacije, tzv. okidači pod kojima je ona nastala. Uvjeti uključuju širenje medija osamdesetih godina 20. stoljeća i gubitak povjerenja u uspostavljene oblike vodstva i autoriteta koji se događaju u isto vrijeme. Prema Cashmore (2006.; 2.) pod okidačima se misli na određene događaje i ljude koji su ključni dio toga, na primjer skandalozne slike Elizabeth Taylor i Richarda Burtona, pojava i smrt princeze Diane i naravno, jedan od najvećih okidača - Madonna. No glavni uzrok svega ovoga je razvoj potrošačke kulture.

Početkom dvadesetog stoljeća poznate ličnosti su bile izumitelji, vojni vođe, politički vođe, znanstvenici, književnici, financijske i industrijske vođe, umjetnici i druge osobe koje su bile poznate po svome radu i djelovanju. S druge strane, zabavljači i sportaši su se smatrali manje vrijednima. Od tada se širi popularnost radija i filma, povećava se sloboda i mobilnost zbog porasta broja automobila. Cashmore (2006.; 270.-279.) daje vremenski pregled značajnjih događaja koji su bili *okidači*. Naprimjer nakon Drugog svjetskog rata, 1945. godine popularnost i pozornost, pored znanstvenika, umjetnika i izumitelja, zaokupljaju vojni heroji poput Eisenhowera, Montgomeryja, kao i državnici poput Roosevelta i Churchilla. No u narednim desetljećima njihova popularnost opada, te doživljava skoro apolutni kraj osamdesetih godina. 1946. godine, na World’s Fair-u u New Yorku je izložena televizija, te kompleti za kućnu uporabu postaju dostupni. 1962. godine, Marcello Geppetti fotografira Elizabeth Taylor i Richarda Burtona, nakon čega se prati njihovo vjenčanje, brak, razvod, te ponovno vjenčanje 1975. godine i drugi medeni mjesec. 1968. godine, sportaši Tommie Smith i John Carlos koriste moćglobalne televizije kako bi istaknuli društvena i politička pitanja, kada su napravili Black Power geste na olimpijskoj tribini u Mexico Cityju. Andy Warhol, 1969. godine pokreće svoj časopis Inter/View, u kojem predviđa da će u budućnosti svi biti svjetski poznati, na petnaest minuta. Sve se više počinju pratiti priče i događaji iz života glazbenika, sportaša, glumaca, a sve manje se prati znantstveni rad. HBO 1976. godine započinje punu emisiju prikazujući borbu

Muhameda Alija i Joea Fraziera, te koristi transponder na komercijalnom satelitu, koji prenosi signale kabelskim sustavima. Ovakva tehnologija je omogućila globalnu razmjenu televizijskih signala putem mikrovalova, a u naredne dvije godine HBO je specijaliziran za filmove i sport, te je napopularniji kabelski kanal s 1,5 milijuna pretplatnika.

Prema Cashmore (2006.) također jošjedan od glavnih uvjeta pojave celebrity kulture, bila je i objava knjige "*The Culture of Narcissism*"Christophera Lascha, koja je opisivala kulturu koja se sve više oslanja na medije kako bi definirala svoje *potrebe*. On tvrdi da su samdesete godine bile obilježene, pojavom princeze Diane, pokreće se MTV, obnovljenji *Us Weekly* doprinosi sve većem broju časopisa o slavnima. Također i Michael Jordan potpisuje važan ugovor s tvrtkom Nike i talk show Oprahe Winfrey se prikazuje na nacionalnoj televiziji. Madonna objavljuje svoj album "Like a Prayer", zbog čega se Pepsi povlači iz ugovora o odobravanju s njom, vrijednog 5 milijuna dolara. Ovo su bili samo neki od razloga i okidača koje je naveo Cashmore (2006.), koji su proizveli potrošačku kulturu, a samim time i društvo spektakla, tj. celebrity kulturu koju danas masovno uživamo.

Dakle, celebrity kultura podrazumijeva rastući trend koji u prvi plan stavlja slavu, bogatstvo i "savršen"izgled. Postalo je bitnije što radi Paris Hilton, nego što rade znanstvenici, političari i sl. Osnovni interes se prebacuje sa bitnog na nebitno, sa problema na zabavu –to je ono što nudi celebrity kultura. Postala su dominantna istraživanja života poznatih ličnosti iz svijeta show businessa, te plasiranje istih kao uzora i simbola uspijeha. Na taj se način ozbiljno narušava sistem vrijednosti u kome su rad i rezultat rada određivali vrijednosti čovjeka. Publika jednostavno traži spektakl, intrige, a mediji im to rado serviraju.

3.2. ŠTO SU CELEBRITYJI?

Psiholog David Giles definirao ih je kao "Celebrity ličnost je član javnosti koji postaje poznat samo putem medijskog posredovanja."(Cashmore, 2006.; 7.) Osobe koje danas čine celebrityje su jednostavno roba koja se prodaje. U trenutku kada se nekome od njih podigne visina javne vidljivosti (izloženosti), odnosno kada bude dio svih naslova i televizijskih programa, tada (se) oni počnu prodavati. "Ako ne prodaju izravno DVD-ove, filmove, CD-ove, koncertne ture ili knjige, posredno prodaju kozmetiku, kućanske aparate i sve druge zamislive proizvode."(Cashmore, 2006.; 2.) Celebrityji prodaju svoje ime, što podiže vrijednost i njima i mnogim drugim brandovima i prozvodima. Tj. oni će svoje ime povezati sa određenim proizvodom kojemu treba reklama, bez da su ga možda ikada u životu koristili, a sve to u zamjenu za novac. Današnja celebrity kultura je

produžetak kolektivne preokupacije poznatim. Zbog toga su poznate osobe postale roba, umjesto da budu uređaju za marketing. Sada ih se može kupiti i prodati kao robu na tržištu. Odnosno, može se kupiti njihove prikaze, zvukove i sve proizvode s kojima su povezani, a ne njih same. S obzirom na činjenicu da je amerikanizirana pop kultura uveliko postala roba koja se izvozi, Debord objašnjava da bi takva kultura mogla postati najvažnijom američkom izvoznom robom u društvu spektakla. Od toliko nastojanja da postanu "celebrity", ljudi su spremni prijavljivati se na različite reality show-ove gdje svoju privatnost mijenjaju za slavu, a to sve ponovno u svrhu zabave. Takvim stupanjem u svijet spektakla "*kao model s kojim se treba poistovjetiti, on se odriče svih autonomnih odlika, u težnji da se poistovjeti sa opštim zakonom poslušnosti prema postojećem poretku stvari.*"(Debord,1994.; 18.)

3.3. ŠTO JE ZNAČAJNO ZA CELEBRITYJE I CELEBRITY KULTURU?

Svu tu medijsku prisutnost iz prethodnog dijela, plaćamo mi. Potrošači. Ali kako je došlo do toga da mi, potrošači, publika, fanovi prihvaćamo slavne osobe i da u tom samom procesu značajno trošimo novac? Celebrity kultura je postala obilježje društvenog života, osobito u razvijenom svijetu s kraja osamdesetih, i početkom devedesetih godina, te se znatno proširila u 21. stoljeće uz pomoćglobalnog medija koji je promicao, hvalio, ponekad i uništavao njezine figure, uglavnom iz čiste zabave i sporta. Ali glavni razlog velikog uspijeha celebrity kulture jesu sami potrošači, tj. publika. Postali smo u potpunosti stručni raspravljati i komentirati sve što nas okružuje, te aktivno sudjelovati u stvaranju i širenju takve kulture. "*Kada si dio celebrity kulture, zadovoljstvo je što potrošači primjećuju i svjesni su spoznaje da oni sami nisu zapravo samo promatrači, veći igrači te velike igrice.*"(Cashmore, 2006.; 5.) Celebrity kultura se širi tako što osoba koja je "poznata"u svom djelovanju spomene ili predstavi drugu osobu, putem masovnih medija, i tada postoji velika vjerojatnost da će i ta druga osoba postati "slavna", barem na 15 minuta. Celebrityji imaju veliki utjecaj u svijetu, pogotovo na mlade ljude, oni postavljaju i ruše trendove, predstavljaju nove načine života, donose zabavu i povremeno znanje. Iz toga se može razključiti da postoje različite kategorije celebrityja.

3.4. TIPOVI (KATEGORIJE) CELEBRITYJA

Prema Rojeku postoje tri tipa celebrityja, odnosno slavne osobe: Pripisana, postignuta i nadodana. Prvi tip, pripisane (ascribed) slave, odnosi se obično na krvnu lozu. To su na primjer osobe poput Caroline Kennedy ili princa Williama. "*Pojedinci mogu jošdodati ili oduzeti svoj pripisani status na temelju dobrovoljnih radnji, ali temelji njihove pripisane slave su unaprijed određeni.*"(Rojek, 2001.; 17.)

Nasuprot tome, postignuta (achieved) slava proizlazi iz opaženih postignuća pojedinca u otvorenom natjecanju. Primjeri takvih celebrityja su: Brad Pitt, Damien Hrist, Michael Jordan, Darcy Bussell, David Beckham, Lenox Lewis, Serena Williams i Monica Seles. Oni su svoju status celebrityja postigli zbog svojih umjetničkih ili sportskih postignuća, te su u javnom području prepoznate kao "pojedinci koji posjeduju rijetke talente i vještine. Međutim, ostvarena slava nije isključivo stvar posebnog talenta ili vještine. U nekim slučajevima to je uglavnom rezultat koncentriranog predstavljanja pojedinca kao vrijednog spomena ili izuzetka od strane posrednika u kulturi."(Rojek, 2001.; 18.)

Glavni razlog treće kategorije, nadodane (attributed) slave, je širenje masovnih medija. Senzacionalizam je odgovor masovnih medija na rutine i predvidljivosti svakodnevnog života. On ima za cilj generiranje javnog interesa s ciljem poticanja javne pozornosti. Na taj način "obični"ljudi, poput britanskog TV vrtlara Charliea Dimmocka ili Luciane Morad majke jednog od nezakonite djece Micka Jaggera ili Mandy Allwood, britanska majka koja je bila trudna s oktupletima, procijenjeni su u javnoj svijesti kao vrijedne ličnosti, "*prije svega na zahtjev izvršnih direktora masovnih medija koji tragaju za kruženjem ili ratovima za ocjenjivanje*."(Rojek, 2001.; 18.) Također Rojek kasnije u svojoj knjizi uvodi pojam celetoida koji se odnosi na medijski generirani, koncentrirani oblik pripisane slave celebrityja.

Često se kaže da zasićenje medija znači da sada živimo u doba pseudo-događaja[1] s rzultatom da je granica izmeeđu činjenica i fikcije, stvarnosti i iluzije, jednostavno izbrisana. Rojek tvrdi da je ovaj rgument možda hiperboličan, obzirom da njegova vjerodostojnost u konačnici leži na predstavljanju mnogih medijskih tema kao ništa više od orkestriranih pseudo-događaja i celetoida kao učinaka medijskih strategija. Tvrdi da jednom kada prepoznajemo nadodanu (attributed) slavu kao kategoriju, pobijemo argument da granica između stvarnosti i iluzije izbrisana. Pored svega toga, sveprisutnost masovnih medija od nas zahtijeva da celetoide uzmemo kao važnu kategoriju u suvremenoj kulturi.

Pored ovih kategorija, jošpostoje i fenomeni celebrityja. Na primjer jedan od njih je fenomen kriminalaca koji su zbog svojih zlodjela postali svjetski poznati (npr. Bonnie & Clyde; Billy the Kid; Jack the Ripper). Također postoji i jedan jošutjecajniji fenomen celebrityja, a to je fenomen fikcionalnih likova. Sherlock Holmes, Dracula, Frankensteinovo čudovište ili James Bond idalje se nastavljaju prikazivati na televiziji i u književnosti, desetljećima nakon objavljivanja originalnih, izvornih priča. Likovi iz stripova kao što su Superman, Spiderman, Hulk, Wonder Woman ili Batman, predstavljaju superheroje poznate daleko većoj publici od one koja uživa samo stripove. Također se

[1]Daniel Boorstin skovao je termin "pseudo-događaj" koji se odnosi na svrsishodno kreirani događaji koji imaju medijsku atraktivnost radi obezbjeđenja publiciteta.

isto može reći i za druge likove iz stripova koji su stekli svjetsku popularnost i izvan stripa, poput Popeyea, Tintina, Snoopyja, Garfielda i sl. Disney ima svoje tematske parkove diljem svijeta koji se oslanjaju isključivo na slavu svojih kreacija, posebno Mickey Mouseom. Zhvaljujući velim svjetskom dosegu filmskih i televizijskih likova, kao što su King Kong, Godzilla, The Flintstones, The Muppets i The Simpsons, odmah su prepoznatljivi milijunima ljudi. Pojedini fikcionalni likovi su postali toliko poznati da su njihova imena poznatija od imana glumaca koji ih izvode. Odličan primjer za to je filmski serijal Harry Potter, čiji su fikcionalni likovi Harry Potter, Hermione Granger i Ron Weasley mnogo poznatiji od glumaca koji igraju njihove uloge (Daniel Radcliffe, Emma Watson i Rupert Grint).

4. ŠTO SU NOVI MEDIJI?

Novi mediji su pojam koji se koristi za različite vrste elektroničkih komunikacija koje su zamislive isključivo zbog inovacija u računalnoj tehnologiji. Za razliku od "starih" medija, koji podrazumijevaju novine, časopise, knjige, televiziju i sve ostale neinteraktivne medije, novi se mediji sastoje od web stranica, mrežnih video/audio streamova, e-pošte, internetskih društvenih platformi, internetskih zajednica, internetskih foruma, blogovi, internetska telefonija, web oglasi, internetska edukacija i praktički svega što je proizvod interneta. Novi mediji, za razliku od starih, su pored konzumiranja uveli i interakciju s korisnicima, te se oni mogu prilagoditi željama i potrebama korisnika, isto tako se korisnici mogu prebacivati sa jedne vrste sadržaja na drugu, putem linkova. Novi mediji se karakteriziraju kao najlakši za korištenje.

Može se reći da su dvadesete godine 20. stoljeća važnije za nove medija nego bilo koje drugo doba. Metamedia[2] se poklapa sa postmodernizmom u tome što i jedno i drugo prerađuju stari rad umjesto da stvaraju novo djelo. Meta-mediji su idealan primjer kako se količina može promijeniti u kvalitetu jer nova medijska tehnologija i manipulacijske tehnike mogu preveti modernističku estetiku u vrlo različitu postmodernu estetiku.

4.1. KAKO (NOVI) MEDIJI ZAČARAVAJU DRUŠTVO?

Cijela industrija novih medija ima otvorenu povezanost s mnogim tržišnim segmentima u područjima kao što su dizajn softwarea, televizije, radija, filmova, oglašavanja i slično, pomoću kojih industrija nastoji steći prednosti dvosmijernog dijaloga s potrošačima, a sve se to prvenstveno događa putem

[2]metamedia se odnosila na nove odnose forme i sadržaja u razvoju novih tehnologija i novih medija

interneta. Masovni mediji 21. stoljeća sa analognogsignala prelaze na digitalni, odnosno prebacuju se na internet i društvene mreže, te umreženom društvu postaju najveći promocijski i informacijski kanali društvenog, javnog, kulturnog, političkog i ekonomskog života. Upravo su masovni mediji postali najznačajnija platforma koja kreira oblike i identitete umreženog masovnog društva današnjice i same masovne kulture, ali ovaj put u digitalnom okruženju. Celebrityji su proizvodi masovne kulture i novih medija koji u velikoj mjeri djeluju na mijenjanje i uspostavljanje novih trendova, životnih stilova i različitih mišljenja, koje uz pomoćsvog imena, poznatih pjesama ili stihova, vedrih i privlačnih videa, slika i reklama, privlače i začaravaju duštvo.

Najveću ulogu u tom začaravanju društva igra filmska industrija koja od svog početka plasiranjem utopijskih svjetova, ostvarivanjem nemogućih ljubavi, predstavljanjem istinith nepoznatih priča, te prikazivanjem stvarne moći mašte, plijeni pozornost cijelog svijeta i postaje jednom od najvećih globalnih sila.

5. SEMIOTIKA

Semiotika je u modernom smislu disciplina koja proučava znakovne sustave općenito, a temeljena je na filozofiji, logici i spoznajnoj teoriji. Prema hrvatskoj enciklopediji "semiotika proučava raznorodne znakovne sustave kao i narav znakova. Zbog teorijskog i općenitoga pristupa znakovnim sustavima, postala je sastavnim dijelom mnogih znanstvenih disciplina, posebice antropologije, sociologije, proučavanja medija i dr. U različitim oblicima umj. izražavanja kao što su npr. likovne umjetnosti, kazalište, film i književnost, semiotika ima važnu ulogu u njihovim suvremenim tumačenjima".
'Znak' je ključni pojam semiotike te ga možemo definirati kao složeno semiotičko jedinstvo nositelja znaka, značenja i označivanja. (Nöth, 2004.; 131) Definicije znaka se pojavljuju jošu antici kada se on definirao kao "ono što stoji umjesto nečega"ili "ono što nešto predstavlja nečim", pri čemu se to *predstavljeno* naziva **označeno**, a taj *predstavljač* je **oznaka**. (Popović, 2010; 792.-793.)

'Znakom' nazivaju ono što je tek sastavnica znaka, naime nositelja znaka, koji se u Peircea zove reprezentamen, a u de Saussurea označitelj. Veću svakodnevnorazgovornom jeziku nema zbiljske mogućnosti razlikovanja između znaka i njegova nositelja. (Nöth, 2004.; 131) I među znakom i signalom valja lučiti na sličan način kao i među znakom i nositeljem znaka. U terminologiji teorije informacije, naime, pojam je signala često sinonim za „nositelja znaka". Signal se razlikuje od znaka utoliko, što je on tek fizičko utjelovljenje znaka. (Nöth, 2004.; 131)

Znakovi poprimaju oblik riječi, slika, zvukova, mirisa, okusa, postupaka ili objekata, ali te stvari nemaju unutarnje značenje i postaju znakovi tek kad ih obdarimo značenjem. 'Ništa nije znak, dok nije interpretiran kao znak', izjavljuje Peirce (*Nothing is a sign unless it is interpreted as a sign*). Bilo što može biti znak ako ga netko interpretira kako 'označava' nešto - odnosi se na nešto ili predstavlja nešto drugo osim samoga sebe (*standing for something other than itself*).

Postoje tri vrste znaka:

1. Ikonički znakovi se temelje na sličnosti s predmetom u odnosu na implicitni ili

   eksplicitni kriterij. Pierce razlikuje tri vrste ikoničkih znakova: sliku, dijagram i metaforu:

   - slike –bilo koje osjetilno svojstvo i njihove kombinacije koje predstavljaju predmet;
   - dijagrami –odnosi i strukture koje predstavljaju predmet;
   - metafore –znakovi koji predstavljaju reprezentativno obilježje reprezentamenta, koje predstavlja paralelizam u nečemu drugome (Johansen, Larsen, 2000.; 59).

2. Indeksni znakovi su oni u kojima je na djelu uzročno-posljedični odnos između

   dinamičkog predmeta i znaka pri čemu potonji reagira na prvoga, reagens. Dvije ključne vrste reagensa su tragovi i simptomi. Jošjedna značajna skupina indeksnih znakova su pokazivači, znakovi koji označuju upućujući na nešto (pokazne zamjenice, vlastita imena i slova koja identificiraju geometrijske točke ili plohe primjeri su takvih znakova (Johansen, Larsen, 2000.; 52-56).

3. Simbolički znakovi su konstruirani znakovi ili suglasno izabrani za određene nakane u unutarnjem ili vanjskom svijetu. Razlikuju se od indeksnih i ikoničkih po tome što ih tvori ograničen broj sustavno strukturiranih elemenata (jezik, tajni kodovi i sl.).

Prema tome, Peirce zaključuje da su simbolički znakovi povezani s predmetom na temelju konvencije, ikonički znakovi sličnošću i dijeljenjem svojstava ili struktura s predmetom, a indeksni znakovi vezom i međudjelovanjem s predmetom (Johansen, Larsen, 2000.; 78).

Semiotika proučava s jedne strane odnos znaka i njegova značenja, a s druge kako se ti znakovirazvrstavaju u kodove. Roman Jakobson uveo je kod u komunikacijski model (Nöth, 2004.;103)Semiotika u predmet svojega zanimanja neizostavno uključuje i kulturu komunikacije te pretpostavlja da svi oblici komunikacije funkcioniraju kao odašiljanje poruke na temelju postojećih

kodova (Eco, 2002.; 58). Koncept 'koda' fundamentalan je u semiotici. Roman Jakobson, lingvistički strukturalist, naglasio je da produkcija i interpretacija tekstova ovisi o postojanju kodova ili konvencija za komunikaciju. Budući da značenje znaka ovisi o kodu unutar kojega je pozicioniran, kodovi osiguravaju odnosno pružaju okvir unutar kojega znakovi imaju smisao. Kodovi organiziraju znakove u smislene sustave koji se nalaze u uzajamnoj vezi s označiteljima i označenima. Konvencije kodova predstavljaju u semiotici društvenu dimenziju: 'Kod je skup praksi blizak korisnicima medija koji funkcionira u okviru širokog kulturološkog okvira. Kako kaže Stuart Hall 'ne postoji shvatljiv diskurs bez djelovanja kodova'. Društvo, kao takvo, ovisi o postojanju takvih označiteljskih sustava. Kodovi nisu jednostavne konvencije komunikacije, nego proceduralni sustavi povezanih konvencija koje djeluju u određenoj domeni.' (Chandler, 2002.; 146.)
Semiotika se prema Johansenu i Larsenu (2000.; 229.) tiče i kulturnih predmeta, njihovih značenja i zajedničkih kodova koji ih spajaju. Upravo se na tome temelji većina kulturalne semiotike koja istražuje kodove predmeta, običaja itd. (Johansen, Larsen, 2000.; 229.).O semiotici, dakle, možemo govoriti kao o općoj znanosti o znakovima, a u najširem smislu riječi, ona obuhvaća sve oblike tvorbe i razmjene značenja na temelju pojava kodiranih kao znakovi (Johansen, Larsen, 2000.; 9.). Semiotika je određena kulturom, jednako kao što je kultura određena znakovima i kodovima.

Medij je jedan od ključnih pojmova semiotike. U širem smislu, medij je tvarno sredstvo koje omogućuje prijenos znaka primatelju. Po uhodanim modelima komunikologije, nema komunikacije bez medija. Medij je veći zrak, koji od govornika slušatelju prenosi zvučne valove. U jošdubljem semiotičkom smislu, Peirceu čak i znakovlje, posve općenito, posjeduje obilježje medija. (Nöth, 2004.; 467.)U užem smislu, dakako, mediji su tehničko sredstvo priopćavanja, i to u tvarnom pogledu, kao sredstva proizvodnje i primanja znakova (npr. kompjutor), kao vrst teksta koja tako nastaje (pismo, knjiga, film, televizija) te kao ustanova koja razašilje poruke (npr. radijska postaja). (Nöth, 2004.; 467.)

Pojam slike ima trojako objašnjenje. Prvo je u duhu teorije kauzalnosti po kojoj pojam slike u užem smislu sadrži psihofizički proces. Preko opažanja vanjskih objekata, odnosno pravih slika, nastaje preslik. Drugo se oslanja na teoriju sličnosti, koja se nadovezuje na teoriju kauzalnosti, ali isključuje ikonički aspekt slike, pri čemi kaže da preslik sadrži bitna obilježja predmeta, odnosno prave slike. Po trećem se objašnjenju pojam slike bitno proširuje u reprezentacijskoj teoriji. Slika može stajati namjesto nečega, može funkcionirati kao znak i stoga imati objektnotvorbeni karakter s funkcijom prijenosa saznanja i djelovanja. (Koch, 2000.; 409.) Najrelevantnije objašnjenje za potrebe analize je treće, budući da se izravno odnosi na semiotičke postavke. Materijalna slika može prenositi informacije i materijalna slika može stvoriti mentalnu sliku. Kao što smo spomenuli, slike mogu biti ikoničke, indeksne i simboličke naravi, a u praksi se pojavljuju kao kombinacije. Svim je vrstama

slika zajedničko da su prostorno ograničene, da su prenosive te da ih je moguće reproducirati. (Jozić, 2013.; 169.)

Film je medij, sredstvo i kanal komunikacije, te je on nakon pisanog teksta najznačajniji medij zbog svoje sposobnosti da stvara najsnažnije predodžbe kombinacijom slike, naracije i glazbe. (Labaši Mihovilović, 116.) Popularnosti filma doprinosi i to što stvara iluziju stvarnosti, polazi od nje ali i utječe na nju. Lotman tvrdi da snaga djelovanja leži upravo u „*raznolikosti konstrukcija, složeno organiziranoj i maksimalno koncentriranoj informaciji, cjelokupnosti raznovrsnih emocionalnih i intelektualnih struktura koje se prenose gledatelju*“(Labaši Mihovilović, 2011.; 116)
Semiotika filma, jedan od najvažnijih smjerova u teoriji filma, nastala je šezdesetih godina 20. stoljeća. (Nöth, 2004.; 500). Dijadnim modelom znaka, te teorijom da je jezik samo jedno od mnogih sustava kodova, de Saussure je postavio temelje filmske semiotike.

5.1. SEMIOTIČKA ANALIZA SIMBOLA I ZNAKOVA

Film ima vlastite sustave kodova i znakova, a semiotičkom analizom se objašnjava kako bi publika mogla percipirati znakove i kodove u filmu. Prema Nöthu (2004.; 503), filmski znak se opisuje kao kombinacija filmskog *označitelj*a i*označenika*. Filmski se *označenik* sastoji od više manjih dijelova, kao što su na primjer kostimi, glazba, likovi,krajolici i slično, dok su obilježja filmskih *označitelja***heterogenost** (više različitih znakova ujednom kodu, npr. vizualni i auditivni znaci koji se zajedno čitaju), **polivalentnost** (imaju višeznačenja) i **sintagmatska konotacija**.
“Struktura filma definirana je kodovima”(Monaco, 2000.; 175.) Kodovi se mogu definirati kao sredstva pomoću kojihporuka dolazi do gledatelja. Monaco objaštnjava kako njima redatelj modificira gledateljevo viđenje filma. Kodovi mogu biti izvedeni iz kulture, umjetnosti, a također mogu biti i karakteristični isključivo zafilm.

Rudolf Arnheim je predložio deset elemenata u kojima se mogu pronaćivizualni kodovi, a to su: balans, forma, oblik, prostor, boja, svjetlo, kretnje, izričaj, te napetost. Također su i blizina i proporcije bitni podkodovi, jer svi oni utječu na utisak koji film ostavlja nagledatelja. Naprimjer iste scene, s različitim osvjetljenjem ili bojama, mogu ostaviti drugačiji dojamna korisnika tog sadržaja. (Monaco, 2000.; 183)

5.2. ANALIZA SADRŽAJA

Analiza sadržaja je istraživačka kvalitativna metoda društvenih znanosti koja se koristi za proučavanje sadržaja komunikacije. Babbie ju definira kao "učenje o zabilježenim ljudskim komunikacijama kao što su knjige, web stranice, slike i zakoni."Harold Lasswell je formulirao temeljna pitanja analiza sadržaja, a to su: Tko kaže što? Kome? Zašto? Koliko opširno? S kojim učinkom? Najjednostavnije rečeno, ona se definira "kao pokušaj objektivnog i egzaktnog opisa značenja leksičke jedinice do kraja i bez ostatka s pomoću najmanjih jedinica značenja"prema hrvatskoj enciklopediji. Znanstveno istraživanje je provedeno kvalitativnim istraživanjem analize sadržaja uz korištenje unaprijed strukturirane matrice za analizu te metodom studije slučaja.
Kvalitativna istraživačka metoda analize sadržaja, odnosi se na proučavanje sadržaja različitih vrsta komunikacija. S obzirom da se analizirani sadržaj obično kvantificira te da se dobiveni podatci statistički analiziraju, ova metoda može se uvrstiti i u kvantitativne metode. S druge pak strane, kod analize sadržaja, često se radi o interpretaciji stavova, vrijednosti, ponašanja i sl., pa ova metoda nosi obilježja i kvalitativnih istraživanja.

Izvor analize –filmski serijal o Harry Potteru; društvene mreže
Jedinica analize –filmska scena, jedna objava društvenim mrežama
Kategorije analize

a) Vrsta simbola koji se pojavljuju u filmu; Vrsta objave (posta) na društvenoj mreži

b) Učestalost pojave određenoga simbola;Učestalost objava na mreži

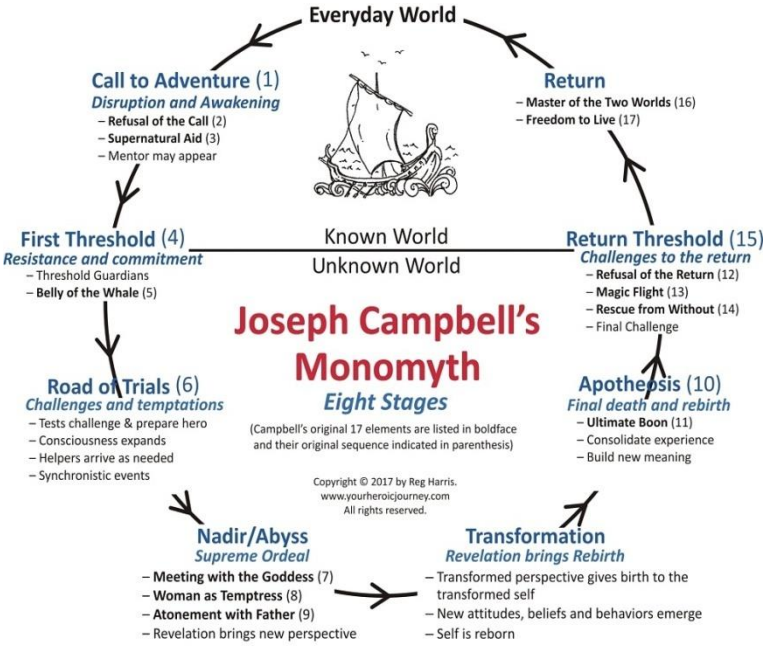
c) Uz koga (koju osobu) je simbol vezan? Tko posjeduje simbol? Koji sve profili postoje vezani uz 'franšizu' Harry Potter? Kako se sve zovu facebook profili?

5.3. MONOMYTH JOSEPHA CAMPBELLA

Prvi koji je u književnosti upotrijebio pojam arhetipa je Carl Jung. On je prepoznao da u svim pričama i mitologijama postoje univerzalni obrasci neovisno o kulturi ili povijesnom razdoblju. Također je pretpostavio i da jedan dio ljudskog uma sadrži i kolektivno nesvjesno, vrstu univerzalnog, iskonskog sjećanja, koje zajedno dijele svi pripadnici ljudske vrste. Prema Jungu, ti arhetipovi su odraz ljuskog uma, a naš se um dijeli na te likove kako bi odrigrao dramu koja se događa u našim životima. Joseph Campbell je ove Jungove ideje primijenio na svjetske mitologije. Campbell se zanimao za mitove i pisao je o njima. Ono što je otkrio u svojim studijama o svjetskim mitovima, je da su svi mitovi zapravo ista priča, prepričana ponovno i ponovno na drugačiji način. Campbell je otkrio da sve priče,

ispričane svjesno ili nesvjesno, prate određeni uzorak mita, te da se sve mogu definirati izrazom “HEROMYTH”, odnosno “MONOMYTH”, čiji su osnovni principi izloženi u njegovoj knjizi “The Hero With a Thousand Faces” (1949). Upravo je ova knjiga bazirana na Jungovoj ideji o arhetipovima koji se stalno pojavljuju kao likovi koji se javljaju u snovima svih ljudi, te u mitovima svih kultura. Taj izraz *monomyth*, ili kako se još naziva i *putovanje heroja*, se koristi u polju komparativne mitologije i odnosi se na osnovni obrazac mnogih narativa cijelog svijeta. Ponavljajući likovi mita o junaku, poput mladog heroja ili mudrog starca, identični su arhetipovima ljudskog uma, kao što je prikazano u snovima. Upravo zbog toga su mitovi, i priče koje su izgrađene na mitološkom modelu, uvijek psihološki istinite. Ovo sve objašnjava univerzalnu snagu ovakvih priča, odnosno priče koja su građene na modelu “The Hero With a Thousand Faces”, imaju ogromnu privlačnost koju mogu osjetiti apsolutno svi, jer izviru iz onoga kolektivno nesvjesnog, a odražavaju univerzalne brige. U ovoj je knjizi Campbell (1949.) to prikazao na način da je prepričavao stare mitove.

Campbell je dao prikaz putovanja heroja. Ta se struktura sastoji od 17 trenutaka koji su podijeljeni u tri osnovne faze: odlazak, uvođenje i povratak.



Slika 1 Prikaz Campbellove sheme Monomytha (izvor: http://www.sfcenter.ku.edu/Workshop-stuff/Campbells-monomyth-stages.jpg)

- Dio **odlazak** se sastoji od poziva na avanturu, odbijanja poziva, nadnaravne pomoći, prelaska prvog praga i trbuh kitova.

- Dio **uvođenje** se sastoji od različitih testova, susreta s boginjom, žene kao napasnika, pomirenja s ocem, apoteoze i konačnog dara.
- Posljednji dio, **povratak** sastoji seod odvijanja povratka, čarobnog bijega, spašavanja izvana, prelaska udaljenog praga, gospodara dva svijeta i slobode življenja.

Ovo *putovanje* se može ukratko objasniti, jer prema Campbellu svi mitovi imaju jako sličnu osnovnu zavjeru. Sve počinje kada junak prihvaća poziv za ulazak u čudni svijet. U takvom svijetu se mora suočiti s različitim testovima i zadacima, a za to povremeno dobiva natprirodnu moć. Ako uspješno prevlada taj test, dobije veliki dar/blagoslov ili nešto slično. Nakon toga se suočava s dvojbom hoće li se ponovno vratiti u običan svijet. Ako odluči da se vrati susreće se s novim iskušenjima, koje kada prevlada uzima svoj novi dar za poboljšanje tog svijeta.

Prema određenim dijelovima ove sheme može se analizirati i sam Harry Potter, glavni junak ovog serijala.

6. SERIJAL O HARRY POTTERU - ROMANI/FILMOVI

J. K. Rowling je napisala serijal od sedam romana Harry Potter, u kojima opisuje mnoge avanture i odrastanje mladog čarobnjaka iz naslova. Glavni lik, Harry živi sa svojom tetkom, tetkom i rođakom u izmišljenom gradiću Little Whinging, te na svoj jedanaesti rođendan otkriva da je čarobnjak i da živi u svijetu običnih, nemagičnih ljudi, tj. *bezjaka*. Harry do tada nije znao da uopće postoji čarobnjački svijet, dok je cijeli taj svijet znao za njega. Poznat je bio po tome što je kao beba preživio napad zlog čarobnjaka Lorda Voldemorta, koji je ubio njegove roditelje, a njemu je samo nanio ožiljak na čelu u obliku munje. Voldemort je mračni čarobnjak koji želi postati besmrtan, svrgnuti Ministarstvo magije, te pokoriti sve bejzake i čarobnjake. Bezjački i čarobnjački svijet postoje paralelno, iako je ovaj čarobnjački skriven. Magične sposobnosti su urođene, te takva djeca pohađaju posebne škole čarobnjačkog svijeta. Kao i ostali čarobnjaci, tako i Harry pohađa *Hogwarts školu vještičarenja i čarobnjaštva*. U Hogwartsu postoje četiri kuće (Gryffindor, Slytheriny, Ravenclaw i Hufflepuff) u koje *Sorting Hat*[3]dijeli učenike na početku prve godine. U Hogwartsu je smještena većina radnje ovog serijala. Tu se Harry, sa svojim prijateljima, Hermione Granger i Ronom

[3]Prema legendi ovaj je šešir pripadao jednom od četiri osnivača, Godricu Griffindoru, a onda je začaran od strane ostalih osnivača hogwartsa da dijeli učenike u jednu od četiri kuće, prema preferencijama i željama osnivača. Ovo je najinteligentiji začarani objekt u Hogwartsu jer sadrži inteligenciju četiri osnivača, može govoriti, može ući u glavu onoga tko ga nosi, te vidjeti njegove misli i osjećanja, te odgovoriti na ista.

Weaslyjem, suočava sa mnogim problemima čarobnjačke, socijalne, emocionalne, romantične i depresivne prirode, a uz to se pripremaju za suočavanje s glavnim zlikovcem u serijalu, Voldemortom. Svaki roman, prati jedan film, koji onda prikazuje jednu godinu u Harryjevom životu, u razdoblju od 1991. godine do 1998. Također, prikazuju i mnoga sjećanja i flashbackovi, koji prikazuju vrijeme prije Harryja. Također u svakom romanu postoji jedan novi zlikovac protiv kojeg se Harry bori, pored Voldemorta. Za ove romane književnica je bila nadahnuta britanskom kulturom 1990-ih , europskim folklorom, mitologijom i alkemijom, te predmetima kao što su čarobni štapići, čarobne biljke, napici, čarolije, leteće metle, čarobna stvorenja, kao i *kamen mudraca*, koji je izmislila sama Rowling. Kao što je većrečeno, čarobnjački svijet Harry Pottera postoji paralelno sa stvarnim svijetom, a glavna radnja de uglavnom odigrava u Škotskoj gdje je Hogwarts, u Devonu, Londonu i Surreyu. Čarobni svijet je sačinjen od mnoštva skrivenih tajnih ulica, koje se pojavljuju uz izgovaranje određene čarolije, starih pubova, usamljenih seoskih imanja ili dvoraca nevidljivih za bezjačko stanovništvo.

Ovi romani većinom pripadaju u žanr fantastike, a svaka knjiga počinje otprilike u isto vrijeme, krajem ljeta, malo prije početka školske godine. Glavna tema romana je borba između dobra i zla, a svaka sljedeća knjiga je sve mračnije od prethodne. Svaka knjiga završava razrješenjem glavnog problema, ali čitatelje/gledatelje ostavlja s nekim manjim nerazrješenim događajima što povećava njihovo zanimanje za svaku sljedeću knjigu.

6.1. SIMBOLI I KODOVI U FILMOVIMA O HARRY POTTERU

6.1.1. PREDMETI

- **ČAROBNI ŠTAPIĆ** - Čarobni štapići su najbolji predmeti za ispoljavanje čarolija i magije, pojediničarobnjaci mogu svoju magiju ispoljavati i kroz neke druge predmete. Svaki čarobnjak i vještica na početku svog obrazovanja imaju pravo na štapić. Oni su napravljeni od različitih vrsta drveta (npr. trešnja, tisa), a u svom središtu imaju jaku magičnu tvar, najčešće je to dlaka jednoroga, feniksovo pero, srčano vlakno zmaja i slično. Prave ih majstori za izradu štapića koji tvrde da štapićbira svog čarobnjaka, a ne obrnuto. Jednom kada je štapićizabrao svog čarobnjaka, kojemu će biti pokoran, stvara se posebna snažna veza između njih. Ukoliko netko od čarobnjaka uzme tuđi štapić, on mu neće biti pokoran i s njime neće ostvarivati iste uspjehe kao sa svojim osobnim. Niko osim čarobnjaka ne poznaje tajnu izrade čarobnih štapića i ostalim bićima i zvijerima je njihova uporaba strogo zabranjena. Najmoćniji štapićposjeduje profesor Albus Dumbledore, koji je jedan

jedan od tri *Dara Smrti.*[4] Također, štapići čija je sržfeniksovo pero su najrjeđi i imaju najveći raspon čarolija. Obzirom da su feniksi najsamostalnija magična bića, štapići s njihovim jezgrom su veoma izbirljivi po pitanju svojih vlasnika. Poznata su dva vlasnika ovakvih štapića, a to su Harry Potter i Lord Voldemort.

Simbolički gledano, čarobni štapićje ovdje falusni simbol. A prema Freudu, pozicija falusa je pozicija moći. (Freud, 1920.; 1950). Onaj koji posjeduje falus ima moć. Tako da gledajući s te pozicije, može se donijeti zaključak kako je autorica namijenila moćupravo malenom dječaku, koji nosi okrugle naočale, koje imaju za potvrditi njegovu mudrost, hrabrost i odvažnost. Upravo te okrugle naočale jedan su od najznačajnijih ikoničkih simbola u filmu.

- **PLAŠT** - Prema Hrvatskoj enciklopediji plašt je u postmodernom društvu simbol super-heroja, vještica, čarobnjaka i iluzionista. On je u povijesti bio pokazatelj statusa, tako u serijalu o Harry Potteru, plaštove nose isključivo čarobnjaci po čemu se razlikuju od bezjaka, tj. običnih ljudi. Plašt ili ogrtačje dio svakodnevne uniforme koju nose učenici Hogwarta. Također u filmovima se pojavljuje **Plašt nevidljivosti**, koji je također jedan od tri *Dara smrti*. Ostali plaštovi koji se začaraju čarolijom iluzije imaju ograničen rok trajanja, te nisu otporni na kletve, ali ovaj Dar smrti nema rok trajanja i otporan je na sve kletve, ali je vidljiv životinjama.

  Plašt je ikonički znak „superheroja“te se njime zapravo evocira i upotpunjuje „blokbasterizacija“Harry Potter filmova, budući da iako se radi o fantastičnom žanru, svi relevantni ikonički elementi jednaki su kao i u filmovima o „Supermanu“, „Batmanu“ili nekom drugom superjunaku.
- **ŠEŠIR** - Isto kao i plašt, šešir je u prepoznatljivi simbol vještica i čarobnjaka. U filmovima o Harry Potteru, profesorica Minerva McGonagall nosi prepoznatljivi “vještičji šešir”, a također je i Razredbeni klobuk, jedan od najstarijih i najmoćnijih predmeta u Hogwartsu.
- **METLA** - Metla je jošjedan od stereotipnih simbola povezanih s vješticama. U filmovima, metle koriste svi čarobnjaci i vještice u svrhu prijevoza kao i za igranje Metloboja. Svrha metle je prvenstveno kao prevozno sredstvo, isto što je automobil u bezjačkom svijetu. U čarobnjačkom svijetu se proizvode različite vrste i modeli metli, koji se razlikuju po cijeni i po različitim specifikacijama.
- **ČETIRI DOMA HOGWARTSA** - Četiri doma nose imena po osnivačima Hogwartsa, (Gryffindor, Slytherin, Hufflepuff, Ravenclaw) te Razredbeni klobuk u njih strstava učenike po preferencijama osnivača, ali na njegovu odluku utječu i želje samih učenika, tako je na primjer

[4]The Deathly Hallows ili Darovi smrti u najmoćniji čarobni predmeti koje je stvorila Smrt. Ti predmeti su *Elder Wand*, najmoćniji čarobni štapićza koji se vjeruje da je neuništiv, zatim *Resurrection Stone*, kamen koji može prizvati sve duhove mrtvih i *Cloak od Invisibility*, plašt koji osobu čini potpuno nevidljivom. Onaj koji posjeduje sva tri Dara Smrti postaće pravi gospodar smrti koji uistinu prihvaća činjenicu da je smrt neizbježna i da postoje druge mnogo gore stvati od nje.

Razredbeni klobuk Harryja htio staviti u kuću Slytherin, ali je Harry želio ići u Gryffindor, gdje ga je na kraju i stavio. Domovi su odvojeni svaki za sebe, imaju svoje spavaonice i društvene prostorije, poseban stol u velikoj svečanoj dvorani, također svaki dom ima svoj profesora predstavnika. Između domova postoji suparništvo prilikom sportskih natjecanja, kao što je Metloboj, a najveće suparništvo je između Slytherina i Gryffindora.

- *Gordric Gryffindor* je posebno cijenio hrabrost, simbol njegova doma je lav, a glavne boje zlatna i crvena.
- *Helga Hufflepuff* najviše je cijenila marljivost, odanost, prijateljstvo te strpljenje, simbol njenog doma je jazavac, a boje doma su žuta i crna. Pripadnici ovog doma najčešće su se smatrali prosječnim, jer su primali sve čarobnjake i vještice, bez obzira na njihovo podrijetlo ili vještine.
- *Rowena Ravenclaw* najviše je cijenila znanje i inteligenciju, simbol doma je orao, a boje su plava i brončana.
- *Salazar Slytherin* je najviše cijenio ambicioznost, prepredenost, snalažljivost, odlučnost, kao i poznavanje zmijskog jezika. Simbol doma je zmija, boje su srebrna i zelena, a Salazar je u svoj dom htio primati isključivo čistokrvne čarobnjake. Također su u učenici ovog doma često bili zli.

- **ZRCALO** - kroz povijest je zrcalo simboliziralo mudrost, savjest, stvaralačku energiju, odražavajući iskrenost, znanje, ljepostu, čistoću, sadržaje srca i slično. Također se zrcalo uvijek povezivalo sa suncem i mjesecom te proricanjem, jer se kroz odraze u vodi i na zrcalu čitaju odgovori. U serijalu o Harry Potteru se pojavljuje **dvostrano zrcalo** koje se može koristiti za komunikaciju dvije udaljene osobe, nešto poput telefona. Koristi se tako što će jedna osoba u ogledalo izreći ime osobe s kojom želi komunicirati, a ako je kod druge osobe isto dvostrano ogledalo, pojavit će se također slika osobe i komunikacija će početi. Pored toga, postoji i mistično **Zrcalo Erised**, na čijoj je površini ispisan tekst na engleskom “Erised stra ehru oyt ube cafru oyt on wohsi”. Ovaj je tekst naopako napisan, a kada se prevede na hrvatski i pravilno pročita, piše “Ja ne pokazujem tvoje lice nego želje srca tvoga”. Kada je Harry pronašao Erised, vidio je svoje roditelje kako stoje pored njega, a profesor Dumbledore mu je rekao da to zrcalo ne pokazuje ništa manje, ni ništa više nego najdublje i najočitije želje našeg srca.
- **HORCRUX** - Horcrux je predmet crne magije u koji je vještica ili čarobnjak stavio dio svoje duše, kako bi bio besmrtan. Dio duše se može staviti u jedan od takvih začaranih predmeta samo kada se počini ubojstvo. Tada se duša “slomi”i uz pomoćcrne magije taj slomljeni dio se može staviti u neki predmet u kojem će biti sigurna i ako tijelo tog čarobnjaka/vještice umre, njegova će duša idalje živjeti i on će biti besmrtan. Jedini poznati čarobnjak koji je uspio napraviti Horcrux(e) je Lord Voldemort. On je svoju dušu spremio u sedam horcruxa, kako bi povećao svoje šanse ponovnog vraćanja u život nakon smrti. Iako su horcruxi izrazito snaži jer su obavijeni crnom magijom, oni ipak mogu biti uništeni. A kada se to dogodi, čarobnjak postaje izrazito slab i smrtan.

6.1.2. ŽIVOTINJE I MAGIČNA STVORENJA

- **ZMIJA** - Simbol zmije je jedan od najraširenijih simbola na svijetu, pojavljuje se u mitologiji, religiji, znanosti i literaturi, te simbolizira plodnost, besmrtnost, obnavljanje, liječenje, ali najčešće dvoličnost i apsolutno zlo. U simbolici životinja, zmija zajedno s lavom dijeli prvo mjesto. Ali su uvijek bili suporotstavljeni, isto tako u filmovima o Harry Potteru dva glavna doma Gryffindor i Slytherin imaju simbole lava i zmije. Također se, u cijelom serijalu, zmija uvijek pojavljuje u negativnom kontekstu. Pojavljuje se dva puta kao zlo stvorenje koje pokušava ubiti Harryja (Nagini i Bazilisk). Nagini je jedan od Voldemortovih horcruxa. Dom Slytherin također najviše cijeni one koji govore zmijski jezik, odnosno **parselski jezik**, koji su govorili Harry Potter i Voldemort. Harry u prvom dijelu razgovara sa zmijom u ZOO vrtu kada jošnije ni svjestan svojih magičnih sposobnosti. Simbol zmije se također pojavljuje i kod Smrtonoša, sljedbenika Voldemorta.
- **MAČKA** - Mačka je također jedan od svjetski poznatih simbola koji se smatra zaštitnikom domaćinstva, utjehe i liječenja. U starom Rimu su mačke bile posvećene boginji mjeseca i lova, Dijani. Nordijske legende ju prikazuju kako vuče kočije boginje plodnosti, Freje, te se smatra da mačke donose blagoslov novorođenih i da nagovještavaju njihov dolazak. Mačka je također predstavljena kao čuvar podzemnog svijeta u keltskim legendama, ali crne su mačke smatrane zlim i često su bile žrtvovane. Pored toga su crne mačke povezivane s vještičarenjem, te se smatralo da one donose nesreću, ali im se uglavnom pripisuju osobine lukavosti, mudrosti, tajanstvenosti, opereznosti i nezavisnosti.
- **SOVA** - Sova je uvijek simbolizirala mudrost, a to vjerovanje seže jošiz grčke mitologije kada je sova bila pratilja boginje mudrosti, Atine. Rimska mitologija joj također pripisuje iste osobine mudrosti ali dodaje i negativnu simboliku vijesnika loših događaja. Japanska i indijska kultura su sovama pripisivale različitu simboliku u ovisnosti od vrste sove, tako je naprimjer bijela sova simbol uspjeha, a huk sove se smatrao nagovještajem smrti ili neke opasnosti. Osnovna simbolika sova je inteligencija, mudrost, jasnoća misli, snalažljivost, odlična intuicijia i nezavisnost, ali s druge strane i smrt.
- **FENIKS** - Iz grčke mitologije se smatra da je feniks ptica koja se ponovno rađa iz pepela ili nakon što je spaljena, te da može živjeti preko tisuću godina. Često se prikazuje sa sjajnim crvenim perjem i dugim repom, te simbolizira sunce, obnovu i dugovječnost. U Harry Potteru se pojavljuje kao Fawkes ljubimac profesora Albusa Dumbledorea, te se smatra kao suprotnosti Voldemortovoj zmiji Nagini. Pitomi feniksi se smatraju izrazito rijetkima, pa je Fawks dokaz Dumbledoreovih sposobnosti i karaktra. Upravo je on sam dao pera svoga repa koja su poslužila kao jezgro za čarobne štapiće Harryja i Voldemorta.

- **MIŠ** - Miševi se uglavnom povezuju s prljavštinom, nečistoćom, neimaštinom, siromaštvom i zarazom, ali se oni mogu povezati i sa dobrom organizacijom, odličnoj moći adaptacije i lukavstvu. Kod starih grka i rimljana miševi su simbolizirali pohotu, nezasitost i proždrljivost. Pored toga miševima se mogu pripisati osobine plodnosti, ekspanzije, usredsređenosti, analitičnosti, racionalnosti i stidljivosti.
- **PAS** - Pas se kroz cijelu povijest povezivao sa vijernošću, odanošću i plemenitošću. Jošu staroegipatskoj kulturi pas je bio predmet kulta, i predstavljao je boga smrti Anubisa. U grčkoj mitologiji se pas smatrao čuvarom podzemnog svijeta. Keltska mitologija ga označava kao vijernog pratioca bogova i heroja, te mu pripisuju iscjeliteljske moći. Pas se uzima i kao simbol radosti, sreće, prijateljstva i zaštite.
- **JEDNOROG** - U mitologiji se jednorogom smatra vijeli konj s rogom na čelu, a njegovim tijelom teče srebrna krv. Također se vjeruje da će onaj koji ubije ovo stvorenje i pije njegovu krvu, zauvijek biti proklet. Jošse smatra da je prah napravljen od njegova roga, lijek za sve bolesti. Jednorog se pojavljuje i u bibliji kao biće koje je Adam vidio u rajskom vrtu, te koje je krenulo za Adamom i Evom nakon što su oni napustili raj. U Bibliji jednorog predstavlja simbol poštenja, nevinosti i čednosti. U prvom romanu Harry Potter govori se da je ubijanje jednoroga najveća sramota, te da takvo nešto može učiniti samo netko tko nema što izgubiti. Naime krv jednoroga te može održati na životu ali po cijeni da ti ostaje samo prokleti život. Lord Voldemort je pio krv jednoroga kako bi ojačao i vratio se u svoje tijelo.

6.1.3. NAJVAŽNIJE ČAROLIJE

- **NEOPROSTIVE KLETVE** - U romanima o Harry Potteru postoje tri neoprostive kletve. Tako se zovu jer su doslovno neoprostive, a njihova je uporaba apsolutno zabranjena. Da bi se izvele ove kletve, potrebna je velika želja za njihovim izvođenjem, dobre vještine i velika mržnja prema osobi na koju se baca čarolija. Njihovo izvođenje kažnjeno je doživotnom kaznom u Azkabanu[5], kojeg čuvaju Dementori[6].

  - **AVADA KEDAVRA** je ubojita kletva koja stvara iz čarobnog štapića zelenu svjetlost koja uzrokuje trenutačnu smrt onoga na koja je bačena. Postoje načini da se kletva izbjegne, ako

[5]Azkaban je tvrđava na otoku u Sjevernom moru, koja služi kao zatvor u čarobnjačkom svijetu; Azkaban je začaran određenim čarolijama kako bi bio skriven bezjacima

[6]Dementori su čuvari Azkabana; Demetori iz čarobnjaka izvlače svu sreću te ih ostavljaju s najgorim sjećanjima

promaši osobu, u predmet u koji udari izaziva eksploziju na tom mjestu. Također se žrtve mogu sakriti iza čvrstih magičnih predmeta, a Voldemorta nije ubila ova kletva zbog njegovih horcruxa. Ovu su kletvu koristi Voldemort i njegovi sljedbenici Smrtonoše, kako bi ubili svoje neprijatelje.

- **CRUCIO** je druga neoprostiva kletva koja izaziva nepodnošljivu bol. *Crucio* u prijevodu sa latinskog jezika znači *mučim, stavljam na muke*. Za izvođenje ove kletve također je potrebna velika mržnja prema protivniku, kao i želja da mu se nanese bol. Ovu su kletvu najčešće koristili Smrtonoše za mučenje, jer ne ostavlja nikakve tjelesne posljedice na žrtvi.
- **IMPERIO** omogućava čarobnjaku apsolutnu kontrolu nad žrtvom, a u tom trenutku žrtva se osjeća potpuno bezbrižno i smireno. U prijevodu sa latinskog jezika *Imperio* znači *naređujem, zapovijedam*. Samo se nekoliko ljudi moglo oduprijeti ovoj kletvi, a jedan od njih je Harry Potter.

- **PATRONUS ČAROLIJA** - ovo je jedna od najpoznatijih i najtežih obrambenih čarolija za izvesti. Za njeno izvođenje potrebno je prisjetiti se svojih najsretnijih sjećanja, čarobni štapići izgovoriti "*Expecto Patronum*", nakon čega se stvara djelomično opipljiva sila pozitivne energije. Ta energija plavičaste svjetlosti predstavlja životinju koja je značajna osobi koja ju izvodi. Patronus se može promijeniti ukoliko osoba prođe kroz preiod povišenih emocija ili stresa. Ova se čarolija koristi u odbrani od Dementora, kao i za slanje poruka drugim čarobnjacima. Harry je podučavao Patronus drugim čarobnjacima iz svoje škole kada su se spremali za borbu protiv Voldemorta. U prijevodu sa latinskog jezika e*xpecto* znači *očekujem*, a *patronus* znači *zaštitnik*.
- **EXPELLIARMUS** - ovo je čarolija koja razoruža protivnika. Na izgovor Expelliarmus, protivniku se iz ruku izbija ono što drži. Najčešće se koristi u duelima kako bi protivnik ostao bez svog čarobnog štapića.

6.2. KARAKTERIZACIJA LIKOVA

6.2.1. POZITIVNI LIKOVI

- **HARRY POTTER** - Harry je glavni heroj ovog serijala. Upravo se zbog toga može analizirati prema Campbellovoj shemi putovanja heroja.

Herojevo putovanje (Monomyth) prema J. Campbellu	Harry Potter
Poziv na avanturu	Pismo iz Hogwartsa
Nadnaravne pomoći	Hagrid
Prelazak prvog praga	Prvi prolazak kroz jeda od čarobnih prolaza u Londonu
Trbuh kitova	Prvi dan nastave u Hogwarts
Put suđenja	Sukobi sa svim neprijateljima i obaveze u školi
Pomirenje s ocem	Dumbledore
Konačan dar	Pobjeda u ratu protiv Voldemorta
Prelazak udaljenog praga	Ženidba za Ginny Weasley
Sloboda življenja	Ispraćanje sina u Hogwarts

S druge strane na Harryja i ostale likove se može gledati i izvan Campbellove sheme. On ima prepoznatljiv ožiljak u obliku munje na čelu koji mu je zadao Voldemort smrtonosnom kletvom Avada Kedavra, kao i okrugle naočale koje ga karakteriziraju kao "dječaka mudricu". Njegova osobna životinja je bijela sova Hedwig, a kao što je većrečeno sove simboliziraju mudrost, snalažljivost i uspješnost, ali i najavljuju loše događaje i smrt. Njegova znatiželja i želja za istraživanjem često su ga dovodile u nevolje, ali se iz njih uvijek lako izvukao uz pomoćsvojih najboljih prijatelja Hermione i Rona, uz koje je dokazao svoju mudrost, hrabrost i odanost. Oni su prvi prijatelji koje je ikada imao i smatra ih obitelji, te je spreman rizikovati svoj život za njih. Iako je mudrica, nije uvijek bio najbolji u učenju i bila mu je potrebna Hermioneina pomoć. Harry je jedan od najpoznatijih i najjačih čarobnjaka u Hogwartsu, te ga je na početku školovanja izabrao jedan od najmoćnijih čarobnih štapića, onaj sa jezgrom feniksovog pera. Kasnije je Harry kao

božićni poklon dobio Plašt nevidljivosti, jedan od tri Dara Smrti. Najmlađi je čarobnjak koji je uspio izvesti Patronus čaroliju, a njegov patronus je imao oblik jelena, što je bio animagus[7] njegova oca, a njegova je majka imala patronus srne. Kada je bilo vrijeme da Razredbeni klobuk Harryja smjesti u neki od domova, htio ga je staviti u Slitheryn, jer je u njemu prepoznao ambicioznost, snalažljivost i odlučnost, kao i njegovo razumijevanje zmijskog jezika. To je posljedica dijela Voldemortove duše koja je ostala u Harryju kada ga je Voldemort pokušao ubiti kao bebu. No Harry se uvijek uspjevao oduprijeti tom mračnom dijelu u sebi i želio je biti član Gryffindora kao i njegovi roditelji, pa ga je klobuk tamo smjestio. Njegova vještost u svemu čega se dohvati dovela ga je do toga je na prvoj godini postao dio Metlobojskog tima, kojeg je odveo u mnogobrojne pobjede. Iako je bio jako bogat, uvijek je bio skroman i nikoga nije osuđivao prema njegovu socijalnom statusu ili podrijetlu. Njegova najdraža čarolija je bila Expelliarmus, uvijek je imao veliku samokontrolu i dozu poštovanja prema svojim protivnicima.

- **HERMIONE GRANGER** - Hermione je Harryjeva najbolja prijateljica, iako je u početku nitko nije vodio jer voli da zapovijeda i pametuje, te se strogo protivi kršenju školskih pravila. Uprabo je ona arhetip odanog prijatelja, koja heroja prati u svim njegovim izazovima. Ona se kroz cijeli serijal može vidjeti kako je okružena knjigama ili ih nosi u rukama. To je jasna potvrda da je ona najpametnija vještica u svojoj generaciji. Uvijek zna odgovor na svako profesorovo pitanje, izvrsna je u izvođenju i izgovaranju čarolija, a svojom inteligencijom uvijek spašava Harryja i Rona iz problema. Baškao i njena osobna životinja, mačka Crookshanks, Hermione je mudra, tajanstvena, operezna i nezavisna. Može se reći da je prava *aktivistica* jer je osnovala *Zajednicu za boljitak ugnjetavanih vilenjaka*, a može se reći i da je osnivanje Dumbledoreove Armije za borbu protiv Volemorta bila njezina ideja. Kada si zacrta neki cilj, odlučna je i spremna napraviti sve da to i ostvari, čak i ako to ponekad zahtjeva kršenje određenih pravila. Hermiona je izrazito borbena jer je bezjačkog podrijetla zbog čega je uvijek imala osjećaj manje vrijednosti i da se treba truditi više od ostalih. Njezin Patronus je vidra koja također simbolizira inteligenciju, maštovitost, poštenje, kao i požrtvovanost. Uvijek ima logična rješenja kojima spušta na zemlju Rona i Harryja kada svojim idema odlutaju u oblake. Njih dvojica su jedine dvije osobe koje su ju odmah na početku prihvatili onakvu kakva je i uvijek bili spremni žrtvovati svoj život za nju, ali se također jošna početku dalo primjetiti posebnu povezanost između nje i Rona.
- **RONALD "RON"WEASLEY** - Ron je najbolji prijatelj Harryja, a uz Hermioneu je i on arhetip odanog prijatelja glavnom heroju. Član je poznate, čistokrvne čarobnjačke obitelji Weasley, koji su prepoznatljivi po riđoj kosi i plavim očima. Iako je njegova obitelj veoma poznata u čarobnjačkom svijetu, jako su siromašni, a Ron je šesto od sedmero djece. Njegova osobna životinja

[7]Rijetka čarolija koja je čarobnjaku omogućavala da se pretvori u životinju i natrag u čovjeka kada god to poželi

je štakor Scabbers, koji je zapravo pripadao njegovom starijem bratu. Taj, naslijeđeni, štakor simbolizira njegovu neimaštinu i siromaštvo, ali i usredsređenosti, analitičnosti, racionalnosti i stidljivosti. Ron je uvijek smatrao da su Hermione i Harry važniji i bolji od njega, pa je jošu prvom dijelu serijala bio spreman žrtvovati svoj život za njih dvoje. Izrazito je hrabar iako se ne čini uvijek tako. U školi je, isto kao i Harry, prosječan učenik, koji ima bujnu maštu i uvijek je spreman za neku novu nevolju. U zrcalu Erised je vidio sebe kao glavnog perfekta[8], te kao kapetana metlobojske ekipe s međudomskim pokalom u ruci. Kasnije je zapravo i postao perfekt i vratar u metlobojskoj ekipi Gryffindorea. Njegov Patronus je Jack Russell terrier, mala vrsta psa koji je dobar za lov. Između ostalog poznat je po tome što lovi vidre, što jošpotvrđuje njegovu posebnu povezanost s Hermione. Ron je uvijek bio zaljubljen u nju, ali mu je trebalo dugo da to kaže. Zbog svog siromaštva, ponekad je bio malo ljubomoran na Harrya i sve najskuplje stvari koje je imao, ali nije dozvolio da to utječe na njihovo prijateljstvo. On, Hermione i Harry čine glavni trio Hogwardsa

- **PROFESOR ALBUS DUMBLEDORE** - je glavni ravnatelj Hogwartsa. Arhetip mentora. Prepoznatljiv je po dugoj bijeloj bradi i kosi, kao i dugim svečanim pelerinama koje nosi. Dumbledore se smatra najmoćnijim čarobnjakom na svijetu, a ujedno i jedinim kojeg se Voldemort ikada bojao. Dumbledoreov Patronus i osobna životinja je feniks Fawkes, koji je dobrovoljno dao svoja dva pera za jezgro čarobnih štapića. Njegov feniks simbolizira dugovječnost, obnovu i mudrost, a sve su to Albusove odlike. Njegov čarobni štapićje Elder Wand, jedan od Darova Smrti. Dumbledore i njegov feniks se smatraju oprečnim likovima Voldemortu i njegovoj zmiji. Oni su dva centralna lika koja presdstavljaju dobro i zlo. Dumbledorea je živio preko 100 godina, a na kraju ga je ubio Severus Snape u ime Voldemorta.
- **MINERVA MCGONAGALL** - Minerva je pored Hermione jedini glavni ženski lik koji se pojavljuje u svim serijalima, također arhetip mentora. Ime je dobila po rimskoj božici mudrosti, Minervi, a prepoznatljiva je po tome što uvijek nosi "vještičji šešir". Ona je zamjenica ravnatelje, glavna voditeljica doma Gryffindore i profesorica Preobrazbe, jednog od najtežih predmeta u čarobnjačkom svijetu. Ona također vodi ceremoniju svrstavanja učenika u domove, a kada je ona bila na prvoj godini u Hogwartsu, Razredbenom klobuku je trebalo pet minuta da ju smjesti u Gryffindore. Minerva je izrazito inteligentna, brižna i otresita osoba, voli red, rad i disciplinu i iskreno brine za dobrobit svojih učenika. Njezina osobna životinja, Animagus i Patronus je mačka. Izrazito je elegantna, borbena, mudra i snalažljiva. Jako voli Metloboj, pa je na prvoj godini preporučila Harryja da bude dio ekipe, kada je vidjela njegove sposobnosti letenja. Jedna je od

[8]Čarobnjak ili vještica koji imaju posebna ovlaštenja i odgovornosti za svoj Dom, a odabrani su od stane Glave Doma i ravnatelja

rijetkih profesora koja je od početka do kraja stojala uz Dumbledorea i Harryja, i borila se svim snagama protiv Voldemortove vojske.

- **SEVERUS SNAPE -** je profesor Čarobnih napitaka u Hogwartsu i glavni voditelj doma Slytherin. Prepoznatljiv je po dugoj crnoj kosi, blijedom licu i crnoj odjeći. On je arhetip zlobnog lika koji zapravo ima potencijal da bude dobar. Od početka Harryjevog boravka u Hogwartsu Snape ga nije volio jer ga je likom podsjećao na svog oca, Jamesa Pottera, koji je Snapea svakodnevno maltretirao. Harryjeva majk, Lilly je bila najbolja prijateljica Snapeu i on je bio zaljubljen u nju cijeli život. Dok je bio učenik u Hogwartsu bio je jedan od najboljih čarobnjaka, jer je znao najviše čarolija. Uvijek je bio ismijavan zbog svog znanja i tajanstvenog, mračnog izgleda. Ali njegova svijetla točka je uvijek bila Lilliy, kojoj je posvetio i svoj Patronus srne, ona je bila njegovo najsretnije sjećanje. Bio je spreman napraviti sve za nju, a kada je čuo da ju je Voldemort ubio, zakleo se da će uvijek štititi njenog sina. Što je zapravo uvijek i radio. Njegova vijernost je zapravo bila jedna od najvećih zagonetki u serijalu o Harry Potteru. Je li Snape vijeran Dumbledoreu ili Voldemortu? Ova se zagonetka riješila u posljednjem dijelu serijala. Snape je radio kao dupli agent i oduvijek je bio odan Dumbledoreu. Kada je Dumbledore saznao da ima jošsamo jednu godinu života, natjerao je Snapea da mu obeća da će ga ubiti, kako bi mu Voldemort povjerovao da je njemu odan. Snape ga je u dvoboju ubio neoprostivom kletvom Avada Kedavra. Nakon smrti Dumbledorea, Snape je postao glavni ravnatelj Hogwartsa i nastavio štititi učenike i pomagati im. Na kraju cijelog serijala Harry Potter Snapea naziva najhrabrijim čovjekom kojeg je ikad upoznao, stoga se on uz Albusa Dumbledorea smatra glavnim protivnikom Voldemorta. Snape je uvijek bio odan i dobar prijatelj, prvenstveno Lilly koju nije iznevjerio do kraja svog života, a onda i Albusu Dumbledoreu. Uzimajući sve to u obzir Snape se ne može okarakterizirati kao negativan lik, nego više kao ogorčen, pozitivan lik.

6.2.2. NEGATIVNI LIKOVI

- **DRACO MALFOY -** Draco je glavni neprijatelj Harryu. Prepoznatljiv je po izrazito svijetljoj kosi i plavim očima i zlobnim smijehom. Njegovo ime Draco je latinski naziv za zmiju, a prezime Malfoi prevedeno sa francuskog jezika znači zlo-vjerovanje. Njegova cijela obitelj je poznata po tome što imaju zla vjerovanja i svi su bili Voldemortovi sljedbenici, čak i Draco postao Smrtonoša. Draco je čistokrvni čarobnjak, član Slytherina, razmažen, arogantan i sebičan. Bio je dobar čarobnjak, ali je često bio kukavica i bojao se suprotstaviti autoritetu. Stalno je zadirkivao Rona zbog njegovog siromaštva i mnogobrojne obitelji i Hermione jer je bila bezjačkog podrijetla, a on je smatrao da treba izbaciti sve koji nisu čistokrvni čarobnjaci. On je također od druge godine igrao u metlobojskom timu za Slytherin, na istoj poziciji kao Harry. Uvijek se trudio pokazati svima koliko

je bolji od Harryja ali mu to nikako nije uspjevalo, jednostavno nije bio dovoljno hrabar. On nema svoj Patronus, vjerojatno jer ne poznaje istinsku sreću, ispunjen je mržnjom i zlobom. Malfoy uvijek hoda u pratnji Vincenta Crabbe i Gregoryja Goylea. Njih dvojica uvijek prate Malfoya i slušaju sve njegove naredbe, nisu inteligentni i ne mogu sami donijeti odluku, zato uvijek čekaju na Dracov znak. Njih trojica zajedno predstavljaju opreku Harryju, Hermoine i Ronu.

- **BELLATRIX "BELLA"LESTRANGE** - Bellatrix je bila čistokrvna vještica iz obitelji Black, i najvjernija sljedbenica Vodlemorta. Ona je njemu bila posebno draga da ju je čak zvao Bella. Ona je arhetip utjelovljenja zla. Bila je najstarija sestra Dracove majke i rođakinja Siriusa Blacka, Harryjevog kuma. Smatrala je, kao i njena obitelj, da čarobnjaci i vještice moraju biti čistokrvni, no Sirius nije dijelio njihovo mišljenje zbog čega je protjeran iz obitelji, a na kraju ga je ona ubila. Bellatrix je bila član Slytherina, a nakom Hogwartsa je postala jedan od naopsnijih članova Smrtonoša. Koristila je sve neoprostive kletve, a posebno *Crucio* i *Imperio.* Nakon prvog pada Voldemorta, Bellatrix je uhvaćenja i osuđena na doživotni boravak u Azkabanu, iz kojeg je pobjegla kada se Voldemort ponovno pojavio. Bellatrix je idealan primjer negativnog lika, jako nestabilna i nepredvidljiva, hladna, nesposobna za suosjećajnost i bilo kakve emocije osim fanatičkog divljenja Voldemortu. Koristi crnu magiju, neoprostive kletve, muči i ubija ljude bez ikakvog osjećaja grižnje savjesti, zapravo ju to sve jako zabavlja. Kasnije ju je ubila majka Rona Weasleyja, kada je Bellatrix pokušala ubiti njezinu kćer.
- **LORD VOLDEMORT** - Rođen kao Tom Riddle, on je najveći negativac u ovom serijalu. Arhetip zla i glavni neprijatelj heroju. Želi osigurati moći besmrtnost uz pomoćkorištenja crne magije. Njegovo ime za izazivalo toliki strah kod čarobnjaka da su ga prestali izgovarati, a o njemu su govorili kao "Znate-Već-Komu"ili "Onaj-Čije-Se-Ime-Ne-Smije-Izgovoriti". Rijetki su se usuđivali izgovarati njegovo ime bez oklijevanja, a neki od njih su bili Harry, Dumbledore i Hermione. Ime Voldemort potiče iz francuskog jezika *vol de mort*, što znači *let smrti*. Njegovi sljedbenici se nazivaju Smrtonoše, a njega nazivaju "Gospodarom tame". Prepoznatljiv po jako blijedom licu, spljoštenim nosom kao kod zmije i crvenim očima s prorezima umjesto zjenica. Smatra se da je takav izgled uslijedio nakon korištenja previše napredne crne magije kako bi naprimjer rascijepio svoju dušu da stvori horcruxe, jer je prije toga bio jako lijep. On je mrzio nečistokrvne čarobnjake i vještice, a i on sam je bio nečistokrvni čarobnjak. Glavni simbol koji ga prati je simbol zmije i upravo kao i zmija on je izopačen, lukav, bezosjećajan i strpljiv u borbi protiv protivnika. On također nema patronus, kao i većina čarobnjaka koji se koriste crnom magijom. On je posebno nesposoban za bilo koju vrstu ljubavi jer nikoga ne smatra sebi ravnim. Pored svega toga bio je izvrstan čarobnjak, govorio je i razumio zmijski jezik, mogao je čitati tuđe misli i zaštititi svoj um od drugih i jedan je od rijetkih čarobnjaka koji je uopće uspio stvoriti i razumjeti horcruxe.

I naravno njegov čarobni štapićima isto jezgro kao Harryjev, a to je pero Dumbledoreovog feniksa. Iako je najjači čarobnjak koji je koristio crnu magiju, na kraju je opet pobijeđen.

6.3. UTJECAJ HARRY POTTERA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Utjecaj na društvenim mrežama je nezaobilazan dio svakog filmskog serijala. Tako na Facebooku postoji originalna Harry Potter stranica koju prati preko 70 milijuna ljudi. Na toj stranici objavljuju fotografije sa određenim trenucima iz filmova, kvizove, ankete, intervjue s glavnim glumcima, zanimljive činjenice o pozadinskoj priči serijala i slično. Također ta stranica ima link koji vodi na njihov profil na Instagramu, gdje objavljuju skoro iste sadržaje, a na toj stranici imaju svega 5 milijuna pratitelja. Također početna stranica vodi i na njihov profil na Twitteru, gdje imaju koro 3 milijuna pratitelja, a i tu objavljuju iste identične sadržaje. Imaju i svoj službeni Harry Potter kanal na YouTubeu, gdje objavljuju licencirane dijelove filmova kao i neke kompilacije određenih trenutaka iz filmova, a imaju skoro od 262 000 pretplatnika.

Postoji puno profila na društvenim mrežama koji nose imena likova iz serijala uz neki dodatak. Naprimjer Twitter profili kao što su:

- Harry Potter Facts - gdje se objavljuju neke činjenice i informacije o serijalu
- Harry Potter Fans - gdje se prosljeđuju tweetovi obožavatelja, glavnih glumaca, ili blio čega što je vezano za tematiku serijala

Pored toga pojavljuju se i privatni Twitter i Instagram profili ljudi koji su obožavatelji serijala i za nazive svojih profila koriste imena likova ili stvari vezanih uz serijal (npr. Must be a Weasley; The 8th Horcrux; Dumbledore’s 4th Name; taylor_potter1; epstein_horcrux; _expelliartmus.s i slično). Na ovim profilima osobe pišu ili objavljuju fotografije o svojim osobnim stvarima koje nisu uopće vezane uz serijal.

Na Twitteru je izrazito popularna i aktivna sama spisateljica serijala, J. K. Rowling. Ima preko 14,5 milijuna pratitelja i preko 12 tisuća objava. Piše o svojim osobnim događanjima, odgovara obožavateljima na pitanja o Harry Potter serijalu i svojim ostalim djelima, redovno komentira političku scenu u svijetu, piše o književnosti i slično.

Iz ovoga je sasvim jasno kako se društvene mreže koriste za komunikaciju fikcijskih likova koji zapravo ne postoje. Upravljanje takvim stranicama, odnosno profilima na društvenim mrežama, je zapravo dio biznisa, te su te stranice samo jošjedan u nizu komercijalnih proizvoda branda Harry Pottera.

6.4. HARRY POTTER KAO BRAND

Velikim uspjehom romana a onda i filmova o Harry Potteru, počeo se razvijati brand. Ovaj se brend jako brzo proširio upravo zbog mnogobrojnih obožavatelja. 2005. godine Apple Computer je u prodaju pustio posebnu verziju iPoda koji je na poleđini imao logo Hogwartsa, a uz kupnju tog iPoda dolazi i kod s kojim se mogu skinuti sve, dotada objavljenje, knjige o Harry Potteru, kao i biografija J. K. Rowling. Pored toga postoje mnogobrojne web trgovine koje prodaju različite rekvizite iz ovog čarobnjačkog svijeta. Tako se na stranici Harry Potter Shop[9] mogu kupiti različiti proizvodi od knjiga, filmova, igračaka, odjeće, nakita, kućnog dekora, čarobnih štapića i slično. Osim takvih predmeta, postoje i tematski zabavni parkovi kao što je Wizarding World of Harry Potter. Lego je izbacio cijelu seriju Harry Potter proizvoda.[10]
Školska knjiga također, osim knjiga, prodaje tematske Harry Potter proizvode kao što su, replike čarobnih štapića ili satovi.

Pottermore[11] je jedna od najpoznatijih web stranica koja objavljuje sadržaje direktno povezane sa Harry Potter serijalom. Sadrži dijelove za edukaciju kao što je dio gdje se mogu pročitati članci i tekstovi koje je napisala sama J. K. Rowling ili dio stranice gdje se mogu kupiti knjige. Na ovoj stranici mogu se pronaći kvizovi koji će reći kojem domu pripadate ili koji vam je lik iz serijala najsličniji.

Pored toga postoje i stranice kao što je Harry Potter Wiki[12] koja je sačinjena od preko 16 tisuća stranica na kojima se mogu pronaći sve informacije o knjigama, filmovima, likovima, spisateljici, predmetima iz serijala i svim ostalim stvarima koje se pojavljuju u serijalu, također ova stranica omogućava i rasprave i komentiranje čitatelja.

U Hrvatskoj postoji stranica udruge ljubitelja Harry Pottera "Ministarstvo Magije Hrvatska"[13]. Oni okupljaju sve ljubitelje ovog serijala i same spisateljice, organiziraju mjesečna druženja članova

[9] https://www.harrypottershop.com/

[10] https://www.lego.com/en-us/themes/harry-potter

[11] https://www.pottermore.com/

[12] https://harrypotter.fandom.com/wiki/Main_Page

[13] http://www.ministarstvomagije.hr/index.php/osnovano-je/?fbclid=IwAR2DXcTORs2qakMkL7v9SPTEhg8yGX8W8yeWj782CD7TZ_T8urcRPwMiiUg

udruge, kao i tematske kvizove, predavanja, radionice i slično. Član ove udruge može biti svatko s navršenih 11 godina, a prilikom učlanjenja rješava se kviz koji nove članove svrstava u jedan od četiri doma Hogwartsa.

7. ZAKLJUČAK

Kako bi mogla odrediti simbole i kodove filmskog serijala o Harry Potteru, bilo je nužno da pogledam sve filmove. Gledanje samih filmova nije mi dalo dovoljno informacija da u potpunosti razumijem cijelu pozadinsku priču i odnose likova, kao i značenje svih pojmova koji se koriste, stoga sam morala pročitati dodatne tekstove iz kojih sam saznala svaki puta nešto novo. Što sam više različitih izvora čitala ili gledala sve me više privlačila sama priča.

Prilikom analize i iščitavanja kodova, kao i pripisivanja tih kodova određenim likovima, gledatelji se sve više počinju poistovjećivati sa likovima i situacijama u kojima se oni nalaze. Kada prvi puta vide čarobni štapići nekog od likova da izgovara neku čaroliju, kao da su njih same začarali. Žele vidjeti jošviše čarobnih štapića, jošviše čarolija i jošviše likova sa takvim čarobnim stvarima. Također kada vide da jedan pozitivan lik pobijedi negativnog lika u dvoboju, gledatelji žele vidjeti joštakvih pobjeda, jošmagije, jošviše dvoboja. U iščekivanju svih tih stvari koje gledatelj silno želi vidjeti, stvara se njegova "ovisnost"o tom proizvodu, ovdje konkretno o filmskom serijalu.

Kako se koji dio serijala završavao zanimanje publike se povećavalo. Pored samog filmskog serijala, publici je ponuđeno jošnekoliko proizvoda koji su tematski vezani za serijal, kao što su naprimjer replike čarobnih štapića ili šalovi koji izgledaju identično kao oni u filmu. Pojavom takvih proizvoda svatko je mogo biti Harry Potter ili bilo koji drugi lik u serijalu. Svatko tko je posjedovao jedan od takvih proizvoda, osjeća se važnijim i više povezanim sa samim serijalom. Tako je rasla prodaja tematskih proizvoda, a s njom i Harry Potter kao brand koji se onda proširio u sve moguće sfere ljudskog života.

Upravo se na ovom primjeru može dokazati da postmoderno društvo svojim proizvodima i sadržajima (serijal o Harry Potteru) doprinosi onome što Max Weber zove "začaravanje svijeta", utječući i manipulirajući publikom, na način da ih svojim kontinuiranim fantastičnim sadržajima drži prikovane prvenstveno za televiziju ili filmsko platno, a onda za sve ostalo što nudi sličan efekt.

LITERATURA

Appignanesi, R. i Garrat, C. (i suradnici Sardar, Z. i Curry, P.), (2002). Postmoderna za početnike. Beograd: Hinaki

Campbell, J., (2004). The Hero With a Thousand Faces. Princeton Universiry Press.

Cashmore, E., (2006). Celebrity Culture. London. Routledge

Debord, G., (1994). Society of the Spectacle. London. Rebel Press

Eco, Umberto (1973). Kultura, informacija, komunikacij*a*. Beograd:Nolit

Freud, S. (1928). Beyond the Pleasure Principle. New York. Bantam Books.

Freud, S. (1950). Totem and Taboo. New York. W.W. Norton& Company Inc.

Johansen, J. D., Larsen, S. E (2000). Uvod u semiotiku, Zagreb: Croatialiber.

Labaš, D., Mihovilović, M. (2011). „Masovni mediji i semiotika popularne kulture“,Kroatologija, vol. 2: 95-12.

Manovich, L. (2001). The Language of New Media MIT Press, Cambridge and London

Monaco, J. (2000). How to Read a Film: Movies, Media, and Beyond, Kindle Edition

Nöth, W., (2004). Priručnik semiotike. Zagreb, Ceres

Oraić-Tolić, D., (2005). Muška moderna i ženska postmoderna –Rođenje virtualne kulture. Zagreb. Naklada Ljevak

Popović, T. (2010). Rečnik književnih termina. Beograd. Logos Art / Edicija

Rojek, C., (2001). Celebrity. London, Reaktion Books

Rowling, J. K. (2014). Pripovesti Barda Bidla. Beograd. Čarobna knjiga

POPIS INTERNETSKIH STRANICA

Hrvatska enciklopedija http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=55345 (pristupljeno 10.8.2019.)

http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=55340 (pristupljeno 10.8.2019.)

http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48626 (pristupljeno 10.8.2019.)

Fandom https://harrypotter.fandom.com/wiki/Patronus_Charm (pristupljeno 12.8.2019.)

Harry Potter Wiki https://harrypotter.fandom.com/wiki/Main_Page (pristupljeno 12.8.2019.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz Campbellove sheme Monomytha (izvor: http://www.sfcenter.ku.edu/Workshop-stuff/Campbells-monomyth-stages.jpg)