

Multimodalnost na primjeru korejske pop kulture

Pinezić, Pavla

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:465093>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Pavla Pinezić

**MULTIMODALNOST NA PRIMJERU KOREJSKE POP
KULTURE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

PAVLA PINEZIĆ

**MULTIMODALNOST NA PRIMJERU KOREJSKE POP
KULTURE**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš
Sumentorica: dr.sc. Lucia Miškulin Saletović

Zagreb, 2023.

SAŽETAK

Ovaj diplomski rad istražuje koncept multimodalnosti kroz analizu elemenata korejske pop kulture, s fokusom na glazbene video spotove. Korejska pop kultura, poznata kao K-pop, postala je globalni fenomen privlačeći pažnju milijuna obožavatelja diljem svijeta. Rad se bavi analizom video spotova korejskih glazbenih grupa, točnije korejske pop grupe BTS, kroz prizmu multimodalnosti i analize sadržaja kao teorijskog okvira.

U uvodu se razmatra koncept multimodalnosti kao istraživačka perspektiva koja prepoznaje složenost komunikacije putem različitih modaliteta kao što su slika, zvuk, tekst i geste. Nakon toga, analizira se korejska pop kultura kao primjer koji prikazuje spajanje određenih elemenata kako bi se stvorila multimodalnost, ponajviše u glazbenim videospotovima.

Glavno poglavlje razmatra video spot „Blood Sweat and Tears” od BTS-a, koristeći multimodalni pristup kako bi analizirao kombinaciju vizualnih, zvučnih, tekstualnih i kinestetičkih elemenata unutar videa. Ovaj primjer ilustrira kako su modaliteti međusobno povezani da bi se prenijele dublje emocionalne, simboličke i estetske poruke.

Nadalje, rad istražuje ulogu simbolike, koreografije, kostima i ostalih vizualnih elemenata unutar K-pop videospotova, te kako ovi elementi doprinose stvaranju značenja. Također, proučava se interakcija između tekstualnih, vizualnih, pokretnih i zvučnih modova te kako se ona odražava na doživljaj gledatelja.

Kroz svoje analize, ovaj diplomski rad pokušava istražiti na koji način multimodalnost obogaćuje i produbljuje komunikaciju unutar korejske pop kulture, istražujući načine na koje različiti modaliteti doprinose stvaranju bogatstva značenja, emocija i estetike.

Ključne riječi : multimodalnost, analiza sadržaja, korejska pop kultura, video spot, korejska pop grupa BTS

SUMMARY

This master's thesis explores the concept of multimodality through the analysis of elements within Korean pop culture, with a focus on music videos. Korean pop culture, known as K-pop, has become a global phenomenon, captivating the attention of millions of fans worldwide. The study delves into the analysis of music videos from Korean music groups, specifically the Korean pop group BTS, through the lens of multimodality and content analysis as theoretical frameworks.

The introduction contemplates the concept of multimodality as a research perspective that recognizes the complexity of communication through various modes such as imagery, sound, text, and gestures. Subsequently, Korean pop culture is examined as an example that illustrates the merging of specific elements to create multimodality, primarily in music videos.

The main chapter centers around the music video "Blood Sweat & Tears" by BTS, employing a multimodal approach to analyze the combination of visual, auditory, textual, and kinesthetic elements within the video. This example illustrates how these modalities are interlinked to convey deeper emotional, symbolic, and aesthetic messages.

Furthermore, the study explores the role of symbolism, choreography, costumes, and other visual components within K-pop music videos and how these elements contribute to meaning-making. It also examines the interaction between textual, visual, kinetic, and auditory modes and how it influences the viewers' experience.

Through its analyses, this master's thesis attempts to investigate how multimodality enriches and deepens communication within Korean pop culture, exploring ways in which diverse modalities contribute to the creation of richness in meaning, emotions, and aesthetics.

Keywords: multimodality, content analysis, Korean pop culture, music video, Korean pop group BTS

Sadržaj

1.Uvod	7
2. Teorijski okvir	8
2.1. Definiranje pojmova	8
2.1.1. Multimodalnost	8
2.1.2. Analiza sadržaja.....	12
2.2. Korejska pop kultura	15
2.2.1. Pojmovno određenje	16
2.2.2. Sastavni elementi korejske pop kulture	18
2.2.3. Korejska pop grupa BTS	19
2.3. Video spot kao tekst	20
2.3.1. Multimodalnost video spotova	20
2.3.2. Analiza sadržaja video spotova.....	22
3. Ciljevi i metodologija istraživanja.....	23
3.1. Ciljevi istraživanja	23
3.2. Metodologija istraživanja.....	23
4.Analiza video spota korejske pop pjesme „Blood, Sweat and Tears“ grupe BTS	24
4.1. Razine multimodalnog teksta	24
4.2. Suodnos razina multimodalnog teksta	38
4.3. Analiza sadržaja video spota.....	55
4.4. Analiza sadržaja znakovnih sustava (modova)	57
5. Zaključak.....	58
6. Literatura.....	60
6.1. Mrežni izvori	62
7.Prilozi	64
7.1. Popis slika	64

1.Uvod

U posljednjim desetljećima postalo je sve jasnije da za bolje razumijevanje komunikacijskih obrazaca oko nas nije dovoljna sama analiza jezika. To možemo pripisati promjenama u komunikacijskoj tehnologiji koje više nisu objašnjive u potpunosti samim diskursom. Multimodalnost i međuovisnost semiotičkih izvora u tekstu sve više postaje pravilo, a ne iznimka te se vrsta teksta u kojoj se „jezik“ može izdvojiti kao neovisna jedinica (pogotovo u pisanoj i vizualnoj komunikaciji) gotovo i ne nalazi (Ventola, Charles, Kaltenbacher, 2004: 1-3).

Multimodalna perspektiva polazi od teze da u današnjem suvremenom svijetu prevladavaju mnogostruki načini komunikacije koji kombiniraju različite sustave znakova, odnosno različite semiotičke modove. Prevladava vizualan semiotički mod, posebice u zapadnoj kulturi, koji se pojavljuje u kombinaciji s auditivnim, verbalnim, taktilnim, gustativnim, olfaktivnim i ostalim semiotičkim modovima. Kroz analizu K-popa kao primarnog slučaja, ovaj diplomski rad ima za cilj istražiti kako glazba, video spotovi, nastupi, moda i društveni mediji zajedno oblikuju jedinstveno i interaktivno iskustvo za publiku. Pored toga, istraživat će se načini na koje multimodalnost doprinosi konstrukciji identiteta korejske pop kulture i njenih izvođača.

U idućim poglavljima, osvjetlit ćemo ključne aspekte K-pop fenomena, od njegove povijesne pozadine do utjecaja na globalnu kulturu. Također ćemo analizirati ulogu društvenih medija u širenju i održavanju zajednice oko K-pop grupe BTS, kao izuzetno uspješnog primjera koji prikazuje moć interakcije između različitih medijskih platformi.

Točnije, iz multimodalne semiotičke perspective ćemo analizirati video spot korejske pop pjesme „Blood, Sweat and Tears“ grupe BTS na način da ćemo upoznati razine multimodalnog teksta koji nam je predmet istraživanja te ćemo pomoću njihovog suodnosa konstruirati značenje. Također, koristit ćemo se i metodom analize sadržaja kako bi na sustavan i objektivan način obradili predmet istraživanja te bolje uvidjeli do koje mjere ovaj video spot i pjesma imaju značaj u pop kulturi. Prije same analize, upoznat ćemo se sa pojmom multimodalnosti te raznim definicijama koje taj fenomen stavljaju u određeni teoretski okvir, ali i konkretnije sa načinom analize iz multimodalne semiotičke perspektive vizualnog multimodalnog teksta, kao i s definicijom analize sadržaja za bolje razumijevanje metode kojom ćemo se koristiti.

Kroz dublje razmatranje veze između multimodalnosti i K-popa, ovaj diplomski rad pruža uvid u složenu dinamiku između umjetnosti, medija i publike u suvremenom svijetu zabave. Daljnje istraživanje ovih faktora može ne samo proširiti naše razumijevanje K-pop fenomena, već i osvijetliti šire implikacije multimodalnosti u digitalnom dobu.

2. Teorijski okvir

2.1. Definiranje pojmova

Bitno je postaviti određeni teorijski okvir i za bolje razumijevanje tematike ovog diplomskog rada. U sljedećih nekoliko poglavlja bavit ćemo se definiranjem pojmova multimodalnosti i analize sadržaja, s obzirom na to da ćemo i upravo te metode primijeniti na odabrani predmet istraživanja.

2.1.1. Multimodalnost

Danas je multimodalnost pojam koji se široko koristi u akademskom svijetu. Prvi put je skovan sredinom 1990 – ih , a od tada broj naslova publikacija koji sadrže taj pojam eksponencijalno raste. U relativno općim terminima, taj fenomen ili predmet možemo opisati kao fenomen u kojem mi stvaramo značenje ili kao sustave znakova (kodova, modalitetima) koje koristimo kada komuniciramo i njihove međudnose. Ipak, tome moramo odmah dodati da pojam multimodalnosti i njemu srodni pojmovi (mod/modalnost i (semiotički) resurs) broje nekolicinu različitih pojmovnih određenja. Način na koji je koncept artikuliran uvelike varira, i među i unutar različitih disciplina i istraživačkih tradicija u kojima se termin sada uobičajeno koristi. Iz tog razloga, vrlo je teško i potencijalno problematično govoriti o multimodalnosti bez eksplicitnog i metodološkog stajališta (Jewitt, Bezemer, O'Halloran, 2016: 1). Dakle, multimodalnost kao takva je kompleksan pojam te samim time i njegova definicija zahtijeva pristup iz više različitih kutova i perspektiva. Kao što je već navedeno, interes za tim fenomenom počinje rasti unazad nekoliko godina što je popratio i brzi razvoj u području multimodalnog strojnog učenja kombinirajući viziju, tekst ili govor (Parcalabescu, Trost, Frank, 2021:1). Samim time, u današnjem svijetu interneta gotovo su svi tekstovi koje pronalazimo multimodalni te je pravi izazov pronaći neki koji to nije. Iako multimodalni tekstovi datiraju prije internetske ere, digitalne tehnologije dale su veći pristup resursima potrebnim za proizvodnju i širenje multimodalnih tekstova po relativno niskoj cijeni.

(Jewitt, Bezemer, O'Halloran, 2016: 15). U današnje vrijeme, multimodalnost postaje sveprisutna na društvenim mrežama, gdje se različiti načini komunikacije kombiniraju kako bi se stvorila bogatija i dublja poruka. Kroz kombinaciju teksta, slika, videa i emotikona, korisnici društvenih mreža izražavaju svoje misli, emocije i identitet na višeslojan način. Ova multimodalna komunikacija omogućuje veću angažiranost i povezanost s publikom, pružajući šire kontekstualno razumijevanje i veću emocionalnu dubinu u interakcijama.

Prema autorima Parcalabescu, Trostu i Franku i njihovom djelu pod nazivom „What is multimodality?“ multimodalnost možemo definirati kao način priopćavanja informacija ljudima koje sadrže tekst, (pokretne) slike, grafikone, zvukove.

Za ovaj diplomski rad nam je ta definicija važna, kao i što bolje razumijevanje pojma modalnosti koji možemo definirati kao poseban način na koji nešto postoji, doživljava se ili radi.

U kontekstu multimodalnosti, modalnost igra važnu ulogu u oblikovanju bogatijih i složenijih komunikacijskih iskustava. Kombiniranje različitih modaliteta kao što su tekst, slika, zvuk i video omogućuje izražavanje raznih modalnih nijansi koje dodaju dubinu i složenost porukama.

Na primjer, na društvenim mrežama, korištenje emotikona ili emojijs-a može dodati emocionalni ton tekstu. Slika ili GIF-ovi mogu dodati vizualni kontekst koji nadopunjuje napisane riječi. U videima, zvuk i glazba mogu utjecati na naše emocionalno razumijevanje i doživljaj scene.

Prema ovim definicijama možemo zaključiti da je multimodalno istraživanje ono istraživanje koje ne uključuje jedan, već više modaliteta ili modova koje određuju posebni načini doživljavanja. (Parcalabescu, Trost, Frank, 2021: 2). Mod možemo definirati kao vrstu semiotičke reprezentacije (tekstualne, zvučne i vizualne) koja se koristi za predstavljanje informacija. Samim time, modalnost definiramo kao semiotičku realizaciju jednog moda, primjerice, vizualni modalitet videokonferencije ostvaruje se kroz sliku web kamere. Modaliteti mogu biti:

1. Asinkroni – kada se proizvodnja odvija u različitom trenutku od recepcije, npr. Jedan sudionik napiše post na blogu, a drugi ga čita
2. Sinkroni – kada se proizvodnja i recepcija odvija istovremeno, npr. dva partnera međusobno djeluju pomoću videokonferencije

Možemo reći da multimodalnost čini senzorne informacije dostupnima u različitim semiotičkim modovima i nudi mogućnost proizvodnje, razumijevanja i razmjene informacija istovremeno kroz različite kanale (Guichon, Cohen, 2016: 2). Multimodalnost dodaje kompleksnost modalnosti jer se različiti modaliteti kombiniraju kako bi stvorili cjelovito komunikacijsko iskustvo. Ova interakcija omogućuje bogatije izražavanje nijansi i osjećaja te dodaje dubinu i slojevitost komunikaciji na društvenim mrežama, u oglašavanju, umjetnosti i drugim područjima gdje se koristi multimodalni pristup.

Nadalje, autori Parcalabescu, Trost i Frank spominju Baltrusaitisovo poimanje multimodalnog. On govori da je naše iskustvo svijeta multimodalno, odnosno, da vidimo predmete, čujemo zvukove, osjećamo teksturu, mirišemo mirise i kušamo okuse te da se pojam „modalitet“ odnosi na način na koji se nešto događa, osjeća ili doživljava. Možemo reći da je ovakvo definiranje multimodalnosti najshvatljivije nama ljudima jer smo vezani za svoja osjetila kada doživljavamo svijet oko sebe. Autori ga opisuju kao intuitivno, ljudski - usredotočeno objašnjenje koncepta multimodalnosti, s fokusom na kanale širenja kojima je prilagođena ljudska komunikacija, primjerice vid ili zvuk. Međutim, ako proizlazimo iz ove perspektive, naići ćemo na problem kada dođemo do pitanja modaliteta. Naime, govor (slušanje) i tekst (gledanje) su različiti modovi jer se razlikuju po osjetilu kojim ih doživljavamo. No, sliku i tekst percipiramo istim osjetilom – vizualnim aparatom te bi po gore navedenoj definiciji trebali reći da su vizija i jezik isti modaliteti. S druge strane, spominju strojno – usredotočenu perspektivu za definiranje multimodalnosti, a ona se fokusira na stanje u kojem se informacije prenose ili kodiraju prije nego što ih obradi sustav, odnosno, riječ „modalnost“ odnosi se na određeni način ili mehanizam kodiranja informacija. Prednosti ove perspektive i načina definiranja leže u njezinoj praktičnosti, to jest, usredotočuju se na tehničke aspekte predstavljanja podataka te pokazuju kako različite vrste inputa obično zahtijevaju specifična programska rješenja (Parcalabescu, Trost, Frank, 2021: 3). Ipak, multimodalnost se usko povezuje s našim osjetilima jer koristi različite modalitete kako bi komunicirala poruke ili izražavala informacije. Kao što je već navedeno, osjetila vida, sluha, dodira, mirisa i okusa, omogućuju nam da percipiramo svijet oko sebe. Kada se multimodalnost primijeni na komunikaciju ili umjetnost, koristi različite osjetilne kanale kako bi stvorila bogatije i dublje iskustvo za one koji primaju poruku.

Zbog njezine sveobuhvatne prirode, multimodalnost kao fenomen dovodi u pitanje strogu „podjelu rada“ među disciplinama koje su tradicionalno usmjerene na stvaranje značenja. Ona proizlazi iz perspektive da sredstva stvaranja značenja ne djeluju izolirano, nego se gotovo uvijek pojavljuju zajedno: slika s pisanjem, govor s gestom, matematički simbolizam s pisanjem i slično. To je prepoznavanje potrebe za proučavanjem načina na koji se različite vrste stvaranja značenja kombiniraju u integriranu, multimodalnu cjelinu na što su znanstvenici pozivali kad su kasnih 1990 – ih počeli koristiti termin multimodalnost. Upravo ta potreba da se pomakne izvan empirijskih granica postojećih disciplina te da se razviju teorije i metode koje mogu objasniti načine istovremenog korištenja gesta, natpisa, govora i drugih sredstava kako bismo proizveli značenja koja se ne mogu objasniti koristeći bilo koju od postojećih disciplina (Jewitt, Bezemer, O'Halloran, 2016: 2).

Prema tome, možemo reći da je multimodalnost pojam koji opisuje stvaranje značenja. Značenje koje se stvori u ovakvoj analizi je ujedno i rekonstrukcija značenja koje su upotrijebili proizvođači kao i interpretacija značenja koje mogu konstruirati primatelji. (Ventola, Charles, Katenbacher, 2004: 26). Iz tog razloga kada govorimo o značenju moramo uzeti u obzir nekoliko stavki:

1. Značenje se stvara različitim semiotičkim resursima, od kojih svaki nudi različite mogućnosti i ograničenja
2. Stvaranje značenja uključuje proizvodnju multimodalnih cjelina
3. Ako želimo proučavati značenje, moramo obratiti pažnju na postojanje svih semiotičkih izvora koji se koriste za stvaranje zaokružene cjeline

U nekim pristupima multimodalnosti postoji pretpostavka da je moguće, ali i zaista potrebno, razviti integrirani teorijski i metodološki okvir za neke vrste stvaranja značenja kao što je primjerice proučavanje govora, geste, pogleda ili materijalnog okruženja. S druge strane, u nekim pristupima pretpostavka je da je moguće i potrebno razviti sveobuhvatan teorijski i metodološki okvir za objašnjenje svih vrsta značenja, bilo u slici, gesti, pisanju ili bilo kojem drugom načinu. (Jewitt, Bezemer, O'Halloran, 2016: 2-3). U svakom slučaju, multimodalnost igra ključnu ulogu u stvaranju značenja na bogatiji i dublji način. Kroz kombiniranje različitih modaliteta kao što su slike, tekst, zvuk i video, multimodalna komunikacija omogućuje da se informacije izraze na više

nivoa. Ova interakcija modaliteta dodaje kontekst, emocije i raznolike interpretacije, čineći značenje kompleksnijim.

Vizualni i auditivni elementi zajedno omogućuju izražavanje dubokih emocija i stvaranje snažnijeg emocionalnog dojma. Moguće je prenijeti ton glasa, izraze lica, glazbu i vizualne efekte kako bi se postigla željena emocionalna reakcija. Multimodalnost također omogućuje stvaranje više slojeva tumačenja. Publika može primijetiti različite aspekte unutar iste multimodalne poruke, stvarajući tako više interpretacija ovisno o njihovim iskustvima i kontekstu.

Osim toga, multimodalnost sintetizira informacije na jednom mjestu. Kroz kombinaciju modaliteta, stvara se cjelovitija slika koja pomaže u boljem razumijevanju poruke. Također, angažman i povezanost s multimodalnim sadržajem često su veći jer takvo iskustvo koristi više osjetilnih kanala. To znači da primatelj poruke ima dublji doživljaj i bolje povezivanje s porukom ili sadržajem.

Ukratko, multimodalnost ovisi o dvije stvari:

1. Raznolikosti načina koji su dostupni za predstavljanje informacija
2. Interaktivnosti između različitih načina, odnosno, jesu li prikazani zasebno ili su potpuno integrirani (Guichon, Cohen, 2016: 3)

Multimodalnost i multimedijalnost su uvijek bile sveprisutne kada se promatraju kao kombinacije pisanja, govora, vizualizacije, zvukova, glazbe i slično, a danas ih nalazimo još i više s obzirom na to da postoji cijela mreža međusobno ovisnih modova i pod-modova koji se i u tekstualnoj praksi mogu stapati jedan u drugi (Ventola, Charles, Katenbacher, 2004: 1-10).

2.1.2. Analiza sadržaja

Analiza sadržaja je metodologija istraživanja koja se široko koristi za razumijevanje dubljih značenja i obrazaca prisutnih u komunikacijskim materijalima, kao što su tekstovi, slike, zvukovi

ili video zapisi. Ova metoda omogućuje istraživačima da sistematično analiziraju sadržaj kako bi identificirali ključne teme, obrasce, simbole i implicitna značenja koja se mogu kritički razumjeti i tumačiti.

Analizu sadržaja možemo definirati kao kvantitativnu metodu istraživanja unutar društvenih znanosti, a ponajviše se koristi za proučavanje sadržaja komunikacije. Prema Haroldu Laswellu postoji pet temeljnih pitanja koja su nit vodilja u korištenju analize sadržaja, a to su:

1. Tko kaže što?
2. Kome?
3. Zašto?
4. Koliko opširno?
5. S kojim učinkom? (Gluhaković, 2019: 20)

Za Manić (2017) je analiza sadržaja sociološki istraživački postupak, odnosno način svrstavanja podataka kojima se nastoji izgraditi sistematska iskustvena evidencija o društvenoj komunikaciji. Također, napominje kako se analiza sadržaja pokazala kao izuzetno korisno sredstvo za izvođenje zaključaka iz prikupljenih informacija što ćemo koristiti i u ovom diplomskom radu.

Iako je analiza sadržaja sadrži manje kompleksnosti u definiranju samog pojma od pojma multimodalnosti, ipak ne postoji jedinstvena definicija. Za razumijevanje tog fenomena potrebno je definirati i komunikaciju kao takvu. Manić (2017) ističe kako ne postoji ni jedinstvena definicija komunikacije, međutim možemo se fokusirati na ono najrelevantnije za navedenu tematiku te reći da je komunikacija proces u kojem neki pojedinac ili institucija nastoji prenijeti neku poruku do određene grupe ljudi, koristeći se pritom određenim tehničkim sredstvima. Cilj takve komunikacije je potaknuti masu na razmišljanje o njihovom vjerovanju, stavovima i ponašanju. Analiza sadržaja se prvenstveno bavi porukom unutar te komunikacije, odnosno, njenim sadržajem dok je sredstvo prenošenja poruke manje bitno. Poruka je svaki simbolički sadržaj koji ima određeni smisao ili bar to njen pošiljatelj pretpostavlja, a upućen je s nekom namjerom drugima (Manić, 2017: 9 - 18).

Također, cilj prenošenja poruke može biti želja da se iznesu vlastita iskustva, da se usklade mišljenja i/ili djelatnosti, da se utječe na ponašanje primatelja i slično. S obzirom na to da cilj ovisi o osobnoj preferenciji pošiljatelja, sadržaj poruke može biti izuzetno raznolik.

Analiza sadržaja je nastala kao rezultat praktičnih i teorijskih potreba da se dobiju što objektivniji i potpuniji podatci o različitim oblicima komunikacije (Petrović, Tadić, 2007: 157- 158), pa možemo reći da ono što ovu metodu čini pogodnom istraživačkom tehnikom su svakako njezina objektivnost, sistematiziranost te kvantitativan način opisivanja sadržaja komunikacije (Manić, 2017: 27).

Dakle, analiza sadržaja treba biti :

1. Objektivna

Sadržaj komunikacije treba biti razvrstan pomoću jednoznačno određenih kategorija kako bi se opća tema mogla raščlaniti na niz užih kategorija. Iznova koristeći te iste kategorije trebali bi uvijek doći do manje – više istih rezultata. Samim time, predmet proučavanja moramo kategorizirati kako bi ga mogli analizirati prema nekim općim kriterijima. Analizom sadržaja dolazi se do takvih usporedivih kvantitativnih izvornih podataka.

2. Sistematična

Odluku sistematičnosti dobiva metodološki postupak koji analizira ili cjelokupan sadržaj ili uzorak predmeta proučavanja koji je prikupljen na metodičan način. Autori navode primjer proučavanja dnevne štampe. Naime, potrebno je napraviti odluku o uzorku listova nakon kojeg se stvara uzorak sadržaja koji će biti analiziran. Kroz cijelu analizu odabranog predmeta proučavanja primjenjuje se isti klasifikacijski okvir što rezultira sistematičnim izvornim podacima.

3. Kvantitativna

Rezultati analize sadržaja se izražavaju u kvantitativnim veličinama, odnosno, mjeri se učestalost pojedinih elemenata komunikacije kao na primjer izraza, simbola ili tema. Takvim kvantitativnim mjerenjem dolazimo do kvalitativne analize proučavanog sadržaja. (Petrović, Tadić, 2007: 160)

Nadalje, Manić (2017) u svojem definiranju analize sadržaja spominje i prvu Krippendorffovu definiciju koja ističe da cilj ove metode istraživanja nije samo opis sadržaja komunikacije već i definiranje konteksta izvora poruke. Odnosno, možemo reći da je analiza sadržaja uporaba provjerenih i validnih metoda za izvođenje specifičnih zaključaka iz teksta prema drugim stanjima

ili osobinama njegovog izvora. Međutim, s obzirom na razvoj novih tehnologija te samim time i mogućnosti prenošenja poruke, Krippendorff nadopunjuje svoju definiciju analize sadržaja te ju opisuje kao istraživačku tehniku za izvođenje ponovljivih i valjanih zaključaka iz tekstova ili druge smislene materije u kontekstima njihove upotrebe. Manić (2017) primjećuje da se razlika u definicijama nalazi u preciziranju vrste izvorne građe na kojoj se provodi analiza sadržaja. Namjera ove definicije je da se analiza sadržaja ne provodi samo na tekstualni materijal već i na zvuk, slike, umjetnička djela, simbole, znakove i slično. Kada pristupamo analizi sadržaja kroz takvu definiciju, sadržaj se javlja u procesu analiziranja teksta u odnosu na određeni kontekst. Posljednja Krippendorffova definicija analize sadržaja otvara mogućnost i za ovaj pisani rad s obzirom na to da ćemo tom kvantitativnom metodom analizirati i zvuk i slike i simbole, pa čak i umjetnička djela (Manić, 2017: 28 - 29).

Ono što autorice Petrović i Tadić (2007) izdvajaju kao zasebnu i najvažniju karakteristiku suvremene analize sadržaja je upravo to da se sadržaj nastoji analizirati ne samo kvalitativno nego i kvantitativno u skladu s potrebom kvantificiranja podataka u društveno humanističkim znanostima. Osim toga, u tekstu se izdvaja karakteristika mogućnosti analize velikog spektra različitog sadržaja. Analiza sadržaja kao metoda, ranije je bila ograničena na uglavnom pisani materijal, dok se u novije vrijeme primjenjuje i na verbalni, slikovni, filmski, ali i druge kvantitativne sadržaje (Petrović, Tadić, 2007: 162 -163) . Analiza sadržaja pruža dubinski uvid u skrivena značenja i obrasce prisutne unutar komunikacijskih materijala. Korištenje ove metodologije može osvijetliti različite aspekte kulturnih, društvenih i umjetničkih sadržaja te doprinijeti boljem razumijevanju kompleksnih poruka koje se prenose kroz različite medijske formate.

2.2. Korejska pop kultura

U manje od jednog desetljeća korejska je pop kultura uspjela postati sastavnim dijelom dnevnih zabavnih programa u istočnoj i jugoistočnoj Aziji. Najzastupljeniji su Korejski filmovi i televizijske drame koje se nerijetko prikazuju na velikim i malim ekranima, u kinu ili privatno na televizijskim programima, ali i legalnim ili piratskim DVD – ima i Internet platformama. Za Koreju je ta popularnost njihove pop kulture pridonijela stabilnoj izvoznoj industriji, ali i izvozu teške industrije i visoke tehnologije. Također, korejski jezik i kultura projicirali su samu zemlju

na listu top Azijskih destinacija u rastućoj turističkoj industriji, ponajviše zbog mogućnosti posjete mjesta na kojima su se snimale popularnije korejske televizijske drame (Huat, Chua Beng, 2010: 23-24). Ova kultura je prerasla lokalne okvire, postajući svjetski fenomen koji inspirira i povezuje milijune ljudi diljem svijeta. Posebnost korejske kulture i glazbe kao kulturnog proizvoda leži u njezinoj višeslojnosti i hibridnosti. Naime, spajaju se istočnjački i zapadnjački zvukovi s vidljivim koreografskim segmentima tipičnim za Europu i SAD pritom uzimajući u obzir korejske tradicijske vrijednosti i elemente pa možemo reći da je prožeta jedinstvenim spojem autentičnosti, kreativnosti i globalne privlačnosti. Ukratko, korejski pop isprepliće američku popularnu kulturu i azijske vrijednosti (Mlacović, 2021: 2). Jedan od ključnih čimbenika koji izdvaja korejsku pop kulturu je njezina inovativnost. Glazbene grupe poput BTS-a i BLACKPINK, kao i filmovi poput „Parazita“, postavili su nove standarde u svijetu zabave.

U konačnici, posebnost korejske pop kulture sastoji se u njezinoj sposobnosti da stvara autentične, inovativne i duboko emotivne izraze koji osvajaju srca i umove diljem svijeta. Njezin globalni utjecaj nije samo zabavna pojava, već i podsjetnik na moć umjetnosti da inspirira, povezuje i oblikuje zajednice.

2.2.1. Pojmovno određenje

Međunarodni protok korejskih medijskih sadržaja naziva se korejski val ili „Hallyu“. Izraz je podrijetlom kineskog jezika te se prvi put spominje od strane kineskih medija u svrhu opisivanja fenomena rastućeg interesa za proizvode korejske zabavne industrije u Kini krajem 1990-ih. (Mlacović, 2021:10). Porast vidljivosti i popularnosti korejske pop kulture uključujući i američko medijsko tržište, primijećen je u multinacionalnim kontekstima. Od sredine 2000-ih godina Kanada, SAD, Brazil, Čile i Meksiko smatraju se novim tržištima za korejsku pop kulturu (Ju, Lee, 2015: 1-3).

Korejska popularna glazba, koja se još naziva i K-pop, podrazumijeva popularnu glazbu i kulturu Južne Koreje, a uključuje različite stilove kao što su pop, rock, R&B, rap i elektronika. Glazba je obično produkt velikih produkcijskih tvrtki, a očituju ju zarazne i ritmične melodije sa stihovima na korejskom, ali i engleskom jeziku. Osim glazbe, K-pop je poznat po tome što se izvođači ili

idoli, pripremaju od tinejdžerske dobi te su istrenirani da prate najnovije modne trendove i budu uvijek koordinirani u kompleksnim grupnim koreografijama. Idol kao ime za mlade izvođače dolazi od japanskog izraza „aidol“, a od kasnih 60-ih se koristi kako bi opisao K-pop umjetnike koji osim što pridonose zabavnoj industriji, predstavljaju i uzore za stil života. Njihova utjecajnost bazira se na popularnosti, a svoju publiku stvaraju i zadržavaju tako da se pojavljuju na naslovnicama časopisa, u televizijskim dramama, na modnim revijama i pistama, u zabavnim emisijama, reklamama i zapravo svim segmentima zabavne industrije. Kao što je već navedeno, idoli se pripremaju od rane tinejdžerske dobi, a postoji i određeni sustav planiranog treniranja. Takav sustav postoji samo u Koreji a služi da idoli kroz godine postanu sve bolji, veći i popularniji izvođači. Agencije za obučavanje idola regrutiraju sudionike čak u osnovnoj školi koji nakon toga prolaze strogu obuku u trajanju od 3 – 5 godina. Period obuke može varirati ovisno o mogućnostima i godinama regrutiranog sudionika. Selekcija se odvija putem audicija na koje se prijavljuju deseci tisuća mladih u nadi da će biti odabrani. Međutim, šanse da postanu idoli su vrlo male s obzirom na to da na svakih 100 000 prijavljenih, samo 1% prođe audiciju, a njih 0,1% na kraju i postanu dio K-pop industrije. Edukacija obuhvaća sve od govora, ponašanja i izgleda, a imaju lekcije u pjevanju, plesu, glumi ali i scenskim manirima općenito. Najčešće se uče i japanski, kineski i engleski te im se postavljaju visoki standardi izgleda pa tako muškarci moraju održavati dobru formu i oblikovanje posebice gornjeg dijela tijela, dok žene moraju paziti na takozvanu „S - liniju“, odnosno, uzak struk te popunjene bokove i grudi. Training uključuje strogu kontrolu prehrane kako bi se održavali željeni rezultati, a nekad i kozmetičke operacije ponajviše kod ženskih idola. Što se tiče zarade i plaćanja, tvrtke za edukaciju i treniranje idola plaćaju svoje učenike do trenutka kada oni postanu idoli kada im počnu vraćati uloženi novac. Kroz kombinaciju različitih glazbenih i vizualnih elemenata, K-pop stvara jedinstvenu estetiku koja privlači raznoliku publiku diljem svijeta. Ovaj žanr nije samo glazba, već i kultura koja utječe na modne trendove, plesne stilove i utemeljena je na dubokoj interakciji između izvođača i njihove strastvene obožavateljske baze (Mlacović, 2021: 3-4).

Ono što je odličje korejske pop kulture, a zanimljivo je za ovaj diplomski rad je izrazito visokokvalitetna produkcija glazbenih videa, odnosno, video spotova. Brzi gospodarski razvoj zemlje omogućio je i razvoj glazbene industrije koja se početkom 90-ih godina naglo proširila te

korejska glazba više nije ovisila o televiziji kao jedinom mediju na kojem se to tada mogla reklamirati i prodavati (Mlacović, 2021: 2).

2.2.2. Sastavni elementi korejske pop kulture

Možemo reći da postoje tri medijska proizvoda korejske pop kulture, a to su kino, televizijske drame i pop glazba. Ukratko, korejsko kino se ističe po svojoj raznolikosti žanrova, dubokim temama i visokokvalitetnim produkcijama. Od napetih trilera do emotivnih drama i povijesnih epskih filmova, korejski filmovi su postali prepoznatljivi po svojoj autentičnosti i intrigantnim pričama. Radikalne promjene u južnokorejskom društvu često se odražavaju u kinematografiji, a filmovi poput „Oldboy” i „Parasite” privukli su svjetsku pažnju i potvrdili utjecaj korejskog kina na svjetsku filmsku scenu. S druge strane, korejske drame, poznate kao "K-drame", su popularni oblik televizijske zabave koji se ističe po svojim dubokim emocijama, intrigantnim pričama i kvalitetnim izvedbama glumaca. Ove drame često istražuju različite aspekte ljubavi, obitelji, prijateljstva i društvenih dinamika, te privlače publiku svojim emotivnim nabojem i nevjerojatnom estetikom. K-drame su postale globalni fenomen zahvaljujući svojoj sposobnosti da povezuju gledatelje s likovima unutar serije te da kroz aktualne teme stvore napetost i želju za neprestanim gledanjem.¹ A ono što je najzanimljivije za ovaj rad je korejska pop glazba je dinamičan glazbeni žanr koji se ističe svojom raznolikošću stilova, spektakularnim vizualima i strastvenim izvođačima. K-pop grupe često kombiniraju zarazne melodije s kompleksnim koreografijama, stvarajući ne samo glazbu već i vizualno privlačne performanse.²

S obzirom na to da svaki od njih ima svoj doseg publike i zahtjeve, bitno ih je promatrati zasebno kada govorimo o utjecaju i širenju korejske pop kulture. Ta tri proizvoda imaju i geografski i kulturni kontekst, odnosno, kada govorimo o potencijalnoj publici korejske pop kulture bitno je napomenuti da je Koreja, uz Tajvan, Hong Kong, Kinu i Japan konvencionalno grupirana u istočno, odnosno sjeveroistočnu Aziju dok zemlje jugoistočne Azije čine drugu skupinu. Geografsko opredjeljenje je dodatno ugrađeno u kulturne razlike između ove dvije regije u kojima je do nedavno dominirala kineska popularna kultura. Iz tog razloga, gotovo sve TV drame uvezene iz Japana i Koreje sinkronizirane su na kantonski ili mandarinski za etničku kinesku publiku, a

¹ <https://www.90daykorean.com/kdrama/>

² <https://www.90daykorean.com/what-is-kpop/>

drame se čak mogu emitirati istovremeno na oba jezika – slušajući korejski dijalog, a čitajući kineske titlove. Bez obzira na njenu popularnost, korejska pop kultura je većinom sinkronizirana, međutim kultura je sačuvana u vizualnom aspektu primjerice televizijskih drama, posebice u kostimima i slikama specifičnih lokacija. Možemo reći da se korejska pop kultura više širi i nameće vizualnim putem, a ne diskurzivnim što ćemo vidjeti i na primjeru video spota koji je predmet istraživanja ovog diplomskog rada (Huat, Chua Beng, 2010: 15-20).

2.2.3. Korejska pop grupa BTS

Naime, od sredine 1990-ih, korejska vlada krenula je u promicanje korejske medijske industrije i pop kulture kao izvozne industrije u obliku tri medijska proizvoda: kino, TV drame i pop glazba od kojih svaki ima svoje specifične zahtjeve i doseg publike. Od ova tri medija najmanji domet ima pop glazba zbog ograničenog vremena slušanja te zbog toga što, ukoliko se ne poznaje jezik, pop glazba postaje niz besmislenih zvukova. Kako bi proširili publiku, korejski pop pjevači često ubacuju engleske dijelove unutar pjesme ili pak u potpunosti pjevaju na engleskom, međutim time dolaze do sljedećeg izazova – suočavanje s globalno dominantnom pop glazbom na engleskom jeziku (Huat, 2010: 15-16). Unatoč tome, korejska pop scena u zadnjih je nekoliko godina iznimno narasla u svojoj popularnosti, specifično grupa BTS kao jedna od prvih koja se probila i na američko tržište. Bez obzira na jezičnu barijeru i kulturne razlike, možemo zaključiti da uspješno komuniciraju kroz svoju glazbu i vizuale. Takva vrsta komunikacije nadilazi sam govor i pismo te na njih, kao i na konstrukciju značenja, neupitno utječe (Kress, 2010: 51).

Korejska pop grupa BTS (Bangtan Sonyeondan) je postala neosporni lider u svjetskoj glazbenoj industriji, istovremeno se izdizavajući kao kulturni fenomen. Ovo poglavlje istražuje fenomen BTS-a, ističući njihovu ulogu kao primjer multimodalnosti unutar korejske pop kulture. Analizirat ćemo povijest, estetiku, muziku, društvenu interakciju i globalni utjecaj grupe.

BTS je osnovan 2013. godine pod okriljem Big Hit Entertainment, a grupa se sastoji od sedam talentiranih članova: RM (Rap Monster), Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V i Jungkook. Grupa je započela svoj put s ambicijom da se istakne u svijetu K-pop scene, čime su postavili temelje za svoj nevjerovatan uspon. Kao i svaka K-pop grupa, BTS nije samo glazbena grupa, već i vizualni i multimodalni spektakl. Njihova glazba, videospotovi, plesni nastupi i modni stil snažno komuniciraju sa svojom publikom. Njihova raznolikost i sposobnost da prelaze između različitih glazbenih žanrova doprinose njihovoj privlačnosti međunarodnoj publici te su poznati po svojim

tekstovima koji istražuju složene emocionalne teme, društvene probleme i pitanja identiteta. Njihova glazba nije samo zabavna, već često nosi dublje poruke koje povezuju njihove obožavatelje na emocionalnoj razini. Društveni mediji su ključni dio BTS-ove strategije komunikacije pa tako članovi redovito dijele sadržaj na platformama poput Twittera, Instagrama i V Livea, što omogućuje interakciju s fanovima koje jednim imenom nazivaju ARMY. Možemo reći da taj naziv dobro prikazuje njihovu bazu fanova s obzirom na to da ih, zbog popularnosti koju imaju, zaista prati vojska ljudi.

Također, možemo reći da su postali globalni fenomen, dosegnuvši vrhove svjetskih glazbenih ljestvica u različitim dijelovima svijeta. Njihov utjecaj nije samo ograničen na glazbenu industriju; grupa je aktivno sudjelovala u humanitarnim projektima i zagovarala važne društvene poruke.

S obzirom na to da su dio korejske pop kulture, BTS je prepoznatljiv i po svojoj modnoj estetici. Njihov izgled često kombinira tradicionalne i moderne elemente, stvarajući vizualni jezik koji govori o njihovom identitetu i kreativnosti što ćemo vidjeti i na primjeru u analizi njihovog video spota za pjesmu „Blood, Sweat and Tears“.

Kroz sve navedene aspekte, BTS nije samo glazbena grupa, već i simbol multimodalnosti u svijetu K-popa. Njihov utjecaj prelazi granice glazbe i ulazi duboko u kulturološke i društvene sfere, istovremeno osvjetljavajući moć i složenost multimodalnih izraza.³

2.3. Video spot kao tekst

2.3.1. Multimodalnost video spotova

Tekst može biti potkrijepljen zvukom ili slikom, a dijalozi se mogu prikazati u obliku audio ili video sekvenci. Video spotovi koriste vizualne elemente kako bi prenijeli informacije i emocije. Ovi elementi uključuju scenografiju, kostime, šminku, koreografiju, montažu, efekte i mnoge druge. Vizualni aspekti pružaju gledateljima niz informacija o raspoloženju, temi, likovima i kontekstu priče.

³ <https://www.billboard.com/artist/bts/>
<https://www.britannica.com/topic/BTS>

Glazba, vokali, zvukovi i efekti zvuka igraju ključnu ulogu u multimodalnosti video spotova. Glazba može dodatno pojačati emocionalni naboj scene, dok zvukovi i efekti zvuka pružaju dodatne slojeve značenja, poput akcenata ili dublje interpretacije.

Tekstovi, dijalози i govor unutar video spota također pridonose multimodalnosti. Ponekad se koriste za izravno komuniciranje poruka ili emocija, dok se u drugim slučajevima koriste kao dodatni sloj simbolike ili naglašavanja značenja. Uz to, pokreti tijela, izrazi lica i geste izvođača doprinose interpretaciji i emocijama unutar video spota, a gestikulacijski elementi dodaju fizičku dimenziju komunikaciji, pomažući gledateljima da se dublje povežu s pričom i likovima.

Kako bi mogli promatrati video kao tekst te ga analizirati na semiotičkoj razini, potrebno ga je transkribirati. Takva multimodalna transkripcija teksta sastoji se od dijeljenja video teksta u pojedinačne kadrove koji se zatim raspoređuju u niz te im se dodjeljuju sustavni opisi različitih semiotičkih modaliteta od kojih se video sastoji. Neki od modaliteta koji mogu biti zastupljeni unutar videa su:

1. Vizualni modalitet: uključuje sve što je vidljivo u videu, poput slika, grafika, boja, kostima, scenografije i vizualnih efekata. Vizualni elementi doprinose estetici, atmosferi i stvaraju vizualni kontekst za sadržaj.
2. Auditivni modalitet: obuhvaća sve zvukove u videu, uključujući glazbu, dijalog, zvučne efekte, ton glasa i glazbene kompozicije. Ovaj modalitet dodaje emotivni ton, ritam i dubinu iskustvu.
3. Tekstualni modalitet: uključuje svaki pisani ili tiskani tekst koji se pojavljuje u videu, kao što su titlovi, natpisi, poruke i interakcije s tekstom. Tekstualni elementi dodaju dodatne informacije i omogućuju komunikaciju s gledateljima.
4. Pokretni modalitet: uključuje pokret i koreografiju, bilo da se radi o plesu, akciji, gestama ili animacijama. Pokret može dodati dinamiku, izražavanje emocija i interakciju s gledateljima

...

Ti modaliteti funkcioniraju zajedno kao skup prije nego što ustupe mjesto novom skupu modaliteta putem prijelaza između dvije faze, odnosno, sljedećeg podijeljenog kadra (Ventola, Charles, Kaltenbacher, 2004 : 120 – 161). Multimodalnost video spotova omogućuje kompleksnije i dublje

tumačenje sadržaja. Kombiniranjem različitih modaliteta, video spotovi mogu stvoriti emocionalne slojeve, povezati različite elemente priče te komunicirati dublje značenje koje prelazi granice jednog medija. Ova dinamičnost doprinosi emocionalnoj privlačnosti i povezanosti publike s glazbom, umjetnošću i pričom koju video spotovi predstavljaju.

2.3.2. Analiza sadržaja video spotova

Analiza sadržaja video spota je metodologija koja se koristi za dublje razumijevanje značenja, simbolike i poruka prisutnih unutar video sadržaja. Ova analitička tehnika omogućuje istraživačima da dekonstruiraju video spot kako bi identificirali ključne teme, motive, simbole, karaktere te da sagledaju šire kontekste i implikacije koje se nalaze unutar vizualnog i auditivnog izraza.

Video spot možemo definirati kao video traku u trajanju od jedne pjesme, odnosno, to je proizvod koji spaja audio zvuk (muziku) određenog muzičara ili grupe i komplementarne vizualne slike. Možemo ga promatrati kao određenu vrstu poruke koja je nastala sa specifičnom namjerom te se prenosi medijima do masovne publike. (Nikolić, 2006: 85 – 96). S obzirom na to da je analiza sadržaja kvantitativna metoda istraživanja te da odgovara na pitanja tko, kome zašto, koliko opširno i s kojim učinkom, možemo odrediti komponente unutar videa koje nam odgovaraju na postavljena pitanja te ih kvantitativno zabilježiti. Neke komponente koje možemo zabilježiti su:

1. Trajanje videa (minute, sekunde)
2. Broj prostorija/ lokacija u/na kojima je sniman video
3. Broj pregleda
4. Broj sudionika unutar videa
5. Broj pozitivnih ili negativnih ocjena
6. Broj komentara (od neke određene društvene skupine, muških, ženskih..)

...

Na ovaj način možemo objektivno i sistematizirano rasporediti komponente koje će nam pomoći pri donošenju zaključaka, odnosno, odgovora na postavljena pitanja. Korištenjem mjerljivih podataka minimizirat ćemo interpretativnu subjektivnost te ćemo dobiti uvid u uzročno-posljedične veze i poticaj za dublje istraživanje odnosa. Ono što nam analiza sadržaja omogućuje

je upravo ta ponovljivost istraživanja u različitim okruženjima što garantira validaciju rezultata. Možemo reći da analiza sadržaja nudi sistematičan i strukturiran pristup istraživanju određenog fenomena, nudeći objektivne podatke i kvantitativne rezultate koji pridonose dubljem razumijevanju problema.

3. Ciljevi i metodologija istraživanja

3.1. Ciljevi istraživanja

Sukladno tome, ciljevi ovoga diplomskog rada su:

1. utvrditi različite semiotičke modove zastupljene u video spotu te njihove inherentne i specifične kulturno uvjetovane potencijale
2. prikazati kako je kombinacija različitih semiotičkih modova povezana u jedinstven multimodalni tekst, odnosno komunikacijski događaj
3. istaknuti uzročno posljedične veze između kulture i stvaranja/tumačenja značenja, uz poseban naglasak na utjecaj amerikanizacije društva na stvaranje i tumačenje značenja u odabranom video spotu.

3.2. Metodologija istraživanja

S obzirom na to da se multimodalno odnosi na komunikacijske artefakte i procese koji kombiniraju različite znakovne sustave (modove) te čija produkcija i recepcija pozivaju komunikatore na semantičko i formalno međusobno povezivanje svih prisutnih znakovnih repertoara (Ventola, Charles, Kaltenbacher, 2004:9), video spot „Blood, Sweat and Tears“ korejske pop grupe BTS analizirat ćemo iz multimodalne semiotičke perspektive. Spot sadrži više semiotičkih modova unutar kojih boje, slike, umjetnička djela, rasvjeta, šminka i odjeća, zajedno s tekstom, čine cjelinu, a u ovom ćemo istraživanju interpretirati na koji način oni utječu jedan na drugoga te na cjelokupni koncept stvaranja značenja. Drugim riječima, baviti ćemo se interpretacijom semiotičkih kodova te na koji način su oni povezani s različitošću kulture i jezika, ali i interpretacijom značenja.

Također, bavit ćemo se i analizom sadržaja kao metodom kojom ćemo kvantitativno proučiti sadržaj komunikacije unutar video spota, odnosno, različite verbalne i neverbalne poruke prema njihovim sadržajnim karakteristikama. Njome se na sustavan i objektivan način mogu opisati sadržaj nekog aspekta komunikacije (Milas, 2009: 500).

4. Analiza video spota korejske pop pjesme „Blood, Sweat and Tears“ grupe BTS

4.1. Razine multimodalnog teksta

Razine multimodalnog teksta označavaju različite slojeve izražavanja unutar iste komunikacije. To uključuje tekstualnu razinu, vizualnu razinu, auditivnu razinu i primjerice, pokretnu razinu. Kombinacijom ovih razina, multimodalni tekstovi pružaju sveobuhvatan dojam i bogatiji kontekst, doprinoseći dubljem razumijevanju i emocionalnom angažmanu publike.

Prema prije navedenim definicijama možemo reći da ovaj video spot „Blood, Sweat and Tears“ korejske pop grupe BTS sadrži asinkrone modalitete, odnosno, da se njihova proizvodnja odvija u različitom trenutku od recepcije. Primjećujemo različite semiotičke reprezentacije, a podijelit ćemo ih u četiri kategorije: vizualnu, pokretnu, auditivnu i tekstualnu.

Započet ćemo s vizualnom semiotičkom reprezentacijom. Prvo što primjećujemo unutar video spota da se ponavlja i da nosi neko značenje su boje. Boje imaju duboko simboličko i emocionalno značenje te igraju važnu ulogu u komunikaciji, umjetnosti i kulturi. Svaka boja nosi sa sobom svojstvene konotacije i asocijacije koje se često razlikuju ovisno o kulturi i kontekstu. Video spot koristi kombinaciju svijetlih i tamnih tonova kako bi stvorio kontrast i igru svjetla. Ova estetika može reflektirati dualnost između emocija i iskustava. Nekoliko puta vidimo crvenu koja je boja vatre i krvi, ali i boja koja označava agresiju. Često se koristi i kao boja koja prikazuje hrabrost. Uz crvenu, pojavljuje se i narančasta – boja topline i radoznalosti. U nekim zemljama označava žalost i poniznost. Također, vidimo i žutu boju koju zapadne kulture povezuju s optimizmom, srećom, toplinom, no u Francuskoj označava ljubomoru i strast. Žuta boja se povezuje i sa kukavičlukom što možemo povezati sa određenim dijelovima spota s obzirom na to da se članovi

bore koji put bi trebali odabrati. Uz tople boje, pojavljuju se i hladne kao što su zelena – koja konotira na pohlepu ili osobu bez iskustva, plava – boja koja simbolički predstavlja duhovnost i besmrtnost te ljubičasta – simbolizira moć, slavu i ekskluzivnost. Pojavljuje se i bijela boja kao simbol za ono nebesko, iskonsko i neiskvareno te njoj suprotna crna boja koju vežemo uz smrt, zlo i uglavnom negativne elemente (Domitrović, 2016: 3 -15).

Kostimi u video spotu imaju ključnu ulogu u stvaranju vizualnog identiteta izvođača i kreiranju atmosfere koja doprinosi priči ili poruci pjesme. Koriste se kao snažan vizualni element koji može naglasiti temu, stil ili koncept pjesme. Njihova pažljivo odabrana boja, tekstura, dizajn i stil mogu pružiti dodatnu dubinu interpretaciji i komunikaciji s publikom, doprinoseći ukupnom estetskom dojmu video spota. Kroz kostime, izvođači mogu utjeloviti likove, emocije i priče, čineći ih ključnim faktorom u stvaranju snažne vizualne privlačnosti i umjetničkog izraza.

Članovi grupe nose različite kostime koji se ponekad referiraju na povijesne i klasične motive, a ponekad se igraju modernim i futurističkim elementima. Ovi kostimi mogu simbolizirati različite identitete i uloge koje članovi grupe preuzimaju.

Uz boje i kostime, još jedna razina koju primjećujemo su Biblijski motivi kao što su jabuka ili kalež, ali i umjetnička djela s likovima anđela, Djevice Marije i Isusa. Primjećujemo i ponavljajuće prikazivanje krila što može simbolizirati slobodu, uzlet i idealizam. Također, može ukazivati na težnju za nečim višim ili nedostižnim. Biblijski motivi često se koriste kao duboko simbolički elementi u različitim umjetničkim medijima kako bi prenijeli dublje značenje, moralne poruke ili emocionalne aspekte, a koriste kao univerzalni simboli koji imaju šire kulturno i duhovno značenje. Prvo djelo koje vidimo je slika pod nazivom „Pad pobunjenih anđela“ i prikazuje borbu između dobrih i zlih anđela (palih anđela) što najavljuje i cijeli koncept video spota „Blood, Sweat and Tears“.⁴

⁴ <https://artsandculture.google.com/story/9gXx-oPTgMeLKg?hl=en> ,



Slika 1: Jin gleda u djelo „Pad pobunjenih anđela“

Osim umjetničkih djela koja su povezana s Biblijom, spot prikazuje i dvije slike povezane s grčkom mitologijom kao izvorom simboličkih elemenata koji se često koriste u umjetnosti i kulturi. Ovi mitološki motivi donose duboka značenja i emocionalne slojeve pričama i likovima. Na primjer, likovi poput Herkula simboliziraju snagu i hrabrost, dok boginja Atena predstavlja mudrost i ratnički duh, a mitološke priče, poput Prometejevog darivanja vatre ljudima, nose simboličke poruke o težnji za znanjem i napretkom. Možemo reći da grčka mitologija pruža bogat izbor simbola koji se koriste za istraživanje ljudske prirode, vrednota i univerzalnih tema kroz umjetnost, književnost i filozofiju što ćemo vidjeti i na primjeru ovog video spota.

Prva od dvije slike povezane sa grčkom mitologijom koja je prikazana je „Pláč za Ikarom“, poznata po tome što Ikará prikazuje s netaknutim i prekrasnim krilima, iako legenda kaže da su njegova krila uništena i da je to sam razlog njegove smrti.⁵

⁵ <https://artsandculture.google.com/asset/the-lament-for-icarus/wwGsH3KJkvD1gA?hl=en>



Slika 2: Članovi ispred djela „Pláč za Ikarom“



Slika 3: Djelo „Pláč za Ikarom“

Druga slika povezana s grčkom mitologijom nosi naziv „Pejzaž s padom Icara“ te prikazuje pejzaž mjesta u koje je Ikar pao nakon previsokog leta.⁶

⁶ <https://artsandculture.google.com/story/ewUxXpmuNdcLJg?hl=en>
<https://hr.history-hub.com/poznato-umjetnicko-djelo-pejzaz-s-padom-icara>



Slika 4: Djelo „Pejzaž s padom Ikara“

Osim značajnih slika, u spotu se pojavljuje i nekoliko kipova kojima se dublje prikazuje simbolika samog videa. Pa tako vidimo jedan od četiri kipa iz kolekcije pod nazivom „Četiri godišnja doba“, točnije jesen koja je obično prikazana u obliku žene kojoj je u jednoj ruci pehar, dok u drugoj drži grožđe ili neku drugu jesensku berbu.⁷ Jesen je prijelazno vrijeme i vrijeme promjene, a kasnije ćemo vidjeti da se ta tematika provlači kroz video.

Prikazan je i dio torza poznate skulpture „Lakontova skupina“⁸ o kojoj se često govori kao o ikoni potpune patnje i agonije kao i bista koja je isječak poznate skulpture božice Artemide, „Diane de Versailles“ nepoznatog kipara.⁹ Također, vidimo rimsku kopiju grčke skulpture koja predstavlja mladost „Mramorni kip mladosti“¹⁰ kao i još jednu poznatu skulpturu „Milska Venera“ ili

⁷ <https://www.designtoscano.com/products/autumn-goddess-of-the-four-seasons-statue-a153274>

⁸ <https://mymodernmet.com/laocoon-and-his-sons-statue/>

⁹ <https://www.tourblink.com/louvre/monument/dianeofversailles/en/?source=website>

¹⁰ <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/252469>

„Afrodita s Mela“¹¹ za koju se smatra da je izvorno držala Jabuku razdora u lijevoj ruci, odnosno zlatnu jabuku koja je davala vječnu ljepotu. Legenda kaže da su se za jabuku borile tri božice, a njihov je sukob toliko eskalirao da je započeo Trojanski rat, zbog čega je i dobila ime Jabuka razdora. Dakle, imamo prezentaciju mladosti, ljepote i jabuku kao simbol razdora, što se dobro povezuje sa svim ostalim što vidimo u glazbenom videu. Venera je rimska božica koja se često povezuje sa željom, ali i s majčinskom figurom te se kaže da je majka rimskog naroda. Postoje mnoge verzije ovog motiva, a još jedna koja se pojavljuje je „Čučeca Venera“ koja prikazuje iznenađenu Veneru u kupki.¹²



Slika 5: Članovi grupe u sobi s kipovima

¹¹ <https://www.britannica.com/topic/Venus-de-Milo>

¹² <https://www.royalacademy.org.uk/art-artists/work-of-art/crouching-venus>



Slika 6: Ulazak članova grupe u sobu s kipovima

Jedini naizgled brončani kip koji se pojavljuje je „Perzej s Meduzinom glavom“ autora Benvenuto Cellinija,¹³ a prikazuje Perzejevu pobjedu nad mitskim bićem Meduzom – ženom koja ima kosu od zmija čiji pogled pretvara svakog čovjeka u kamen. Možemo reći da je ovaj kip simbol za pobjedu nad zlom, odnosno, daje nam nadu da zlo ne traje zauvijek. Posljednji kip koji ćemo spomenuti, prikazuje se u nešto drugačijem obliku od originala, a njegovo značenje ćemo objasniti malo kasnije. Radi se o Michelangelovom poznatom kipu „Pieta“ ili „Oplakivanje Krista“ koji prikazuje Djevicu Mariju s Isusom u naručju nakon što je razapet na križu, prije nego što je stavljen u grobnicu. U videu Isusovo tijelo i lice nisu isklesani do kraja.

¹³ <https://www.dailyartmagazine.com/perseus-and-the-head-of-medusa/>



Slika 7: J-Hope ispred djela „Pieta“

Druga, odnosno, pokretna razina odnosi na dinamični aspekt komunikacije koji uključuje pokret, geste i koreografiju. Ovaj modalitet igra važnu ulogu u stvaranju dublje komunikacije i izražavanju emocija putem fizičkog izvedbenog izraza. Kroz pokretni modalitet, izvođači mogu prenositi kompleksne osjećaje, priče i ideje, dodajući dimenziju tijela i kretanja u komunikaciju. Kroz ples, glumu ili gestikulaciju, pokretni modalitet obogaćuje vizualno iskustvo i doprinosi interakciji između izvođača i publike. Ples i pokret igraju važnu ulogu u spotu. Koreografija članova grupe doprinosi simboličkom izražavanju emocija i priči, a plesni elementi često dodaju dinamičnost i dubinu interpretaciji. Kroz sofisticirane pokrete, pozicijske promjene i sinkronizaciju, oživljava se simbolika teksta i stvara estetski bogat vizualan doživljaj.

Treća razina semiotičke reprezentacije je ona zvučna. Glazba se temelji na složenim aranžmanima koji koriste različite instrumente kako bi stvorili bogatstvo zvuka. Uzorci ritma, bas linije i melodije doprinose dinamici pjesme, a glazbeni tonovi se mijenjaju kako bi održavali emocionalne promjene unutar videa, podržavajući priču. Vokali članova i promjene u načinu pjevanja donose emotivnu dubinu pjesme te njihova izvedba odražava unutarnje konflikte, težnje, patnje koje su prisutne u tekstu. Primjećujemo i zvučne efekte koji se koriste kako bi stvorili određene atmosfere i dodali naglaske na određene trenutke unutar spota. Još jedna razina ovog moda koja uvelike doprinosi dramatičnosti pjesme je dinamički raspon, odnosno, razlika između najtiših i najglasnijih trenutaka. Osim glavne pjesme „Blood, Sweat and Tears“, video sadrži još dvije skladbe te se

jedna pojavljuje na početku videa, a druga pri kraju. Prva skladba koju čujemo je „Misa u H-molu“ J.S Bacha¹⁴ koje se smatra njegovim najvećim djelom te da je inspirirano od samog Boga. Druga skladba koju čujemo je orguljaško djelo Dietericha Buxtehudea „Passacaglia u d – molu“¹⁵ za koje znamo da je poveznica s romanom „Demian“¹⁶ autora Hermanna Hessea. Na roman se referiraju u više navrata unutar videa s obzirom na to da mu je glavna tema pronalaženje ravnoteže između zla i dobra. Također, „Demian“ istražuje teme poput dualnosti ljudske prirode, oslobađanja od ograničenja i težnje za duhovnom slobodom. Roman se često percipira kao filozofska meditacija o samospoznaji i traženju istine u svijetu koji je često konfuzan i kontradiktoran.

Osim vizualne, pokretne i zvučne razine, cjelokupni dojam i značenje videa upotpunjuje još jedna razina a to je tekst pjesme, odnosno tekstualna semiotička reprezentacija. Stihovi su ispunjeni emocijama, a aludiraju na iskušenja i strastvena uvjerenja koja se odražavaju u zemaljskim stvarima. Sam naziv pjesme i videa („Blood, Sweat and Tears“ – „Krv, znoj i suze“) simbol je za bol kroz koju čovjek prolazi kako bi ispunio svoje težnje. Osim toga, stihovi se na prvu čine kao da govore o nekome u romantičnom smislu, iako se može na njih gledati kao da članovi govore zlu koje ih stavlja na kušnju. Originalno je tekst na korejskom jeziku s dijelovima gdje se isprepliće i engleski. Međutim, imamo opciju istovremeno gledati spot i čitati tekst koji je preveden na engleski jezik u svrhu boljeg razumijevanja značenja pjesme i spota:

*My blood, sweat, tears, and my last dance
Take it all away
My blood, sweat, tears, and my cold breath
Take it all away
My blood, sweat, and tears*

*My blood, sweat, and tears
My body, mind, and soul
I know well they're all yours*

¹⁴ <https://www.bitno.net/kultura/glazba/johann-sebastian-bach-misa-u-h-molu/>
https://www.google.com/search?client=safari&sc_esv=559344913&rls=en&sxsrf=AB5stBj6QJYLom8bxRRB5C8xiYXgLT0JRA:1692785892042&q=bach+misa+u+h+molu&tbm=vid&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwi3oJruxvKAAxXD2wIHHWgeDSgQ0pQJegQICxAB&biw=1124&bih=1476&dpr=1#fpstate=ive&vld=cid:c9436728,vid:3LMs0mpKdNs

¹⁵ <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=%3A+Passacaglia+in+D+minor+by+Buxtehude.&ie=UTF-8&oe=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:560ad8dd,vid:w2GoH4-Gm44>

¹⁶ <https://www.sparknotes.com/lit/demian/facts/>

*This is a spell that will punish me
Peaches and cream, sweeter than sweet
Chocolate cheeks and chocolate wings
But your wings are the devil's
There is a bitter next to your sweet
Kiss me, it's okay if it hurts
Just make it as tight
As that I can't feel the pain anymore
Baby, it's okay if I get drunk
I'll drink you in deep now
Deep into my throat
The whiskey that is you*

*My blood, sweat, tears, and my last dance
Take it all away
My blood, sweat, tears, and my cold breath
Take it all away
Want it more and more
More and more
Want it more and more
More and more, more, more
Want it more and more
More and more
Want it more and more
More and more, more, more*

*It doesn't matter if it hurts
Tie me up so I can't escape
Hold me tight and shake me up
So that I can't come to my senses
Kiss me on the lips
A secret just between the two of us
Deeply poisoned by the jail of you
I cannot worship anyone but you and I knew
The grail was poisoned but I drank it anyway*

*My blood, sweat, tears, and my last dance
Take it all away
My blood, sweat, tears, and my cold breath
Take it all away
Want it more and more
More and more
Want it more and more
More and more, more, more
Want it more and more
More and more*

*Want it more and more
More and more, more, more*

*Kill me softly
Close my eyes with your caress
I can't resist it anyway
I can't even escape anymore
You are too sweet, too sweet
Because you are too sweet*

*My blood, sweat, and tears
My blood, sweat, and tears¹⁷*

Za analizu glazbenog spota u ovom diplomskom radu, prevest ćemo isti taj tekst i na hrvatski jezik:

„Moja krv, znoj i suze i moj posljednji ples

Odnesi ih sve

Moja krv, znoj i suze i moj hladan dah

Odnesi ih sve

Moja krv, znoj i suze

Moja krv, znoj i suze

Moje tijelo, um i duša

Znam dobro da je sve tvoje

Ovo je čarolija koja će me kazniti

Breskve i šlag, slađe od slatkog

Čokoladni obrazi i čokoladna krila

Ali tvoja su krila đavolja

Postoji i gorke uz tvoje slatko

Poljubi me, u redu je ako boli

Samo neka bude što prisnije

Kao da više ne osjećam bol

¹⁷ <https://genius.com/Genius-english-translations-bts-blood-sweat-and-tears-english-translation-lyrics>

Dušo, u redu je ako se napijem
Sada ću tebe duboko popiti
Duboko u moje grlo
Taj viski koji si ti

Moja krv, znoj i suze i moj posljednji ples

Odnesi ih sve

Moja krv, znoj i suze i moj hladan dah

Odnesi ih sve

Želim ih sve više

Više i više

Želim ih sve više

Više i više, više, više

Želim ih sve više

Više i više

Želim ih sve više

Više i više, više, više

Nema veze ako boli

Zaveži me da ne mogu pobjeći

Drži me čvrsto i protresi me

Tako da ne mogu doći k sebi

Daj mi poljubac na usne

Tajnu samo između nas dvoje

Duboko otrovanu tvojim zatvorom

Ne mogu obožavati nikoga osim tebe i znao sam

Da je gral otrovan, ali popio sam ga svejedno

Moja krv, znoj i suze i moj posljednji ples

Odnesi ih sve

Moja krv, znoj i suze i moj hladan dah

Odnesi ih sve
Želim ih sve više
Više i više
Želim ih sve više
Više i više, više, više
Želim ih sve više
Više i više
Želim ih sve više
Više i više, više, više
Ubij me nježno
Zatvori mi oči svojim milovanjem
Ionako ne mogu odoljeti
Ne mogu više ni pobjeći
Presladak/preslatka si, presladak/preslatka
Jer si presladak/preslatka
Moja krv, znoj i suze
Moja krv, znoj i suze „

Tekst pjesme kombinira metaforički jezik i emotivne refleksije kako bi istražio teme dualnosti, gubitka i pokušaja postizanja savršenstva. U tekstu se pojavljuju i krila kao simbol slobode i transcendencije. Ova simbolika dodaje dimenziju žudnje za oslobođenjem iz okova stvarnosti, dok istovremeno ukazuje na opasnosti koje mogu pratiti težnju za tom slobodom. Krila također naglašavaju konstantnu borbu između unutarnjih ambicija i ograničenja vanjskog svijeta.

Osim samog teksta, ostali tekstualni modovi unutar videa „Blood, Sweat and Tears“ korejske grupe BTS dodaju važan sloj značenja i interpretacije putem pisanih riječi, citata i natpisa. Ovi tekstualni elementi pružaju dublje naglaske emocija, simbolike i veza s temama pjesme. Tekstualni modovi se pojavljuju u različitim oblicima i kontekstima unutar videa.

Primjerice, možemo primijetiti da se pojavljuju dijalozi i citati koji izravno komuniciraju određene emocije, misli ili poruke. Ovi citati često odražavaju unutarnje konflikte članova i dodaju slojevitost emocijama koje se prenose pjesmom.

Tekstualni elementi također djeluju kao simboli unutar videa. Na primjer, pojedine pisane riječi poput citata iznad ogledala o kojem ćemo nešto malo kasnije, mogu imati dublje simboličko značenje koje doprinosi temama videa. Osim toga, tekstualni modovi uključuju pjesničke elemente kao što su stihovi i strukture poezije. Ovi elementi dodaju lirsku dimenziju pjesmi, naglašavajući njezinu emocionalnu tonalitetu.

Važno je napomenuti da se tekstualni modovi ponekad koriste za interakciju između članova unutar priče. Ovo dodaje dubinu njihovim odnosima i emocijama, te omogućava gledateljima bolje razumijevanje dinamike među njima.

4.2. Suodnos razina multimodalnog teksta

Suodnos multimodalnih razina odnosi se na interakciju i međusobno dopunjavanje različitih modaliteta unutar jednog komunikacijskog okvira. Kombinacija vizualnih, auditivnih, tekstualnih i drugih modaliteta stvara bogato iskustvo koje produbljuje interpretaciju i komunikaciju. Navedeni semiotički modovi i njihovi inherentni i kulturno specifični potencijali u kontekstu ovog video spota u svom suodnosu stvaraju značenje. Možemo reći da video spot korejske pop grupe BTS za pjesmu „Blood, Sweat and Tears“ prikazuje ljudsku želju, odnosno, odražava određene opsesivne načine na koje ljudi često nastoje postići svoje ciljeve.

U sljedećem ćemo poglavlju analizirati niz kadrova na način da ćemo im dodjeljivati sustavne opise te pomoću navedenih razina ovog multimodalnog teksta, konstruirati značenje. U spot nas uvodi ulazak članova grupe u prostoriju muzeja, nakon čega se priča razvija njihovim kontaktom s raznim umjetničkim djelima i biblijskim referencama, ali i kompleksnom koreografijom.

Tematski, pjesma odražava spremnost benda da u najvećoj mjeri ostvare svoje snove. Prikazuje se žrtvovanje svega kako bi se ostvarile najdublje želje, bile one vezane za ljubav, uspjeh ili bilo što drugo. Taj put do ostvarenja želja sa sobom nosi i svojevrsna iskušenja s kojima se članovi benda odlučuju nositi na ovaj ili onaj način. Već navedene biblijske reference služe kako bi prikazale opasnosti nekontrolirane opsjednutosti. Scene iskvarene mladosti i palih anđela, kao i prikazivanje stalne borbe svijetla i tame postavljaju raspoloženje pjesme, ali i točno odražavaju borbe kroz koje

mladi prolaze kako bi se definirali.¹⁸ Video spot „Blood Sweat and Tears” grupe BTS ističe se svojom složenom simbolikom i estetikom. Spot donosi vizualno atraktivnu priču koja uključuje izazovne i introspektivne elemente. Glavni naglasak stavljen je na iskušenja, gubitak nevinosti i težnju za spoznajom.

Izgleda kao da kroz cijelu priču situacija članova postaje sve gora i gora te oni postaju prisiljeni boriti se protiv prepreka, mračnih misli i agresije. S obzirom na prikazane modove možemo zaključiti da čine loše stvari, nisu točno prikazane koje ali sigurno griješe ili su u iskušenju da počine nešto što ne bi trebali. Pratimo ih u njihovoj unutarnjoj borbi između želje za grijehom i otpora protiv grijeha, što se prikazuje kroz razne pojave borbe dobrih i loših anđela. Dobivamo dojam da je jedan od članova, Jin, u tom trenutku na prekretnici između dobrog i lošeg dok su drugi (V, Jungkook, RM, Jhope, Jimin, Suga) već odabrali svoj put.



Slika 8: Jin između crnog i bijelog portala

Pa tako vidimo Jungkooka na ljuljački koja u ovom kontekstu simbolizira gubitak dječje sreće i nevinosti, odnosno, da je mladost i naivnost ostavio iza sebe i da je sada dio nekog mračnog (čak

¹⁸ <https://www.songmeaningsandfacts.com/blood-sweat-tears-by-bts/>

i zlog) svijeta s obzirom na to da ljujlačka može probuditi osjećaj djetinjstva i sjećanja na trenutke radosti.



Slika 9: Jungkook na ljujlački

Zatim vidimo da Suga sjedi na tankom staklu koje je simbol toga koliko je on blizu potpunog padanja u ponor i tamu. Zapravo, čekamo trenutak u kojem će staklo puknuti i on će se bez zadržke prepustiti iskušenju da sve izbací griješanjem. Staklo nas podsjeća na prozirnost, ranjivost i lomljivost što može simbolizirati ranjivost ljudske prirode i osjetljivost na vanjske utjecaje. Vidimo i oblak oko njega koji nam daje naslutiti da ne može jasno razmišljati, to jest, da ga te negativne emocije sprječavaju da razmišlja racionalno. Dim može simbolizirati i tajanstvenost, odnosno skrivanje, ali ga povezujemo i s onim mističnim, nadnaravnim ili nekakvom transformacijom. U svakom se slučaju njegova simbolika uklapa u cjelokupnu priču ovog video spota.



Slika 10: Suga u sobi s dimom

Nakon Suge, svoj dio iznosi Rap Monster koji ispija zelenu tekućinu koja konotira neku vrstu otrova. Prema tome kako se pripravlja možemo zaključiti da je zelena tekućina Absinthe ili zelena vila – halucinogeni alkohol. Pripravlja se tako da se stavi žlica preko čaše Absintha i na njoj se otopi kocka šećera, tradicionalno sa svijećom, kao što vidimo i u spotu. Absinthe je bila vrlo popularna droga među piscima 1900-ih, a soba u kojoj se Rap Monster nalazi izgleda kao da je iz istog doba. Također, on je okružen knjigama što nas navodi na to da je on pisac ove priče i taj koji ju iznosi na glas što ćemo kasnije i vidjeti. Uz to, možemo reći da je knjiga simbol znanja, mudrosti i određenog intelektualnog bogatstva, što nas može navesti da je on taj koji ima više saznanja o događanjima od ostalih članova. Zelena tekućina donosi paletu boja koje simboliziraju iskušenja, odnosno, da mogu dobiti ono što žele ako krenu lošim, zlim putem. Te boje ga mame i vidimo kako se prepušta i ispija tekućinu te time prihvaća taj zli, zabranjeni put.



Slika 11: Pripremanje Absintha



Slika 12: Rap Monster sa zelenom tekućinom

Sljedeće što vidimo je stolica koja nalikuje na tron i na njoj sjedi J-Hope koji napinje luk kako bi ispalio strijelu koja će kasnije pogoditi V-ja. Tron se nalazi u crnoj vodi koja je simbol za crne i mračne misli, a on im se prepušta u trenu kada otpušta strijelu. Nerijetko se bogovi, heroji i ratni junaci prikazuju držeći luk i strijelu koji samim time postaju simbolički alat za moć i sposobnost. Također, kupka u kojoj J-Hope sjedi nalikuje na Rimsku kupelj. U rimskoj kulturi kupalište je mjesto gdje se odlazilo na razgovor, odnosno, bilo je to mjesto gdje su se donosile odluke. Kada

povežemo tron, luk i strijelu i kupelj J-Hope je simbol za vladara koji uz veliku moć dobiva i veliku odgovornost. Prema tome, možemo reći da je J-Hope tu donio odluku da se suprotstavi V-ju koji simbolizira zlo.

Kip Djevice Marije koji se nalazi iza njega u rukama drži prikaz Isusa čije lice i gornji dio tijela nisu detaljno isklesani, iako u originalnom radu jesu. S obzirom na to da članovi grupe unutar spota kroz umjetnička djela prikazuju svoje misli i osjećaje, možemo zaključiti da ovo djelo s nedovršenim Isusom simbolizira to da i članovi još uvijek oblikuju svoj lik.



Slika 13: J-Hope u rimskoj kupelji



Slika 14: J-Hope sa lukom i strijelom

Vidimo i kako V leži ispod tankog pokrivača koji nalikuje na veo što, s obzirom na kasnije scene, možemo protumačiti kao da se zlo skriva ispod vela. Skrivanje iza vela često se percipira kao simbolika tajanstvenosti, zagonetnosti i ograničenog uvida. Veo može doslovno predstavljati fizičku prepreku između onoga što je prikazano i onoga što je skriveno. Ovaj simbol često se koristi kako bi naglasio aspekte skrivenosti ili nedostupnosti.

U mnogim kulturama i religijskim tradicijama, vjernici ili žene nose veo kako bi se zaštitili od svijeta ili predstavili svoju posvećenost duhovnim vrijednostima. Taj veo može predstavljati odvojenost od svjetovnog, svjetlosti i istine koja se nalazi iza materijalnog svijeta. Skrivanje iza vela također može imati simboliku introspekcije i samo-proučavanja. On može predstavljati proces otkrivanja unutarnjih istina ili dubokih emocija koje nisu uvijek vidljive na površini.

Ovaj simbol također se može povezati s konceptom dualnosti - suprotnost između onoga što se vidi i onoga što se stvarno događa ili osjeća. Može sugerirati da stvarnost nije uvijek onakva kakvom se čini, pozivajući nas da zaronimo dublje kako bismo otkrili istinu koja može biti skrivena iza privida.



Slika 15: V ispod vela

S ovim scenama se isprepliću i plesne scene gdje možemo vidjeti da se članovi nalaze u prostoriji prepunoj crnih i bijelih vrata te da plešu između crnog i bijelog kipa što opet navodi na to da se u njima odvija borba između dobra i zla. Koreografija kombinira fluidne i precizne pokrete,

stvarajući dinamičnu ravnotežu između emocionalnih i energičnih trenutaka. Priča se priča putem tijela izvođača, dodajući dimenziju fizičkog izraza koji nadopunjuje verbalnu i vizualnu komponentu pjesme. U mnogim dijelovima spota, koreografija je usklađena s lirikom i simbolikom pjesme, a mi kao gledatelji možemo primijetiti da pokreti odražavaju tekstualne reference, izražavajući sukobe, težnje i emocije članova, primjerice geste otvaranja ruku poput krila ili ispijanja simboličnog kaleža. Rekli smo da se u videu vodi borba između dobra i zla, odnosno, između anđeoskih i mračnih elemenata. To se provlači i kroz koreografski dio – u trenucima nježnosti, pokreti su meki i fluidni, dok se u dramatičnijim trenucima koristi energičniji i snažniji plesni aranžman. Ova raznolikost u pokretima pomaže u prenošenju dubokih nijansi priče, istovremeno naglašavajući dualnost članova i njihovih emocija. Ono što je upečatljivo je plesna sinkronizacija članova grupe BTS koja dodatno pojačava estetski doživljaj. Možemo reći da snažna koordinacija pokazuje razinu profesionalnosti i posvećenosti izvođača, istovremeno povezujući ih s glazbenom i vizualnom temom spota. Kroz koreografiju, „Blood, Sweat and Tears“ postaje više od samog spota, već svojevrsni performans koji istražuje unutarnje konflikte, težnje i emocije izvođača, a dodaje se dimenzija ljudskosti i ranjivosti stvarajući dublje povezanosti s publikom koja se može poistovjetiti s univerzalnim aspektima ljudskog iskustva.

Biblijske reference se protežu kroz cijeli video spot pa tako sljedeći kadar prikazuje članove grupe posjednute za dugački stol s Jinom na čelu. Na stolu vidimo srebrno posuđe, a na tanjuru svakog člana je jabuka. Srebrno posuđe često se percipira kao simbol luksuza, elegancije i rafiniranosti. Njegova sjajna i blistava površina privlači pažnju te često predstavlja bogatstvo i visok status. U kršćanstvu, srebrno posuđe često ima duboko simboličko značenje u liturgijskim i religioznim praksama. Ova vrsta posuđa koristi se za pripremu i posluživanje euharistijskog obroka, što je središnji element kršćanske vjere. Srebrno posuđe, kao što su kaleži, diskovi i ostala liturgijska posuda, obično je izrađeno s pažnjom prema detaljima i kvaliteti kako bi odražavalo dostojanstvo i svetost sakramenta. Ova posuda često se tretira s velikim poštovanjem i brižno se čuva, jer se koristi za prisutnost Isusa Krista u sakramentu.

Srebrno posuđe simbolizira svetost, dostojanstvo i prisutnost Krista u euharistiji. Njegova sjajna površina može predstavljati svjetlo Krista koje sja u svijetu. Srebro kao materijal može ukazivati na čistoću i neporočnost, a njegova upotreba za liturgijske potrebe izražava poštovanje prema tajanstvu vjere. Jin podiže upravo kalež kao u znak zdravice. Jabuka nas asocira na priču Adama i

Eve pa predstavlja znak iskušenja i grijeha. Odnosno, jabuka je bila plod kojeg je Eva pojela iz Zabranjenog voća u Edenu što je dovelo do pada čovječanstva i uvođenja grijeha u svijet.

S obzirom na to da je Jin na čelu, a od početka izgleda kao da je on taj koji ima najviše nevinosti u sebi, cijeli prizor podsjeća i na posljednju večeru, zadnji trenutak prije nego se u potpunosti prepusti mračnoj strani. Jin sjedi na čelu i time predstavlja Isusa, a prema kasnijem razvoju događaja možemo zaključiti da je V Juda – onaj koji će izdati Jina.

Iza njih se miješaju žuta, ružičasta i narančasta boja koje prikazuju ono što Jin osjeća.



Slika 16: Jin nazdravlja



Slika 17: Članovi za stolom

U sljedećem trenutku J-Hope ispaljuje strijelu prema V-ju i pogađa ga, ali umjesto krvi vidimo boje. J-Hope je mentor V-ju, ali vidi da V prelazi granicu pa dolazi u kupelj razmišljati. Odluka koju donosi je ta da želi uništiti zlo.

Taj čin pucanja već najavljuje rasplet priče kojom će se pokazati da je V taj koji je najviše priklonjen mračnoj strani, dok se J-Hope u tom trenutku još uvijek odupire pokušavajući odagnati zlo unutar V-ja. Primjećujemo i da Jin nije popio iz svog kaleža iako je nazdravio, ali i da je u trenutku ispaljivanja strijele pogledao u stranu u koju je otišla pa možemo zaključiti da je primijetio što J-Hope pokušava učiniti te da ga to podsjeća na ono što nije u redu i zato odbija otpiti.

Na trenutak vidimo Jungkooka i Rap Monstera u razbacanoj sobi. Jungkook leži na krevetu i s lizalicom u ruci. S obzirom na to da je on najmlađi član grupe, možemo zaključiti da lizalica i prethodno prikazana ljuljačka simboliziraju njegov prelazak iz naivnog, dječjeg svijeta u odrasli, mračni svijet. U umjetnosti i medijima, lizalica se često koristi kako bi se prenijele jednostavne i nostalgične emocije ili kako bi se stvorila opuštena atmosfera. Lizalica kao simbol nosi sa sobom raznolike konotacije, od sreće i bezbrižnosti do truda i strpljenja. RM leži na kauču i iznad njega se nadvija dim zelene boje. Izgleda kao da je onaj otrov koji je prije ispio počeo djelovati.



Slika 18: Jungkook i Rap Monster u sobi

Prije je samo Suga sjedio na tankom staklu, a sada mu se pridružio i Jimin koji u ruci drži jabuku. Možemo naslutiti da to znači da je blizu toga da poklekne u iskušenju, ali s obzirom na to da ju nije zagrizao, nešto ga koči. Suga koji sjedi nasuprot njemu drži povez u ruci kao da želi Jiminu

prekriti oči kako doslovno tako i figurativno, želeći ga time navesti da popusti pred iskušenjem kao što je popustio i on.



Slika 19: Jimin i Suga s jabukom i povezom

Otvaraju se vrata balkona i vidimo kako se V odguruje s balkona, a iza njega je slika „Pejzaž s padom Ikarā“. Ova slika nam potvrđuje ono što smo mogli naslutiti u par navrata u videu do sada – Ikar i V su povezani. Naime mit govori da je Ikarov otac Dedal sebi i sinu napravio krila od perja i voska kako bi pobjegli iz zatvora. Upozorio je sina da ne leti previsoko jer će Sunce rastopiti vosak, međutim, Ikar je privlačila visina i nije poslušao oca te je odletio do Sunca koje mu je rastopilo vosak i uništilo krila. Bila je to sigurna smrt – Ikar je pao u more i utopio se.¹⁹

V i Ikar su povezani na način da oboje gube kontrolu i prepuštaju se svojim željama. U prethodnim kadrovima mogli smo vidjeti prikaze krila ali i voska/ svijeća, kao svojevrsnu najavu ovog umjetničkog djela i lika Ikarā i njegovu ulogu u konstrukciji značenja cjelokupnog spota. V se smiješi dok pada što daje naslutiti da mu ne smeta to što je izabrao mračnu stranu te se bez zadržke baca.

¹⁹ <http://www.radiobijelopolje.me/index.php/zanimljivosti/18395-dedal-i-ikar-prica-o-ljudskoj-potrebi-da-se-tezi-ka-vrhu>
<https://www.thildekoldholdt.com/post/2016/10/10/theory-blood-sweat-tears-symbolism>



Slika 20: V ispred djela „Pejzaž s padom Ikara“

Jin nakon večere otpušta balon u zrak dok je sve prekriveno crvenom bojom. Balon se često tumači kao simbol radosti, veselja i bezbrižnosti. Njegov lebdeći karakter priziva osjećaj lakoće i zabave, a s obzirom na to da ga Jin otpušta, možemo zaključiti da otpušta taj osjećaj lakoće i ulazi u neki mračniji i ozbiljniji period života. U tom trenutku Rap Monster počinje recitirati citat iz romana „Demian“:

*"He too was a tempter; he, too, was a link to the second [world],
the evil world with which I no longer wanted to have anything to do."*

Nakon otpuštanja balona, vidimo Sugu koji svira orgulje kao da najavljuje neki loš događaj koji će uslijediti. Melodija koju svira također je povezana s romanom „Demian“. Ona nas uvodi u sljedeću scenu u kojoj članovi grupe trče prema jednom izlazu. Vidimo da Suga povlači Jimina za sobom što potvrđuje ono prije rečeno – Suga manipulira Jimina. Nakon što su popustili iskušenjima, svi biraju jedan izlaz, a to je izlaz koji vodi na put zla. Jedini koji oklijeva je Jin. Istovremeno vidimo da se veo koji je pokrивao V-ja polako diže i otkriva gola leđa s dvije rane, kao da su na leđima nekada bila krila.



Slika 21: V s ranama od krila

V prilazi Jinu i pokriva mu oči (baš kao što je Suga Jiminu prekrivio oči povezom ranije u videu). Kada V makne ruke, Jin ispred sebe vidi veliki kip s crnim krilima.

V je izgubio svoja krila i pao, baš kao i Ikar , a prema prošlim kadrovima možemo zaključiti da su crna krila nekada pripadala V–ju. S obzirom da su krila crna, možemo zaključiti da se radi o krilima palog anđela ili neke tajanstvene ličnosti koja njeguje skrivene aspekte svog identiteta. Kada Jin prilazi kipu, vidimo bistu u pozadini, a s njegove lijeve strane je ogledalo iznad kojeg je citat o kojem ćemo nešto malo kasnije.



Slika 22: Jin i kip s crnim krilima

Artemida, čiju prezentaciju vidimo u obliku biste, je božica lova ali i za ova spot možda i značajnije – zaštitnica mladih djevojaka i božica djevičanstva što možemo protumačiti kao simbol

nevinosti, mladosti i „čistoće“ koju članovi napuštaju. Sljedeće vidimo da Jin ljubi kip i time odabire put zla.



Slika 23: Jin ljubi kip

Tu možemo povući poveznicu s onom scenom posljednje večere gdje je Jin simbol za Isusa, a V za Judu. Prema Bibliji znamo da Juda izdaje Isusa poljupcem. Možemo reći da Jin identificira V-ja kao krilatog i palog Ikara upravo poljupcem – na isti način na koji je Juda identificirao Isusa. Počinjemo viđati da boje eksplodiraju na sve strane. Kip kojeg je Jin poljubio počinje krvariti boje, isto kao i Jimin koji skida povez.

Jin prilazi ogledalu iznad kojeg piše njemačka fraza filozofa Friedricha Nitzschea koja bi u prijevodu bila:

„Moraš imati Kaos u sebi kako bi mogao izroditi zvijezdu koja pleše“



Slika 24: Jin ispred ogledala

Ovaj citat je iz predgovora jednog od Nietzscheovih djela, a govori ljudima da prevladaju sami sebe i traže da budu nešto više od čovjeka što vodi na putovanje prema samosavladvanju. Da biste postali "nadčovjek", morate prihvatiti i voljeti put koji ste odabrali. Žaljenje ukazuje na prisutnost ljutnje ili straha, što je u suprotnosti s idejom nadčovjeka, kojeg karakterizira hrabrost. Sposobnost uspostavljanja vlastitih pravila i neprihvatanja zadanih vrijednosti još je jedan od uvjeta da postanete „nadčovjek“. Samo ljudi koji se bore protiv svoje okoline i svog razloga za život u njoj mogu imati Kaos u sebi. Taj Kaos je potreban mentalitet za stvaranje novih stvari. Ogledalo se često tumači kao simbol refleksije, introspekcije i istine. Njegova sposobnost da odražava stvarnost i prikazuje sliku stvari onakvom kakva jest može simbolizirati potrebu za iskrenošću, samo-proučavanjem i suočavanjem s vlastitim istinama. Ogledalo se također povezuje s simbolikom dualnosti i suprotnosti. Ono prikazuje stvarnost kao suprotnost, poput lijevog i desnog, prednje i stražnje strane, te tako podsjeća na važnost balansa i ravnoteže u životu. Osim toga, ogledalo može simbolizirati iluziju i nepouzdanost, jer slika koju prikazuje može biti samo odraz stvarnosti. To ukazuje na potrebu za dubljim razumijevanjem i ispitivanjem stvarnosti iza površine.

Sljedeće što vidimo je kip Djevice Marije koji je bio iza J-Hope -a kako se raspada.



Slika 25: Pucanje kipa Djevice Marije

Ako povežemo s Nitzscheovim citatom možemo reći da je Djevica Marija rodila Zvijezdu koja pleše – Isusa te da u ovom trenutku Kaos izlazi iz nje. U odrazu ogledala osim Jina vidimo i cvijeće. S jedne strane je ljiljan koji simbolizira rođenje i majčinstvo, dok je s druge strane cvijet koji se naziva plamena zvijezda.

U književnosti i umjetnosti, gledanje samog sebe u ogledalo često prikazuje trenutak u kojem likovi saznaju pravu istinu o sebi, kao nekakav način da pogledaju sami sebe u oči. S obzirom na to da je cvijeće različito s obje strane ogledala, možemo zaključiti da Jin gleda u neki drugi svijet:

*"the other realm, the evil realm,
with which I no longer wanted to have anything to do."*

Jin je majčinska figura unutar grupe, poput Djevice Marije jer predstavlja ono što je čisto i želi otključati svoj puni potencijal i poletjeti. On želi oblikovati Isusa u skulpturi, ali da bi to učinio (da bi rodio zvijezdu koja pleše), mora imati Kaos u sebi, a to dolazi do izražaja kada poljubi kip. Izbija Kaos.



Slika 26: Odras cvijeća u ogledalu

Kad se Jin pogleda u ogledalo, njegovo vlastito lice se raspada, baš kao i kip Djevice Marije.



Slika 27: Pucanje Jinove kože

Ovo se povezuje s citatom iznad ogledala. Nitko nije istinski čist, mora postojati Kaos da bi se postigla veličina. Pucanje kipa i Jina može simbolizirati razbijanje iluzija, odnosno suočavanje s stvarnošću koja može biti bolna ili kontradiktorna. Kip Djevice Marije često je simbol nevinosti, čistoće i duhovne transcendencije, a njegovo pucanje ukazuje na mogućnost rušenja idealiziranih slika i suočavanje s manje savršenim aspektima svijeta. Također, pucanje kipa može simbolizirati propitivanje umjetnosti i estetike. Akt umjetničkog razbijanja može ukazivati na potrebu za izazivanjem ustaljenih normi i traženjem dubljeg značenja iza površinskih izgleda. U kršćanskom kontekstu, simbolika anđela i drugih svetih pojava te njihova pucanja može se povezati s padom

anđela Lucifera i promišljanjem o padu i iskušenju. Kip koji puca može simbolizirati gubitak nevinosti i borbu između dobra i zla.

U cjelini, pucanje kipa i Jinovog lica u video spotu „Blood Sweat and Tears“ nosi dublje simboličko značenje, potičući gledatelje na razmišljanje o temama kao što su stvarnost, umjetnost, moralnost i duhovna borba.²⁰

4.3. Analiza sadržaja video spota

U ovom poglavlju diplomskog rada bavit ćemo se analizom sadržaja, odnosno, cilj nam je kvantitativno izraziti ono vizualno. S obzirom na to da ovu metodu istraživanja određuje sustavnost, objektivnost i mogućnost uopćavanja, pokušat ćemo prikupiti i kodirati podatke te iz njih zaključiti odgovore na pitanja: tko kaže što, kome, zašto, koliko opširno i s kojim učinkom. Naš predmet istraživanja za analizu je video spot „Blood, Sweat and Tears“ korejske pop grupe BTS koji je nakon objave postavio novi rekord sa 6,3 milijuna pregleda, ali je i postao najbrži K-pop video koji je dosegao 10 milijuna pregleda unutar 42 sata. 2016. godine je istoimena pjesma za koju je spot napravljen postala jedna od 20 najboljih K-pop pjesama, dok je iste godine dosegla i prvo mjesto na Billboardovoj ljestvici.²¹ Video traje šest minuta i 3 sekunde, od čega uvodni logo oduzima 8 sekundi, uvod bez muzike 20 sekundi, uvod sa skladbom 25 sekundi, dio gdje se recitira citat 18 sekundi (4:02 – 4:20), dio u kojem sviraju orgulje 43 sekunde (4:20 – 5:03) te dio tišine s postepenim vraćanjem u muziku 27 sekundi (5:03 – 5:30). Prema ovim podacima možemo zaključiti da pjevni dio videa, odnosno dio koji sadrži pjesmu „Blood, Sweat and Tears“ sveukupno traje tri minute i pedeset i osam sekundi.

Video je snimljen s visokom produkcijom i pažljivim dizajnom kako bi prenio bogatstvo vizualnih i emocionalnih elemenata. Spot se odvija u različitim kulturnim i estetskim okruženjima, poput umjetničke galerije, spavaće sobe i svećane sobe s lusterima.

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=hmE9f-TEutc>
<https://www.quora.com/In-the-BTS-song-Blood-Sweat-and-Tears-what-is-the-meaning-of-the-music-video-with-the-scenes-as-in-what-exactly-do-they-want-everyone-to-see-in-the-video>
<https://www.thildekoldholdt.com/post/2016/10/10/theory-blood-sweat-tears-symbolism>

²¹ <https://www.songmeaningsandfacts.com/blood-sweat-tears-by-bts/>

Kroz inovativnu upotrebu svjetla, boje i vizualnih efekata, spot stvara vizualno privlačnu i osjećajnu atmosferu. Svaki kadar je pažljivo osmišljen kako bi naglasio emocije i simboliku pjesme, uključujući elemente poput anđeoskih krila, ogledala, dima i drugih vizualnih motiva.

Koreografija i izvedbe članova grupe dodaju dinamiku spotu, stvarajući ritmičke i emotivne vrhunce koji prate glazbenu melodiju. Kadriranje se koristi kako bi istaknulo individualne članove grupe, istovremeno stvarajući sinergiju između njih. Video je sveukupno snimljen u devet prostorija s promjenama u krupnim i širokim kadrovima i nadopunama u scenografiji. Prostorija s kipovima je prva prostorija u koju ulaze članovi, a ujedno je i prostorija u kojoj je snimana koreografija, kao i interakcija s kipom s krilima. To ju čini prostorijom s najviše kadrova, dok je druga po redu prostorija s lusterima. U njoj su snimani i krupni kadrovi članova kao i scene s ljučkom. Treća po redu je soba sa staklenim dnom, a zatim soba s kaučem i krevetom te soba s kadem, zatim soba s velom nakon koje slijede soba s balkonom, orguljama i dugačkim stolom. Spot prikazuje svih sedam članova korejske pop grupe BTS, u nekim kadrovima zajedno, u nekim odvojeno. Objavljen je na You Tube pred sedam godina od strane korejske kompanije Hybe Labels koja trenutno broji 72,3 milijuna pretplatnika. Trenutno video ima 946.644.287 pregleda, 14 milijuna lajkova (Zbog trenutne politike You Tube-a nije moguće vidjeti broj negativnih ocjena na video) te 2.342.920 komentara koji su većinom na engleskom i španjolskom jeziku. Komentari na YouTubeu za video spot „Blood Sweat and Tears“ od korejske grupe BTS često odražavaju širok spektar emocija i reakcija gledatelja. Spotovi popularnih glazbenih grupa, poput BTS-a, često privlače veliku pažnju, a komentari služe kao prostor za dijeljenje mišljenja, interpretacija i osobnih dojmova.

Komentari mogu uključivati oduševljenje izvedbom, vizualima i zvukom te izraze potpore omiljenim članovima grupe. Ponekad će obožavatelji komentirati tekst pjesme, diskutirati o značenju ili podijeliti svoje tumačenje simbolike prikazane u spotu. Neki hvale sam video spot:

„Forever iconic song and MV. It's an art like all the art within the MV & above all, a masterpiece“,
„This has always been and will forever remain one of my favourites, everything about it is just so beautiful!!“,

dok drugi pozivaju na više pregleda lajkova i podrške:

„Keep it going! This masterpiece deserves at least 1B !“,

„You guys tell all your friends and family let's get this mv to one billion!!!“,

„We are only 54 million away let' get it 1 billion.Keep streaming Army.Keep loving and supporting BTS forever“.

Korejska pop grupa BTS ostvarila je izvanredan uspjeh u širenju svoje glazbe i vizualnog identiteta na globalnoj razini. Njihova sposobnost da prenesu dublje poruke kroz glazbu i istovremeno stvaraju impresivne vizualne interpretacije putem glazbenih videospotova postala je prepoznatljiva i omiljena širom svijeta. Njihova iznimna popularnost na međunarodnoj sceni, a posebno na Billboardovoj ljestvici, dodatno potvrđuje njihov nevjerojatan utjecaj na glazbenu industriju.

Kroz razdoblje od posljednjih sedam godina, BTS je doživio nevjerojatan rast u pregledima svojih glazbenih videospotova. Njihova glazba nije samo zvučna podloga već i umjetnost koja se vizualno prenosi kroz videospotove. Ovi spotovi često kombiniraju složene i simboličke vizuale s izvedbama koje oslikavaju emocije i poruke pjesama. Time se stvara dublje povezivanje s publikom koja uživa u estetskom i emocionalnom aspektu njihovog stvaralaštva.

BTS je postao sinonim za globalni fenomen, a njihova prisutnost na Billboardovoj ljestvici svjedoči o njihovoj masovnoj privlačnosti. Njihove pjesme su ne samo glazbeni hitovi već i pjesme koje nose snažne poruke o samo-prihvatanju, snazi zajednice i važnosti mentalnog zdravlja. Vizualna interpretacija tih poruka kroz videospotove omogućuje slušateljima da se dodatno povežu s glazbom i osjećajima koje izaziva.

U zaključku, uspješna sinergija između glazbe i vizualnih elemenata u videospotovima omogućuje BTS-u da prenese svoju umjetnost i poruke na globalnu razinu. Njihova prisutnost na svjetskim ljestvicama i impresivan rast pregleda svjedoče o nevjerojatnom utjecaju koji imaju na publiku diljem svijeta, čime postavljaju nove standarde u modernoj glazbi i kreiraju neprocjenjiv kulturni fenomen.

4.4. Analiza sadržaja znakovnih sustava (modova)

Video spot za pjesmu „Blood, Sweat and Tears“ korejske pop grupe BTS je vizualno bogat i simbolički značajan. Spot se ističe slojevitošću i dubokim značenjima koja su povezana s temama iskušenja, gubitka nevinosti i ljudskih žudnji, odražava temu dualnosti i kontrasta kroz svoju

estetiku, priču i simboličke elemente. Upravo taj kontrast između svijetlih i tamnih scena, anđela i demona te čistih i senzualnih trenutaka odražava dublje kontraste u ljudskom iskustvu, kao što su dobro i zlo te čistoća i iskušenje.

Sa sigurnošću možemo reći da je najviše zastupljeno vizualnih modova, što je i očekivano s obzirom na to da je predmet istraživanja video spot. Od toga su kiparska umjetnička djela znakovni sustavi koji se pojavljuju u najvećem broju, njih osam, od kojih su čak dva reprezentacija Venere. Prikazuju se i tri slikarska umjetnička djela i dvije skladbe kao zvučni modovi (uz samu pjesmu „Blood, Sweat and Tears“) pa možemo zaključiti da se simbolika pjesme i videa ponajviše htjela pokazati kroz kiparstvo. Još jedan vizualni mod koji se pojavljuje kroz cijeli video su boje i to tri tople (crvena, narančasta i žuta) i tri hladne (zelena, plava i ljubičasta) pa za njih možemo reći da su u ravnoteži. U video spotu „Blood Sweat and Tears“ korejske grupe BTS, prisutno je nekoliko različitih tekstualnih modova koji doprinose dubini i složenosti vizualne priče, a možemo izdvojiti tri najvažnija. Same riječi pjesme koje se mogu čitati dok se gleda video koje se pojavljuju na ekranu dok se izvodi glazba. Ova tehnika stvara dinamičan efekt i povećava angažman gledatelja, omogućavajući im da istovremeno čuju i čitaju riječi pjesme. To pojačava emotivni doživljaj i omogućava bolje razumijevanje tekstualnih poruka koje se prenose. Osim toga, citat iz knjige „Demian“ Hermanna Hessea dodaju složenost i dubinu simbolici, a povezuje se s temama samospoznaje i traganja za istinom koje se provlače kroz pjesmu i vizualnu priču. Treći tekstualni mod je Nitchiov citat koji se pojavljuje iznad ogledala ključan je tekstualni element koji dodaje filozofsku dimenziju spotu. Ovaj citat, koji naglašava teme iluzije i stvarnosti, dublje istražuje koncepte koje spot želi prenijeti. Tekst iznad ogledala postavlja pitanje o prirodi istine i dubljem razumijevanju, dodajući dodatnu dubinu interpretaciji.

5. Zaključak

Korejska pop kultura, uz svoj nevjerojatan globalni utjecaj, poslužila je kao izvanredan primjer multimodalnosti u suvremenom umjetničkom izričaju. Ova kultura ne samo da je izgradila mostove između različitih modaliteta izraza, već je i potvrdila snagu interdisciplinarnosti u stvaranju bogatih i dubokih emocionalnih iskustava.

Multimodalnost, kao ključni element u korejskoj pop kulturi, manifestira se kroz kombinaciju vizualnih, auditivnih, tekstualnih i pokretnih elemenata. Glazbeni spotovi, poput onih popularne grupe BTS, često predstavljaju amalgam ovih elemenata kako bi stvorili jedinstvena umjetnička djela koja sežu preko granica medija. U videu „Blood Sweat and Tears“ grupe BTS, različiti semiotički modovi, povezuju se kako bi stvorili jedinstven multimodalni tekst. Na primjer, koreografija plesača usklađena je s glazbom i vizualima, dok tekstualni citati dodaju dubinu i filozofsku dimenziju.

Kroz analizu multimodalnih aspekata korejske pop kulture, postalo je očito da se suvremena umjetnost i zabava sve više preplavljaju interdisciplinarnim pristupima. Vizualni efekti, koreografija, simbolička obilježja i zvučna kulisa sudaraju se kako bi stvorili bogatstvo značenja i interpretacija. Svaki od semiotičkih modova unutar spota „Blood, Sweat and Tears“ ima svoje inherentne potencijale za komunikaciju, ali također su specifični za korejsku pop kulturu. Na primjer, stilizirani kostimi i simbolika knjiga mogu odražavati aspekte korejske estetike. Koreografija i izvedba također mogu imati kulturno specifične elemente. Prema tome, možemo reći da kultura ima ključnu ulogu u oblikovanju samog spota, ali i tumačenja njegovog značenja. Video potiče dijalog između različitih kulturnih zajednica s obzirom na to da je satkan od kulturnih referenci koje oblikuju vizualni i tekstualni sadržaj.

Stvaranje glazbenih spotova i videa postalo je više od samog komuniciranja glazbenih poruka. To je postao način izražavanja kulture, identiteta i pripadnosti. Globalna publika se ne samo povezuje s glazbom, već i s estetikom, simbolikom i dubokim emocionalnim tonovima koji se prenose putem različitih modaliteta.

Također, možemo reći da amerikanizacija društva ima ulogu u interpretaciji odabranog video spota. S obzirom na to da američka pop kultura često postavlja trendove u glazbenoj industriji, možemo reći da je engleski postao univerzalni jezik pop kulture što vidimo i u spotu „Blood, Sweat and Tears“, kako u samom tekstu pjesme, tako i u engleskom prijevodu kojeg možemo istovremeno pratiti na ekranu. Osim toga, američki filmovi, glazba i općenito mediji zastupljeni su diljem svijeta pa gledatelji (bez obzira na kulturnu podlogu) mogu tumačiti spot pod utjecajem američkih kulturnih referenci i obrazaca.

Multimodalnost nosi odgovornost za duboko tumačenje i kritičko razumijevanje. Analiza korejskih pop glazbenih spotova, poput proučavanja simbolike, teksta i vizualnih kodova, omogućuje nam da istražimo suptilnije poruke i implikacije koje se prenose publici.

Zaključno, multimodalnost obogaćuje našu svakodnevnu interakciju te nam omogućuje da bolje razumijemo svijet oko sebe. Možemo reći da je otvorila prostor za stvaranje umjetničkih djela koja nadilaze granice medija i stvaraju dublje povezanosti s publikom, kako u korejskoj pop kulturi, tako i u umjetnosti općenito. Njeno prisustvo naglašava važnost interdisciplinarnosti i dubokog razumijevanja kako bi se prepoznali složeni obrasci, simbolički elementi i emocionalne nijanse koji oblikuju suvremenu umjetnost i zabavu.

6. Literatura

1. Domitrović, J. (2016). *Boje u kulturama i tradicijama* (Doctoral dissertation, University North. University centre Varaždin. Department of Multimedia, Design and Application).
2. Gluhavović, Ena (2019). Semiotička analiza simbola i analiza sadržaja filmskog serijala o Harry Potteru - postmoderno začaravanje društva, Osijek: Sveučilište Josipa Juraja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu Osijek.
3. Guichon, N., & Cohen, C. (2016). *Multimodality and CALL*.
4. Huat, Chua Beng (2010). *Korean Pop Culture*. National University of Singapore.
5. Jewitt, Carey; Bezemer, Jeff; O'Halloran Kay (2016). *Introducing Multimodality*. First Edition. London: Routledge.
6. Ju, Hyejung; Lee, Soobum (2015). *The Korean Wave and Asian Americans: the ethnic meanings of transnational Korean pop culture in the USA*.
7. Kress, Gunther (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. New York: Routledge.
8. Kress, Gunther (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. New York: Routledge.
9. Manić, Ž. (2017). *Analiza sadržaja u sociologiji*. Beograd: Čigoja štampa.
10. Manić, Ž. (2017). *Analiza sadržaja u sociologiji*. Beograd: Čigoja štampa.
11. Manić, Ž. (2017). *Analiza sadržaja u sociologiji*. Beograd: Čigoja štampa.
12. Mejovšek, Milko (2003). *Uvod u metode znanstvenog istraživanja*. Zagreb: Naklada Slap.
13. Mejovšek, Milko (2003). *Uvod u metode znanstvenog istraživanja*. Zagreb: Naklada Slap.
14. Mejovšek, Milko (2003). *Uvod u metode znanstvenog istraživanja*. Zagreb: Naklada Slap.

15. Milas, Goran (2009.) Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima. Zagreb: Naklada Slap (2. izdanje).
16. Milas, Goran (2009.) Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima. Zagreb: Naklada Slap (2. izdanje).
17. Milas, Goran (2009.) Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima. Zagreb: Naklada Slap (2. izdanje).
18. Mlacović, A. (2021). *Etnografsko istraživanje k-pop-a kao globalnog fenomena u Hrvatskoj i šire* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Cultural Studies).
19. Mlacović, A. (2021). *Etnografsko istraživanje k-pop-a kao globalnog fenomena u Hrvatskoj i šire* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Cultural Studies).
20. Mlacović, A. (2021). *Etnografsko istraživanje k-pop-a kao globalnog fenomena u Hrvatskoj i šire* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Cultural Studies).
21. Nikolić, P. (2006). Muzički video spot. *CM Komunikacija i mediji*, 1(1), 83-114.
22. O'Halloran, Kay L. (2009). Systemic Functional – Multimodal Discourse Analysis (SF-MDA): Constructing Ideational Meaning Using Language and Visual Imagery .
23. Parcalabescu, L., Trost, N., & Frank, A. (2021).
24. Petrović, A., & Tadić, K. Analiza sadržaja. *časopis za književno-jezična, društvena i prirodosnanstvena pitanja*, 157.
25. Riffe, Daniel; Lacy, Stephen; Fico, Frederick G. (2005). *Analyzing Media Messages Using Quantitative Content Analysis in Research*. Second edition, Lawrence Erlbaum Associates.
26. Sebeok, Thomas A. (2001). *Signs: An Introduction to Semiotics*. Second Edition. Universiti of Toronto Press.
27. Tuksar, Sunčana. 2021. *Prekoračenja : transmedijska kultura i film*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
28. Ventola, Eija; Charles, Cassily; Kaltenbacher, Martin (2004). *Perspectives on Multimodality*. John Benjamins Pub Co.

29. Wimmer, Roger D.; Dominick, Joseph R. (2003.). Mass Media Research, An Introduction. Ninth Edition.

6.1. Mrežni izvori

1. 90s DAY KOREAN, URL: <https://www.90daykorean.com/kdrama/>
2. 90s DAY KOREAN, URL: <https://www.90daykorean.com/what-is-kpop/>
3. Billboard, URL: <https://www.billboard.com/artist/bts/>
4. Bitno.net, URL: <https://www.bitno.net/kultura/michelangelo-pieta-skulptura-remek-djelo/>
5. Bitno.net, URL: <https://www.bitno.net/kultura/glazba/johann-sebastian-bach-misa-u-h-molu/>
6. Britannica, URL: <https://www.britannica.com/topic/Venus-de-Milo>
7. Britannica, URL: <https://www.britannica.com/topic/BTS>
8. Daily art magazine, URL: <https://www.dailyartmagazine.com/perseus-and-the-head-of-medusa/>
9. Design toscano, URL: <https://www.designtoscano.com/products/autumn-goddess-of-the-four-seasons-statue-al53274>
10. Genius, URL: <https://genius.com/Genius-english-translations-bts-blood-sweat-and-tears-english-translation-lyrics>
11. Google Arts & Culture, URL: <https://artsandculture.google.com/story/ewUxXpmuNdcLJg?hl=en>
12. Google Arts & Culture, URL: <https://artsandculture.google.com/asset/the-lament-for-icarus/wwGsH3KJkvD1gA?hl=en>
13. Google Arts & Culture, URL: <https://artsandculture.google.com/story/9gXx-oPTgMeLKg?hl=en>
14. History-hub, URL: <https://hr.history-hub.com/poznato-umjetnicko-djelo-pejzaz-s-padom-icara>
15. Kold holdt, URL: <https://www.thildekoldholdt.com/post/2016/10/10/hoery-blood-sweat-tears-symbolism>

16. My modern met, URL: <https://mymodernmet.com/laocoon-and-his-sons-statue/>
17. Quora, URL: <https://www.quora.com/In-the-BTS-song-Blood-Sweat-and-Tears-what-is-the-meaning-of-the-music-video-with-the-scenes-as-in-what-exactly-do-they-want-everyone-to-see-in-the-video>
18. Royal academy, URL: <https://www.royalacademy.org.uk/art-artists/work-of-art/crouching-venus>
19. Song meanings + facts, URL: <https://www.songmeaningsandfacts.com/blood-sweat-tears-by-bts/>
20. Spark notes, URL: <https://www.sparknotes.com/lit/demian/facts/>
21. The met, URL: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/252469>
22. Tour Blink, URL: <https://www.tourblink.com/louvre/monument/dianeofversailles/en/?source=website>
23. YouTube, „Misa u H-molu“ J.S Bacha, URL: https://www.google.com/search?client=safari&sc_esv=559344913&rls=en&sxsrf=AB5stBj6QJYLom8bxRRB5C8xiYXgLT0JRA:1692785892042&q=bach+misa+u+h+molu&tbm=vid&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwi3oJruxvKAAxXD2wIHHWgeDSgQ0pQJegQICxAB&biw=1124&bih=1476&dpr=1#fpstate=ive&vld=cid:c9436728,vid:3LMs0mpKdNs
24. YouTube, „Passacaglia u d – molu“ D. Buxtehude, URL: <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=%3A+Passacaglia+in+D+minor+by+Buxtehude.&ie=UTF-8&oe=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:560ad8dd,vid:w2GoH4-Gm44>
25. YouTube, video spot „Blood, Sweat and Tears“, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hmE9f-TEutc>

7.Prilozi

7.1. Popis slika

Slika 1: Jin gleda u djelo „Pad pobunjenih anđela"	26
Slika 2: Članovi ispred djela „Plaç za Ikarom"	27
Slika 3: Djelo „Plaç za Ikarom"	28
Slika 4: Djelo „Pejzaž s padom Ikara"	29
Slika 5: Članovi grupe u sobi s kipovima	30
Slika 6: Ulazak članova grupe u sobu s kipovima	31
Slika 7: J-Hope ispred djela „Pieta"	32
Slika 8: Jin između crnog i bijelog portala	39
Slika 9: Jungkook na ljuljački.....	40
Slika 10: Suga u sobi s dimom.....	41
Slika 11: Pripremanje Absintha	42
Slika 12: Rap Monster sa zelenom tekućinom.....	42
Slika 13: J-Hope u rimskoj kupelji	43
Slika 14: J-Hope sa lukom i strijelom.....	43
Slika 15: V ispod vela.....	44
Slika 16: Jin nazdravlja.....	46
Slika 17: Članovi za stolom	46
Slika 18: Jungkook i Rap Monster u sobi	47
Slika 19: Jimin i Suga s jabukom i povezom	48
Slika 20: V ispred djela „Pejzaž s padom Ikara"	49
Slika 21: V s ranama od krila.....	50
Slika 22: Jin i kip s crnim krilima.....	50
Slika 23: Jin ljubi kip	51
Slika 24: Jin ispred ogledala	52
Slika 25: Pucanje kipa Djevice Marije.....	53
Slika 26: Odraž cvijeća u ogledalu	54
Slika 27: Pucanje Jinove kože.....	54