

Komunikacija narative stipa kroz naslovni sadržaj

Burazin, Leon

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:823307>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-03**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

Leon Burazin



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

Smjer: Dizajn grafičkih proizvoda

DIPLOMSKI RAD

Komunikacija narative stripa kroz naslovni sadržaj

Mentor:
dr.sc. Daria Mustić

Student:
Leon Burazin

Zagreb, 2021.

Sažetak

Diplomski rad se bavi naslovnicom stripova te njihovim mnogim varijacijama kroz godine, s naglaskom na stripove superherojskog žanra, točnije mnogobrojnim herojima i negativcima *Marvel* i *DC* svjetova.

Kroz povijesni razvoj medija će rad nastojati prikazati tri stoljeća tijekom kojih se medij razvijao, kao i značajni primjeri koji su eventualno utjecali na stripove današnjice. Spomenuti razvoj će se usporediti sa suvremenim varijantama jednakog ili sličnog žanra.

Sljedeće poglavlje se fokusira na naslovnice, točnije njihovu vrijednost kao umjetničko djelo, ali i kao način komuniciranja sadržaja (ili njegovog manjka) čitatelju. Nekoliko često prisutnih elemenata naslovnica će se dodatno istaknuti i proučiti, uz spomen relevantnih primjera industrije i vezane priče.

Konačno, rezultati provedene ankete će se proučiti, s ciljem dokazivanja efikasnosti pristupa kojim se mnogi izdavači stripova koriste, pogotovo prema osobama koji nisu upoznati sa žanrom ili medijem.

Ključne riječi: Stripovi, naslovnice, superheroji, varljive taktike.

Abstract

This study addresses covers of comic books and their many variations throughout the years, with an emphasis on comics of the superhero genre, specifically the multiple heroes and villains of the Marvel and DC worlds.

In the historical development of the medium, the study will showcase the three centuries during which the medium developed, as well as significant examples that eventually influenced the modern comic book world. The aforementioned progression will be juxtaposed with its contemporary variants in the same or adjacent genre.

The following section will focus on the covers themselves, as an art form as well as a way of communicating its contents (or the lack thereof) to the reader. Several common elements of the covers will be examined closely, with relevant examples in the industry, and their story.

Finally, results from a conducted poll will be examined closely, with the goal of proving whether the approach that many comic publishers use is efficient or not, especially to readers that are not familiar with the genre or medium.

Key words: Comic book, covers, superheroes, misleading tactics.

Sadržaj

1. Uvod	2
2. Povijesni razvoj	3
2.1. <i>Uspón u 19. stoljeću</i>	3
2.1.1. Prozni počeci	3
2.1.2. Dodavanje boje	4
2.1.3. Stvaranje novog formata	6
2.1.4. Uvođenje originalnosti.....	7
2.2. <i>Zlatno doba</i>	10
2.2.1. Rođenje heroja.....	10
2.2.2. Neizbježnost rata	12
2.2.3. Postratna pustoš	15
2.2.4. Neobavezna cenzura	16
2.3. <i>Srebrna renesansa</i>	19
2.3.1. Povratak junaka	19
2.3.2. Stvarni problemi u fiktivnom svijetu	21
2.3.3. Predstavljanje zapleta putem naslovnice	23
2.3.4. Nova lica	25
2.3.5. Pritisak i pad uslijed cenzure.....	26
2.3.6. Provokacije za veće dobro	28
2.4. <i>Nejasne brončane granice</i>	30
2.4.1. Dramatične odluke	30
2.4.2. Turobne osamdesete	33
2.4.3. Pozitivne recenzije	35
2.4.4. Protagonisti zajedničkog svijeta	37
2.4.5. Kraj stoljeća	40
2.5. <i>Moderni pogled</i>	42
2.5.1. Oličenje na filmskom platnu	42
2.5.2. Prekid cenzure i uvođenje kategorija	44
2.5.3. Povratak straha	47
2.5.4. Uspón web stripova.....	49
2.5.5. Stripovi današnjice	52
3. Naslovnica stripa	54

3.1. <i>Prikazivanje likova</i>	55
3.1.1. Pregled kroz medije	55
3.1.2. Aplikacija u stripovima.....	56
3.2. <i>Sukob kao zaplet</i>	65
3.2.1. Važnost za narativu.....	65
3.2.2. Neobjašnjiva borba	66
3.2.3. Rezultat sukoba	77
3.3. <i>Razbijanje četvrtog zida</i>	81
3.3.1. Interakcija kao intervencija.....	81
3.3.2. Poruka za čitatelja.....	82
3.4. <i>Varijantne naslovnice</i>	88
3.4.1. Uloga umjetnika	88
3.4.2. Pretpostavljena vrijednost	89
3.4.3. Raznovrsnost današnjice	93
4. Provedena anketa	97
4.1. <i>Postavljena pitanja</i>	98
4.1.1. Uvod.....	98
4.1.2. Prvi set.....	98
4.1.3. Drugi set.....	100
4.1.4. Treći set	102
4.1.5. Četvrti set.....	104
4.1.6. Peti set.....	106
4.1.7. Šesti set	108
4.1.8. Osmi set.....	109
4.1.9. Konačni osvrt	112
5. Zaključak	113
6. Slike i izvori.....	114
7. Popis literature	121
7.1. <i>Opća literatura</i>	122

1. Uvod

Kao vizualni medij, strip je poznat po svojim ekscentričnim likovima i neobičnom ilustrativnom stilu. Njega definiraju blokovi i baloni u koje je postavljen tekst, jednako kao i narativnost, koja se iz broja u broj zapliće i raspliće, često uz nepredvidljive okolnosti i rezultate.

Za njegovu potpunost je potrebno nekoliko različitih elemenata, od kojih je promatračima najznamenitija naslovnica, često dodatno dekorirana akcijskim scenama i prštavim bojama preko kojih je cilj skupiti pažnju promatrača. No, postavljeni prizori također stvaraju i određene dojmove i očekivanja, pogotovo kod osoba neupoznatih s medijem. Znajući da je prvi dojam najbitniji, mnogi izdavači, umjesto relevantnih prizora, postavljaju impozantne scene koje dijele vrlo malo sličnosti s narativnošću, što je problem započet u ranom razvoju medija.

Relevantnost i prizor medija kroz godine će se u radu prikazati u povijesnom razvoju, pri čemu će se istaknuti monumentalne naslovnice, zaslužne za oblik medija kakav je danas. Nadalje, njegova evolucija će biti dodatno analizirana kroz tipične prizore i marketinške tehnike preko kojih izdavači manipuliraju čitateljima u svrhu promocije. Osim navedenog, naglasak će biti postavljen na četiri specifična načina kojim se može stvoriti dojam kod promatrača, ali i kod vjernih obožavatelja.

Kako bi analiza medija bila potpuna, kroz provedenu anketu će se potvrditi ili opovrgnuti zadana hipoteza, s naglaskom na dvije skupine – vjerne fanove medija i osobe ne pretjerano upoznate sa šarenim svijetom stripa.

2. Povijesni razvoj

2.1. Uspon u 19. stoljeću

2.1.1. Prozni počeci

Strip je kao slikovno-tekstualna vrsta medija kroz povijest doživio mnoge izmjene koje su redefinirale njegovu funkciju i izgled, kao i informacije koje su čitateljima bile predstavljene kroz sadržaj. Iako se njegovi začeci mogu povezati s drevnim umjetnostima poput egipatskih hijeroglifa, moderna inačica nimalo ne naliči svojim korijenima.

Očekivano je da je kroz povijesna razdoblja umjetnosti došlo do razvijanja radova kojima je primarni fokus bio prepričavanje događaja zbog potrebe da se takvi radovi grupiraju po svojoj narativnosti, što je ključni element stripa kao medij. No, u svrhu ovog rada je produktivnije razmatrati uspon stripa u kasnijim stoljećima – ponajprije sredinom 19. stoljeća, tijekom kojeg su mnogi europski umjetnici objavljivali radove koji bi se danas mogli smatrati stripovima, poput Nijemca *Wilhelma Buscha* koji se svojim radom objavljenim 1865. godine opasno blisko približio suvremenoj definiciji stripa.

Danas prepoznat kao jedan od vodećih utjecaja budućih generacija strip umjetnika, *Busch* je kroz nezgode dva lika predstavio priču od sedam dijelova. „Max and Moritz“, dijelom kratka knjiga poezije, dijelom (crno)humoristično djelo o iznimno kratkim pustolovinama nestašnog para je doživio golem uspjeh već prve godine, a unutar dva desetljeća je avantura bila toliko atraktivna da je napravljena i japanska verzija knjige.[1]

Predstavljen kroz devet pravokutnih okvira, priča svakog dijela je započeta i završena na jednoj stranici, a sva radnja, uključujući i tekst koji se rimuje je sadržan unutar mjehurića koji predstavljaju govor. Osim glavna dva, svi drugi likovi su sekundarni te nisu imenovani niti se pojavljuju u narednim dijelovima. Priča teče relativno očekivano do zadnjeg dijela, u kojem oba dječaka stradaju naizgled komičnim načinom, a upravo radi jasne i lako probavljive radnje je djelo doživjelo toliki uspjeh.

Ipak, *Buschov* utjecaj na buduće generacije nažalost ne započinje potpuno čisto; 1897. godine se u nedjeljnoj verziji „New York Journala“ pojavljuje kratki strip – ilustracija koju je glavni urednik smatrao potencijalnim sredstvom za povećavanje prodaje. Riječ je o serijalu „The Katzenjammer Kids“, avanturama dvoje nevaljalaca koji iz priče u priču upadaju u nezgodne situacije. Sam serijal je direktna inspiracija (odnosno plagijat, ako bi se gledalo kroz današnje termine) preuzeta od *Buschovih* likova i plasirana na američko tržište, odakle su naposljetku i rođeni počeci današnjeg medija. Iako je riječ o neoriginalnoj ideji, serijal je ostvario svoju publiku, ali i pozitivnu kritiku, s obzirom na to da je trajao do daleke 2006. godine.

2.1.2. Dodavanje boje

Motivirani očiglednim uspjehom, drugi konkurenti, poput snažnog „New York Worlda“ počinju implementirati vlastite varijacije na ideju, što je također rezultiralo i povećanom prisutnošću stripova u drugim novinama, uključujući i *New York Journal*. Umjetnički rat novina je uspostavio strip kao neizostavni dio novina, pogotovo varijantu u boji koja je ekskluzivno izlazila nedjeljom, na veliku radost mlađih čitatelja. Iako je bio segment postojećeg, a ne cjelina vlastitog medija, njegova moć je bila neupitna, a do 1908. godine su čak tri od četiri (američke) novine u prosjeku imale sekciju isključivo namijenjenu predstavljanju stripova u boji, što je uvelike povećavalo prodaju tim danima.

Prisutnost stripova nije jenjala niti svim drugim „radnim“ danima, kada su stripovi, iako crno-bijeli, držali sličnu popularnost. Njihova radnja se razlikovala od „obojenih“ varijanti, što je dodatno stvaralo interes, ali je imalo i utjecaj na stripove u većoj skali – takav aranžman je dokazao da strip može imati nekoliko konkurentnih radnji tijekom koji jednaki likovi doživljaju potpuno drugačije avanture, za vrijeme naizgled sličnog vremenskog rasporeda. Taj prividno nebitan razvoj će biti uvelike bitan u kasnijim zlatnim i srebrnim periodima američkih stripova gdje će mnogi likovi prolaziti drugačije avanture ovisno o izdanjima.

Nakon uspjeha u novinama, sljedeći logički rast stripa je bilo razdvajanje od medija za kojeg je svih tih godina bio vezan, što je kulminiralo 1929. godine, kada je na tržište izašla „The Funnies“, publikacija od 16 stranica koja se nastojala fizički odvojiti od novina, kako bi se uspostavila kao ozbiljan medij, unatoč sadržaju i ciljanoj publici. Kao što ime sugerira, riječ je o dječjem zabavnom sadržaju koji se prodavao zajedno uz novine, ali sa zasebnom cijenom; cilj je bio istaknuti kupcima da se „zabavni kutak“ prebacio u odvojeni i jasan format, što je donekle uspješno obavljeno. Strip je objavljen u ukupno 36 izdanja, ali ne s pretjerano velikom publikom, što je dovelo do eventualnog prestanka objavljivanja samo devet mjeseci kasnije.

Unatoč neimpresivnoj prodaji, *The Funnies* je prva publikacija svoga tipa koja se odlučila odvojiti od novina, čime je njezina uloga u povijesti stripa kao tiskane publikacije itekako relevantna. S obzirom na format i način prodavanja, strip se morao na neki način i prezentirati potencijalnim kupcima, zbog čega su naslovnice *Funnies*a uglavnom sadržavale kratku šalu ili zgodu, s jednostavnim crtežima i manjom količinom teksta.



Slika 1 – Primjer naslovnica „The Funnies“.

Naslovnice su kao takve bile potpuno nepovezane s unutrašnjim sadržajem, pa su isključivo pretvorene u jednokratne šaljive prizore, kao što je evidentno na postavljenim primjerima. Logo publikacije je svakako zauzimao gornji dio

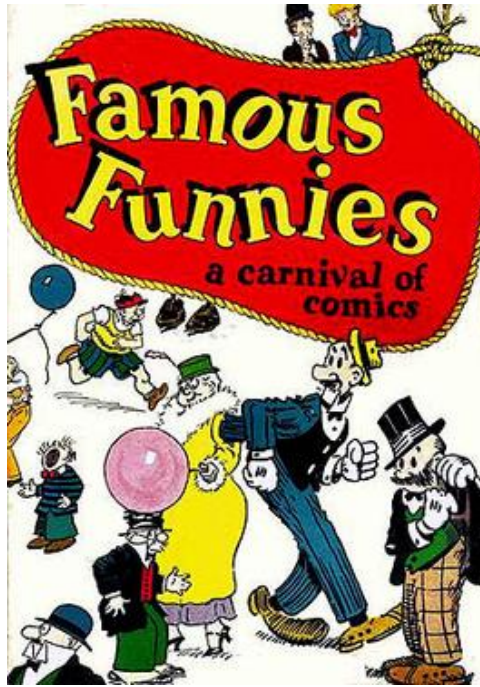
naslovnice, zajedno uz cijenu i podnaslovnu informaciju o regularnosti stripa. S druge strane, sadržani stripovi nisu bili pretjerano narativni te se svaka stranica, osim zajedničkih likova i postavljenih osnova, razlikovala od druge po svojoj radnji, zbog čega naslovnica nije bila odveć relevantna za čitatelje.

2.1.3. Stvaranje novog formata

Postavljeni temelj *Funnies* je evoluirao u „Funnies on Parade“, publikaciju izdanu 1933. godine koja se većim dijelom smatra prvim pravim prethodnikom modernih stripova, uvelike zbog sadržaja i formata, koji je nastao idejom *Harryja Wildenberga*, upraviteljem *Eastern Colora*, tadašnjeg izdavača. On je došao na ideju da dvaput savije format novine, čime je dobio „idealnu veličinu za čitanje“. [2]

Osim nove veličine, *Funnies on Parade* je za razliku od dotadašnjih stripova nudio nešto novo – kompilaciju najpoznatijih izdanja i brojeva postojećih stripova, postavljenih u jedno kompaktno izdanje. Štoviše, publikacija je imala samo jedno izdanje (kasnije ponovno tiskano za posebne prilike), a sam strip se nije mogao kupiti na kioscima već se „osvojio“ kao dio posebne ponude u kojoj su čitatelji morali skupljati kupone iz raznoraznih proizvoda koje bi slali poštom, a zauzvrat bi dobili primjerak izdanja. Takva marketinška tehnika nije nužno zaživjela u narednim godinama, no danas se na partnerstva između naizgled nevezanih grana industrije gleda kao nužno zlo, dok se u to vrijeme takva kombinacija činila kao rijetki kapitalistički potez u rastućoj industriji.

Sljedeće godine *Funnies* serija stripova nastavlja svoj uspon s inovativnim „Famous Funnies: A Carnival of Comics“, publikacijom na čak 36 stranica koja je za razliku od prošlogodišnje varijante, prodavana na kioscima, zajedno (ali ne kao dio) s novinama – potez kojim su se stripovi odvažno postavili uz medij koji im je nekoć davno bio jedini izvor prikazivanja.



Slika 2 - Naslovnica "Famous Funnies: A Carnival of Comics".

Slično svome prethodniku, naslovnica ne nudi potpuni uvid u narativni sadržaj, ali sadrži neke od likova čije su priče ukomponirane u publikaciju. S obzirom na to da je naslovnica suzdržana od bilo kakvog dodatnog teksta (osim naslova i podnaslova), prepoznatljivost likova je bila potrebna kako bi se promatraču dao određeni uvid u to koje točno poznate stripove će broj sadržavati, što je marketinška tehnika s kojom će se u kasnijim desetljećima manipulirati u svrhu prodaje, umjesto informiranja.

2.1.4. Uvođenje originalnosti

No, sve dosadašnje inovacije u svijetu novog medija nisu bile originalne, već su bile složene kao publikacija najboljih i najpopularnijih djela, svojevrsni „best of“ prošlog stoljeća. To je 1934. godine uočio i *Malcolm Wheeler-Nicholson*, koji ubrzo osniva Nacionalnu Savezničku Publikaciju (engl. *National Allied Publications*), koja je vjerojatno najznačajnija po tome što je bila preteča današnjeg *DC Comicsa*, jednog od giganta suvremene strip industrije u području žanra superheroja.

*Malcolm*ov strip izlazi u veljači 1935. godine pod nazivom „New Fun“ (engl.pr. „nova zabava“), a imenom i sadržajem je bio namijenjen mlađoj populaciji serviran kao antologijska publikacija. Osim originalnog sadržaja, neki od stripova su bili adaptacije na poznate romane te je čak uključen i strip vezan za zeca *Oswalda*, koji je bio preteča *Mickey Mousea*. Uz sadržaj su na nekoliko stranica bile postavljene i reklame, za razliku od prijašnjih stripova gdje su zbog partnerstva s različitim kompanijama one bile izbjegnute.



Slika 3 - Naslovnica prvog broja "New Fun" stripa, veljača 1935. godine.

Naslovnica prvog broja stripa je također strip koji se sastoji od ukupno 12 panela, od kojih je prvi logo glavnog heroja, dok se ostalih jedanaest bave radnjom koja završava na takozvanom *cliffhangeru*, terminu koji na hrvatskom nema doslovnog prijevoda, ali se odnosi na situacije u kojima se fiktivni lik postavlja u situacije koje su naizgled šokantne, kobne ili nerazrješive, a glavna bit je da razrješenje nije odmah predstavljeno, već je publika ostavljena u neizvjesnosti.

Tako se *Jack Woods*, protagonist stripa predstavljenoj na naslovnici nalazi u nezgodnoj situaciji, jer je neprijatelj s kojim se obračunao prije dva panela spreman za protunapad, što *Jack* ne vidi. Promatraču nije dana informacija gdje

se priča nastavlja, a pretpostavka da je razrješenje prikazano u unutrašnjosti je pogrešna, jer je priča nastavljena tek u sljedećem broju, objavljenom sljedeći mjesec. Priča je tu također prikazana na naslovnici (dok je konačno razrješenje izostavljeno s naslovnice trećeg broja i ukomponirano u unutrašnje stranice), s ponovljenim *cliffhangerskim* završetkom.

Naslovnica je u primjeru prvog broja jako efikasno riješena, jer stvara interes kod promatrača koji žudi za razrješenjem škripca u kojem se glavni lik našao, a koje tek dolazi ako promatrač odluči postati potrošač. Naravno, priča se nastavlja tek u sljedećem dijelu, no potrošač to ne može znati, čime je naum Publikacije ostvaren.

Unatoč silnoj inovaciji u području formata i sadržaja, stripovi 1930-ih nisu u potpunosti sadržavali glavne elemente radi kojih bi se njihova spona sa stripovima današnjice mogla lako uočiti. Razlog tome je nepotpunost formule – strip kao suvremeni medij nije nastao isključivo iz istoimenog izvora prošlog stoljeća, on je istovremeno povezan i s takozvanim „pulp“ časopisima, jeftinom beletristikom koja je bila odveć popularna u istom periodu.

Za rast tog medija je zaslužan razvoj tiskarskih tehnologija, jednako kao i odnos novina i stripova, a evolucija je rezultirala povećanom kreativnošću u polju narative. Originalno započeti u romantičnom aspektu, u vrhuncu popularnosti se medij proširuje u smjeru detektive i intrige, misterioznog i intrigantnog jednako kao i znanstvene fantastike, s izdanjima poput *Doc Savagea* čuvenog izdavača *Street and Smith*, koji je unatoč naizgled običnom izgledu i manjku supermoći, bio heroj.

Riječ je o počecima pojavljivanja superjunaka – neki od kojih će se ultimativno pojavljivati u drugim izdanjima drugačijih izdavača, radi njihove znamenitosti i uspjeha u to vrijeme. Pojava junaka je od neizmjerne važnosti za populariziranje stripova tog desetljeća jer su promijenili smjer toka stripova. Diskurs se mijenja s nestašnih zgoda djetinjastih likova na ozbiljnije priče i likove, junake i negativce. To je doba superheroja, a u prvom planu jest *Superman*.

2.2. Zlatno doba

2.2.1. Rođenje heroja

U lipnju 1938. godine izlazi *Action Comics #1* (engl.pr. „akcijski strip“), prvi broj istoimene publikacije koja je do danas dosegla više od tisuću brojeva. Izdan pod Nacionalnom Savezničkom Publikacijom, strip predstavlja prvo pojavljivanje nekoliko superjunaka, od kojih je daleko najznamenitiji *Superman*.



Slika 4 - Naslovnica čuvenog prvog broja "Action Comicsa".

Za naslovnicu prvog broja je odabran *Superman*, koji je postavljen u akcijsku sekvencu podizanja automobila s osobe, dok druga dva lika u pozadini i prednjem planu bježe od eksplozivnog prizora. Iako je *Superman* postavljen na samoj naslovnici, njegovo ime, ali i dodatan tekst (osim logotipa) se ne pojavljuje nigdje na naslovnici. Također, strip je, kao i mnogi njegovog tipa u ovom desetljeću, postavljen kao antologijski serijal od jedanaest priča, od kojih je samo jedna vezana za poznatog heroja, a njegovo uključivanje na naslovnici je bila slučajnost, kako je otvoreno priznao *Jack Liebowitz*, izdavač *Action Comicsa*.

Iz te slučajnosti je nastala prekretnica – prvi put je strip prikazao dinamičan prizor heroja, zajedno s plaštom i kostimom, kako spašava civile i koristi svoje supermoći, a sve pod titlom akcije, što je uz dodatnih deset priča bilo servirano čitateljima. Kao što je i za očekivati, prvi broj serijala je doživio golem uspjeh, čime je započeto Zlatno doba stripova.

Potaknuti viđenim uspjehom, *Detective Comics* (skraćeni nazivom „DC“, izdavačka kuća koja je nastala nakon kupnje Nacionalne Savezničke Publikacije) na tržište plasira cijeli val superheroja, među kojima su poznatiji *Batman* i *Robin*, *Flash*, *Green Lantern*, *Wonder Woman* te *Aquaman*.



Slika 5 - Neke od naslovnica koje su ujedno i prvo pojavljivanje danas čuvenih superheroja. S lijeva na desno: "Detective Comics #27", prvo pojavljivanje Batmana i Robina, "All Star Comics #8", prvo pojavljivanje Wonder Woman te "Flash Comics #1", prvo pojavljivanje Flasha.

Kako je prvi broj *Action Comicsa* stavio *Supermana* u prvi plan, isti pristup preuzimaju *Detective* i *Flash Comics*, s junacima prikazanim u akcijskim potezima, poput korištenja užeta i sprječavanja metka u letu. Centralne figure kod obje naslovnice jesu njihovi protagonisti – *Batman* i *Flash* – ali je i vidljiva prisutnost negativaca, neimenovanih siledžija koji su prikazani sa stražnje perspektive kako bi čitatelju dodatno okrenuli pozornost prema heroju.

Blago odstupanje od formule dolazi u obliku *All Star Comicsa*, gdje je u osmom broju po prvi put predstavljen lik *Wonder Woman*, što se preko naslovnice teško

može dokučiti. Serijal se zapravo bavio nekolicinom muških superheroja koji su osnovali vlastiti tim, a kroz ukupno 58 izdanja se obračunavaju s negativcima. Unatoč njenom isključivanju s naslovnice, *Wonder Woman* je glavni lik jedne od nekoliko priča unutar stripa, a izdavači su kroz tu kratku sagu testirali koliko se (ako uopće) čitateljima sviđa njen lik, što objašnjava njeno izostavljanje.

2.2.2. Neizbježnost rata

Nije samo DC objavljivao junake u svojim stripovima, već se i u konkurentu, tada poznatom po imenu *Timely Comics*, današnji *Marvel Comics*, polako počinju ključati ideje. Svega nekoliko mjeseci nakon debitantskog prizora *Supermana*, izlazi *Marvel Comics #1*, prvi broj danas gigantskog *Marvela*. Za razliku od *DC-a*, *Timely Comics* se otvoreno bavio temama vezanim uz (tada jako aktualni) drugi svjetski rat, što je posebice evidentno na naslovnici prvog broja *Captain America Comicsa*, u kojem glavni junak Kapetan Amerika (engl. „Captain America“) udara – *Adolfa Hitlera*.



Slika 6 - Naslovnica prvog broja "Captain America Comicsa".

S obzirom na to da je drugi svjetski rat još trajao, postavljanje glavnog heroja stripa u sukob protiv glavnog pokretača rata se pokazao kao jako odvažni potez,

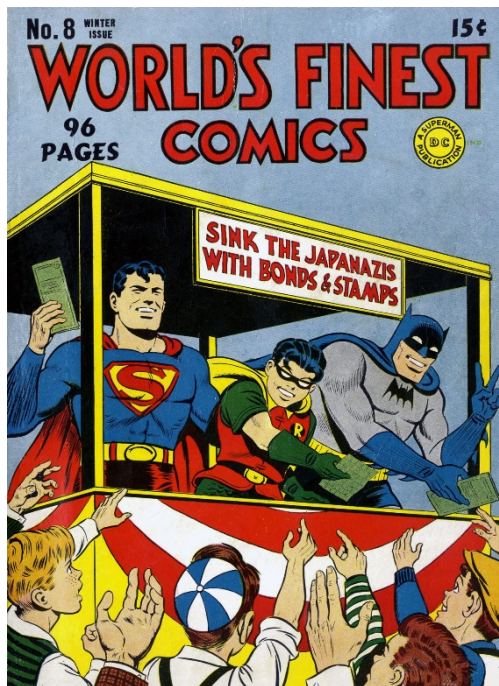
tim više što je sadržaj stripa potpuno izoliran od glavne akcije prikazane na naslovnici. Iako je radnja, a i sam lik Kapetana Amerike i njegovog pomoćnika *Buckyja* (koji je na naslovnici istaknut u donjem desnom rubu) vezana uz radnje druge svjetskog rata, kao i nacistički pokret, Hitler se u stripu ne pojavljuje, pa se naslovnica može smatrati zavaravajućom.

Unatoč manjku direktne poveznice naslovnice i sadržaja, Kapetanov debi je bio od velike važnosti jer je predstavljao prekretnicu u odnosu geopolitičke situacije tadašnjeg perioda i fiktivnog svijeta stripova. Kao što autor *Jason Dittmer* navodi u svom djelu „Captain America and the Nationalist Superhero: Metaphors, Narratives, and Geopolitics“, većina protagonista stripova objavljenih u to vrijeme je izbjegavala stvarni rat na globalnoj skali radi nezgrapnog scenarija u kojem bi neki junak sa supermoćima, poput *Supermana*, vrlo lako završio nasilni konflikt, što očito nije bilo moguće u stvarnom svijetu.[4]

S druge strane, kreatorima Kapetana Amerike, *Joeu Simonu* i *Jacku Kirbyju* je ideja uključivanja *Hitlera* u prvi broj stripa bila jako logična jer je u to vrijeme *Hitler* bio personifikacija zločinca koji želi osvojiti čitav svijet. Kao suprotnost očitim nacističkim simbolima i ideologijama, lik Kapetana Amerike je okružen simbolima pravde, poput njegovog štita oblikovan u stilu policijske značke (kasnije će štit biti okrugao), s klasičnom američkom plavom i crvenom paletom. Za njegove kreatore, situacija je bila očita: Kapetan predstavlja hrabrost i pravednost koja se nasilno obračunava s tad već poznatim simbolima opresije i mržnje. Donesena odluka je izdavaču donijela golem uspjeh – broj je izdan u više od milijun primjeraka, a lik Kapetana Amerike je danas jedan od najprepoznatljivijih superheroja industrije.

Pošto poveznica između terora u stvarnom svijetu i avantura u fiktivnom više nije bila prosta, naslovnice stripova se, kao i njihovi sadržaji, polako okreću prema propagandi. Među direktnim primjerima se mogu istaknuti naslovnica osmog broja *World's Finest Comicsa*, u kojem *Superman*, *Batman* i *Robin* prodaju ratne obveznice civilima i naslovnica dinamične borbe između *Namora*, jednog od najranijeg superheroja današnjeg *Marvela*, koji se, u petom broju vlastitog

izdanja, objavljenom u proljeću 1942. godine obračunava s pogrдно nazvanim silama japanske vojske.



Slika 7 - Naslovnice DC-ijevog osmog broja "World's Finest Comicsa" i petog broja Timelyjevog "Sub-Mariner Comicsa".

Naravno, tu je bilo riječi o jako nesuptilnoj propagandi koja je aktivno pozivala čitatelje u akciju. Neprijateljske sile su demonizirane i postavljene u položaje glavnih negativaca protiv kojih se heroj hrabro bori, a rezultat je poprilično očekivan.

S druge strane, takav način prikazivanja protivničkih sila je bio uobičajen za taj period, i jednak opis se može pronaći u većini medija tog perioda, od propagandnih romana do ratnih filmova, stoga uključivanje jednakih elemenata u stripove nije bilo neočekivano, sasvim suprotno. Riječ je o iskrivljivanju percepcije stranaca, Japanci (često nazivani njihovih pogrđnim nadimkom) su bili istaknuti žutom bojom, sa zašiljenim zubima i ušima, što je čitatelje dodatno uvjeralo da je riječ o silama „zla“.



Slika 8 - Neki do čestih prizora tadašnjih naslovnica, s očitim demoniziranim Japancima.

2.2.3. Postratna pustoš

Kako se drugi svjetski rat neizbježno približavao kraju, tako je potreba za superjunacima i hrabrim herojima jenjala; protagonisti stripova su se polako vraćali svojim prosječnim neprijateljima i lokalnim problemima, ostavljajući ratne sukobe iza sebe. Uslijed nastale stagnacije, stvoreni su novi serijali koji su bili više usmjereni prema dječjem sadržaju, poput klasičnog *Peanuts* stripa, s glavnim likovima *Charlieja Browna* i psa *Snoopyja* te *Hank Ketchamov* „Vragolasti Denis“.

Razlog relativno naglom padu stripova superherojskog sadržaja sredinom 20. stoljeća se može povezati s njihovom ustajalošću; iako su vojnici koji su preživjeli horore rata našli utjehu u sukobu između nacističkih snaga i Kapetana Amerike, drugi čitatelji su se zasitili stagnacije, a njihovu neodlučnost su novi stripovi, poput već navedenog *Peanutsa*, iskoristili u svrhu prikupljanja novih čitatelja. Borba je bila gotova, ali ne i u svijetu stripova – čitatelji su htjeli mir, ne dodatne sukobe, što im dotadašnji izdavači superherojskog žanra nisu nužno nudili.

Osim dječjeg sadržaja, novi stripovi su se također okrenuli prema egzotičnijim žanrovima, poput hororu, znanstvenoj fantastici i romantici, što je ubrzo rezultiralo otkazivanjem nekoliko ključnih izdanja superherojskih stripova koji su nekoć rušili rekorde, dok su se preostali naslovi prebacili u drugačije žanrove.



Slika 9 - Primjeri naslovnica stripova romantičnog, znanstveno-fantastičnog i horor sadržaja.

Ovisno o žanru, evidentno je da su naslovnice stereotipne – prikazuju samu srž onog o čemu se kao serijal radi; znanstveno-fantastični stripovi su uglavnom prikazivali napredne uređaje i ljude u svemirskim odijelima, dok su horor izdanja za svoje naslovnice često koristile jezive spodobе i napete situacije. Iako ne odveć vezano za sadržaj, naslovnice su upadljive i reprezentativne, nešto što nije bilo prisutno kod naslovnica izdanja drugih žanrova.

2.2.4. Neobavezna cenzura

Raznovrsna tematika stripova se kroz pedesete nastala razvijati munjevito brzo, što je, po prirodi, dovelo do povećavanja konkurencije i izlaženja veće količine stripova slične tematike. Tržište je bilo preplavljeno ogromnom količinom stripova koji su se mogli smatrati „ljubićima“ te publikacijama koje su nastojale zastrašiti svoje čitatelje jednako dobro kao i horor film. Javnost je, radi zasićenosti i provokativne tematike, počela kritički gledati na prirodu takvih žanrova, romantiku

kritizirajući kao odveć patetičnu i konvencionalnu, dok su horor izdanja izazivala zgražanja i brigu o utjecaju na mlade čitatelje.

Diskurs doživljava vrhunac 1954. godine, kada se uspostavlja takozvani „CCA“, *Comics Code Authority*, sistem regulacije sadržaja stripova u SAD-u. Sistem je bio potpuno dobrovoljan, no od većih imena poput *DC-a* i *Atlas Comicsa* (još jedne varijante današnjeg *Marvela*) se apsolutno očekivalo da će njihova izdanja biti ocijenjena prema tim standardima. Naizgled neobavezni sistem je ustvari bio itekako potreban, pogotovo zbog rastuće brige u vezi stripova i njihovog načina prikazivanja nasilja i naizgled slične kontroverzne tematike.

Većina kriterija pravilnika se odnosila na zabranu predočanja zlih činova i zlikovaca kao (moralno) ispravne, pobjede zla nad dobrim, postavljanja državnih ustanova i njihovih zaposlenika u položaje koji bi se mogli smatrati neispravnim ili pogrešnim; svi slučajevi prikazivanja ekstremnog nasilja i gnusnih scena su u potpunosti izbačeni, zajedno uz prizore golotinje ili bilo kakvog prizora „seksualne perverzije“. Osim takvih očitih tabu elemenata, *CCA* je branio i uključivanje nekoć jako popularnih znanstveno-fantastičkih stvorenja poput vukodlaka, vampira i zombija, kao i naslove koji spominju riječi „horor“ ili „teror“.[5]

Uz takve naizgled jako stroge restrikcije, bilo je očito da će stripovi koji se odluče prihvatiti uvjete morati paziti na sadržaj, ne dopuštajući teme koje su nekoć bile potpuno prihvatljive – dapače, očekivane.



Slika 10 - Naslovnica prvog broja Marvelovih Osvetnika, s vidljivim logom CCA u gornjem desnom kutu.

Izdanja koja su bila odobrena od strane CCA su nosile njihov znak odobrenja u nekom od uglova stripa, smješten u pravokutnik koji je tvrdio da je izdanje „odobreno od strane autoriteta“ (engl. „Approved by the Comics Code Authority“). S tako nesuptilnim simbolom plasiranom na aktualnom mjestu naslovnice, kupcima je bilo jasno kakav će ih sadržaj očekivati u unutrašnjosti te koliko je primjeren za prosječnog čitatelja. U kasnijim godinama će određena izdanja biti odbijena na temeljima kontroverzne tematike, poput čuvene trodijelne priče koja se bavila uporabom droge u proljetnim izdanjima stripa „Amazing Spider-Man“ 1971. godine.

Kao što je za očekivati kada je riječ o cenzuri, uslijed donošenja odluke o CCA-u, na *underground* tržište se pojavio niz stripova koji se ponosno bavio tematikom koja je bila nezamisliva popularnijim izdanjima te ere; na naslovnicama su se potpuno otvoreno prikazivali groteskni prizori, likovi nalik različitim bizarnim stvorenjima te tematiku koja se, iako potpuno prepoznatljiva tinejdžerima u to vrijeme, smatrala neprihvatljivom za masovno tržište. Takvi stripovi su se objavljivali u manje poznatim trgovinama, što je dodatno pojačalo njihov prkos.

2.3. Srebrna renesansa

2.3.1. Povratak junaka

1950-e nisu specifične samo radi iznenadne cenzure, već i radi nove ere stripova, srebrnog oličenja uskrsnute popularnosti superherojskih stripova. Iako nije samo jedan strip odgovoran za polagani povratak herojskog žanra, jedan od značajnijih jest DC-ov „Flash“, originalno predstavljen u ratnom periodu 1940-ih, njegove moći se 1956. godine vraćaju u javnost, ali uz zaplet – riječ o novom liku, istog imena, ali drugačije pozadine i kostima. Nekoć poznati bijeli izgled je zamijenjen snažnom crvenom, a na naslovnici četvrtog broja *Showcasea*, DC-jevog stripa koji je publici predstavljao nove likove i koncepte, stoji *Flash*, superheroj nove ere stripova.



Slika 11 - "Flash", jedan od DC-ijevih originalnih superheroja se vraća u četvrtom izdanju *Showcasea*, objavljenog 1956. godine. U gornjem desnom uglu se nalazi već poznati CCA logo.

Naizgled nespektakularna naslovnica je označila početak srebrnog doba stripova, koji će trajati skoro petnaest godina. U današnjem kontekstu je era poznata po debiju iznimno popularnih heroja i timova suvremenog doba, poput *Spider-Mana*, *Fantastične Četvorke* i *Osvetnika*. Podrijetla većina tih heroja su

znanstveno-fantastična (naravno, poštujući okvire CCA), a njihove moći su često dolazile od radioaktivnih slučajnosti, kao što je slučaj kod navedenog popularnog *Spider-Mana*, što je dodatno pridonijelo iznenadnom rastu nekoć zaboravljenog žanra. Tematika čitateljima nije bila strana, dapače, preklapanje je bilo očito između superherojske tematike i romantičnih stripova te strašnih horor izdanja s početka 1950-ih. Novonastali junaci nisu bili savršeni, imali su svoje ljubavne probleme, kršili su prijateljstva, a jednako su se nosili s mitskim i znanstveno-fantastičnim bićima, što je čitatelje podsjećalo na tad već izumrli žanr horor romana.



Slika 12 - Prizor bitke između Fantastične Četvorke i gigantskog podzemnog bića prikazanog u prvom broju, izdanom 1961. godine, prikazan lijevo. Desno je izdanje jednog od mnogih horor stripova 1950-ih koji je miješao žanrove znanstvene-fantastike i horora.

Osim narative, stil crtanja je također dijelio mnoge karakteristike s uzbudljivim superherojskim stripovima; prvi neprijatelj Fantastične Četvorke bi se vrlo lako mogao postaviti u korice stripova horor žanra iz 1950-ih, s iskrivljenim licem tamno zelene boje. Kod usporedbe prikazane iznad, su vidljive sličnosti, pogotovo kod „dame u nevolji“.

Naravno, ta sličnost nije bila nenamjerna – običnog čitatelja više nisu stimulirali puki pljačkaši banaka i ljudski teroristi, prijetnje su trebale biti kozmičke, neviđene izvanzemaljske kreature koje će heroji dana spriječiti u raznoraznim nadljudskim pothvatima.

2.3.2. *Stvarni problemi u fiktivnom svijetu*

Novo desetljeće sa sobom donosi i nove probleme – uglavnom društvene prirode, koji su se radi svoje znamenitosti također manifestirali i u stripovima, uglavnom na drastično suptilniji način i uz neke izmjene, no ipak je riječ o povezanosti između stvarnosti i fikcije. Politička klima 1960-ih je označena s nizom pokreta, od prava žena do prava Afroamerikanaca, uglavnom nastala iz uvjeta i događaja prošlog desetljeća koji su se neizbježno integrirali u narativu novonastalih heroja.

Vjerojatno najočiti primjer su marginalizirani ljudi neobičnih sposobnosti zvani *X-Men*, koji su uslijed svojih čudnovatih izgleda i nadnaravnih moći predstavljali personifikaciju društvene problematike tog perioda. *Stan Lee*, tadašnji urednik *Marvela*, koji je do početka desetljeća bio poznat pod nazivom *Atlas Comics*, stvara nekoliko kompliciranih junaka i superherojskih timova, koji su, za razliku od svojih preteča imali vrlo ljudske probleme, unatoč moćima i pozadinama, što se dodatno moglo povezati s nestabilnom prirodom desetljeća. Njegovi heroji su doživljavali emocionalne peripetije, bivali marginalizirani od društva i vrijeđani na temelju izgleda i ponašanja, tražili utjehu jedni u drugome te unatoč društvu koje ih je odbacivalo su ipak uspjeli naći vremena da spase dan od svakojakih napasti.



Slika 13 - Prvi broj "X-Mena", 1963. godine, danas jedan od najpoznatijih superherojskih timova.

Novitet kod novonastalih stripova je također bilo oglašavanje istih – riječi poput „čudnovati“ i „bizarni“ su umjesto pogrdnih mana bili korišteni kao izuzetni epiteti, ukrasna perja s kojim su izdavači kitili svoje neobične heroje. Naslovnica prvog izdanja „X-Mena“ služi kao savršen primjer te ideologije, od naslova koji opisuju heroje kao „najčudniji superherojski tim“, do njihovih izgleda, od kojih čudnovatiji uključuju lika s krilima i osobu koja je u potpunosti prekrivena snijegom.

Srebrna era stripova, osim navedenih društveno-političkih promjena na narativnoj skali također uključuje i izmjene u prikazivanju naslovnog sadržaja; naslovnice su bombastičnije i više usmjerene k akciji, a nerijetko se na njima nalazi veća količina teksta koja ili predstavlja radnju izdanja u kratkim crticama (poput prvog broja Nevjerojatnog Hulka iz 1962. godine u kojem se navodi njegovo čudovišno podrijetlo) ili prikazuje scenu koja nastoji izazvati interes kod promatrača, iako ne mora nužno biti povezana s glavnim sadržajem ili biti uvjerljiva u kontekstu šire priče, što bi se u suvremenom terminu moglo smatrati *clickbaitom*.



Slika 14 - Primjeri nekih od klasičnih naslovnica Marvelovih stripova iz 1960-ih; zamjetna je neobična količina teksta i dinamičnih prizora.

Naslovnice su se, osim prikazivanja atraktivnih akcijskih scena, doslovno obraćali čitatelju, podsjećajući ih da je ovo „izdanje koje su čekali“, time dodatno prodavajući intrigu. Česti su bili i primjeri samohvale; naizgled ne pretjerano uzbudljiva izdanja su reklamirana kao nešto „neviđeno“ u svijetu stripova, njihovi protagonisti su paradirani i postavljeni u iznimne situacije kako bi se promatrač zapitao kako će heroj uistinu izbjeći poraz od glavnog negativca, što je sve, naravno, dodavalo dojmu da je riječ o „novoj eri stripova“, a samo kupnjom tog izdanja će promatrač dokučiti kako je heroj uspio poraziti naizgled nerješivu peripetiju.

2.3.3. Predstavljanje zapleta putem naslovnice

Do sredine 60-ih je većina redovnih čitatelja već bila upoznata s likovima poput *Flasha* pod novim imenom te vječno nesretnim *Spider-Manom*, ali ne i njihovim moralnim suprotnostima, negativcima koji su vječno ostali ključni za uspješnu formulu superheroja.

Oni su šareni, no uvijek moralno ispravni, egzotični i ekscentrični, ali ne zastrašujuće realistični; njihova uključenost u živu narativu stripa je najčešće bila najavljena putem ključnog elementa stripa – njegove naslovnice. Uzevši iznimno popularnog heroja tog perioda *Spider-Mana* kao primjer, koji do danas ima iznimno golemu kolekciju kreativnih zločinaca i upitnih karaktera, evidentni su protagonisti i antagonisti, a ako dinamična scena borbe nije dovoljna, oko njih su postavljeni žarki geometrijski oblici koje promatrače uvode u zaplet, ističući što se događa, tko je kriv za to te postavljanje najbitnijeg pitanja – kako će svima poznati heroj poraziti dosad neviđenog zločinca?



Slika 15 - Neke od naslovnica stripa "The Amazing Spider-Man". Vidljive su nezgodne situacije u kojima se heroj nalazi, kao i glavni negativac.

Iz gore postavljenih primjera je evidentna jednostavna formula: *Spider-Man* se nalazi u naizgled fatalnom škipcu, poražen je od strane zločinca s kojim se nije nikad suočio, ali je čitatelju izrazito direktno prikazano njegovo ime – u lijevom primjeru je tu riječ o *Sandmanu* (engl.pr. „Pješčani Čovjek“), koji na poprilično jedinstvenoj naslovnici od četiri panela pobjeđuje heroja. Lakoća s kojom ga je porazio je dodatna intriga čitatelju; naposljetku, svi su upoznati s nadmoćnošću heroja, pa se pojavljuje pitanje, tko će spriječiti antagonista, ako ne *Spider-Man*? Naravno, kako to uvijek biva, heroj nalazi način, bilo to u suradnji s drugim herojima ili nalaženjem rješenja kroz mozganje (što je najčešće rješenje kod

„pametnijih“ heroja), a negativac gubi, dok se neizbježno ne pojavi ponovo u stripu, s novim moćima i planovima. Formula je jasna, ali je također provjereno očaravajuća, što naposljetku i jest poanta superherojskih stripova.

2.3.4. *Nova lica*

Već spomenuta društvena i politička situacija kontinenta je, osim relevantne tematike i suptilnog simbolizma, također rezultirala i pojavom novih likova, uglavnom heroja, koji su se neporecivo mogli povezati s pokretima tog perioda. Među prvim izdavačima koji su marginaliziranim grupama dali lice jest bio *Marvel*, koji je u rujnu 1969. godine predstavio afroameričkog heroja – *Falcona*. Iako lik nije bio u potpunosti prihvaćen niti popularan, novitet se ispostavio kao početak niza promjena i uvođenja raznovrsnosti u dotad već ustaljeni sadržaj.

Marvelov Luke Cage je tako postao prvi afroamerički junak koji je bio protagonist vlastitog stripa, a koji je nastao kao utjecaj rastućeg broja filmova poznatijim pod terminom „Blaxploitation“ – podžanrom koji je za cilj imao predstaviti uglavnom afroameričke likove sličnoj publici. Jednakom brzinom se „pokretu“ pridružio i *DC*, koji je početkom 70-ih predstavio lik *Johna Stewarta* kao novu inačicu tad već popularnog *Green Lantern*.



Slika 16 - John Stewart, (budući) superheroj je jedan od prvih primjera afroameričkih junaka DC svijeta, prikazan lijevo. "Luke Cage", Marvelov prvi glavni afroamerički superheroj, prikazan desno.

Kod slučaja DC-jevog Johna Stewarta, lik je predstavljen kao negativac putem naslovnice, što je dodatno stvaralo intrigu, ali je također igralo na stereotip „agresivnog Afroamerikanca“ koji je tada u društvu (a i u današnjici) bio postavljen. Osim glavnog provokativnog prizora, naslovnica vrvi tekstom, od kojih je znamenita Johnova izjava da je „porazio Green Lanterna“, dok opisni tekst ističe njegovu nadmoć. Nešto nježnije je prikazan Luke Cage, s tim da je njegova naslovnica drastično jednostavnija, uz podnaslov koji daje promatraču do znanja da je riječ o prvom broju te podrijetlu lika.

2.3.5. Pritisak i pad uslijed cenzure

Unatoč golemom rastu, impozantnoj kolekciji superheroja i zločinaca te društveno relevantnoj tematici, industrija stripova je kroz 1970-e doživjela pad, veoma nalik kriznom periodu početkom 50-ih. Kreativne energije srebrnog doba te novonastale inovacije nisu imale pretjeran utjecaj na prodaju, što bi, po svim pretpostavkama, trebalo rezultirati umiranjem medija, barem na neko vrijeme.

S druge strane, početkom 70-ih se pojavljuju stripovi koji bi se najbolje mogli opisati kao mračne antiteze naizgled svijetlim i optimističnim stripovima giganata poput *Marvela* i *DC-a*. Oni su bili prkosni i intrigantni, nisu se ravnali po pravilima *CCA* niti je to njihova publika očekivala; stvorili su vlastitu *underground* potkulturu stripova kojima teme poput seksa i nasilja nisu bili strane, dapače, objeručke su ih prihvaćali, a čitatelji su, nakon saniranih izdanja prosječnih stripova, žudjeli za provokativnošću.

Takvi stripovi (često nazvani „comix“ umjesto pravilnog engleskog termina za stripove – „comics“) su bili uglavnom bez izdavača, objavljivani su putem vlasnika manjih prodavaonica, što je dodatno pridonijelo dojmu da je riječ o tajnovitom, skrivenom mediju koji nije za svačije oči. Naravno, relativni uspjeh „comixa“ nije prošao nepaženo kod izdavača stripovskih giganata, koji su htjeli emulirati njihov uspjeh; *Stan Lee* se, vođen tim, 1974. godine udružio s poznatim umjetnikom *Denisom Kitchenom*, a zajedničkim naporom je stvoren „Comix Book“, antologijski serijal koji je miješao provokativnost *comixa* u dozvoljenim okvirima uobičajenih stripova. Naizgled vrijeđajući obje ciljane skupine, serijal je jako loše prošao te od zamišljenog većeg broja izdanja je dosegao samo pet, od kojih su dva objavljena naknadno, čak dvije godine nakon prvijenca.[5]

Kako je *underground* kultura tih stripova rasla, tako je naglo i pala – mnogi od autora su (pr)osuđeni radi tematike s kojim su se njihovi radovi bavili, što je rezultiralo smanjenom popularnošću – medij koji je nekoć rastao i pulsirao ispod radara je sad izvučen na vidjelo, analiziran i javno prognan. Taj provokativni medij ipak nije nestao bez velikog praska, koji se najviše očitao u izmjeni pravila dotad već pretjeranog strogog kodeksa *CCA*. Motivirani ili uspjehom ili željom da se stripovi kreativno oslobode, donosi se niz odluka koje su se uglavnom povezale uz zabrane prikazivanja (i spominjanja) nadnaravnih „horor“ bića, poput vukodlaka i zombija, dok se najznačajnija doticala kontroverzne tematike droge.

2.3.6. Provokacije za veće dobro

Iako se rušenje nekih od pravila CCA može itekako povezati s dominacijom „comixa“, jedan od ključnih igrača u pomicanju granica jest bio *Marvel*, koji se preko svog najpopularnijeg heroja *Spider-Mana* nastojao suočiti s tematikom uporabe droge i posljedica koje to donosi. Realizacija je došla u obliku trodijelne priče premijerno predstavljene u 96. broju izdanja „*The Amazing Spider-Man*“, gdje se jedan od *Spider-Manovih* najboljih prijatelja predozira nakon serije netipičnih i alarmantnih ispada. *Stan Lee*, autor *Spider-Mana* je htio, unatoč zabrani CCA, prikazati iznimno relevantnu problematiku, smatrajući da je mladim čitateljima bitno pokazati posljedice takvog načina života na korisnika i na bližnje.

Kao što je bilo za očekivati, Autoritet nije podržavao odluku te je odbio dati naljepnicu koja bi značila da je riječ o odobrenim brojevima izdanja. Radi te odluke izdanja vezana za priču nemaju simbol u gornjem desnom uglu, što nije uvelike utjecalo na prodaju ili recenziju priče; dapače, saga je, iako šokantna, bila iznimno hvaljena i cijenjena te je kao takva prvi primjer narative koja je prikazivala (i osuđivala) ozbiljan problem poput zlouporabe droga.



Slika 17 - Trodijelna priča vezana uz problem droge je predstavljena u brojevima 96, 97 i 98 stripa "The Amazing Spider-Man". Za razliku od ostalih brojeva, manjak naljepnice u gornjem desnom kutu je evidentan.

Na neki način je nonšalantna odvažnost *Marvelovih* urednika bila prekretnica, ne samo radi činjenice da poznata izdavačka kuća može objaviti takvu priču s popularnim herojem i ne biti kritizirana, već radi toga što je ukazala na striktnost pravilnika – postavljeno je pitanje zašto se zlouporaba droge ne može prikazati u stripovima, ako se očigledno istakne kao negativni čin, a na temelju tih sumnja je DC objavio svoju verziju slične problematike.



Slika 18 - Naslovnice 85. i 86. broja stripa "Green Lantern/Green Arrow", s vidljivim elementima vezanim uz zlouporabu droge.

Za razliku od *Marvelovog* pothvata tematike, DC potpuno otvoreno komunicira problematiku putem naslovnice, na kojoj se riječ „droga“ pojavljuje nekoliko puta, a glavni lik je postavljen u neupitan čin. Poruka se dodatno ističe na naslovnici sljedećeg (i posljednjeg) broja, u kojem se naizgled mrtvo tijelo heroja povezuje uz veliku ilustraciju igle. Zanimljivo je istaknuti da su oba izdanja odobrena od strane CCA, unatoč očigledno problematičnoj tematici sugestivne prirode.

Među drugim izmjenama koje je Autoritet aplicirao na svoj rigidni sustav je bitno naglasiti dopuštenje prikazivanja korumpiranih državnih službenika, poput policajaca ili pravnika, kriminalnog ponašanja s kojim bi se čitatelj mogao

poistovjetiti (ili još gore, koje bi mogao opravdati na neki način). Osim narativnih izmjena, CCA je dopustio uključivanje nadnaravnih i naizgled zastrašujućih bića poput vampira i vukodlaka, ali uz pravilo da moraju biti prikazani na slični način kao što je to bio slučaj kod poznatih povijesnih (i klasičnih) literarnih djela poput *Frankensteina* ili *Drakule*. Ipak, CCA nije bio odveć popustljiv, pa su neke problematike i likovi ostali zabranjeni, poput zombija, čija je restrikcija bila vezana uz manjak djela s kojim bi se mogli povezati. Razložno tome, *Marvel* kreira svoju vrstu zombija sredinom 70-ih koji su u svim aspektima, osim doslovnom, povezani s idejom.[7]

Ta novonastala "liberalizacija" striktnog američkog pravilnika je dodatno približila popularne stripove njihovom, nekoć kontroverznom i popularnom konkurentu, time polako označavajući početak kraja *underground* ere stripova. Druge promjene u industriji su dodatno povezale suprotnost, a odnosile su se na prodavanje stripova izdavača koji se nisu ravnali po pravilniku Autoriteta te kao takvi nisu imali simbol na svojim naslovnica. Neočekivano, takvi brojevi su privukli uglavnom odraslu publiku, a radi nenadanog uspjeha se pojavio novi val nezavisnih izdavača s mračnijim sadržajem i tematikama koje se ne bi mogle pronaći u popularnijim stripovima tog perioda.

Antologije poput *Friedrichovog "Star*Reacha"* i francuske simbioze znanstvene fantastike i horora koja se mogla pronaći u brojevima "Métal Hurlanta" su kombinirale europsku kreativnost i američku provokaciju koja je bilo toliko uspješna ranije. Spomenuti francuski primjer je, kako to već biva, inspirirao američko tržište te nekoliko godina kasnije se u prodaji pojavljuje "Heavy Metal", strip izrazito necenzuriranog sadržaja koji je potpuno otvoreno prikazivao scene seksa i nasilja, na veliku radost njegove mlade (muške) publike.

2.4. Nejasne brončane granice

2.4.1. Dramatične odluke

Iako se početak sljedećeg perioda u povijesti stripova ne može potpuno definirati, nekoliko ključnih elemenata i zajedničkih narativnih poteza ipak daju do znanja

da je riječ o promjeni - događaji u životu protagonista nisu više toliko jednostavni, oni se zapliću i hvataju u koštac sa svakodnevnom problematikom poput siromaštva i nesigurnosti. Osim narativnih zapleta, era je označena i odlaskom nekoliko, tad već poznatih ličnosti u strip industriji, poput *Stan Leejevog* kreativnog partnera *Jacka Kirbyja* koji je svoj način prikazivanja kozmičkih figura i nadnaravnih ličnosti prenio u *DC*, vječnog konkurenta. Drugi pisci te ilustratori su također prelazili na veće položaje i naizgled bitnije stvari, što je industriju ostavilo u pomalo tranzicijskom periodu; mnoga izdanja popularnih stripova su ugašena, a uslijed iznenadne mračnije faze se stripovski giganti okreću zastrašujućim idejama i likovima.

No, stripovi nisu samo stvarali nove terore već su u postojećim pričama tad već jako dobro zastupljenih heroja ubacivali tamnije elemente, surovu problematiku s kojim se njihovi protagonisti do sada nisu nikad suočavali, što je dovelo do nekih od najkreativnijih priča desetljeća. Izniman primjer je dvodijelna priča premijerno predstavljena u 121. broju *Marvelovog* „The Amazing Spider-Mana“, u kojem nakon iscrpne borbe s glavnim zlikovcem Zelenim Goblinom, *Spider-Manova* tadašnja djevojka tragično strada.



Slika 19 - Naslovnice 121. i 122. broja serijala "The Amazing Spider-Man".

Kao što je evidentno na lijevoj naslovnici, prvi dio priče najavljuje *nečiju* smrt, no čitatelju nije otkriveno o kome je riječ. Ukupno devet likova različite važnosti je postavljeno na naslovnici, a tekst u crnom obliku čitatelju daje do znanja da će jedan od prikazanih likova do kraja broja smrtno stradati. Iznimno bombastična izjava je apsolutno postigla svoju namjeru; čitatelj želi znati više, želi doći do zadnjih stranica broja da razriješi misterij – hoće li nastradati *Spider-Manova* teta ili njegov šef? Njegova djevojka ili prijatelj iz djetinjstva? Priča je vrsno postavljena, a naslovnica je samo pojačala osjećaj napetosti i intrige.

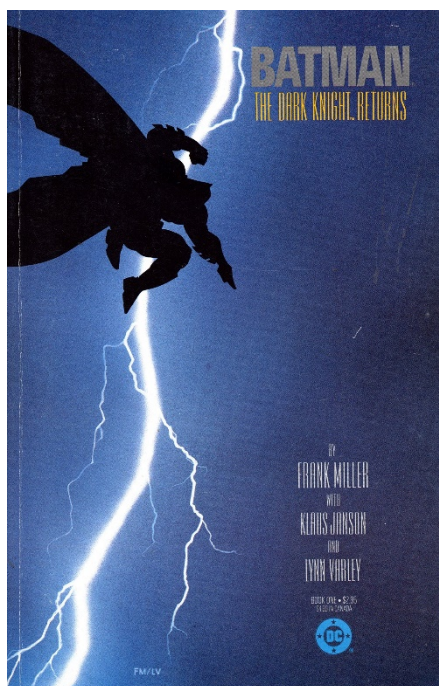
Uslijed mučne borbe s glavnim zločincem, čitatelj otkriva odgovor na pitanje prijašnjeg broja – riječ je o liku *Gwen Stacy*, *Spider-Manovoj* djevojci, originalno predstavljenoj u 31. broju skoro deset godina ranije. Priča je u potpunosti šokirala čitatelje i kritičare, a stripovi više nikada nisu bili isti, zbog čega se nerijetko ova dvodijelna priča smatra završetkom srebrne, i početkom brončane ere stripova, koji će vrlo skoro biti poznata po svojoj mračnoj i odraslijoj tematici.

2.4.2. Turobne osamdesete

Do početka 1980-ih je industrija stripova već doživjela nekoliko prekretnica i razvoja, od zlatnog doba vezanog uz ratove i propagandu, pa do tijesnog perioda 50-ih kada su romani provokativne tematike bili uočljiviji od pukih superjunaka.

Novonastale odvažne priče su stvarale pritisak na *Comics Code Authority*, nekoć vodeću silu stripova i snaga koja je odobravalala što može biti tiskano na stranicama, a što javnost ne smije vidjeti. Sve manje i manje čitatelja je marilo za malu naljepnicu u gornjem desnom kutu, a CCA je postao svojevrsni relikv nekadašnje uskogrudne cenzure. Kako je jedan ekstrem postao nepopularan, drugi se uzdigao i manifestirao u takozvanoj „mračnoj eri“, prepoznatljivoj po ciničnosti, sugestivnom nasilju i eksplicitnošću koja je zaokupila nekoć optimistične junake.

Iako su određeni superheroji, poput *Batmana*, uvijek bili povezani s mračnijom sferom medija, čestog reprezentiranog kroz mnoštvo mentalno nestabilnih zlikovaca protiv s kojima se protagonist sukobljava, 80-e i 90-e to sivo područje podižu na novu razinu. Vjerojatno jedna od najpoznatijih *Batmanovih* priča koja vrlo jasno prikazuje spomenutu tamu jest „The Dark Knight Returns“, kratki serijal objavljen 1986. godine. Napisan kao saga sastavljena od četiri dijela, pisac te ujedno i ilustrator *Frank Miller* predstavlja alternativnu verziju protagonista, odvojenu od svima već poznate svakodnevnice figure *Batmana*. Priča je postavljena u dalekoj budućnosti, u kojoj se heroj nakon dugog perioda neaktivnosti vraća u svijet heroja, putem se boreći protiv raznoraznih sila.



Slika 20 - Naslovnica prvog dijela sage "The Dark Knight Returns".

Tematika i atmosfera djela je očita već i kroz naslovnicu; kombinacija *Batmanove* siluete i olujne noći rezultira snažnim prizorom koji je dodatno ojačan kompozicijom i uređenim tekstom zbog kojeg naslovnica nalikuje nekakvom književnog djelu više nego prvom broju strip serijala. Kako je priča kasnije bila popularizirana i kritički visoko ocijenjena, tako je i naslovnica ostala u potpunosti prepoznatljiva, često korištena kao vizualna referenca na naslovnicama i u kasnijim pričama.

Od jednake važnosti za budućnost medija jest serijal *Watchmen*, originalno zamišljen u 12 dijelova. Radnja koristi heroje koje postavlja u satiričan položaj, istovremeno retroaktivno mijenjajući povijest radi iznenadne pojave superheroja tijekom ratnog perioda 40-ih. Tematika je tmurna, natopljena cinizmom i anksioznošću, dok je sadržaj umjetnički manipuliran – svaka stranica se sastoji od klasičnih 9 panela u kojima se predstavlja narativa stripa, a kao svojevrsni vizualni lajtmotiv se koristi ikona krvavog smiješka. Slično stripu „The Dark Knight Returns“, *Watchmen* je također uživao u golemoj uspjehu tijekom godine dana izlaženja, uvelike zbog svog intrigantnog zapleta na tad već ustaljen koncept superheroja.

Iako je strip originalno zamišljen kao limitirano izdanje, od serijala je do danas napravljeno nekoliko nastavaka koji se bave radnjom prije i poslije, uz filmsku i serijsku adaptaciju u kasnijim desetljećima. *Watchmen* je zbog svog utjecaja opisan kao „trenutak u kojem su stripovi odrasli“, što je impresivan pothvat s obzirom na to da je riječ o iznimno kratkom serijalu.[8]

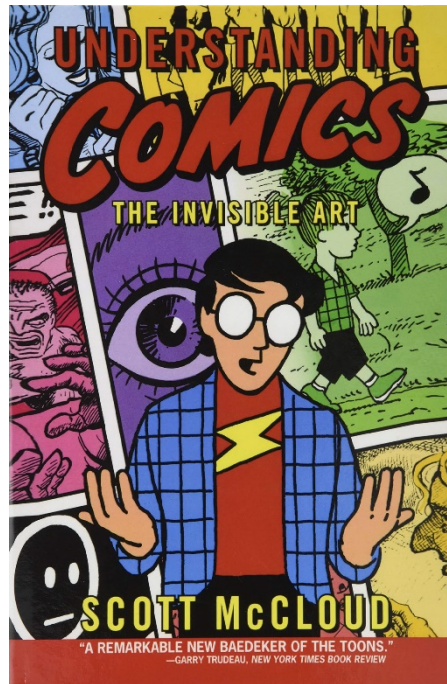
2.4.3. Pozitivne recenzije

Kako su stripovi i njihovi autori postali više umjetnički i literarno ambiciozni kroz 1980-e, tako je medij postao i prepoznatljiv po svojoj vrijednosti kao suvremena vrsta umjetnosti, više nego ikad prije. Stripovi, grafički romani te raznorazne publikacije koje su nerijetko bile kompilacije popularnih saga iz svijeta stripova su uživale u nenadanoj popularnosti i pozitivnim recenzijama nekih od giganta u industriji, poput američkog *New York Timesa* ili *Rolling Stonea*.

Iznenadna pozitivna slika stripa kao medija jest i prvi put da se javno i kritičko mišljenje prema stripovima okrenulo k pozitivnom i poželjnom, do te mjere da su čak neka od popularnijih i monumentalnijih izdanja stripova tog perioda zaštićena zbog svoje vrijednosti za umjetnički svijet, nešto što je bilo nezamislivo prije samo nekoliko desetljeća. Iako su stripovi još uvijek zadržava(li) svoju odvažnost, prkos te mračnu i jezovitu tematiku, to nije bio jedini aspekt njihovog kreativnog stvaralaštva, već se otkrila i strana medija koja je znamenita i umjetnički relevantna.

Pozitivna recepcija ipak nije došla radi manjka promjena u periodu i mediju kao takvom; popularnost se može povezati i s ciljanim publikama, posebice čitateljima *baby boomer* generacije. Oni su tijekom svog odrastanja čitali stripove i vidjeli ih kao zanimljivi i intrigantni medij, što se u kasnijim zrelih godina njihovih života manifestiralo kroz želju da se taj medij iskoristi u komunikaciji i edukaciji. Novonastali učitelji u školama i profesori na fakultetima su uzimali znamenita izdanja stripova kao primjer raznovrsne problematike, što je dodatno ojačalo početnu ideju da je tu riječ o kulturno relevantnom mediju.

Dodatno guranje u smjeru cijenjena medija je došlo putem književnog djela autora i ilustratora *Scotta McClouda* pod nazivom „Understanding Comics“, svojevrsna referenca djelu iz 60-ih koje se bavilo razumijevanjem općeg pojma medija. U svome radu autor istražuje pojam stripova, njegov kulturni i povijesni razvoj te načine na koji su se svi prisutni elementi uspješno kombinirali u novi medij.



Slika 21 - "Understanding Comics", djelo autora *Scotta McClouda* koje je potpomoglo novonastaloj evoluciji stripa.

Samo djelo je napisano kao strip, predstavljeno kroz klasične pravokutnike s glavnim likom koji komunicira putem mjehurića s tekstom, a osim pozitivne kritične recepcije, „Understanding Comics“ je imao velik utjecaj na novonastalo poimanje stripa kao medij vrijedan dodatnog pogleda i kritike. Autor je također zamislio i napisao rad kao poprilično zanimljivo i lako probavljivo djelo koje se može jednostavno prezentirati čitateljima, čak i onima koji su potpuno nepoznati s medijem, a kao takav je i kasnije iskorišten u svrhu edukacije na različitim razinama književne edukacije, unatoč svojoj nekonvencionalnosti.

Njegov svojevrsni esej na relevantnu temu stripova je zapravo došao u savršeno vrijeme – period kada medij više nije osjećao posljedice striktno cenzure, već se

otvoreno bavio odrasлом tematikom koja je vrlo otvoreno bila komunicirana kroz naslovnice i eventualni sadržaj. Uslijed uspjeha nastalog iz očitog spoja, broj odraslih čitatelja je postepeno rastao, radi čega se na tržištu pojavila veća količina stripova namijenjenih za odrasle, s novim naljepnicama poput upozorenja usmjerenih prema roditeljima koja otprilike naziru o čemu je riječ u izdanju. Riječ je o periodu koji je prije samo nekoliko desetljeća bio nezamisliv, a svoj uspjeh i evoluciju duguje radovima koji su prethodili.

Naravno, iako su posljednja dva desetljeća označena mračnijom tematikom, 80-e su također bile i period u kojima su se pojavila i nova lica na tržištu, uglavnom namijenjena djeci, poput danas još uvijek popularnog „Calvina i Hobbesa“. Originalno predstavljen kao dio dnevnih novina, kreativno dijete *Billa Wattersona* se sastojalo od dva protagonista, djeteta *Calvina* i *Hobbesa*, njegove punjene igračke nalik tigru. Iako je vizualno riječ o vrlo jednostavnom stripu, očito s idejom privlačenja mlađih čitatelja, strip se također nerijetko bavio i kompliciranijom tematikom, poput političkih događaja, edukacije te čak i filozofijom.

2.4.4. Protagonisti zajedničkog svijeta

Kako su stripovi superherojskog žanra postajali sve popularniji, konkurenti *DC* i *Marvel* su došli na ideju koja će, ako uspješna, poboljšati naizgled padajuće brojke prodaje. Radilo se o kombiniranju priča nekoliko naizgled nevezanih superjunaka, u kojem će protagonisti zajedničkim snagama poraziti neprijatelje. Ideja nije bila pretjerani novitet, s obzirom na to da su povremeni „posjeti“ raznih heroja iz izdanje u izdanje bili čest prizor, ali je osnova te ideje bila katalizator za *Secret Wars*, *Marvelov* prvi i (do tada) najveći *crossover*, termin s kojim se opisuje fiktivna situacija u kojoj se likovi i situacije iz drugih izdanja povezuju u jedno, uslijed nekakvog problema koji zahtijeva zajedničke snage.

Objavljen 1984. godine te izlazeći u dvanaest mjesečnih nastavaka, strip je već s prvim brojem uspio spojiti nekoliko *Marvelovih* najpopularnijih heroja, ali spoj, iako u konačnici briljantan i isplativ, nije nužno došao od želje da se ostvari dobiveno. Originalna ideja je sugerirana od strane kompanije igračaka, koji su

htjeli od njihovih poznatih junaka napraviti dječje igračke. Jedan od predstavljenih uvjeta, ako bi se *Marvel* složio s njihovom ponudom, jest da se napravi *crossover* priča, odnosno golemi događaj u tada već šarenom stvorenom svijetu, preko kojeg će raznorazni protagonisti doći u kontakt jedan s drugim.

Kako bi predložena ideja bila što uspješnija, nekoliko (dječjih) fokusnih skupina je testirano, a zaključak je bio očit – djeca su najbolje reagirala na ključne pojmove vezane za ratove (engl. „wars“) te tajne (engl. „secret“), što je ultimativno rezultiralo konačnim naslovom *Secret Wars*.

Pošto je priča imala određeni početni datum, događaj se mogao „nagovijestiti“ u zasebnim postojećim pričama, kao mali okus toga što čitatelje čeka kada *Secret Wars* kreće u prodaju. Nakon nekoliko brojeva koji su postavili temelj priče, događaj je mogao započeti.



Slika 22 - Naslovnica prvog broja Marvelovog "Secret Wars.

Kao što je za očekivati od ovako sveobuhvatnog događaja u svijetu stripa, naslovnica prvog broja apsolutno pršti od likova, i vrlo malo je ostavljeno mašti. Kompozicija je vrlo dinamična, a heroji u različitim akcijskim pozama se

suočavaju s neviđenim zlikovcem. Žuti mjehurić postavljen na lijevoj strani dodatno potiče ideju da se heroji suočavaju s moćnom, neviđenom snagom.

Nejasnost naslovnice se dodatno provlači kroz nekoliko sljedećih brojeva, a formula je uglavnom identična – s obzirom na to da je riječ o *crossoveru* s mnoštvom popularnih likova, profitabilnije je na naslovnicu staviti nepovezani prizor koji vrvi od svima dragih heroja nego postaviti nešto što na neki način prepričava radnju ili prikazuje glavni sukob.

Originalno zamišljen kao jednogodišnji test, *Secret Wars* je na tržištu jako dobro prošao i dodatno popularizirao tad već popularne likove. Događaj je također služio i za predstavljanje novih likova i zapleta koji će u konačnici biti relevantni za buduće narative protagonista koji su se našli u središtu radnje.

Dodatno potaknuti nenadanim uspjehom, *Marvel* kreira nastavak već sljedeće godine, prikladno nazvan „*Secret Wars II*“. Za razliku od svog prethodnika, radnja nastavka nije samo sadržana unutar devet brojeva, već se intriga i raspršila po drugim izdanjima, čime je dodatno očvrsnuta ideja da je riječ o širokopojasnim posljedicama na *Marvelov* svijet. Kako bi se čitateljima olakšala navigacija kroz mnogobrojna i naizgled kompleksna izdanja, kraj svake relevantne priče bi sadržavao raspored koji čitatelje usmjerava prema nastavku sage.

Iako tako postavljeno, nije svako izdanje vezano za događaj bilo od velike važnosti, posljedično ili narativno; u nekim situacijama bi naslovnice sugerirale da je riječ o znamenitom izdanju koje će promijeniti tijek radnje, ali bi se to rijetko ispunilo.

S druge konkurentske strane je bio *DC*, koji je svoj prvi (znameniti) *crossover* imao još davne 1961. godine, u kojem je *Flash* upoznao stariju verziju istoimenog junaka, čime je u suštini započeta ideja paralelnih svjetova i heroja. 1985. godine, kako se *Secret Wars* približavao kraju, *DC* je objavio svoj golemi dalekosežni događaj pod nazivom „*Crisis on Infinite Earths*“.

Ideja je bila potpuno restartati svijet kreiran još početkom 40-ih, kako bi se nove priče mogle ispričati bez potrebe da čitatelj zna skoro pedeset godina radnje. S obzirom na to da je riječ o tako opsežnom događaju, mnogi likovi su prikazani kroz dvanaest brojeva izdanja, a posljedice su uistinu bile drastične, od smrti poznatih junaka do pojavljivanja potpuno novih lica u novonastalom svijetu. Iako je događaj bio vrlo uspješan, na neki način je stvorio problem koji je namjeravao riješiti – kompleksnost sveobuhvatne priče i odnose između likova.

Marvelov „tajni rat“ i *DC-ijeva* „kriza“ u dvanaest dijelova su bili toliki divovski hitovi da su privremene odluke revidiranja likova i narative u narednim godinama postali svojevrsna praksa, ideja preko koje se priča i sadržaj razvijaju. *DC* će također u sljedećih par godina doživjeti još nekoliko sličnih izmjena i događaja koji ne samo da su promijenili način prikazivanja narative u njihovim stripovima, već su također imali i dalekosežne posljedice na samu industriju stripa, pogotovo onu superherojskog žanra.

2.4.5. Kraj stoljeća

Sredina 90-ih je za industriju stripova bila izrazito nepredvidljiva; nekoć popularni, ali svejedno manje poznati izdavači su bili naglo suočeni s padajućim i naizgled neobjašnjivim brojkama čitanosti. Manjak popularnosti nije samo utjecao na manja imena, već i na jednog od stripovskih giganta, *Marvel*, koji je 1996. godine podnio zahtjev za stečaj.[9]

Nešto bolje je prošao *DC*, uglavnom zahvaljujući nekoliko filmskih adaptacija iznimno slavnog superjunaka *Batmana* 1989. te 1992. godine, dok je (treći) nastavak 1995. godine polako gubio na popularnosti, a odluka da se nastavi s filmskim adaptacijama je opet odbijena, zbog dokazane neisplativosti. Jednako su prošle i animirane serije koje, iako danas iznimno cijenjene i smatrane vrhuncem animacije krajem stoljeća, svejedno bivaju masovno otkazane zbog manjka profita i popularnosti.

Kako je osnovni strip nailazio na neuspjeh, tako se uzdigao nešto „sočniji“ format stripa u obliku grafičkog romana koji se, za razliku od svog prethodnika, mogao

otvoreno prodavati na kioscima jednako dobro koliko i u knjižarama, što je dodatno učvrstilo ideju da je riječ o nešto kvalitetnijem i vrjednijem obliku medija. Bitno je i spomenuti rastuću digitalnu varijaciju stripa, takozvani „web“ stripovi koji su polagano rasli na popularnosti, unatoč tek populariziranom fenomenu Interneta. *Web* varijanta će kasnije biti jedan od vodećih (i pristupačnih) načina konzumiranja stripova, stoga je zanimljivo istaknuti njegove zaista skromne početke.

Posljednje godine stoljeća su dodatno istaknule nejednolikost stripa kao medij i njegovu ulogu u normaliziranju tad još uvijek provokativne tematike vezane za seksualnost ili rasizam. Nezavisni i alternativni izdavači su nastojali promovirati izazovne narative i protagoniste jer nisu imali što izgubiti, pošto je njihova popularnost u potpunosti jenjala. Dolazi do specifične simbioze stripova i drugih literarnih žanrova poput autobiografija i dnevnika koji su uspjeli pronaći mjesto u svijetu stripova, a isti su često bili povezani uz već spomenutu odraslu i odvažnu tematiku. Jednako uspješan je bio i format grafičkog romana koji je uspio održati stvorenu publiku i važnost u književnom svijetu.

Stripovi superherojskog žanra, iako su još uvijek bili iznimno relevantni za medij, nisu pronalazili svoj identitet u kasnim 90-ima, pogotovo nakon preplavljujućeg vala pozitivno ocijenjenih okorjelih djela poput *Watchmena*. *Marvel*, motiviran uspjehom navedenog stripa, 1994. godine objavljuje „Marvels“ serijal koji je nastojao prezentirati sadržaj iz zlatnog i srebrnog doba u modernom i probavljivom formatu.



Slika 23 - Prve tri naslovnice "Marvels" serijala.

Naslovnice serijala su slike umjetnika *Alexa Rossa* koji je također ilustrirao i unutarnje prizore, a cjelokupni dojam je slikovit, nadzemaljski, što savršeno evocira čuđenje i moć prikazanih superjunaka. Svaka naslovnica sadržava logo, postavljen u gornjem kutu, zajedno s debelim crnim okvirom i impozantnim prizorom koji nagovještava neke od junaka broja. Zanimljivo je da je umjetnik prikazao heroje koje sa svojim izgledom odaju dojam čudnovatosti i nadnaravnosti dočaranih junaka – od figure koja je okružena plamenima, anđela koji spašava odbačeno dijete, pa do centralne ličnosti metalne teksture. Prizori su odveć minimalistički, ali svejedno sugeriraju zaplete, ljudske i kozmičke, što je impresivno s obzirom na to da osim logotipa na naslovnici nema drugih elemenata.

2.5. Moderni pogled

2.5.1. Oličenje na filmskom platnu

Uspjeh stripova krajem 90-ih također nije nužno došao od same prodaje tiskanog medija, već i od niza *Hollywoodskih* „blockbustera“ koji su adaptirali *Marvelove* popularne, ali i neobične junake. Za razliku od stripa, filmovi su mogli doseći puno širu publiku te su bili lakši za razumjeti pošto je priča (uglavnom) bila sadržana unutar nekoliko sati trajanja filma. Trend je ustvari započeo izlaskom *Bladea*,

1998. godine; *Marvel* je adaptirao pomalo opskurnog lika koji je uglavnom povezan uz nadnaravne spodobе poput vampira i vukodlaka.

Film je, iako potaknut stripovima koji su bili namijenjeni mlađima, sadržavao određene eksplicitne scene, kao i prizore koje bi se vrlo lako mogli zamisliti u horor žanru, što je konačno i dodatno populariziralo djelo. Motivirani uspjehom, dva nastavka („Blade II“ i „Blade Trinity“) izlaze 2002. te 2004. godine, uz nešto slabiju pažnju javnosti i kritičara.

Bladeov uspjeh je dodatno ojačao *Marvelovu* ideju adaptiranja stripova u filmove, što je evidentno izlaskom filmske adaptacije *X-Mena* 2000. godine. Kako su se računalni softveri razvijali simultano uz filmsku industriju, specijalni efekti prikazani u adaptacijama su bili vrsno rađeni, često impresionirajući gledatelje koji su stripove smatrali dječjom razbibrigom. Uz zagarantirani uspjeh svojih heroja, *Marvel* nastavlja adaptiranje, s vrlo uspješnim rezultatima, poput *Spider-Mana* koji je dosegao rekordne razine gledanosti u cijelome svijetu.

Naravno, ni konkurent *DC* nije ostao ravnodušan na viđeni uspjeh, te sredinom 2000-ih objavljuje vlastitu adaptaciju *Batmana*, pod prigodnim nazivom „The Batman Begins“. Slično *Marvelu*, film je smatran punim pogotkom, a nastavak izlazi nakon tri godine – kritički visoko ocijenjen „The Dark Knight“, koji je na dodjelama *Oscara* 2009. godine osvojio čak 8 nagrada, uključujući nagradu za najboljeg sporednog glumca. Iznenadni uspjeh oba izdavača je bio dokaz da stripovi više nisu toliko nepoznati niti su njihovi protagonisti opskurni, već su oni stabilni dio moderne pop-kulture.

Redovito izlaženje *Marvelovih* filmova krajem 2000-ih je rezultiralo stvaranjem novog „svemira“ koji se organski stvorio u svijetu stripova; novonastale adaptacije slavni junaka poput Kapetana Amerike i *Iron-Mana* su postale vlastite ličnosti spojene kroz događaje i reference. Nakon izlaska pet filmova u rasponu od tri godine, *Marvel* sve heroje spaja u jedan film, svojevrsni *crossover* modernog filmskog doba koji na platno predstavlja heroje u zajedničkoj borbi.

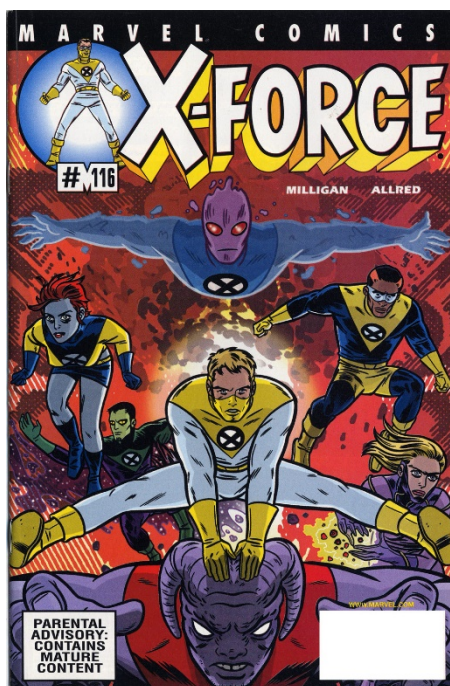
Riječ je o adaptaciji *Avengers* tima iz stripova, koji je nakon izlaženja držao rekord za najveću zaradu filma – ikad. Otprilike oko istog perioda je *Disney*, jedan od vodećih sila u produciranju zabavnog sadržaja, kupio *Marvel*, tvoreći spektakularan konglomerat potencijala. Uspjeh filmova nije bio samo na platnu, već se i odrazio na stripove, njihovu originalnu inspiraciju.

Heroji koji nekoć nisu imali svog dvojnika u stvarnome svijetu su počeli nalikovati na glumce koji su ih predočili na velikom platnu, dok su radnje mnogih priča također poprimile neke od karakteristika viđenih u popularnim adaptacijama. Vizualno je tu riječ o širenju kadrova, „panela“ u kojima se odvija radnja, prizori su češće horizontalni i rastezljivi, dok su naslovnice komponirane nalik filmskim posterima, neizbježni fenomen koji je i do danas ostao itekako zastupljen.

2.5.2. Prekid cenzure i uvođenje kategorija

U ranim godinama 21. stoljeća je *Marvel*, donekle potaknut uspjehom vlastitim filmom o ubojici vampira, a donekle potaknut rastućom netrpeljivosti prema cenzuri, odlučio napustiti striktnost nekoć vodećeg CCA pravilnika. Iako su neka veća i neka manja imena odlučili slijediti njihov primjer, do 2010. godine su samo tri popularnija izdavača pratila njihove granice: *DC*, *Archie Comics* te *Bongo Comics*. No, samo godinu dana kasnije su i oni odlučili prestati ovisiti o njihovim cenzurama te u siječnju 2011. godine je „Comics Code Authority“ potpuno ugašen.

Kako je sistem napušten, tako su izdavači počeli koristiti vlastite načine ocjenjivanja prikladnosti izdanja ovisno o dobnim skupinama. 2001. godine je *Marvel* objavio sistem od četiri kategorije: „ALL AGES“, namijenjen za čitatelje svih dobnih skupina, „PG“, kategorija koja od roditelja traži da sami odluči koliko je sadržaj prikladan za njihove najmlađe, „PG+“, koji je produženje prethodne kategorije te „PARENTAL ADVISORY/EXPLICIT CONTENT“ kategorija koja izričito naglašava da je riječ o eksplicitnom sadržaju koji nije primjeren za sve dobne skupine, a vjerojatno ni najmlađe.



Slika 24 - Primjer naslovnice koja u donjem lijevom rubu sadrži najvišu kategoriju upozorenja o eksplicitnom sadržaju.

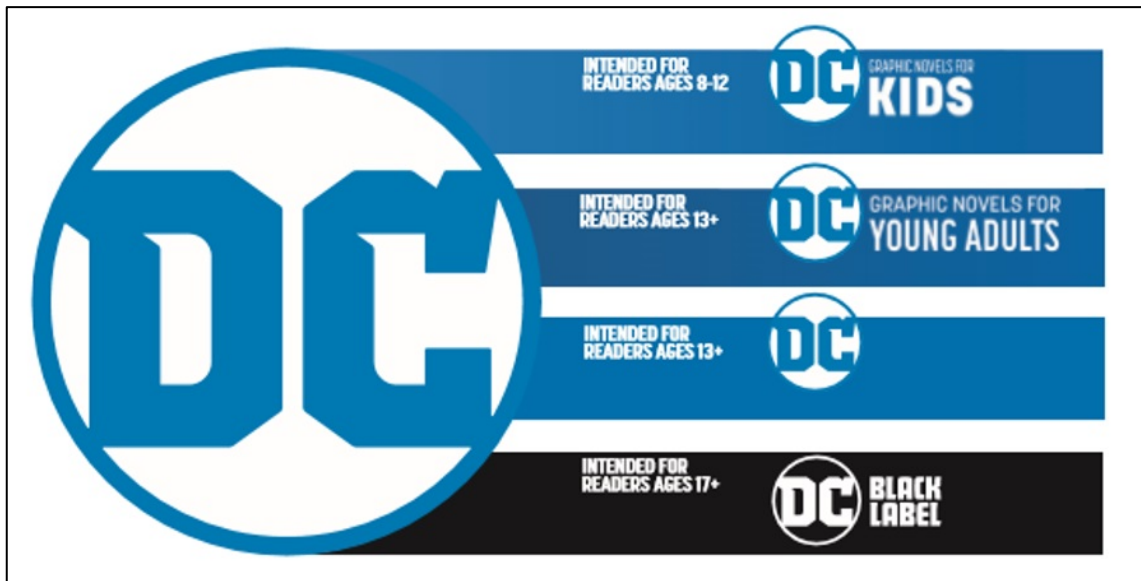
Do danas je njihov sistem doživio nekoliko varijacija, a danas postoji pet kategorija označenim inicijalima – A (prikladno za sve dobne skupine), T (prikladno za većinu čitatelja, ali na roditelju je da odobri sadržaj), T+ (kategorija koja se odnosi na dobnu skupinu 13 i više), PA (15 godina i više, teme su mračnije i eksplicitnije) te EC, kategorija za eksplicitni sadržaj neprimjeren mlađima od 18 godina. Dodatna kategorija je kasnije dodana zvana „MAX“, a svaki strip koji je spadao u tu kategoriju je imao logo u desnom uglu kako bi se razlikovao od klasične bijele etikete za ostale, naizgled jasne kategorije. Također novitet kod *MAXa* je bio način prodavanja – „MAX“ stripovi nisu bili prodavani na kioscima i nisu se (zakonski) smjeli prodavati mlađim čitateljima, što je donekle utjecalo na njihovu popularnost i kratkotrajnost.



Slika 25 - Naslovnice nekih od "MAX" izdanja.

Iz prikazanih primjera je evidentno da je putem same naslovnice komuniciran ton narative, kao i očekivana eksplicitnost. Likovi su prikazani s grubljim potezima, dok se paleta boja uglavnom veže uz boju krvi i kontrastne crne. Položaj „MAX“ logotipa je varirao – ponekad je postavljen uz sam barkod, zajedno uz pravokutnik koji ističe da je riječ o eksplicitnom sadržaju, a ponekad se ta informacija nalazila na samome vrhu uz logo stripa.

DC je svoj sistem razvio desetak godina nakon *Marvela* radi povezanosti uz kasnije napušten CCA. Tako je 2011. godine donesen sistem od četiri kategorije, „E“ za sve uzraste, „T“ za tinejdžere do 12 i dalje, „T+“ za tinejdžere starije od 15 godina te „M“, kategorija koja označava sadržaj primjeren za čitatelje starije od 17 godina radi svoje eksplicitne naravi i sugestivne tematike. 2020. godine se sistem nadograđuje, a inicijali kategorija se zamjenjuju s vizualno ugodnijim bojama koje sugeriraju o kojoj je razini riječ.



Slika 26 - Prikaz DC-jevog sistema osvježenog 2020. godine.

Osim zamjene inicijala, novodefinirane kategorije sa sobom nose i drugačije nazive i logotip. Tako je „DC Kids“ najsvjetlija varijanta plave i prilagođena je uzrastima od osam do dvanaest godina, tamnija varijanta isključivo korištena za grafičke romane je „DC Young Adults“, a varijanta bez tog naziva se aplicira na sve ostale stripove. Plava se zamjenjuje s dramatičnom crnom, vrlo sličnoj *Marvelovom MAX* dodatku. Stripovi s tom crnom trakom su narativno mračniji i ozbiljniji, baveći se eksplicitnom tematikom koja ne spada u prethodne tri kategorije.

2.5.3. Povratak straha

Kako je industrija stripova promijenila stajalište prema zastarjelom sistemu cenzure, tako su se na tržište pojavili novi naslovi s tematikom koja dugo nije bila zastupljena. Među popularnijim je bilo djelo *Roberta Kirkmana* pod nazivom „The Walking Dead“, serijal o apokaliptičnoj budućnosti smještenoj u svijetu koji su preuzeli nežive kreature zvani zombiji.



Slika 27 - Neke od istaknutih naslovnica serijala "The Walking Dead".

Sadržaj stripa je, kao što se može pretpostaviti po tematici, surov i tmuran. Glavni likovi se suočavaju s teškim odlukama, ponekad moralno neispravnim, kako bi preživjeli. Bezosjećajnost novonastalog svijeta je vrsno komunicira i putem naslovnice; od istaknutih je vidljivo da je riječ o dramatičnim prizorima koji, iako ne daju pretjerano puno informacija o radnji, djeluju jako upečatljivo, od samostalne siluete glavnog junaka koji se nalazi na groblju do psihopatskog negativca koji je prekriven krvlju.

Kako se slična mračna i cinična tematika pokazala odveć popularnom, mnoga izdanja koja se mogu smatrati triler i horor žanrom izlaze na tržište početkom 21. stoljeća. Jedan od njih je *Image Comicsov* „Invincible“, koji tako tmurnu tematiku u početku ne komunicira putem naslovnice niti umjetničkim stilom već narativom koja se iz broja u broj gradi u pozadini.



Slika 28 - Naslovnice serijala "Invincible". Očita je evolucija u prikazivanju mračnije tematike.

To pravilo se počinje kršiti negdje oko 10. broja, kada se narativa vidno pomračuje i počinje baviti odraslijom tematikom. Češće je pojavljivanje nasilnih prizora na naslovnicama, kao i prizor sukoba i posljedica istih. Za razliku od konkurenata, *Image Comics* na naslovnicama ne prikazuje nekakve kategorije ili kodekse koje bi čitateljima dale do znanja koliko je sadržaj (ne)primjeren. Osim osnovnih stvari poput logotipa, broja izdanja te barkoda, čitatelju se ne prenose neke druge ključne informacije i zbog toga je učinak i kod ključnih izdanja, poput broja 11 prikazanog gore desno, time i jači.

2.5.4. Uspon web stripova

Kako se Internet neizmjerljivo brzo uzdizao u popularnosti kroz 2000-e, tako se i pojavila potreba za stripovima koji bi se mogli čitati digitalno. Poanta nije bila da iskustvo bude jednako tiskanom mediju, već da čitatelj može pratiti avanture bez potrebe da odlazi do kioska ili nekog drugog izvora, uz potpuni komfor.

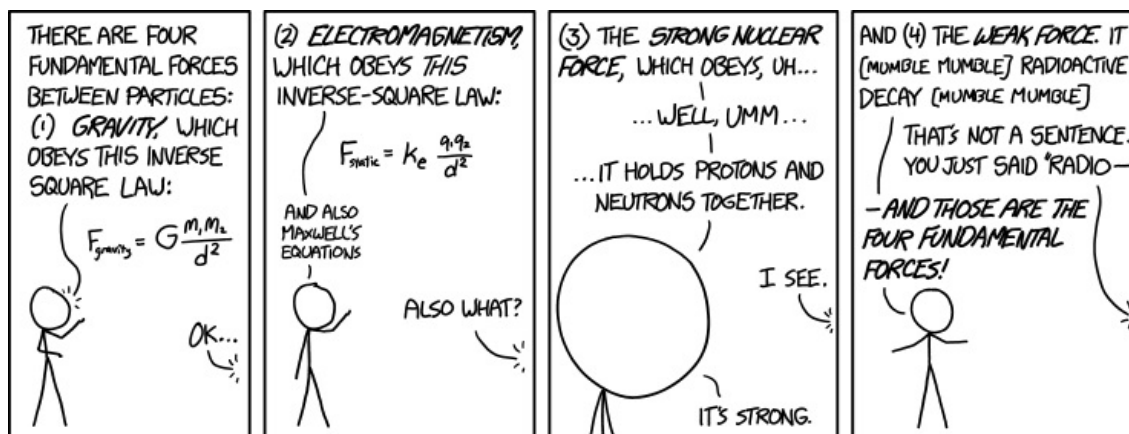
Uspon web stripova kao nove verzije medija je nagovijestio *Scott McCloud*, u svome djelu „Reinventing Comics“. Njegova tvrdnja je bila ta da će Internet, kao novonastali gorostas industrije, biti odgovoran za beskonačnost stripova. Bez potrebe da se priča objavi pod nekim izdavačem, autor bi imao potpunu anonimnost (ako je to potrebno) kao i samostalnost. Iako je objavljen 2000.

godine, i u narednim godinama nije bio pretjerano relevantan niti je točno pretpostavio uspon takvog medija, *McCloud* je uspio predočiti sliku koja je danas potpuno očekivana i normalizirana.[10]

Nekoliko web stranica namijenjenim prikazivanju web stripova su se pojavile kroz rane godine 21. stoljeća, no nisu pronašle pretjeranu popularnost. Iako je ideja bila opravdana, čitatelji uglavnom nisu bili sigurni kako pronaći takve stranice niti su isti bili reklamirani. Ipak, 2002. godine se osniva „Modern Tales“, koji nastoji stvoriti monopol u svijetu web stripova, što je na neki način i postignuto, no s drastično slabijim brojevima od tiskanih varijanti. Tako je do 2005. godine *Modern Tales* imao oko 2000 mjesečnih čitatelja, što je bilo mizerno naspram godišnje zarade suvremenih stripova u vrijednosti od oko 350 milijuna američkih dolara.[11] Iako je autor *Modern Talesa* čitateljima naplaćivao sadržaj tri američka dolara, nije uživao u pretjeranom uspjehu.

U sljedećih nekoliko godina je došlo do manjih događaja u razvoju web stripova, od osnivanja kategorije isključivo namijenjene web stripova na nagradama *Eagle Awards* [12], pa do stvaranja poveznice između videoigara i web stripova jednakog žanra, digitalni medij je bio u usponu, iako relativno sporim tempom. Kako su se društveni mediji počeli probijati u prostor Interneta krajem 2000-ih, proporcionalno raste i popularnost web stripova; autori su mogli putem svojih profila na popularnim mrežama poput *MySpacea*, *Tumblr* i *Facebooka* dijeliti svoje kreacije i likove, time pozivajući publiku koja za njih inače ne bi znala.

Usljed olakšane popularizacije, stripovi su se također bavili i nešto širom i izazovnijom tematikom koja nije bila namijenjena samo humoru, već i sintezi s drugim žanrovima, pa čak i disciplinarnim znanostima poput, danas cijenjenog, stripa „XKCD“ koji putem vrlo rudimentarnih crno-bijelih figura čitateljima odgovara na znanstvena pitanja i razne nedoumice. Odgovori su predstavljeni na šaljivi način, zbog čega je naizgled izazovna tema potpuno razumljiva.



Slika 29 - Primjer narative stripa "XKCD", koji vješto kombinira fiziku i humor.

Web stripovi su također jedinstveni po svome načinu prikazivanja i prepričavanja narative – rijetko je to slično tiskanim stripovima koji svoje sage i dugotrajne priče vuku kroz pedeset (i više) godina povijesti nekog lika, što web stripovi očigledno ne mogu. Osim toga, stripovi predstavljeni putem web stranica također u većini slučajeva nemaju naslovnice, nekakav zajednički element putem kojeg bi se mogla predstaviti radnja specifične priče.

U tom pogledu su kao medij dosta slični stripovima koji su izlazili nedjeljom, početkom 20. stoljeća, koji su potpuno ovisili o tjednom novitetu; priča se teško mogla razvući (i ostati intrigantna) nakon perioda čekanja od sedam dana, pogotovo kada je sav sadržaj predstavljen u nekoliko panela, kao što je to slučaj kod gore predstavljenog „XKCD“ stripa. Ipak, problem nekoherentne narative se donekle može riješiti uključivanjem dodatnih poveznica koji čitatelja upoznaju s glavnom radnjom i likovima, no to uvelike ovisi o volji kreatora.

Diskurs vezan za web stripove često nailazi i na pitanje financijske isplativosti – koliko određeni autor zaradi na stripu (ako išta) i vrijedi li se ulaziti u nekakav takav biznis. Odgovori na to pitanje su donekle očekivani: iako su rastom Interneta i njegovom evolucijom takvi stripovi postali popularniji, autori ne uživaju u pretjeranom profitu niti je većini to „glavni“ posao. Dapače, većina profita zarađenih putem web stripova ne dolazi od njih samih, već od raznoraznih promocija, dobrovoljnih donacija i, što je pomalo ironično, izdavanja knjiga na temu istog.

Tako je zapravo glavni izvor zarade web stripa – tiskani medij, zatim u manjoj mjeri roba koja se prodaje na istoj web stranici te reklame koje čitateljima iskaču tijekom pokušaja čitanja.[13] Dodatni uspjeh nalaze autori i ilustratori koji su prije pokretanja web stripova već radili taj posao u, primjerice novinama ili nekim većim izdavačkim kućama, kao što je slučaj kod serijala „The Far Side“, autora *Garyja Larsona*. Naravno, takvim autorima prihod dolazi uglavnom od migrirajućih korisnika, ali primjer vrijedi kao dokaz da prijelaz s tiskanog na digitalni format nije nužno znak neuspjeha.

2.5.5. Stripovi današnjice

Kako je svaki medij doživio svoje evolucije i peripetije, tako se i strip do danas promijenio u nešto možda neprepoznatljivo naspram svoje početne verzije. Neke izmjene su rezultat napredne tehnologije modernog doba, dok su neke prirodne evolucije uzrokovane dugogodišnjim razvojem likova i narativa, dodatno potaknuti društveno i socio-ekonomskom situacijom današnjice.

Iako se na tiskane medije gleda kao propadajuću industriju, novine i časopisi koji dnevno čitaju milijuni i milijuni korisnika su dokaz da tiskano ipak nije izjednačeno s nečim izumrlim, barem ne još neko vrijeme. Brojevi prodanih primjeraka, uglavnom oni vezani uz superherojsku tematiku relativno fluktuiraju, ali nisu poražavajući – sasvim suprotno, 2019. godine je samo u Sjevernoj Americi zarada stripova nadmašila pola milijarde američkih dolara.[14]

Čitatelji ipak iščekuju avanture svojih najdražih likova, iz tjedna u tjedan, a tome pridonose i razne filmske i serijske adaptacije koje su stvorile novi kreativni moment na temelju stripova prošlosti i sadašnjosti. Neovisno je li riječ o *Marvelovoj* rekordnoj multimilijarderskoj franšizi filmova ili adaptacijama mračnih i zrelih priča poput „The Boys“ koji je na *Amazonu Primeu* srušio sve rekorde, uspjeh potaknut stripovima nije sporan; štoviše, on je i očekivan.

Na neki način je najveći dokaz uspjeha stripova evidentan kroz slavu nastalu *radi* njih, ideje koje su poznati autori poput *J. M. DeMatteisa* prvo dočarali na papiru,

a zatim su te ideje zaživjele još više na velikim platnima i svim drugim vrstama medija.

Strip je kao takav doživio najveću evoluciju, i to onu koja ga je transformirala iz nečeg osnovnog – poput malog kutka u nedjeljnim novinama – u impresivnu silu industrije.

3. Naslovnica stripa

Kako je strip vizualni medij, tako svi njegovi elementi rade zajedno i prema određenoj svrsi – poput logotipa izdanja koje je tu da stvori karakter protagonista ili općenitog serijala, pritom zadržavajući prepoznatljivost. Drugi vizualni aspekti, kao primjerice umjetnički stil kojim se ilustrator vodi pri oživljavanju stripa ili odabrani font preko kojeg se komunicira sadržaj, doprinose ukupnom radu, konačnom tiskanom mediju zvanom strip.

No, iako se strip sastoji od više elemenata, nemaju svi jednaku važnost niti prinos cjelini; neki su neobavezni, pa ih se redovito izostavlja, dok su drugi ključni dijelovi bez kojih strip nije to što jest. Jedan od tih obaveznih elemenata jest naslovnica, prednja strana svakog broja zasebno tiskanog izdanja koje čitatelju komunicira o kojem se serijalu radi, koji su autori radili na djelu i preko kojeg izdavača.

Premda se to od nje očekuje, naslovnica ne komunicira nužno i glavni sadržaj djela, kao ni glavne likove i/ili pokretače radnje; dapače, ona može namjerno čitatelje prevariti i nagovoriti na kupnju zbog stvorenog dojma, što je jedna od čestih marketinških tehnika koju izdavači koriste u svrhu promoviranja proizvoda. Naslovni sadržaj bilo kojeg medija je moćan alat jer je, u većini slučajeva, upravo on prvi doživljen i služi kao temelj preko kojeg se stvaraju originalni dojmovi. Znajući to, mnogi izdavači hotimice za naslovnicu stavljaju prizore koji se ne odražavaju eventualno u sadržaju, a u nekim slučajevima su čak i potpuno izostavljeni do sljedećeg izdanja.

Kako je kroz povijesna razdoblja napredovao strip, tako se i pojavila potreba za promoviranjem stripova, a očiti način je bio kroz naslovnicu. Ipak, ona je najupadljiviji element stripa i kroz njega se, ako pravilno izvedeno, može ostvariti niz vizualnih momenata preko kojih će se manipulirati s promatračem u svrhu prodaje i stvaranja interesa.

U sljedećim poglavljima će se istaknuti neke od najčešćih taktika u svrhu postizanja dojma, kao i odnos prikazanih naslovnica s unutarnjim sadržajem te njihova povezanost i relevantnost prema postavljenoj narativi. Navedeni primjeri

će isključivo biti vezani uz stripove superherojskog žanra, uz povremene reference na djela drugih i/ili sličnih žanrova.

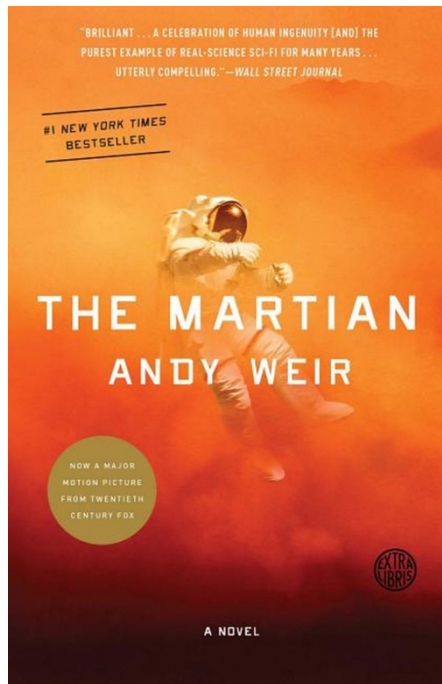
3.1. Prikazivanje likova

3.1.1. *Pregled kroz medije*

Svaka priča, bila ona tekstualnog ili vizualnog sadržaja, u tiskanom ili digitalnom mediju, mora imati određene ključne elemente koje će povesti narativu. Počevši s okvirnom radnjom, ona se, u većini slučajeva, zapliće i prepliće s raznoraznim postavljenim ličnostima koji služe kao glavni pokretači radnje, zajedno uz sekundarne te eventualno tercijarne likove.

U svrhu promocije se upravo ti spomenuti likovi najčešće stavljaju na pročelje, dodatno motivirajući promatrače, pogotovo ako je riječ o slavim ličnostima ili ekstravagantnim prizorima koji stvaraju osjećaj intrige; isti fenomen se tako može i pronaći u svijetu stripova, ali i ostalih tiskanih medija poput časopisa i knjiga. Prednje mjesto najčešće zaokupljuju glavni likovi – što je ipak i očekivano – no dodatni problem se javlja kod naslovnica koje, u svrhu promocije, likove od narativno manje važnosti postavljaju na glavno ili sporedno mjesto kako bi privukli korisnike, unatoč tome što je poruka u suštini neispravna.

Problematika se također javlja kod knjiga s filmskim adaptacijama, pogotovo onim koje su uspješnije nego što je knjiga ikad bila. Te naslovnice odbacuju svoje stare dizajne i zamjenjuju ih preformuliranim filmskim posterima, iako radnja unutar (najčešće) divergira od one filmske. To je svakako dodatan problem vjernim čitateljima knjiga jer je rezultat daleko manje kreativan.



Slika 30 - Naslovnica knjige "The Martian", originalna (prikazana lijevo) i naslovnica po uzoru na filmski poster (desno).

Osim cijelog dizajna, djela objavljena nakon izlaska filma nerijetko imaju i neuglednu naljepnicu na prednjoj strani, poput naslovnice prikazane u gornjem primjeru lijevo, koja čitatelje obavještava da je roman koji drže u rukama filmski adaptiran. To je naravno dodatna vrsta reklamiranja i promoviranja filmske adaptacije, u slučajevima da promatrač toga nekako nije bio svjestan.

3.1.2. Aplikacija u stripovima

Kako svijet stripova sadrži iznimno kreativne likove i raznobojne dimenzije, tako je promoviranje upravo te šarolikosti logičan i idealan način za privući čitatelje. Prvom pojavom superjunaka 1938. godine je otvorena nova sfera za čitatelje stripova, ali jednako i za njihove izdavače koji su upravo na uspjehu jednog od prvih heroja *Supermana*, vidjeli kako je taj žanr isplativ. Već u sljedećem broju svog premijernog serijala, *Superman* nije prikazan na naslovnici, vjerojatno zbog iznenadnog i nenadanog uspjeha na koji izdavači nisu bili spremni. To pravilo vrijedi sljedećih pet brojeva, sve do sedmog broja serijala „Action Comics“, kada

se *Superman* ponovo prikazuje na naslovnici, ovaj put uz sitni naputak za čitatelje.



Slika 31 - Naslovnica sedmog broja serijala "Action Comics".

Iako izostavljen na naslovnici, *Superman* se doista prikazuje na naslovnici svakog narednog broja, čim je više zanimljiva neobična marketinška odluka izdavača. Do sedmog broja je greška očita, pa uz uzbudljivi prizor *Supermana* kako hvata negativca ili spašava nevinu osobu (muškarac nije definiran niti se pojavljuje u priči), u donjem desnom uglu stoji opaska za čitatelje. Ona tvrdi da će se *Superman*, istaknutim velikim crvenim slovima, pojavljivati u „ovom broju i svakom nadalje“.

Potreba za naglašavanjem je dodatno intrigantna kada se uzme u obzir da je poruka ustvari redundantna jer se, do ovog broja, *Superman* već pojavljivao u svakom broju. Naputak se ponovo pojavljuje u devetom broju pa nadalje, a priopćenje je jasno – *Superman* je razlog zašto čitatelji kupuju strip, radi čega se on počinje sve češće prikazivati na naslovnici, uz pojedine iznimke.

Do dvanaestog broja je njegov uspjeh već bio dovoljno velik, pa se u lipnju 1939. godine objavljuje serijal pod očekivanim imenom „*Superman*“. Pošto je riječ o

samostalnim avanturama, na naslovnici se, osim akcijskih prizora i marketinških frazi, ne komunicira *Supermanova* ekskluzivnost, ali je nastali trend očit.

Marvelov pak pokušaj inkorporiranja nevezanih ličnosti je premijerno predstavljen 1940. godine, u već spomenutoj klasičnoj naslovnici stripa „Captain America Comics“, gdje heroj Kapetan Amerika udara *Adolf Hitlera*. Naravno, riječ je o potpuno nepovezanom prizoru kada se uzme u obzir sadržaj, a *Hitler* se fizički ni ne pojavljuje u stripu, već je samo spomenut. Očigledno nastojeći iskoristiti aktualnost drugog svjetskog rata, sam pojam *Hitlera* i snažne herojske snage koja se obračunava s njim je *Marvelu* (tada poznatijim pod nazivom „Timely Comics“) bila očita marketinška taktika s kojom je broj prodanih primjeraka drastično povećan.

Ideja uključivanja popularnih likova koji se ultimativno ne pojavljuju u izdanju, niti se povezuju s njegovom narativom, je nastavila biti aktualna kroz sve povijesne periode u evoluciji stripa, pogotovo u srebrnoj eri. 180. broj serijala „The Fantastic Four“, objavljen 1977. godine, u prvi plan naslovnice postavlja nekoliko antagonista koji su potpuno izostavljeni iz broja.



Slika 32 - Naslovnica 180. broja serijala "The Fantastic Four".

Osim tad već poznatih likova *Tigre* i *Thundre*, na dnu naslovnice su također postavljeni i vojnici koji se sukobljavaju s glavnim herojima, no takav sukob niti njegovi sudionici nisu prisutni u broju. Naslovnica koristi naizgled neizbježni sukob dobrih sila te popularnih ličnosti kako bi se radnja činila intrigantna, pogotovo što je situacija netipična za prikazane likove.

U brončanom periodu je zanimljiva naslovnica „Alpha Flighta“, kanadskog tima superjunaka koji se na naslovnici 21. broja obračunava sa znamenitim antagonistom pod imenom „Diablo“. Dva prikazana heroja su postavljena u dinamični prizor, a okolni tekst dodatno referencira negativca čime se pojačava dojam da je riječ o uzbudljivom broju i sukobu dvije sile.



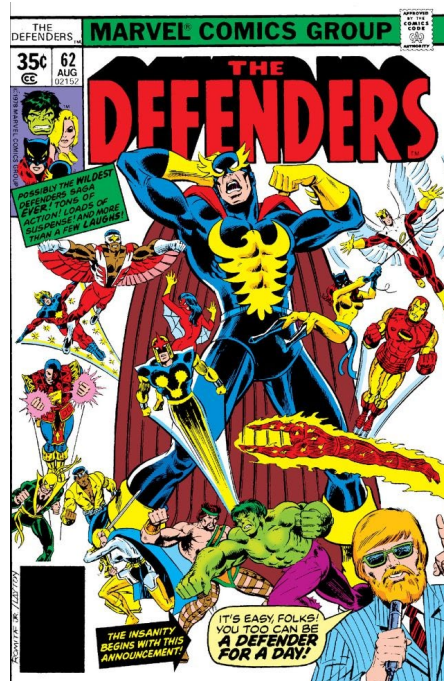
Slika 33 - Naslovnica 21. broja serijala "Alpha Flight".

Kako to već biva, naslovnica nije ustvari reprezentativna – dapače, u cijelom broju je negativac *Diablo* prikazan samo retrospektivno, a sam *Alpha Flight* tim se ne obračunava s njim ni u kojem obliku.

Osim odvojenih prizora koji uključuje samo neke likove u kompoziciju, jako su česte i naslovnice koje prikazuju nekoliko junaka kao dio tima ili zajedničke skupine kako bi se privukli čitatelji koji su zainteresirani u različite junake. Ako

naslovnica ima samo jednog heroja, šanse su da se neće pobuditi tolika radoznalost za sadržaj s obzirom na to da je prikazan link (vrlo vjerojatno) glavni pokretač radnje. Uključivanje dodatnih likova, iako ultimativno nepovezanih s radnjom, je dobar potez u svrhu prodaje i jedna od najčešće korištenih taktika u modernim stripovima.

Među znamenitim primjerima jest 62. broj serijala „Defenders“, ulične grupe superjunaka koji se (uglavnom) bave manje kozmičkim prijetnjama čovječanstvu. U tom broju je započeta četverodijelna saga zvana „Defenders for a Day“, koja je uključila raznorazne junake iz *Marvelovog* svijeta kao potencijalne (i konačno privremene) članove grupe.



Slika 34 - Naslovnica 62. broja serijala "Defenders", s velikom količinom prikazanih heroja.

S obzirom na to da je riječ o svojevrsnom kratkotrajnom *crossoveru*, promatrač zapravo i očekuje nešto veću količinu junaka, kao i njihovu uključenost u cjelokupnu narativu. Nažalost, očekivano nije ispunjeno, jer naslovnica sadrži čak pet likova koji su u potpunosti izostavljeni iz priče. Neprisutni likovi uključuju i dva člana tad već iznimno popularnih timova Fantastične Četvorke i *X-Men*, što donekle objašnjava njihovu uključenost na naslovnici.

Putem te kombinacije naizgled nepovezanih i čak polarno suprotnih likova je stvoren upečatljiv dojam – čitatelj iščekuje nekakve širokopojasne posljedice i izmjene u tad već popularnim timovima, što i donekle jest obećano kroz narativu izdanja, ali je u konačnici neispunjeno.

Dodatna problematika se javlja pri otvorenoj komunikaciji naslovnice i čitatelja; razna obećanja i najave stvaraju dojam koji se najčešće ne ostvari zbog postavljene narative. Primjer takve naslovnice se može naći u 36. broju 3. volumena „Silver Surfera“, gdje se, osim misteriozne naslovnice koja sugerira opakog antagonista, na dnu nalazi pravokutna traka koja čitatelje uvjerava da broj sadrži posebne pojavljivanje dva popularna junaka.



Slika 35 - Naslovnica 36. broja 3. volumena "Silver Surfera".

Naglašeno „posebno“ pojavljivanje je ustvari niz pogleda i raznoraznih retrospekcija u povijesti junaka; njihova uloga i pojavljivanje je potpuno izolirano od priče, tim više što su oba lika u to vrijeme bila mrtva, čime se dodatno stvorio osjećaj intrige.

U novije vrijeme je taktika iskorištena kod *Spider-Mana*, specifično u 9. broju drugog izdanja koji putem naslovnice predstavlja dinamičan sukob protagonista i

antagonista. Riječ je o dva jako popularna lika, zbog čega je prikazani odnos dodatno zanimljiv čitateljima, no ono što je u narativi predstavljeno je potpuno izolirano od prikazanog.



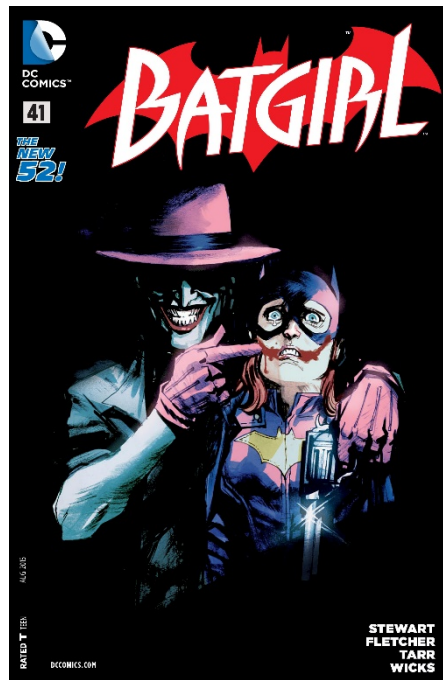
Slika 36 - Naslovnica devetog broja 2. volumena serijala "Spider-Man".

Prikaz borbe između heroja i negativca, iako glavni motiv naslovnice, ne mora nužno biti i glavna radnja stripa. Sukob se može odgoditi do sljedećeg broja, odvititi u posljednjim trenucima radnje ili biti protegnut kroz naredne brojeve, ali je očekivano da će se dogoditi *nekad*. Radi tih problema je prikazana naslovnica dodatno problematična – sukob se ne događa, uopće. Glavni heroj, *Spider-Man*, se jedva pojavljuje u vlastitom izdanju, pošto je deveti broj više fokusiran na sekundarne i tercijarne likove, a prikazani monstruozni negativac je potpuno izbačen iz radnje. Ne samo to, već se ni ne pojavljuje u narednim brojevima, niti je njegova prisutnost nagoviještena.

Riječ je o potpuno neiskrenoj reprezentaciji narative, onoj koja zna što čitatelji hoće (a to je sukob između dva slavna lika), samo što se aktualnost sukoba ne odvija nigdje unutar broja. Čitatelji koji bi, primjerice, kupili izdanje radi uzbudljivosti naslovnice bi naišli samo na razočarenje, tim više što je priča vezana

uz manje bitne likove. Taktika u ovom slučaju jest uspješna u svome naumu, ali šteti cjelokupnom izgledu izdavača i stvara određenu paranoju kod čitatelja, što svakako nije poželjno.

Jednaka taktika nije prošla neiskorišteno ni kod konkurenta *DC*, a neki od znamenitijih primjera uključuju naslovnicu 41. broja serijala „*Batgirl*“, u kojem je jedan od *DC*-ijevih najpoznatijih zločinaca prikazan s titularnim protagonistom, *Batgirl*. Naslovnica je, nakon objavljivanja na društvenim mrežama (ali prije same prodaje), izazvala kontroverzu jer su neki čitatelji smatrali da je prikazani lik žene postavljen u podređeni i pogrdan položaj. Pošto lik *Batgirl* ima dostatnu povijest s prikazanim negativcem *Jokerom*, naslovnica je bila dodatno kritizirana.



Slika 37 - Kontroverzna naslovnica 41. broja serijala "Batgirl".

Joker, koji drži preplašenu i traumatiziranu Barbaru (tajni identitet lika „*Batgirl*“), je postavljen u položaj nadmoći, što se kritičarima naslovnice nije svidjelo, tim više što je isti negativac paralizirao Barbaru u povijesnoj sagi „*The Killing Joke*“, objavljen davne 1988. godine. Osim toga, seksualni napad je impliciran u izdanju, što je dodatno pokvarilo dojam moderne naslovnice prikazane gore.

Kako je problematika sa sobom povela feminističke teme i diskusije, mnogi *online* korisnici su naišli na kritike, pa čak i smrtne prijetnje.[14] Radi nastalog kaosa, *DC* je odlučio povući naslovnicu prije nego što je dosegla kioske, a nova je zauzela njeno mjesto, uz daleko manje kontroverze. Iako je diskurs bio završen, povodom izlaska broja su čitatelji uočili da se u narativi niti jednom nije spomenuo *Joker* niti je vezan uz radnju, zbog čega se nastala kontroverza činila odveć ispraznom.

U novije vrijeme je intrigantna naslovnica šestog broja serijala „*Batman: Curse of the White Knight*“, smještenom u alternativnom *DC* svemiru. Priča je izrazito mračna (što objašnjava njezinu „T+“ kategoriju i crni simbol), a opseg toga se može zamijetiti na naslovnici šestog broja izdanja, u kojem je klasični *Batmanov* negativac prikazan s rukom oko *Batmanovog* vrata, implicirajući njegovu pobjedu nad herojem.



Slika 38 - Naslovnica šestog broja serijala "*Batman: Curse of the White Knight*".

Naslovnica je zanimljiva radi smislenosti prizora; prikazani negativac *Bane* je u proteklom (petom) broju pogubljen, pa njegovo uključanje na naslovnici sljedećeg broja djeluje na neki način kao greška ili nagovještaj oživljavanja. Do kraja broja

je čitatelju evidentno da je riječ o neiskrenom prizoru koji je postavljen kao dinamična scena, a ne pravi naputak o narativi.

Općenito gledajući, taktika uključivanja naizgled nepovezanih likova u svrhu promoviranja jest uspješna – čitatelje zanima kako se baš njihov najdraži heroj našao u situaciji s drugim likovima koji dosad nisu bili prikazani – ali i stvara osjećaj nepovjerenja u strip kao medij. Kada čitatelj kupi neko izdanje, očekuje da će prikazani sadržaj s mnoštvom heroja i zločinaca biti barem *donekle* pokriven u izdanju, da će doći do nekog zapleta u kojem će se slična situacija s naslovnice ostvariti, ali teško je zadržati optimizam kada se to naposljetku ne dogodi.

3.2. Sukob kao zaplet

3.2.1. Važnost za narativu

Kako su protagonisti ključni za napredak radnje, tako su i antagonisti s kojima se oni sukobljavaju. Postavljanje odnosa između dvije sfere je od velike važnosti jer se time gledatelj, ili čitatelj u slučajeva drugih medija, upoznava s narativom.

Jukstapozicija obje sile je kao takva vrlo frekventno zastupljena na naslovnicama, kao i u drugim promotivnim materijalima. Gledatelji žele znati za koga navijati, tko je sve dio „dobre“ sile, naspram one „zle“; prikazivanje nadolazećeg sukoba može biti jako upečatljivo, ako je pravilno izvedeno.

S druge strane, nagovještavanje sukoba koji nije povezan s radnjom djela može biti još jedna taktika s kojom se manipulira percepcija promatrača, posebice ako je riječ o popularnim likovima. Dodatno je impresivna situacija u kojoj se obračunavaju dva heroja, jer je izrazito neuobičajena i stvara osjećaj intrige. Pošto ovaj fenomen nije nužno samo zastupljen u stripovima, može se naći i u filmskim posterima, poput iznimno popularne franšize *Star Wars*.



Slika 39 – Filmski poster specijalnog izdanja filma "Return of the Jedi".

Tako se na posteru za specijalno izdanje šestog film u franšizi pod nazivom „Return of the Jedi“ koristi prizor ikonske bitke između dva ključna lika – protagonista *Lukea Skywalkera* i njegovog antagonističkog protivnika *Darth Vadera*. Silueta bitke djeluje izrazito impozantno, zajedno uz sekundarne i tercijarne likove koji se nalaze na kompoziciji koji pojačavaju doživljaj.

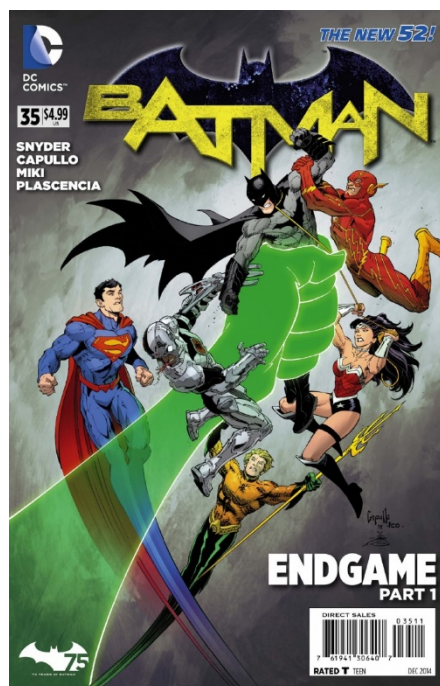
No, prikazana bitka nije prisutna u filmu, već je prizor identično preuzet iz scene prethodnog filma „The Empire Strikes Back“. Dva lika se sukobljavaju u filmu, ali s drugačijem izgledom; *Lukeov* izgled pripada prethodnom filmu, što je evidentno po boji njegovog *lightsabera* i pištolju na bedru. Iako su detalji izrazito specifični, ipak je riječ o neautentičnom prizoru sukoba, što je daleko više (i očitije) zastupljeno kod stripova.

3.2.2. Neobjašnjiva borba

Svijet superheroja je inherentno vezan uz konflikt; junaci u pričama pobjeđuju protiv sila zla, od sitnih uličnih razbojnika, pa do golemih kozmičkih entiteta koji prijete da će zavladata svijetom.

Kako bi se čitateljima prikazala narativa sukoba, ista je komunicirana putem naslova, poput *Marvelovog* tajnog rata sredinom 80-ih ili kasnijeg „civilnog“ rata koji je svojom popularnošću utjecao na rastuću franšizu filmova.[16]

Konflikti su neizbježni, pogotovo uz golemu paletu likova koji svojim stavovima i suprotnim moralnim načelima nailaze na probleme i nesuglasice, što je savršeni temelj za postavljanje narative. Prizor borbe između očitih sila dobra i zla je očekivan, stoga je intrigantniji prizor u kojem naizgled dva čitateljima poznata heroja ulaze u sukob jedni s drugim. Ta varljiva poruka je osnova za mnoge naslovnice stripova i danas; naizgled nasilni nesporazum je vrlo rijetko povezan uz pravu tematiku djela, a mnogo češće je korišten kao marketinška taktika za prodavanje dodatnih brojeva, u što se čitatelji uvjere na kraju samog izdanja. Kako su *Marvel* i *DC* izdavači s enormnom enciklopedijom šarenih likova, tako je i kod njihovih naslovnica takav problem vrlo jasno istaknut, ako je promatrač upoznat s idejom.



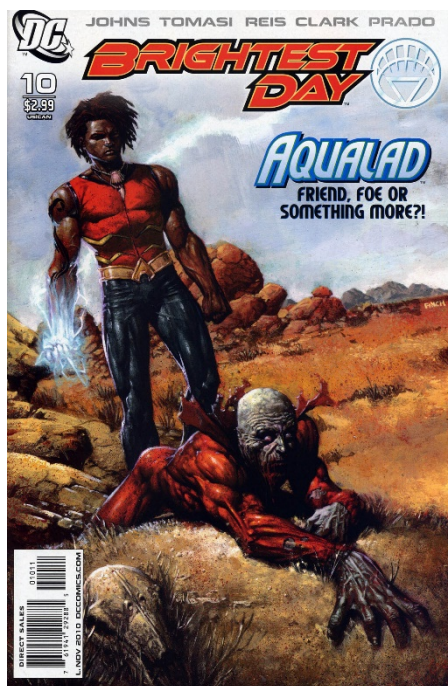
Slika 40 - Naslovnica 35. broja 2. volumena izdanja "Batman".

Nešto blaži primjer neautentičnog prizora jest 2014. izdanje DC-ijeve „Batman: Endgame“ sage, gdje se u prvom broju Batman bori protiv popularnih heroja koje

je *Joker*, njegov glavni negativac, na neki način kontrolirao. Tako naslovnica prvog dijela sage prikazuje sukob koji se uistinu dogodi u istom broju, osim što je izveden na manjoj skali – od prikazanih šest likova (lik „Green Lanterna“ je izvan kadra, ali je prepoznatljiv po napadu sa zelenom šakom), dva se ne pojavljuju, a riječ je o spomenutom „Green Lanternu“ te „Cyborgu“, čovjek-robotu kojeg *Batman* udara u samom središtu kompozicije.

Osim izostavljanja ključnih igrača, naslovnica je dodatno varljiva zbog *Batmanovog* odijela; u radnji stripa on pobjeđuje suparnike usprkos njihovom broju i snazi zbog svog posebnog odijela, dok je na naslovnici prikazan u klasičnom kostimu. Prizori borbe između likova su također individualni, *Batman* heroje poražava ponaosob, a scena grupne bitke nije uključena u narativu, unatoč naslovnici broja.

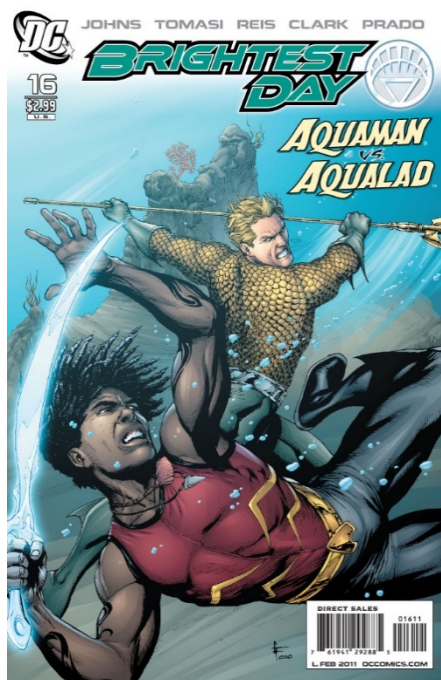
Problematika je također prisutna i u ranijem *DC-ijevom crossoveru* pod nazivom „Brightest Day“, gdje se glavna narativa tiče iznenadnog uskrsnuća mnogih preminulih heroja iz dugogodišnje prošlosti. Nekoliko naslovnica vezanih za sveobuhvatnu sagu uistinu prikazuje sukob gdje ga, po prirodi narative, ne bi trebalo biti. U desetom broju istoimenog serijala je u poprilično dinamičnom i odveć brutalnom prizoru postavljen očigledno poraženi „Deadman“, jedan od *DC-ijevih* heroja, te „Jackson Hyde“, noviji lik koji je preuzeo ime „Aqualad“.



Slika 41 - Naslovnica 10. broja serijala te ujedno i crossovera "Brightest Day".

Poruka čitatelju je jasna – između dva junaka je došlo do sukoba, i pobjednik je *Aqualad*, dok je *Deadman* na samrti te nastoji pobjeći od svog protivnika. Međutim, elementi naslovnice su iskrivljeni u nekoliko točaka: kostim kojeg *Aqualad* nosi nije njegov niti ga on oblači do 16. broja, oba lika se u broju ni ne susreću, i – najvarljivije od svega – lik pobijeđenog *Deadmana* se u broju uopće ne pojavljuje. Tako je naslovnica iskoristila dvije taktike – već spomenutu metodu prikazivanja lika koji nije prisutan u broju te narativni sukob koji je izostavljen iz opće narative, a konačna naslovnica je u potpunosti nevezana za unutrašnju tematiku.

Sličnu poruku šalje naslovnica šesnaestog broja, gdje je sukob dva heroja dodatno istaknut tekstom na naslovnici koji sugerira podvodnu borbu, s obzirom na moći oba lika. „Aquaman vs. Aqualad“ je podnaslov koji krase naslovnicu, stoga je promatračeva pretpostavka da je riječ o nekom epskom sukobu poštena i utemeljena.



Slika 42 - Naslovnica 16. broja serijala "Brightest Day".

Naravno, borba se u samoj narativi ne odvija nužno na način koji je prikazan; žustri prijepor je u radnji značajno umanjen – likovi se sukobljavaju na svega dvije stranice, i to zbog emocionalne katarze, a ne zbog nekog drugog neutemeljenog razloga, kao što bi se dalo pretpostaviti iz naslovnice. Razvoj sukoba je također zadržan na kopnu, bez ikakvih oružja, što su neki ornamenti koji su prisutni na naslovnici radi povećanog vizualnog učinka.

Sukob je po svojoj definiciji u većini slučajeva rezultat nekakve svađe ili prepirke, stoga se njegova uključenost u kompoziciju naslovnice većinom očekuje kao rezultat nekakve narativne suprotnosti između prikazanih likova. To vjerovanje je većinom varljivo, tim više kada je narativa samog djela potpuna antiteza onome što se prikazuje – umjesto fizičkog sukoba priča zblizava likove i njihove suprotnosti.

Na temelju te pretpostavke jest načinjena naslovnica devetog broja četvrtog volumena izdanja „Green Lantern“, jednog od najpopularnijeg *DC-ijevog* lika čija povijest seže u srebrno razdoblje stripova.



Slika 43 - Sukob između Green Lanterna i Batmana prikazan na naslovnici 9. broja serijala.

Kako je *Batman* po istraživanju provedenom u svibnju 2011. godine treći po popularnosti u svijetu, tako je njegovo gostujuće uključanje u stripovima drugih heroja na neki način i očekivano.[17] Ono što je netipično, a u ovom slučaju čak i nevjerojatno, jest sukob između dva dugogodišnja prijatelja i heroja.

Naravno, prosječni čitatelj i obožavatelj stripova, pogotovo *DC-ijevih*, će već pretpostaviti da je riječ o prizoru koji neće u potpunosti biti zastupljen u stripu (ako uopće) ili će biti vezan uz narativu, ali u daleko manjem omjeru. Potonja pretpostavka jest istinita, ali ima i svoje neispravnosti; fizički kontakt između dva lika se čak i događa u djelu, ali je riječ o samom jednom udarcu koji *Batman* zadaje svome kolegi, ali ne iz pakosti ili želje za sukobom, već zbog situacije iz prijašnje narative koja se u ovom broju razrješava na izrazito opušteni način.

Strip je ustvari narativno timskog duha – heroji se uz diskusiju i zajedničku borbu protiv glavnog negativca zbližuju, radi čega je poruka naslovnice u potpunosti iskrivljena. Njihova naizgled krvava bitka je u radnji emocionalna i značajna, tim više što su oba lika (do ovog broja) imali relativno zategnute odnose.

Varijacije u prikazivanju odnosa narative i naslovnice nisu strane ni *Marvelu*, stoga mnoga izdanja prate sličnu taktiku. Kao neobični primjer se može istaknuti naslovnica serijala „Avengers: Earth's Mightiest Heroes“, načinjenog prema istoimenom dječjem crtiću. Kao što je za očekivati od ciljane publike, ilustracije, zajedno uz narativu, su odveć jednostavne i ne nude pretjeranu dubinu, ali su korisne za upoznavanje mlađih čitatelja sa šarenom paletom *Marvelovih* likova.



Slika 44 - Naslovnica trećeg broja četvrtog volumena serijala "Avengers: Earth's Mightiest Heroes".

Iako strip uglavnom cilja na mlađi uzrast, prikazana naslovnica trećeg broja se ne libi prikazati poraz svima dragih junaka, tim više što negativac drži vatreno oružje tik do glave heroja. Sama narativa započinje sukobom – samo ne prikazanim, već je riječ o borbi golemog robota i glavnih heroja – a kasnije se u cjelinu pojavljuju i, već tipični, negativci zvani „Masters of Evil“, čiji je vođa prikazan na spomenutoj naslovnici.

S obzirom na to da se glavna grupa negativaca pojavila u isto vrijeme kada i robot, čitatelj pretpostavlja da će doći do bitke na tri fronte, koja bi po svim pretpostavkama rezultirala porazom prikazanim na naslovnici. No, narativa se mijenja i u (ne pretjerano realističnom) zapletu se Osvetnicima pridružuju

„Masters of Evil“, kako bi zajedničkim snagama porazili gorostasnog robota koji uništava grad. Time je naizgled očiti protivnik pretvoren u (iznimno) privremenog anti heroja, s obzirom da je na kraju dana ipak riječ o zločincu koji bježi nakon poraza robota.

Jednako zamršen odnos u prikazivanju heroja, zločinaca i anti heroja ima 23. broj serijala „New Avengers“, u kojem je u narativu ubačen lik dvostrukog agenta, čija se prava vjernost razrješava i otkriva u prethodnom, 22. broju.



Slika 45 - Naslovnica 23. broja 2. volumena serijala "New Avengers".

„Skaar“, veliko zeleno stvorenje prikazano u borbi s nekoliko Osvetnika jest glavni pokretač radnje u ovome broju, kao i u cjelokupnoj priči, ali ni u jednom trenutku lik ne dolazi u sukob s Osvetnicima. Dapače, čitatelj iščekuje takav zaplet, s obzirom na naslovnici, ali činjenica da je u prethodnom broju *Skaar* priznao svoje svoju pravu vjernost (čime se lik postavio kao anti heroj) znači da do prikazanog sukoba, ako narativa nastavi u započetom smjeru, neće uopće doći.

Naslovnica je dodatno zbunjujuća zbog relevantnosti prethodnog broja – ako je čitatelj upoznat s radnjom, što je za očekivati s obzirom na to da je riječ o priči u

nekoliko nastavaka, tada je *Skaarova* uloga iznimno jasna, kao i njegov status, zbog čega je intriga naslovnice nepostojeća.

Koliko je fenomen prikazivanja nepovezane borbe na naslovnici prisutan kod stripova, toliko je takav prizor rjeđi kod kratkotrajnih serijala i izdanja gdje je priča uglavnom sadržana u samo nekoliko brojeva. Pošto su brojevi takvih saga više limitirani sadržajem nego obični stripovi, naslovnice nemaju pretjeranu fleksibilnost u prikazivanju nevezanog sadržaja, jer u suprotnom postoji rizik da promatrač neće biti zainteresiran za prikazanu radnju, s obzirom na to da je narativa usko postavljena.

Znamenit predstavnik koji ignorira navedena pravila jest četverodijelni serijal „*Fantastic Four vs. the X-Men*“, objavljen kroz 1987. godinu. Riječ je o spoju dva iznimno popularna superherojska tima koja su, po svojim osnovama i karakteristikama, suprotni. Dok je Fantastična Četvorka više obiteljski orijentirana, s moćima kojih se javnost ne boji, već ih slavi, *X-Men* su čudaci, osobenjaci koji svojim fizičkim izgledom i naizgled zastrašujućim moćima tjeraju ljude od sebe.

Postavljen jukstapozicija različitosti jest temelj priče, dok se njihova moralna načela guraju do svojih limita; priča je za razdoblje u kojem je izašla bila iznimno hvaljena, a danas se smatra znamenitom točkom u povijesti oba tima superheroja. Nažalost, naslovnice četverodijelne priče su nešto manje relevantne i dojmljive.



Slika 46 - Naslovnice prva dva broja serijala "Fantastic Four vs. the X-Men".

Prizor postavljen na prvoj naslovnici će gotovo svakome promatraču biti od iznimnog interesa zbog iznimno netipične postavke – vođa tima Fantastične Četvorke je očigledno postao zao, a *Wolverine*, jedan od glavnih članova *X-Mena* se sprema osvetiti poražene članove Fantastične Četvorke. Kompozicija je spektakularna i interesantna, ali je prizor potpuno iskrivljen s obzirom na to da se zapravo radi o snu te ujedno jednoj od početnih scena u prvome broju.

Kao što filmska industrija gledatelje vara bizarnim i ekscentričnim scenama za koje se na kraju ispostavi da su dio sna, tako i prvi broj ove sage koristi isti tip pričavanja narative. Prizor jest stvaran, ali ujedno i nije zbog ovisnosti o snu, stoga se ne može u potpunosti tvrditi da je prizor neiskren, ali niti da je dobra reprezentacija sadržaja unutar pošto je naposljetku riječ samo o početnoj sceni koja ne drži pretjeranu relevantnost naspram drugog sadržaja.

Naslovnica sljedećeg broja tu dvosmislenost odbacuje i odlučuje prikazati, dosad već klasičan nepovezani prizor. U njemu je postavljena posljedica neprikazane scene, u kojem je *Wolverine*, lik prikazan na naslovnici prijašnjeg broja, smrtonosno ranio *Reed Richardsa* i *Sue Storm*, bračni par koji stoji na čelu tima.

Osim apsurdnosti takve situacije, u kompoziciju je također ubačena i komunikacija, jednako kao i na prethodnom broju, gdje *Wolverine* poručuje djetetu ubijenih da je njegova majka „osvećena“. Uz tako naizgled bizarnu i neobjašnjivu situaciju, čitatelj se sigurno zaintrigirao za sadržaj, s obzirom na to da je naslovnica prvog broja bila koliko-toliko reprezentativna.

Kako prizor ne bi bio pretjerano doslovan, lik glavnog negativca Fantastične Četvorke (te ujedno i kostim koji je *Reed* obukao na naslovnici prvog broja) stoji prijeteće u pozadini, što daje dojam da viđeno ipak nije u potpunosti tačno.



Slika 47 - Naslovnice posljednja dva broja serijala "Fantastic Four vs. the X-Men".

Oslikavanje *X-Men* tima kao negativce se nastavlja i na naslovnici trećeg broja, gdje mutanti (članovi *X-Mena*) napadaju dijete bračnog para. Na licima imaju maske glavnog negativca, što implicira da je riječ o nekakvom dogovoru, alijansi, ili pak ispiranju mozga, što je relativno česta pojava. Dodan motiv jest prizor *Doctora Dooma*, već spomenutog negativca „iz sjene“, koji ovaj put zauzima centralni položaj naslovnice. Unatoč dinamici, riječ je o sceni koja nije narativno zastupljena ni u kojem obliku, a pogotovo ne uključuje heroje *X-Men* tima s maskama objektivnog zločinca.

Naslovnica posljednjeg broja serijala u potpunosti preokreće dinamiku; glavni negativac je ovaj put predstavljen u liku djeteta bračnog para tima Fantastične Četvorke, dok su *X-Meni*, poprilično brutalno, postavljeni u pozadinski prizor. Cjelokupna naslovnica djeluje odveć sablasno, tim više što je *Doctor Doom*, poznati negativac *Marvelovog* svijeta postavljen u iznimno submisivan položaj, s obzirom na to da je riječ o figuri koja inače izaziva osjećaj strahopoštovanja.

Što se tiče radnje samog broja, ona se, naravno, ne povezuje uz prikazani vizual – mutanti *X-Men* tima nisu ubijeni (niti je itko, ustvari), a *Franklin*, dijete bračnog para, pak služi kao katalizator timskog rada, a ne kao glavni negativac.

3.2.3. *Rezultat sukoba*

Zanimljiv zaplet na temelju predočenja sukoba jest povezanost s eventualnom sudbinom prikazanog lika – umjesto samog prizora borbe (ili nagovještenja istog) se za glavni prizor postavlja heroj, ili u rjeđem slučaju negativac, koji je poražen od strane druge sile, koja može biti ili potpuno evidentna ili neviđena, što dodatno stvara dojam ozbiljnosti i intrige.

Poprilično dramatičan i eksplicitan primjer takve naslovnice se može pronaći u *DC-ijevom Flash* serijalu, specifičnije broju 762, koji prikazuje glavnog heroja kako odvlači svog antagonističkog suparnika izvan kadra. Iz naslovnice se može pretpostaviti da je došlo do sukoba epskih razmjera između dva lika, tijekom kojeg je *Flash* uspio poraziti antitezu svojih moralnih načela, antagonista zvanog *Reverse-Flash*.



Slika 48 - Naslovnica 762. broja "Flasha".

Osim te pretpostavke, naslovnica ne ostavlja druge elemente putem kojih bi se mogla promatraču stvoriti drugačija ideja o narativi. Dapače, naslovnica je, osim glavnog brutalnog prizora potpuno lišena drugih vizualnih trenutaka, što rezultira poprilično impozantnim i minimalističkim djelom.

Sama narativa doista započinje sa sukobom dva lika, no ubrzo se sukob pretvara u diskurs, a rezultat je daleko drugačiji od prikazanog. *Flash*, umjesto šaka, koristi emocije kako bi demoralizirao svog protivnika, a konačna pobjeda dolazi u obliku znanstveno fantastičnog zapleta – *Flash* antagonista vraća u prošlost i „briše“ njegovu zločinačku sadašnjost, čime on postaje moralno ispravan čovjek.

Razrješenje je, tako, daleko od očekivanog, ali i prikazanog, no nije u potpunosti neiskreno. *Flash* ne odvlači protivnika, već ga vraća kroz vrijeme, ali je poanta više-manje jednaka; naravno, prikazivanje posljedica očigledno krvavog sukoba nije utemeljeno na detaljima narative, stoga se po tim kriterijima naslovnica definitivno može kategorizirati u sad već tipične varljive vizuale.

Jednako je brutalna i naslovnica 2005. izdanja serijala „Supergirl“, specifično 19. broj u kojem naslovnicu krase dva lika – *Supergirl* i *Superman*, od kojih je potonji

krvav i očigledno dokrajčen. Kako bi se čitatelju dodatno dala ideja da je riječ o *Supermanovom* porazu, tekstualni okvir u gornjem desnom uglu potvrđuje da je prikazana situacija njegova smrt.



Slika 49 - Naslovnica 15. broja 5. volumena serijala "Supergirl".

Lik *Supermana* je do današnjice postao sinonim za superjunaka, heroja koji se nosi sa svakojakim situacijama i negativcima, a putem svojih moći on doživljava uspjeh. Prikazana naslovnica je paradoks njegovih vrijednosti – *Supergirl*, lik djevojke koja nije nužno u razini njegovih moći ili razvitka je, na neki nedefinirani način, uspjela nemoguće, a to je poraziti *Supermana*. Ona potpuno sigurno stoji iznad njegovog tijela, a sama naslovnica ne postavlja upitnik na viđeno.

Kada se čitatelj upusti u narativu djela očigledno je da do neprikazane borbe (i prikazanih posljedica) neće doći, tim više što je „sukob“ između dva lika pri zadnjim stranicama stripa ustvari zagrljaj, potvrda prijateljskog i obiteljskog odnosa koji je na naslovnici transformiran u potpuno drugačiju poruku.

Jednako značenje prizora, iako u odnosu heroj-negativac ima naslovnica 34. broja serijala „Captain Marvel“, objavljen davne 1974. godine. Čitatelji su preko naslovnice upoznati s likom „Nitroa“, ekscentričnog negativca koji posjeduje moć

eksploziranja te ponovnog regeneriranja, čime je očita njegova borbena sposobnost.



Slika 50 - Naslovnica 34. broja "Captain Marvela".

Kao i u prethodno prikazanom broju *Supergirl*, jednak način komuniciranja je i ovdje upotrijebljen; broj tvrdi da je upravo *Nitro* osoba koja će ubiti glavnog heroja, što je dodatno utemeljeno postavljenim prizorom. Kozmički junak *Captain Marvel* je, izgleda, naišao na svog istinskog suparnika koji ga je uspio dokrajčiti.

U stripu radnja teče nešto drugačije – oba lika se uistinu bore, i čak u nekoliko navrata, no *Nitro* ni u jednom trenutku ne pobjeđuje junaka, sigurno ne ultimativno. Iako je konačna sudbina heroja uvjetovana događajima zastupljenim u ovome stripu (*Captain Marvel* umire od posljedica raka zbog izloženosti plinu nakon nekoliko desetljeća), sigurno je tvrditi da se prikazani događaj ne odvija u predstavljenim okvirima.

Za prosječnog čitatelja su takvi prizori napeti i intrigantni – iako uglavnom neutemeljeni. Oni predstavljaju vrelu mogućnosti – možda će baš taj broj njihovog najdražeg stripa kojeg drže u rukama biti taj u kojem heroj doživljava svoj konačni poraz, ili u kojem negativac smrtno strada. No, očit je i osjećaj dvosmislenosti i

prevare, pogotovo kod stripova koji se vrlo labavo (ili nikako) drže prizora na naslovnici. Zadovoljavajući balans je potreban kada se uzme u obzir naslovnica te njezina golema uloga u kupnji i vrednovanju stripa, stoga varljivi prizori koji nisu dobra reprezentacija narative ujedno nisu ni dobar način za predstaviti strip u nekom pozitivnom svjetlu, barem ne kod čitatelja koji nisu dovoljno vješti ili iskusni u pretpostavljanju.

3.3. Razbijanje četvrtog zida

3.3.1. *Interakcija kao intervencija*

Uz mnoge druge narativne i fiktivne elemente koje mediji sadrže, jedan od njih je neizrečen, često nedefiniran i izbjegavan. Riječ je o fenomenu četvrtog zida, ideji da su fiktivni likovi smješteni u prostor odvojen od stvarnog, a kao takvi nisu svjesni da se nalaze u nečijem umu koji je producirao njihovu stvarnost.

Ta odvojenost između dva svijeta se može definirati kao „četvrti zid“, nazvan po zamišljenom zidu koji dijeli teatarsku publiku od izvođača, a ujedno i element s kojim se rijetko manipulira ili daje na važnosti. Fenomen je općeprisutan, pošto je četvrti zid postavljen i prisutan dokle god je situacija fiktivna i zasebna.

U drugim medijima, poput televizijskih serija ili filmova je odnos prema zidu nešto drugačiji – njegova prisutnost se uglavnom ističe kod oblika prikladnih za takvu intervenciju; okretanje glumaca prema kameri, popraćeno smijehom, je odveć česti prizor kod komedija ili serija koje su snimane uživo, dok se takva interakcija čini gotovo nemoguća u filmovima horor ili triler žanra.

Dodatno, razbijanje se u većini slučajeva odvija tijekom trajanja medija. Za razliku od naslovnice stripova i drugih vrsta medija gdje bi takva intervencija bila manje dramatična, filmovi i serije se prema četvrtom zidu okreću kako bi se dodatno ojačala nekakva šala, gledateljima ukazalo na apsurdnost situacije ili stvorila interakcija u, primjerice, konačnim trenucima nekakve serije ili emisije.

U novija vremena je fenomen i često prisutan kod videoigara, gdje protagonisti ili neki drugi lik iz igre objašnjava igraču funkcije, s dodatnim učinkom kada se

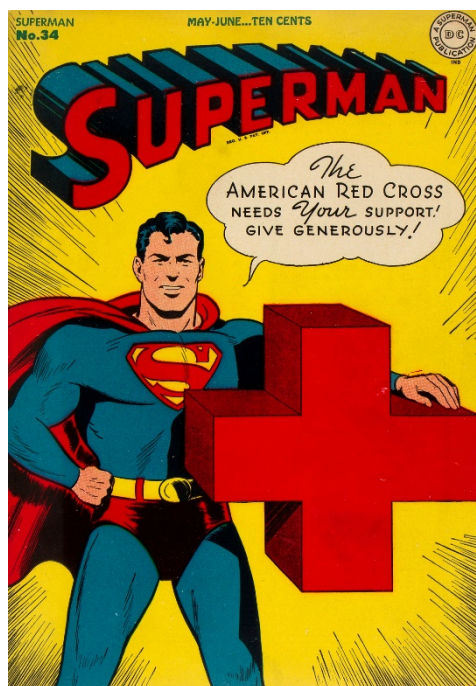
navode doslovne kontrole i/ili gumbovi. Iako se kod većine modernih igara taj fenomen može uočiti, valja istaknuti kako se potreba može riješiti i na druge načine, bez interakcije s „publikom“, poput objašnjavanja pravila komunikacijom okolnih elemenata na ekranu, bez intervencija likova unutar igre.

S četvrtim zidom se ujedno može i manipulirati, kako bi se postigao određeni ugođaj ili osjećaj kod promatrača – gledatelju se tijekom trajanja filma može slati nekakva poruka jednako kao što glumac u teatru može povući člana publike na pozornicu kako bi došlo do interakcije – oba primjera ističu potrebu za promatračem, koji nije više tu samo da konzumira medij, već i da u njemu uživa i sudjeluje.

3.3.2. Poruka za čitatelja

Pri usponu stripova, pojava četvrtog zida i njegovo neizbježno razbijanje je, barem u početnim godinama, bilo usko vezano uz propagandnu prirodu stripova. Sama činjenica da su heroji poput *Supermana* i Kapetana Amerike svojim čitateljima sugerirali da se pridruže ratnim naporima i da potpomognu vojnicima jest bilo razbijanje četvrtog zida, tim više kada bi se ta ista komunikacija ponavljala i pojavljivala na naslovnica.

Tako je, primjerice, *Superman* od svojih čitatelja tražio donaciju krvi, što je iz očitih razloga bilo potpuno nepovezano s radnjom unutar, ali je ispunilo svoju funkciju. Aktivno sudjelovati u ratnim naporima i ostalim intervencijama tog ratnog perioda jest bilo teško, no uz pomoć heroja koji su svojim vjernim čitateljima komunicirali traženo, težina iza poruke je većim dijelom ugašena.



Slika 51 - Jedna od mnogih propagandnih naslovnica u ranim i srednjim 40-im godinama 20. stoljeća.

Osim propagandnih poruka poslanih isključivo od protagonista, mnogi stripovi zlatne ere su na naslovnicama sadržavale komunikaciju od pisaca i izdavača preko kojih se komunicirao sadržaj ili okvir radnje. Daljnjim razvojem je linija između pisca i protagonista stripa postala postepeno tanja, što je rezultiralo nekim poprilično apsurdnim naslovnicama koje bi se danas mogle smatrati parodijama na medij.

Prizori poput *Flasha* koji od čitatelja traži da kupe broj stripa kako bi spasili njegov život su, kroz srebrno i brončano razdoblje stripova postepeno bili više reprezentirani. Medij se nije libio biti blesav, autoironičan niti direktan, što jest djelomično utjecalo na ozbiljnost prikazanih likova i narativa koje su slijedile.



Slika 52 - Neke od naslovnica DC-ijevih stripova koje razbijaju četvrti zid, direktno se obraćajući čitatelju.

Flash je, po svom karakteru i prirodi stripa, jako često razbijao okvire svog medija, stoga prizori poput gore prikazanog zapomaganja (i utjecaja na njegov život, ako se čitatelj odluči oglušiti na njegovu molbu) su bili poprilično česti. To nije uvelike utjecalo na popularnost lika, već je imalo i suprotan učinak – od likova i stripova koji su djelovali pretjerano ozbiljno je upravo *Flash* nudio nešto svježije, a interakcija s čitateljem se pokazala kao zanimljiv novitet, pogotovo što (za promjenu) nije isključivo propagandne prirode. Promatrač se, vrlo nalik teatru, postavlja kao dio narative, što je u svijetu fantastičnih superheroja iznimno intrigantna promjena.

Nešto manje spektakularne su naslovnice *Batmana* i *Supermana* koji oboje, na iznimno specifičan i sličan način, prikazuju čitatelju nekakvu priču i događaj; kod *Batmana* je riječ o traumatičnom događaju koji ga je pretvorio u ono što jest. Prizori i dijelovi iz originalnog stripa se nalaze u njegovim rukama, a čitatelju se postavlja pitanje sjeća li se tog slijeda događaja.

Ideja naslovnice jest očita, ali je rezultat neugodan, pogotovo zbog ranjivosti i emocionalnih posljedica koje je ubojstvo roditelja (događaj prikazan na naslovnici) imalo na njega. Objektivno negativna situacija je postavljena u smiješni okvir, ali poruka nije sretna niti pozitivna.

Superman je, pak, odlučio izbjeći *Batmanovu* ranjivost, stoga je naslovnica 212. broja odveć lepršavija i ugodnija, iako je postavljen prizor donekle intiman. Kompozicija se sastoji od interakcije između *Supermana* i *Supergirl*; ona čitatelju komunicira da je riječ o posebnom izdanju koje će se baviti njihovim avanturama kao bebe, što čak i jest ostvareno. *Superman* je vidno osramoćen, a u opasci svojoj rođakinji on direktno uključuje čitatelja.

Marvel također koristi fenomen na svojim naslovnicama, ali su one većim dijelom rezervirane za likove kojima je takvo „ponašanje“ dopušteno. Osim početne propagande, na četvrti zid se u početku najviše referirao lik „She-Hulk“, rođakinje slavnog *Hulka*. Iako je lik premijerno predstavljen u serijalu „Savage She-Hulk“, 1980. godine, tek je pod svojim sljedećim serijalom 1989. godine u velikim zamascima razbijen četvrti zid.[18]

Očigledno svjesna svog postojanja unutar okvira stripa, lik *Jennifer Walters* se ubrzo u potpunosti oslobodio zacrtane tri strane te je na mnogim naslovnicama, poput prvog broja izdanja spomenut čitatelj, pa čak i drugi serijali koje lik prijeti da će uništiti ako čitatelj ne kupi njezin strip.



Slika 53 - Naslovnice prva tri broja serijala "Sensational She-Hulk", s očitim referencama prema čitatelju i drugim stvarnim elementima.

Počevši već u prva tri broja, *She-Hulk* se direktno obraća čitatelju, spominje konkurenciju (tada iznimno popularni serijal „X-Men“) te se ruga klasičnom triku uključivanja „gost“ heroja koji su dodavani kako bi se povećao broj naklada.

Iako je i narativa bila vezana uz njeno aktivno razbijanje četvrtog zida, cjelokupni dojam nije patio od pretjerane neozbiljnosti, što se uvelike može pridonijeti naslovnica. *She-Hulk* nije predstavljena kao iznimno ozbiljan lik, stoga njezin ekscentrični humor i konstantno preispitivanje vlastite fiktivnosti nije bilo neobično; dapače, kombinacijom klasične narative i trenutaka u kojima lik zadire u širi okvir se postigla kohezivna cjelina, koja se nije shvaćala preozbiljno.

Serijal je doživio svoj kraj u šezdesetom broju objavljenom početkom 1994. godine, a proći će dosta godine prije nego što se njezine solo avanture nastavljaju. Kako bi *Marvel* ispunio nastalu rupu, lik *Deadpoola* je zamišljen, danas također jedan od iznimno popularnih anti heroja. Iako u svojim premijernim pojavljivanjima lik nije bio šaljiv, razvojem kroz 90-e godine se satira podiže na novu razinu.

Predstavljen kao plaćeni ubojica i povremeni saveznik, *Deadpool* je bio ono što se dosta heroja nije usudilo biti krajem stoljeća, a to je blesav i neozbiljan; njegove šale su bile neprimjerene za situaciju, za razliku od lika *She-Hulk* koja je, po potrebi, bila ozbiljna. No, za takav razvoj je ipak trebalo vremena, pa je u prvim brojevima vlastitog izdanja („*Deadpool*“ serijal objavljen 1993. godine) lik bio izjednačen s većinom drugih, mračnih i opakih antagonista i povremenih protagonista.

Relativno popuštanje krutog eksterijera dolazi krajem 90-ih, kada lik *Deadpoola* počinje aktivnije sudjelovati u razbijanju četvrtog zida i referiranju vlastitog podrijetla u fiktivnom svijetu. Na naslovnica je postavljena hrpa referenci na prošla *Marvelova* izdanja, šale su zbijene na račun izdavača i drugih likova, čime se dodatno dao dojam čitatelju da je riječ o novoj verziji starog lika.



Slika 54 - Naslovnica 11. i 26. broja serijala "Deadpool". U sredini je prikazana naslovnica 15. broja serijala „Amazing Fantasy“, koju lijeva Deadpoolova naslovnica parodira.

Naslovnica jedanaestog broja, osim tekstualnih referenci, je direktni *homage* naslovnici petnaestog broja „Amazing Fantasyja“, *Spider-Manovog* premijernog pojavljivanja. Položaj lika je gotovo identičan, kao i pozicija tekstualnih mjehurića i pravokutnika s informacijom; za razliku od originala, na parodiranoj naslovnici je očita neozbiljnost u sadržaju – *Deadpool* čitatelju otvoreno govori da je riječ o stripu na 64 stranice, sa samo dvije reklame.

Sitni detalji su također izmijenjeni, poput dodatka mreže na vrhu uz logotip te poze koju heroj zauzima u gornjem lijevom uglu (podsjeća na pauka i jednu od čestih *Spider-Manovih* pozi), što dodatno ističe humoristički duh naslovnice i očitost parodije.

Od gore prikazanih naslovnica je znamenita i ona 26. broja, u kojoj se *Deadpool* otvoreno referira na relevantnost naslovnice uz sadržaj. Direktni prijevod njegove izjave je upozorenje čitateljima da se prikazana scena (pritom se misli na apsurdnu naslovnicu) ne pojavljuje u stripu, a šala je dodatno potvrđena drugom izjavom koja ističe apsurd situacije. S obzirom na to da je serijal izlazio punih pet godina nakon završetka *She-Hulka*, imati heroja koji otvoreno priznaje nedostatke *Marvelove* filozofije (i industrije stripova kao cjeline) je iznimno osvježavajuće, tim više što je balans između ozbiljno i šaljivo dobro pogođen.

Deadpoolova popularnost je nastavila rasti svake godine, a svoj vrhunac je doživjela 2016. godine, kada je izašao istoimeni film koji je uspješno zadržao ekstreman i vulgaran humor protagonista.

Razbijanje četvrtog zida je najefikasnije kada čitatelju otvoreno komunicira sadržaj s velikom dozom humora, no učinak je uvelike oslabljen nezgodnom mješavinom već poznatih i ozbiljnih heroja (poput vječno smrknute figure *Batmana*) koji nastoje spojiti ono teško spojivo, gotovo paradoksalno. Rezultat simbioza nije pretjerano efikasan niti pamtljiv, zbog čega se u modernim vremenima takve intervencije skoro pa isključivo vežu uz humor i ironiju.

3.4. Varijantne naslovnice

3.4.1. *Uloga umjetnika*

Za kritički osvrt kompozicije naslovnica stripova je ponovo relevantan pogled na drugi medij – točnije, industriju filmova i njihovih postera koji promatračima reklamiraju sadržaj filma, i naravno, slavne glumce i glumice preko čijih lica se prodaju ulaznice. U 90-im godinama prošlog stoljeća su postereri prešli s relativne apstrakcije sastavljane od razigranih elemenata, na nešto tipičnije i očekivano.

Kako je fokus prebačen s prikazivanja radnje na ono što se lakše prodaje, pojavila se potreba da se takav sadržaj diversificira; mnogi obožavatelji, jednako kao i plaćeni umjetnici i ilustratori, su radili varijante na slavne naslovnice – umjesto postera koji u kompoziciji sadrži lebdeće glave glumaca, platno je sadržavalo pokrete kista i elemente koji, iako ne odaju previše narativne važnosti, imaju golemu umjetničku vrijednost.



Slika 55 - Razlika između službenog filmskog postera za „Fight Club“ i umjetničke varijante.

Kako su tradicionalna kompozicija i način promoviranja uglavnom ostali nepromijenjeni i do danas, trend kreiranja nečeg alternativnog i vizualno suprotnog je zadržao svoju popularnost. Autorski radovi na temelju filmova su iznimno uspješni, do te mjere da su neki umjetnici plaćeni od strane službenih filmskih studija, kako bi kreirali alternativne varijante njihovih filmova. Potreba takvih dogovora je plasiranje filma na strano tržište, gdje tipični „američki“ tip reklamiranja ne bi donio pretjerani uspjeh.

3.4.2. Pretpostavljena vrijednost

Iako su se dva medija razvijala relativno sličnom putanjom, ideju kreiranja varijantnih naslovnica je ipak prvi započeo strip, i to DC s prvim brojem *Supermanovog* izdanja „Man of Steel“, objavljenog 1986. godine. Strip je plasiran na tržište u dvije zasebne naslovnice, s namjerom da se prodaju u jednakim omjerima.



Slika 56 – Dvije drugačije naslovnice za prvi broj "Man of Steela".

DC je nesvjesno stvorio trend, a obožavatelji diljem svijetu su vrlo brzo objeručke prihvatili raznovrsnost. Kreiranje naslovnice koja nije identična za svakog čitatelja je bila jako atraktivna ideja – mlađi čitatelji su mogli razmjenjivati iskustva i isticati njegovu rijetkost, vrlo slično kolekcionarskim kartama i drugim limitiranim medijima, dok su nešto stariji (i bogatiji) čitatelji htjeli imati svaku moguću varijantu njima najdražih stripova.

Popularnost metode je u narednim godinama nastavila rasti, a svoj rekordni vrhunac je doživjela 1991. godine, izlaskom prvog broja (drugog volumena) serijala „X-Men“. Do danas je broj prodan u više od osam milijuna kopija, uspjeh koji je isključivo vezan za čak pet varijanti naslovnice.[19]



Slika 57 – Prikaz varijanti prvog broja „X-Mena“.

Četiri prizora bi, postavljena jedan do drugoga, zajedno dali cijeli pogled na bitku koja se odvija unutar samog broja; peta varijanta je bila vrlo slična originalnoj naslovnici, uz nekoliko dodataka. *Marvelova* pretpostavka da će čitatelji htjeti kupiti više brojeva, ne samo radi drugačijeg prizora, već radi činjenice da će kupnjom otkriti cijeli prizor koji je samo nagoviješten na nekim od naslovnica je bila točna.

Očigledno motivirani viđenim, mnogi izdavači su nastojali duplicirati uspjeh *X-Mena*, s relativno fluktuirajućim rezultatima. Sljedeći golemi uspjeh je ovaj put pripadao izdavaču *DC*, koji je epsku sagu o smrti *Supermana* (eng. „The Death of Superman“) prezentirao s nekoliko varijacija, od čega je najznamenitija plastificirana verzija koja je sadržavala crnu traku za ruku sa simbolom *Supermana*.



Slika 58 - Posebna plastificirana naslovnica lijevo i "klasična" varijanta desno.

DC-ijev uspjeh je bio gotovo zajamčen, s obzirom na to da su kolekcionari, ako su htjeli zadržati svoj broj netaknutim, morali kupiti dodatnu naslovnicu (i varijante) kako bi njihova kolekcija bila potpuna. Broj je, radi uspjeha, također tiskan u kasnijim varijantama koje nisu bile plastificirane niti su sadržavale dodatke, što je pojačalo dugotrajnost prodaje.

Kako je trend kreiranja višestrukih naslovnica očigledno bio tu da ostane, kod čitatelja se pojavila potreba za proricanjem uspjeha stripova i njihovih naslovnica – izdanja su kupljena u masivnim brojevima u nadi da će baš taj kupljeni strip doživjeti golemu popularnost, čime bi, naravno, i varijante dobile na vrijednosti.

Očigledno svjesni tih predikcija, izdavači su udovoljavali svojim čitateljima objavljivanjem varijanti koje su bile plastificirane, sadržavale reljefne elemente ili holografske efekte, u nastojanju da će izdano povećati prodaju, što se uistinu i ostvarilo. Proizvedene varijacije su bile isključivo kozmetičke naravi i nisu bile relevantne za narativu stripa, što je značilo da čitatelji ne moraju kupovati više različitih izdanja kako bi pratili priču.

Dodatna motivacija čitateljima za kupnju je bio uspjeh stripova prošlih era – zlatni, srebrni, pa čak i brončani stripovi su bili iznimno cijenjeni, često se prodavajući po enormnim cijenama. Kako čitatelji u 40-ima nisu očekivali da će njihovi stripovi imati neku važnost, isti nisu bili pravilno održavani, zbog čega se broj kvalitetnih i očuvanih stripova iz prošlih era znatno smanjio, time dodatno podižući njihovu vrijednost.

3.4.3. *Raznovrsnost današnjice*

Varijantne naslovnice stripova danas imaju nešto drugačije značenje – iako je njihova odvojenost od narative još uvijek prisutna, one su češće korištene u svrhu prikazivanja talenata gostujućih umjetnika ili promoviranja raznoraznih *crossover* događaja ili limitiranih izdanja.

Količina varijanti naslovnica je proporcionalna i popularnosti stripa – za znamenita izdanja, poput primjerice stripa u kojem popularni lik umire ili ima neki epski sukob, se očekuje da će interes biti velik, stoga takvi brojevi uživaju u većem broju varijantnih naslovnica, i to u dostatnim količinama.

U novije vrijeme valja istaknuti „House of X“, početak nove *Marvelove* sage o *X-Menima*, objavljen 2019. godine. Obećavajući svojim čitateljima novi početak njihovih najdražih heroja, serijal je prodan u impresivnim količinama, što je automatski i povuklo sa sobom izradu dodatnih varijantnih naslovnica, motivirani uspjehom.



Slika 59 - Neke od varijanti prvog broja "House of X". Prva prikazana naslovnica je „originalna“.

Izrađene varijante se drastično razlikuju po prikazanom sadržaju, pa tako i pretpostavljenoj narativi; osim zajedničkih elemenata poput članova tima i velikog crvenog logotipa, naslovnice nemaju pretjerane sličnosti. Za razliku od prve prikazane naslovnice, koja se može smatrati originalom, ostale su izrađene da prikažu drugačiji umjetnički stil, ili da promijene tonaliteta scene.

Tako je, primjerice, treća prikazana slika gore desno nešto mističnija i mračnija što se tiče prikazanog lika, dok već četvrta naslovnica (dolje lijevo) sugerira otvorenost i uljudnost. *Marvel* je varijantne naslovnice dodatno označio s

pravokutnim okvirom koji ističe da je riječ o varijanti (eng. „Variant Edition“), kako bi čitatelji bili svjesni da je riječ o alternativnoj verziji.

Varijantne naslovnice mogu, osim očite namjere povećanja broja prodanih izdanja, i služiti kao svojevrsna reklama za mnoge *Marvelove* partnere, kao i uvod u dodatni medijski sadržaj, poput filmova ili igračaka. Interesantan primjer je set „Hasbro“ varijanti, objavljenih u listopadu 2014. godine. *Hasbro* je poznat po svojoj opsežnoj kolekciji društvenih igara i akcijskih igračaka, stoga je izrada nekoliko varijanti u kojima igračke zamjenjuju ilustrirane likove na popularnim naslovnicama bila pun pogodak.



Slika 60 - Hasbro varijante popularnih *Marvelovih* naslovnica.

Osim što su bile varijante modernih, postojećih brojeva, također su služile i kao reference za neke od najpopularnijih priča i prepoznatljivih naslovnica. Glavni prizor nije u potpunosti stiliziran, već je riječ o kombinaciji pravih fotografija igračaka smještenih u dvodimenzionalni prostor stripa, što je rezultiralo poprilično zanimljivom kombinacijom dva medija.

Kako su alternativne naslovnice bile prepoznatljive po raznovrsnim umjetničkim stilovima koji ne predstavljaju nužno rad iznutra, popularni umjetnici bi znali, sa svojim karakterističnim načinom crtanja, raditi varijante naslovnica, kako bi se taj isti rad kasnije mogao prodavati zasebno, poput nekakvog umjetničkog rada.

Vrsni ilustratori, kao što je primjerice *Alex Ross*, su kroz godine rada stvorili određeni imidž, kao i prepoznatljiv način rada koji su čitatelji smatrali vrijednim dijelom vlastite kolekcije, a zbog kvalitete su takva izdanja znala imati višu cijenu, zbog limitiranosti i gostujuće „prisutnosti“ poznatog umjetnika.



Slika 61 - Neke od Rossovih varijanti za razna Marvelova izdanja.

Iz prikazanih primjera je evidentno da su njegovi radovi okarakterizirani specifičnim stilom ilustriranja, točnije slikanja; klasične naslovnice suvremenih stripova uglavnom prikazuju čiste poteze i jednostavnije palete boja. Ross, s druge strane, naslovnice ilustrira jednako kao i portrete na platnu, što se može uočiti bližim proučavanjem poteza kista koji su ostali „nedorađeni“ na konačnoj naslovnici. Kako su takvi radovi više sličniji umjetničkoj funkciji, a ne narativnoj ili promotivnoj, oni sadrže minimalne informacije, stoga osim logotipa (koji je samo prikazan na desnom radu, dok su druge dvije naslovnice „čiste“ varijante) i popisa pisaca i ilustratora naslovnica ne sadrži neke druge, sekundarne elemente.

Varijantne naslovnice su do danas ostale prisutne u industriji, a rijetko je da novopečeni broj nekog popularnog stripa ne sadrži nekoliko različitih naslovnica, namijenjenih za kolekcionare i vjerne čitatelje. Kako je takav model očigledno isplativ izdavačima, a jednako je cijenjen od obožavatelja stripova, velika je vjerojatnost da će stripovi sa samo jednom naslovnicom u budućnosti postati iznimka.

4. Provedena anketa

Za potrebe rada je obavljeno istraživanje na temelju naslovnica i njihovih obmanjujućih sadržaja, s potrebom dokazivanja utjecaja koji određeni prizori imaju na promatrače, a time eventualno i čitatelje.

Cilj ankete jest utvrditi postoji li utjecaj naslovnice na doživljaj stripa i njegovog sadržaja kako bi se mogla dokazati valjanost tvrdnje da sama naslovnica utječe na očekivanja promatrača, a time i pretpostavljeni uspjeh u prodaji.

Od ispitanika se tražilo nagađanje radnje stripa, kao i drugih bitnih elemenata, isključivo kroz naslovnicu prikazanog stripa. Pošto je priroda ankete vezana za naslovnice često nepovezanog sadržaja, neka od pitanja se mogu smatrati napucima „točnom“ odgovoru, što je ispitanicima najavljeno i objašnjeno u uvodu.

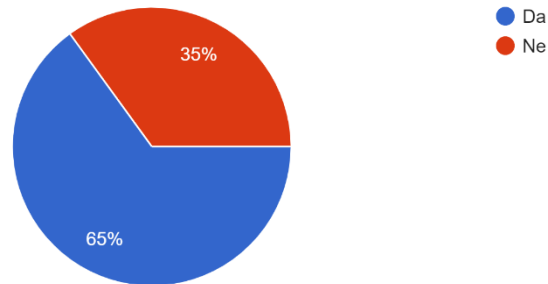
Kako bi se dobiveni rezultati dodatno diversificirali, ispitanici nisu morali nužno biti upoznati sa stripovima, pa je anketa kao takva prihvaćala odgovore obje skupine – obožavatelje stripova koji zasigurno prepoznaju prikazane taktike te prosječni ispitanici čiji je odnos prema stripovima površan ili potpuno stran.

Anketa je provedena u trajanju od tjedan dana, tijekom kojeg je ukupno osamdeset (80) ispitanika u potpunosti ispunilo anketu.

4.1. Postavljena pitanja

4.1.1. Uvod

Smatrate li se ljubiteljem stripova?
80 odgovora



Slika 62 - Prikaz rezultata uvodnog pitanja.

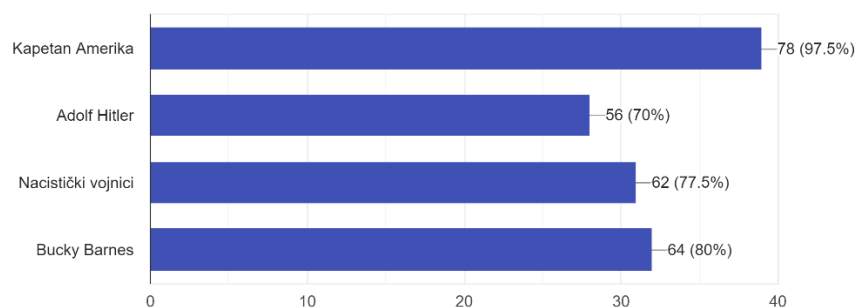
Uvodno pitanje je vezano za već spomenuti odnos ispitanika prema stripovima, a od čitatelja se traži izjašnjenje – jesu li ljubitelji stripova ili ne. Od 80 odgovora, 28 ispitanika se tako ne bi deklariralo, što čini 35% odgovora, a ostalih 65%, odnosno 52 ispitanika se smatra ljubiteljima stripovima, čime se implicira veća upoznatost s traženom problematikom.

4.1.2. Prvi set

Pitanja prvog seta su povezana s naslovnicom prvog broja „Captain America Comicsa“, na kojoj se nalazi sukob Kapetana i *Adolfa Hitlera*. Pošto je riječ o poprilično relevantnom i provokativnom prizoru s obzirom na godinu izlaska, pitanja su se odnosila na prisutnost likova s naslovnice (a kasnije u sadržaju) te očekivanje sadržaja naspram naslovnog prizora.

Koji se likovi pojavljuju u broju?

80 odgovora



Slika 63 - Prikaz rezultata prvog pitanja prvog seta.

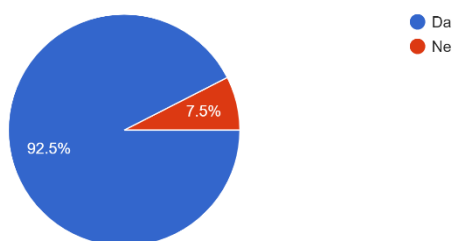
Naslovnica stripa (slika 6, prikazana u poglavlju 2.2.2.) je zbog svog odnosa prema sadržaju bila očiti izbor za potrebe ankete. Monumentalni sukob između tako velike i bitne političke ličnosti u to vrijeme te fiktivnog lika je neprisutan u stripu, a od ispitanika se tražilo da na temelju naslovnice odrede koji se od prikazanih likova naposljetku pojavljuju u samome broju.

Točan odgovor je – svi osim *Hitlera*, što su opcije „Kapetan Amerika“, nacistički vojnici te *Bucky Barnes*. Ispravnu pretpostavku je imalo samo osam ispitanika (ukupno 10%), dok je šestero ispitanika smatralo da se pojavljuju samo Kapetan i njegov pomoćnik. Deset ispitanika je pretpostavilo da se samo Kapetan Amerika pojavljuje u broju (12.5%), a čak dvoje ispitanika je smatralo da će glavni lik u djelu biti – *Adolf Hitler*. Najčešće odabrani odgovor jest „sva četiri lika“, s ukupno pedeset odgovora (62.5%).

Samo dvoje ispitanika koji su točno odgovorili na prvo pitanje se nisu deklarirali kao ljubitelji stripova, dok je preostalih šest itekako upoznato s industrijom.

Nadalje, sljedeće pitanje u kategoriji je vezano isključivo za radnju; ispitanicima je postavljena situacija u kojoj su oni potencijalni kupci, a kao takvi se od njih traži pretpostavka na temelju viđenog.

Kao potencijalni čitatelj, bi li očekivali sukob između dva prikazana lika (Adolfa Hitlera i Kapetana Amerike)?
80 odgovora



Slika 64 - Prikaz rezultata drugog pitanja prvog seta.

Čak 92.5% ispitanika, odnosno njih 74 bi, na temelju naslovnice, očekivali jednak ili barem sličan sukob u sadržaju. Samo šest ispitanika ne bi bilo iznenađeno sadržajem, od kojih su četiri odgovora pripala fanovima stripovima, a ostala dva se nisu jednako deklarirala.

Dobiveni podaci iz prvog seta su uvelike očekivani, posebice kod drugog pitanja, gdje je većina pogriješila točnu radnju. Zanimljivo je da je u oba pitanja bilo točnih odgovora od strane ispitanika koji nisu ljubitelji stripova, pošto je za očekivati da će upravo takva skupina „pasti“ na marketinšku taktiku.

4.1.3. Drugi set

Sljedeći set pitanja je bio vezan za još jedan *Marvelovo* djelo, a to jest treći broj popularnih „Avengersa“. S obzirom da naslovnica pršti od likova i potencijalnih sukoba, pitanja su upravo ciljala na sponu viđenog i sadržajnog; ispitanici su prvo morali pretpostaviti koji sve od prikazanih likova će u djelu doći u sukob jedan s drugim.

Napravljene su varijacije na sva tri lika, točnije grupe („Avengers“ grupa se smatra kao zaseban entitet) – ispitanici su mogli odabrati sukob između Avengersa i druga dva prikazana lika, čime oni rade zajedno ili odvojeno te također sukob između njih. Varijacija je dodatno proširena s (naposljetku točnim) odgovorom, a riječ je o trostrukom sukobu između glavne grupe Osvetnika, Hulka (lik prikazan

lijevo) i *Sub-Marinera* (lik prikazan desno), u kojoj se svaki „član“ kroz sadržaj sukobljava jedan s drugim.

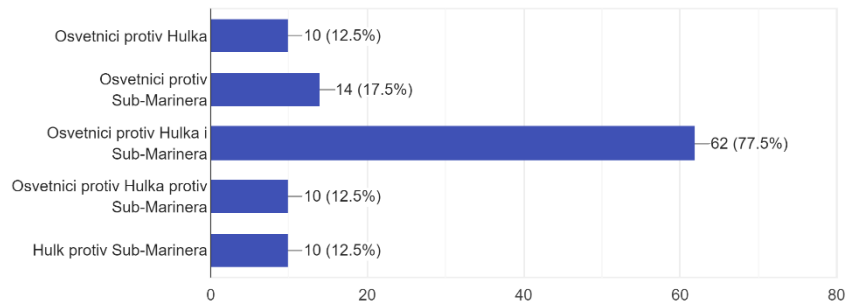


Slika 65 - Naslovnica trećeg broja Avengersa koja je bila subjekt ispitivanja u drugom setu.

Samo dva ispitanika (2.5%) su odgovorila točno na pitanje, time uključujući svaku od navedenih opcija, zbog mnogih sukoba u djelu. Oba ispitanika pripadaju ljubiteljima stripovima, stoga je točnost njihovih odgovora donekle i očekivana.

Drugi odgovori su poprilično šaroliki, zbog tipa pitanja (označavanje odgovora koji smatraju da je točan s mogućnošću više odgovora) je rezultat pomalo izmiješan, ali je daleko najčešće odabrana opcija ona vezana za borbu Osvetnika protiv druga dva lika na naslovnici.

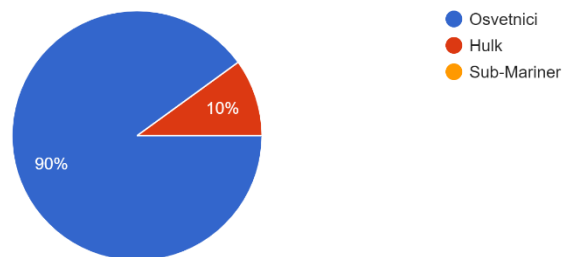
Sukobe između kojih likova očekujete u djelu?
80 odgovora



Slika 66 - Prikaz rezultata prvog pitanja drugog seta.

Pretpostavka je u srži i drugog pitanja, pa se od ispitanika očekuje odgovor vezan uz pobjednika predviđenog sukoba; pošto su na naslovnici zastupljena tri lika, u pitanju su prisutna sva tri lika, točnije grupe, a rezultati su poprilično očekivani.

Tko će pobijediti na kraju?
80 odgovora



Slika 67 - Prikaz rezultata drugog pitanja drugog seta.

90% ispitanika, odnosno njih sedamdeset dvoje (72) smatra da će Osvetnici biti pobjednici na kraju pretpostavljenih sukoba, što je i realno očekivanje, s obzirom na to da je riječ o stripu Osvetnika. Svega osam ispitanika – 10% - smatra da će *Hulk* pobijediti sukob, od čega su dva ljubitelji stripova, pa se poveznica između *Hulkove* popularnosti i eventualnog odnosa sa Osvetnicima može stvoriti.

4.1.4. Treći set

Za potrebe trećeg seta pitanja je iskorištena naslovnica *DC*-ijevog *Green Lanterna* koji na naslovnici 74. broja trećeg volumena postavlja tri lika u prednji

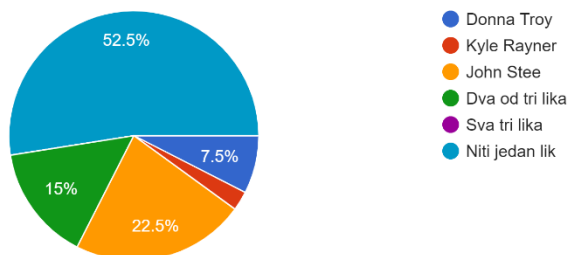
plan, s upitom „koi će od njih preživjeti“. Na temelju izjave je postavljen temelj pitanja, a odnosi se na sudbinu jednog (ili više) od prikazanih likova.



Slika 68 - Naslovnica 74. broja Green Lanterna.

Kako su stripovi poznati po neuvjerljivom odnosu prema smrti, odgovor postavljen na naslovnici je „niti jedan lik“, što je većina ispitanika točno pogodila, čak njih četrdeset i dvoje, što je nešto više od polovine.

Koji od likova će umrijeti u priči?
80 odgovora



Slika 69 - Prikaz rezultata pitanja trećeg seta.

Među ostalim odgovorima su imenovani likovi, neki u većem, neki u manjem omjeru, a ti odgovori uglavnom pripadaju skupini koja nije ljubitelj stripova. Štoviše, odgovor „dva od tri lika“ su odabrali samo takvi ispitanici, što opravdava ideju da je ljubitelj stripova više upoznat sa stripovima koji tematiku smrti uglavnom izbjegavaju. Od svih ponuđenih odgovora, niti jedan ispitanik nije odgovorio sa „sva tri lika“, što je naposljetku i za očekivati s obzirom na to da je riječ o popularnim likovima.

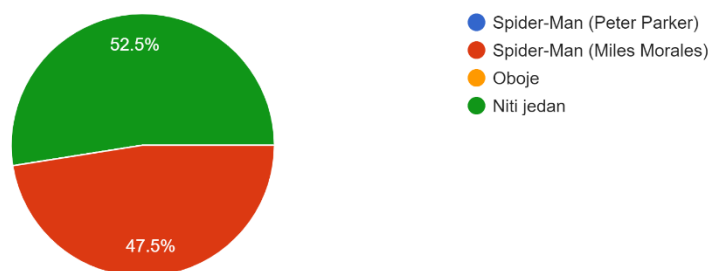
4.1.5. Četvrti set

Kod četvrtog seta je riječ o *Marvelovom* serijalu „Spider-Men“, koji na naslovnici prikazuje posljedicu nekakve borbe, što je evidentno po raznim ozljedama na herojima. Pošto je naslovnica tako upečatljiva, promatraču ne ostaje previše slobode u stvaranju dojma, pa su stoga i odgovori ispitanika donekle očekivani.



Slika 70 - Naslovnica četvrtog broja serijala "Spider-Men".

Koji od prikazanih likova umire u priči?
80 odgovora



Slika 71 - Prikaz rezultata prvog pitanja četvrtog seta.

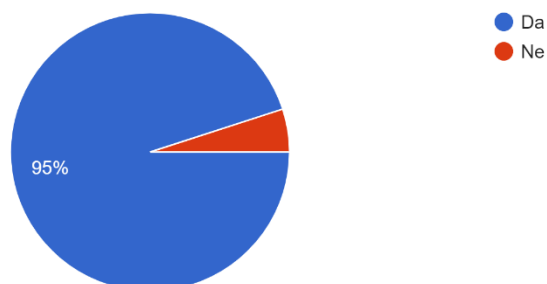
Kako naslovnica sadrži dva heroja – jedan koji naizgled umire u rukama drugog, pitanja su postavljena s maksimalnom kombinacijom od četiri ishoda; od ispitanika se traži da odaberu heroja ili heroje koji smatraju da će, s obzirom na prikazano, umrijeti u priči.

Pošto je *Spider-Man* iznimno popularan heroj, niti jedan ispitanik nije pretpostavio da će biti o njemu riječ, što se također može i opravdati činjenicom da na naslovnici on nije taj koji podliježe ozljedama, riječ je o istoimenom heroju *Spider-Man*, ali s drugačijim identitetom. Radi navedenog je 47.5%, odnosno 38 ispitanika zaključilo da je riječ o njemu („Milesu Moralesu“) koji će umrijeti u priči, a omjer ljubitelja stripova i drugih ispitanika je zanimljiv – jedan više ispitanik (koji se nije izjasnio kao obožavatelj stripova) je odabrao opciju nego ispitanici koji su u početku najavili svoj odnos prema stripovima.

S druge strane, većina ispitanika je (ispravno) zaključila da niti jedan lik neće umrijeti, što je opet tipično i očekivano za stripove, pogotovo u današnjim vremenima. Daleko manji broj točnih odgovora dolazi od ispitanika koji ne prate stripove, sa samo osam odgovora, za razliku od 34 sa strane ljubitelja stripova.

Sljedeće pitanje je dodatno „otežano“ prizorom, a vezano je za (pretpostavljeni) sukob koji se odvija na samoj naslovnici. Od ispitanika se traži odgovor na pitanje postojanja borbe – u bilo kakvom obliku unutar priče. Kao što je za očekivati, jako velik broj ispitanika je pogrešno pretpostavio da će se unutar narative dogoditi nekakav sukob ili borba.

Hoće li doći do borbe u priči?
80 zadataka



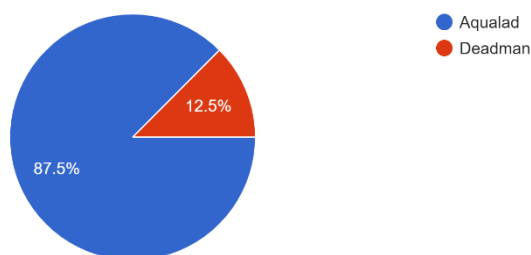
Slika 72 - Prikaz rezultata drugog pitanja četvrtog seta.

Rezultat ovog pitanja sadrži najveću razliku između dva odgovora – svega četiri ispitanika su, vjerojatno zbog iskustva pošto je riječ o ljubiteljima stripovima, pogodili da u sadržaju ne dolazi do sukoba. Ostalih sedamdeset i šest ispitanika je – naravno – pogriješilo.

4.1.6. Peti set

Naslovnica predočena u svrhu petog seta (slika 41, prikazana u poglavlju 3.2.2.) sadrži glavne elemente koji su temelj za oba pitanja; riječ je o rezultatu sukoba dva lika – oba heroja – a prisutnost i akcija između dva lika je upitno postavljena ispitanicima.

Pretpostavljajući da je između dva prikazana lika došlo do sukoba, koji lik smatrate da će pobijediti drugog?
80 odgovora



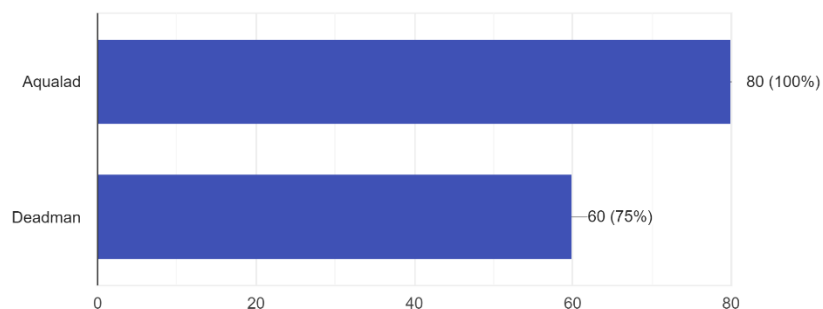
Slika 73 - Prikaz rezultata prvog pitanja petog seta.

Za prvo pitanje se od ispitanika traži odabir „pobjednika“ predviđenog sukoba, a izbor je između „Aqualada“, heroja koji se nalazi iznad naizgled pobijeđenog tijela

„Deadmana“, čime je odgovor očit. Unatoč očekivanju, sam lik *Deadmana* se ne pojavljuje u priči, stoga točan odgovor nije nužno dostupan.

70 ispitanika, točnije 87.5%, je odabralo očekivanog heroja „Aqualada“, a s druge strane je samo 10 ispitanika, 12,5%, smatralo da je prizor ipak neiskren, te da je ipak riječ o *Deadmanu*. Među većinskim odgovorima su u potpunosti zastupljeni ispitanici neupoznati sa stripovima, gdje niti jedan ispitanik iz te grupe nije odabrao drugu opciju, manje očitu opciju.

Koji se od prikazanih likova pojavljuje u priči?
80 odgovora



Slika 74 - Prikaz rezultata drugog pitanja petog seta.

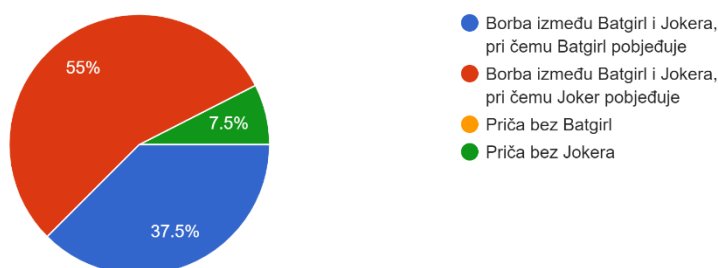
U drugom pitanju su ponuđeni jednaki odgovori kao i u prethodnom, ali uz dodani zaplet same prisutnosti lika. Svaki ispitanik, po rezultatima, očekuje da će se u stripu pojaviti *Aqualad*, koji jest na naslovnici postavljen više kao glavna figura, dok je lik *Deadmana* nešto manje zastupljen, s $\frac{1}{4}$ manje odgovora. Omjer ispitanika koji nisu uključili „Deadmana“ u svoj odgovor je skoro pa jednak, s tim da su opet točni odgovor u većem broju odabrali ispitanici koji se smatraju ljubiteljima stripova, no razlika između dvije grupe je samo četiri ispitanika.

Odgovori na postavljena pitanja su itekako zanimljivi jer se druga (glavno postavljena) figura na naslovnici apsolutno ne pojavljuje u sadržaju stripa, čime su čitateljeva očekivanja neispunjena, činjenica koja je evidentna po odabranim odgovorima ispitanika.

4.1.7. Šesti set

Za pitanja koja spadaju u šesti set je iskorištena naslovnica *DC*-ijevog serijala „*Batgirl*“, točnije 41. broj četvrtog volumena. Naslovnica broja (slika 37, prikazana u poglavlju 3.1.2.) sadrži poprilično provokativan prizor, a od ispitanika se tražilo definiranje glavne radnje, točnije narative broja.

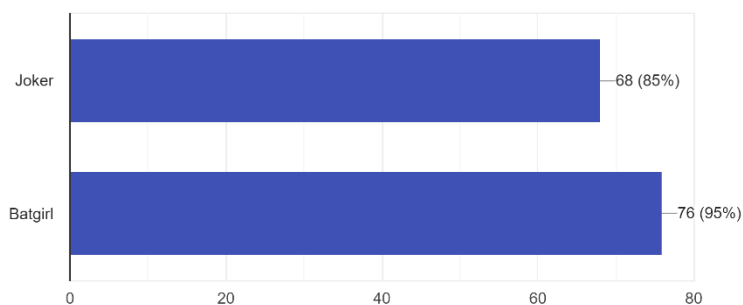
Koja je glavna radnja broja?
80 odgovora



Slika 75 - Prikaz rezultata prvog pitanja šestog seta.

Ispitanici su uglavnom odgovorili više u smjeru borbe, s tim da dvije većinske opcije su borba u kojoj *Joker* pobjeđuje, koja je s 44 odgovora najviše odabrana, zatim obrnuta situacija – u kojoj *Batgirl* pobjeđuje, s nešto slabijih 30 odgovora. Opciju narative koja ne sadrži *Batgirl* niti jedan ispitanik nije odabrao, vjerojatno radi poveznice lika i serijala o kojem je riječ. S druge strane, točan odgovor, priča bez *Jokera* koji se nalazi na naslovnici, je odabralo samo šestoro ispitanika, od kojeg su svi ispitanici pripadali odabranoj skupini ljubitelja stripova.

Koji se likovi pojavljuju u broju?
80 odgovora



Slika 76 - Prikaz rezultata drugog pitanja šestog seta.

Za sljedeće pitanje se od čitatelja tražila slična ideja, a vezana je za pojavljivanje navedenih likova u samome broju. Veći broj ispitanika, njih čak 76, je točno odgovorilo da se *Batgirl* veže uz narativu, dok samo deset manje ispitanika smatra da će se *Joker* također pojaviti u broju. Pitanje je postavljeno uz mogućnost odabira oba lika; 12 ispitanika je smatralo da će se *Batgirl* pojaviti – sama, što je točno, dok ih je četvero pogrešno pretpostavilo da će se u broju pak pojaviti *Joker*, od čega je omjer skupina jednak.

Razlika između dvije skupine kod ovog seta je dodatno došla do izražaja; pošto je kontroverza oko naslovnice bila poprilično raširena, ima smisla da će čitatelji koji su upoznati sa situacijom znati da je naslovnica samo izlika, pošto se narativa ne dotiče prikazanog lika.

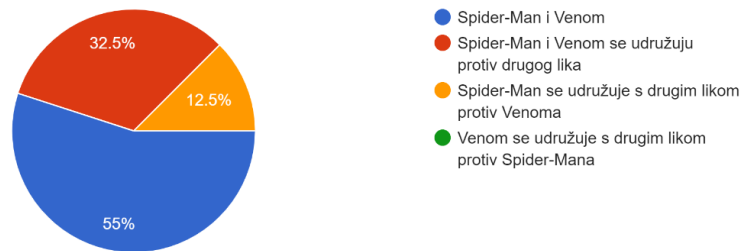
4.1.8. Osmi set

Za posljednji set pitanja je odabrana naslovnica *Spider-Mana*, prikazana u poglavlju 3.1.2., pod brojem 36. Kako je prizor specifičan po pretpostavljenoj interakciji dva lika, pitanja se odnose na njihov odnos te prisutnost unutar same priče. Dodatno treće pitanje se odnosi na glavnu radnju stripa, odnosno potencijalnu borbu.

U prvom pitanju se od ispitanika traži pretpostavka vezana za prikazani sukob naslovnice, odnosno borbu koja se potencijalno odvija unutar djela. Od četiri mogućnosti, najveći broj ispitanika je asociirao glavni prizor s odgovorom, čak njih

44 (55%), dok je nešto manji broj ispitanika smatrao da će se *Spider-Man* udružiti s neprijateljem prikazanom na naslovnici, s ukupno 26 odgovora koji su jednako podijeljeni između dvije ispitane skupine.

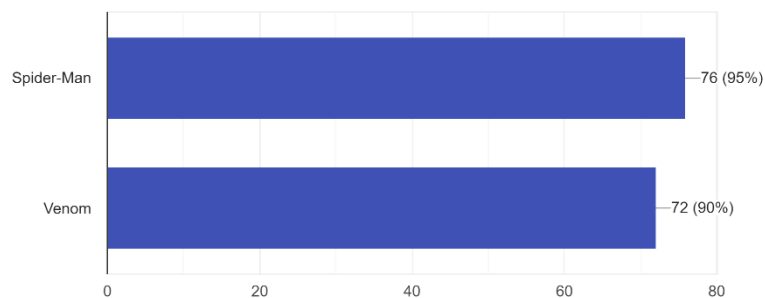
Likovi s naslovnice nisu prikazani u direktnom konfliktu. U slučaju da u priči izbije borba, koje likove bi očekivali unutar sukoba?
80 odgovora



Slika 77 - Prikaz rezultata prvog pitanja sedmog seta.

Nadalje, 12.5% ispitanika, njih deset, smatra da će se glavni heroj zapravo udružiti s nekim drugim likom protiv antagonista što jest česta pojava u stripovima. Nešto veći broj ispitanika koji su odabrali taj odgovor pripadaju skupini ljubitelja stripova.

Koji se likovi pojavljuju u priči?
80 odgovora

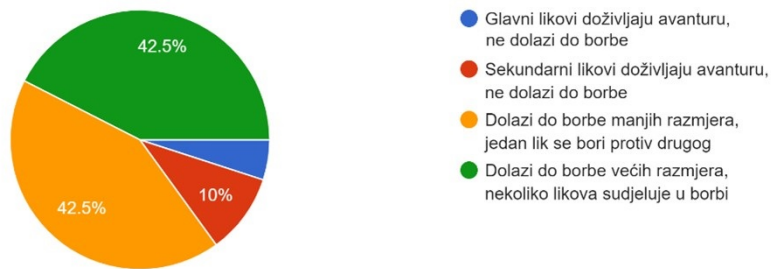


Slika 78 - Prikaz rezultata drugog pitanja sedmog seta.

Sljedeće pitanje je klasično, a veže se uz prisutnost samih likova na naslovnice, naspram njihovog pojavljivanja unutar stripa. *Spider-Man*, iznenađujuće, nije odabran u svakom odgovoru, a ispitanici koji su uključili samo *Venoma* u svoj odgovor pripadaju skupini ljubitelja, što je zanimljiv podatak. Pretpostavka jest da su ti ispitanici smatrali da će strip u potpunosti preokrenuti radnju, pa se za razliku

od, primjerice stripa *Batgirl*, *Spider-Man* neće pojaviti u vlastitom serijalu. Iako točan odgovor na pitanje ne uključuje *Venoma*, njegova prisutnost u rezultatima jest itekako vidljiva, pa su samo četiri manje ispitanika smatrala da se on ne pojavljuje. Većinski odgovor jest, ipak, pojavljivanje oba lika s naslovnice, što je naravno i za očekivati.

Koja je glavna radnja broja?
80 odgovora



Slika 79 - Prikaz rezultata trećeg pitanja sedmog seta.

Za posljednje pitanja seta, ali i ankete, se od ispitanika tražilo da definiraju narativu, a od ponuđenih opcija je najmanje zastupljena ona gdje će glavni likovi, pritom se misleći na prikazana dva na naslovnici, doživjeti nekakvu avanturu koja ne uključuje borbu. Samo četiri ispitanika su odabrala tu opciju, čineći 5% ukupnih odgovora, a sva četiri pripadaju skupini ljubitelja stripova. Pošto se taj odgovor doista čini najmanje ostvarivim, podatak nije iznenađujući. Točan odgovor je odabran od strane samo 10% ispitanika, njih osam, od čega je $\frac{1}{4}$ skupina koja se ne asocira sa stripovima.

Zanimljiva je podjela druga dva odgovora, koju su u jednakom omjeru od 42.5% odabrali ispitanici; riječ je o situaciji gdje dolazi do borbe manjih i većih razmjera, s razlikom u broju uključenih likova. Skupina koja se ne deklarira ljubiteljima stripovima je češće odabirala opciju daje riječ o većoj borbi, dok je suprotna skupina više ciljala na opciju borbe manjih razmjera.

Iz dobivenog podatka za posljednje pitanje se može zaključiti da ljubitelji stripova, iz iskustva ili nekog drugog razloga, pretpostavljaju da će borbe koje uključuju

više likova ili koji se odvijaju na većoj skali biti tako i zastupljeni na naslovnici, što kod prikazanog stripa nije situacija.

4.1.9. *Konačni osvrt*

Dobiveni rezultati iz provedene ankete su potvrdili postavljenu hipotezu razlike između svakodnevnih čitatelja i ispitanika koji se inače ne pretjerano dotiču stripova. Jukstapozicija obje skupine je dala vrijedne podatke, iz kojih se dalo zaključiti da osobe koje nisu pretjerano upoznate s industrijom, očekuju ono što je viđeno – ako naslovnica sadržava nekoliko likova koji se međusobno bore, jednak prizor ili situacija se, po njihovim predviđanjima, treba odviti unutar narative.

S druge strane, osobe koje su dovoljno upoznate sa stripovima da se deklariraju kao ljubitelji stripova mogu, u nešto većem postotku, pretpostaviti da ipak nije sve što se čini da jest, odnosno da će nerijetko naslovnica biti zaseban prizor izvan konteksta priče.

Naravno, to ne znači da čitatelji sadrže nekakvo posebno znanje, već da su dovoljno upoznati s načinom na koji se naslovnice stripova predstavljaju, kao i marketinške taktike koje bi se mogle smatrati svojevrsnim *clickbaitom* tiskanog svijeta.

5. Zaključak

Strip je kompliciran medij – uz toliko vizualnih i tekstualnih elemenata koje sadrži, teško je u potpunosti putem naslovnice predočiti nutrinu svake priče, pogotovo kada je narativa odveć zapletena u godine i godine razvoja. No, naslovnica je, u većini prikazanih slučajeva, iskorištena ne samo u svrhu promoviranja narativnih vrijednosti ili potencijalnih zapleta, već kao marketinški alat, svojevrsni alternativni prizor nečega što sadržaj nije.

Naravno, takav razvoj nije nešto novo, dapače, poveznica naslovnice i sadržaja je nesigurna od samih početaka stripova, pogotovo u godinama kada se nije nužno činilo da će medij zaživjeti. Daljnjim razvojem se ipak uvidjelo da se takav pristup isplati, što je ultimativno rezultiralo varijantama s kojima su čitatelji danas upoznati, iako u nešto drugačijem obliku.

Iskorištene taktike su efikasnije što je čitatelj manje upoznat s prirodom stripova i načinom na koji se isti promoviraju; ljubitelji stripova će, u većini slučajeva, već pretpostaviti da glavni prizor nije vezan za narativu, što također i utječe na njihov odnos prema mediju. S druge strane, neupućene osobe će naslovnicu shvatiti takva kakva jest, ne očekujući pretjerano odstupanje od predstavljenog.

Takav pristup neće nužno izumrijeti, ali će vrlo vjerojatno doživjeti dodatne peripetije u nešto novo, potencijalno pozitivno i otvoreno za čitatelja, a ne samo za izdavača. Strip je od svojih početaka postavljao nove standarde i gurao granice, tako da će sljedeća promjena sigurno biti monumentalna.

6. Slike i izvori

1. Slika

https://en.wikipedia.org/wiki/The_Funnies (*lijeva slika*)

[https://the-funnies.fandom.com/wiki/The_Funnies_\(1929-1930\)](https://the-funnies.fandom.com/wiki/The_Funnies_(1929-1930)) (*srednja slika*)

<https://grandcomicsdatabase.tumblr.com/post/627715554338390016/the-funnies-dell-1929> (*desna slika*)

2. Slika

https://en.wikipedia.org/wiki/Famous_Funnies#Famous_Funnies:_A_Carnival_of_Comics_and_Famous_Funnies:_Series_1

3. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/New_Fun_Comics_Vol_1

4. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Action_Comics_Vol_1_1

5. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Detective_Comics_Vol_1_27 (*lijeva slika*)

https://dc.fandom.com/wiki/All-Star_Comics_Vol_1_8 (*srednja slika*)

https://dc.fandom.com/wiki/Flash_Comics_Vol_1_1 (*desna slika*)

6. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Captain_America_Comics_Vol_1_1

7. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/World%27s_Finest_Vol_1_8 (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Sub-Mariner_Comics_Vol_1_5 (*desna slika*)

8. Slika

<https://comicvine.gamespot.com/startling-comics-24/4000-137047> (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Captain_America_Comics_Vol_1_18 (*desna slika*)

9. Slika

<https://comics.gocollect.com/guide/view/280358> (*lijeva slika*)

https://eccomics.fandom.com/wiki/Incredible_Science_Fiction_Vol_1_30
(srednja slika)

https://eccomics.fandom.com/wiki/Haunt_of_Fear_Vol_1_18 (desna slika)

10. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Avengers_Vol_1_1

11. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Showcase_Vol_1_4

12. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Fantastic_Four_Vol_1_1 (lijeva slika)

<https://archaicmedia.info/eerie-comics-revisited-003> (desna slika)

13. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/X-Men_Vol_1_1

14. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Incredible_Hulk_Vol_1_1 (lijeva slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Avengers_Vol_1_3 (desna slika)

15. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_4 (lijeva slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_9 (srednja slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_15 (desna slika)

16. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Green_Lantern_Vol_2_87 (lijeva slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Hero_for_Hire_Vol_1_1 (desna slika)

17. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_96 (lijeva slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_97 (srednja slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_98 (desna slika)

18. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Green_Lantern_Vol_2_85 (*lijeva slika*)

https://dc.fandom.com/wiki/Green_Lantern_Vol_2_86 (*desna slika*)

19. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_121 (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_1_122 (*desna slika*)

20. Slika

https://en.wikipedia.org/wiki/The_Dark_Knight_Returns

21. Slika

<https://www.amazon.com/Understanding-Comics-Invisible-Scott-McCloud/dp/1627652736>

22. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Marvel_Super_Heroes_Secret_Wars_Vol_1_1

23. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Marvels_Vol_1_1 (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Marvels_Vol_1_2 (*srednja slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Marvels_Vol_1_3 (*desna slika*)

24. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/X-Force_Vol_1_116

25. Slika

<https://screenrant.com/mcu-marvel-max-r-rated-deadpool-punisher-blade>

26. Slika

<https://insidepulse.com/2020/05/22/dc-comics-simplifies-clarifies-its-rating-system-for-it-core-dc-black-label-imprints/>

27. Slika

https://imagecomics.fandom.com/wiki/The_Walking_Dead_Vol_1_6 (*lijeva slika*)

https://imagecomics.fandom.com/wiki/The_Walking_Dead_Vol_1_28
(srednja slika)

https://walkingdead.fandom.com/wiki/Issue_111 (desna slika)

28. Slika

https://imagecomics.fandom.com/wiki/Invincible_Vol_1_1 (lijeva slika)

https://imagecomics.fandom.com/wiki/Invincible_Vol_1_7 (srednja slika)

https://imagecomics.fandom.com/wiki/Invincible_Vol_1_11 (desna slika)

29. Slika

<https://xkcd.com/1489/>

31. Slika

<https://www.amazon.com/Martian-Andy-Weir/dp/0553418025> (lijeva slika)

<https://www.amazon.in/Martian-Andy-Weir/dp/1785031139> (desna slika)

32. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Action_Comics_Vol_1_7

33. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Fantastic_Four_Vol_1_180

34. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Alpha_Flight_Vol_1_21

35. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Defenders_Vol_1_62

36. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Silver_Surfer_Vol_3_36

37. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Spider-Man_Vol_2_9

38. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Batgirl_Vol_4_41

39. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Batman:_Curse_of_the_White_Knight_Vol_1_6

40. Slika

<https://www.weidmangallery.com/product/star-wars-episode-vi-return-of-the-jedi-special-edition>

41. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Batman_Vol_2_35

42. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Brightest_Day_Vol_1_10

43. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Brightest_Day_Vol_1_16

44. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Green_Lantern_Vol_4_9

45. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Avengers:_Earth%27s_Mightiest_Heroes_Vol_3_4

46. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/New_Avengers_Vol_2_23

47. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Fantastic_Four_vs._the_X-Men_Vol_1_1

(lijeva slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Fantastic_Four_vs._the_X-Men_Vol_1_2

(desna slika)

48. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Fantastic_Four_vs._the_X-Men_Vol_1_3

(lijeva slika)

https://marvel.fandom.com/wiki/Fantastic_Four_vs._the_X-Men_Vol_1_4

(desna slika)

49. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/The_Flash_Vol_1_762

50. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Supergirl_Vol_5_19

51. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Captain_Marvel_Vol_1_34

52. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Superman_Vol_1_34

53. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/The_Flash_Vol_1_163 (*lijeva slika*)

https://dc.fandom.com/wiki/Batman_Vol_1_198 (*srednja slika*)

https://dc.fandom.com/wiki/Superman_Vol_1_212 (*desna slika*)

54. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Sensational_She-Hulk_Vol_1_1 (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Sensational_She-Hulk_Vol_1_2 (*srednja slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Sensational_She-Hulk_Vol_1_3 (*desna slika*)

55. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Deadpool_Vol_3_11 (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Fantasy_Vol_1_15 (*srednja slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Deadpool_Vol_3_26 (*desna slika*)

56. Slika

<https://www.imdb.com/title/tt0137523> (*lijeva slika*)

<https://www.richardgoodallgallery.com/fight-club-6495-p.asp> (*desna slika*)

57. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/The_Man_of_Steel_Vol_1_1

58. Slika

<https://psychodadcomics.wordpress.com/2014/09/19/x-men-vol-2-1-let-the-90s-begin>

59. Slika

<http://www.anutterwasteoftime.com/2016/09/18/key-issues-superman-75/>

60. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/House_of_X_Vol_1_1

61. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Captain_America_Vol_7_25 (*lijeva slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man_Vol_3_7 (*srednja slika*)

https://marvel.fandom.com/wiki/Uncanny_X-Men_Vol_3_27 (*desna slika*)

62. Slika

<https://bigtimecollectibles.com/collections/alex-ross-timeless-variant/products/thor-8-alex-ross-thor-timeless-variant-10-07-20> (*lijeva slika*)

<https://bigtimecollectibles.com/collections/alex-ross-timeless-variant/products/x-men-13-alex-ross-cyclops-timeless-variant-10-21-20>
(*srednja slika*)

<https://bigtimecollectibles.com/collections/alex-ross-timeless-variant/products/x-factor-4-alex-ross-angel-timeless-variant-09-30-20>
(*desna slika*)

63. Slika

Provedena anketa, Google Forms.

64. Slika

Provedena anketa, Google Forms.

65. Slika

Provedena anketa, Google Forms.

66. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Avengers_Vol_1_3

67. Slika

Provedena anketa, Google Forms.

68. Slika

Provedena anketa, Google Forms.

69. Slika

https://dc.fandom.com/wiki/Green_Lantern_Vol_3_74

70. Slika

Provedena anketa, Google Forms.

71. Slika

https://marvel.fandom.com/wiki/Spider-Men_Vol_1_4

72. Slika – 79. slika

Provedena anketa, Google Forms.

7. Popis literature

1. <https://www.dw.com/en/max-and-moritz-how-germanys-naughtiest-boys-rose-to-global-fame/a-18808584> — DW, 22/05/2021
2. https://web.archive.org/web/20030224164555/http://www.geocities.com/mbr own123/greatest_comics/funniesonparade.html - GeoCities (originalni link ugašen, web arhiva link), 22/05/2021
3. <https://www.nytimes.com/2000/12/13/nyregion/jack-liebowitz-comics-publisher-dies-at-100.html> - The New York Times, 22/05/2021
4. Dittmer, Jason (2012). Captain America and the Nationalist Superhero: Metaphors, Narratives, and Geopolitics. Temple University Press. Str. 9.
5. Senate Committee on the Judiciary, Comic Books and Juvenile Delinquency, Interim Report, 1955 (Washington, D.C.: United States Government Printing Office, 1955).
6. Sabin, Roger (1996). Going Underground: Comics, Comix & Graphic Novels: A History Of Comic Art. Str. 92-128.
7. Aushenker, Michael (2014). "Disposable Heroes". Back Issue!. Br. 71. Str. 36.
8. <https://www.bbc.com/culture/article/20160809-watchmen-the-moment-comic-books-grew-up?referer=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2F> – BBC, 29/05/2021
9. <https://slate.com/business/2021/03/marvel-comics-history-bankruptcy-cinematic-universe.html> - Slate, 31/05/2021
10. McCloud, Scott (2000). „Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form“
11. <https://www.comichron.com/monthlycomicssales/2005.html> - Comichron, 03/06/2021
12. <http://www.sequentialart.com/article.php?id=850> – Sequential Tart, 03/06/2021
13. <https://bettermarketing.pub/how-10-famous-webcomics-make-money-in-2020-547e4234293d> - BetterMarketing, 03/06/2021

14. <https://www.comichron.com/monthlycomicssales/2019.html> - Comichron, 03/06/2021
15. <https://www.vox.com/2015/3/19/8252361/batgirl-dc-canceled-cover> - VOX, 06/06/2021
16. <https://www.vox.com/2016/5/3/11531348/marvel-civil-war-explained> - VOX, 14/06/2021
17. <https://www.game.co.uk/webapp/wcs/stores/servlet/HubArticleView?hubId=2855754&articleId=2855755&catalogId=10201&langId=44&storeId=10151> – GAME, 15/06/2021
18. <https://www.fandom.com/articles/she-hulk-mcu-deadpool> – Fandom, 16/06/2021
19. <http://www.multiversitycomics.com/news/x-men-1-enters-the-guinness-book-of-world-records> - Multiversity Comics, 19/06/2021

7.1. Opća literatura

Booker, Keith (2014). „Comics Through Time: A History of Icons, Idols, and Ideas“