

# Squid Game - individua, kompetitivnost, kapitalizam

---

**Matić, Anja**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:816804>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-09**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kulturalne studije

Anja Matić  
00090863298

***Squid Game*- individua, kompetitivnost, kapitalizam**  
**ZAVRŠNI RAD**

Preddiplomski studij kulturologije  
Mentor: prof. dr. sc. Hajrudin Hromadžić

**Rijeka, 2022.**

**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**Anja Matić**

***Squid Game*- individua, kompetitivnost, kapitalizam  
(završni rad)**

**Rijeka, 2022.**

## IZJAVA O AUTORSTVU

Ovime potvrđujem da sam osobno napisala završni rad pod naslovom:

Squid Game- individua, kompetitivnost, kapitalizam

i da sam njegova autorica.

Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (bilo da su u pitanju mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni ili popularni članci) u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Ime i prezime:

---

Datum:

---

*(...) kapitalizam mi se uvukao u glavu*

*I natjerao me misliti da vrijedim jedino*

*Onoliko koliko proizvedem*

*Koliko dam ljudima da progutaju*

*Kapitalizam mi se uvukao u glavu*

*I natjerao me misliti*

*Da sam vrijedna*

*Samo dok radim (...)*

Rupi Kaur (2020: 91)

## SADRŽAJ:

|  |    |
|--|----|
| 1. UVOD.....   | 1  |
| 2. „ONO ŠTO ŽELIM, TO VIDIM I ČUJEM!“ .....                          | 3  |
| 3. KAPITALIZAM = NOVA RELIGIJA.....                                  | 4  |
| 3.1. NEOČEKIVANI <i>MASTER MIND</i> SERIJE.....                      | 6  |
| 3.2. NETFLIXOV IZGUBLJENI PRIJEVOD .....                             | 7  |
| 4. KULTURNA INDUSTRIJA: sve je roba!.....                            | 9  |
| 4.1. ZALUĐENOST PREDMETIMA: <i>SQUID GAME</i> „ <i>MERCH</i> “ ..... | 11 |
| 5. JE LI NOVAC POSTAO VAŽNIJI OD LJUDI?.....                         | 13 |
| 5.1. ZAVIŠĆU DO USPJEHA.....   | 14 |
| 6. „NOVO NORMALNO“ – PREKARNI RAD.....                               | 16 |
| 6.1. IPAK NISU JEDNAKI: LAŽNA OBEĆANJA.....                          | 17 |
| 7. PARADIGMA DUGA I PRAVO NA IZBOR.....                              | 19 |
| 7.1. KLAĐENJEM I ULAZAK U IGRU.....                                  | 20 |
| 7.2. ABDUL ALI – U DRUGAČIJIM DUGOVIMA .....                         | 20 |
| 8. PRIJE IZNIMKA SADA PRAVILO: ZADUŽENI ČOVJEK.....                  | 22 |
| 8.1. PROMOVIRANJE LAŽNOG IZBORA.....                                 | 22 |
| 9. ZAKLJUČAK.....  | 24 |
| 10. LITERATURA.....  | 25 |

## 1. UVOD

*Squid game* popularna je južnokorejska serija koja je u kratkome roku zadobila svjetsku popularnost i slavu. U ovoj uznemirujućoj seriji od devet epizoda naizgled bezazlene dječje igre postanu smrtonosne. Radnja u najkraćim crtama glasi: 445 ljudi pozvano je zaigrati niz dječjih igara. Pobjednik je samo jedan, a ostali igrači umrijet će pokušavajući osvojiti glavnu novčanu nagradu. Obučeni su pritom u zelene trenirke s brojevima od 1 do 445 te su se svojevrijedno odlučili zaigrati smrtonosni *squid game*. Svi, osim jedne osobe (lika starca), u stvarnom životu „do grla su u dugovima“ zbog kojih su i pristali zaigrati igru. Likovi serije koji su u igri, ali nisu jedni od natjecatelja, dijele se maskama na tri tipa ljudi: krugovi označavaju radnike koji su zaduženi za svakodnevne aktivnosti kao što je kuhanje i paljenje mrtvih; trokuti su vojnici koji osiguravaju red, a kvadrati su najsuperiorniji, nadomak nadređenima.

No, kako je sve krenulo? Hwang Dong-hyuk (50) južnokorejski je filmski redatelj, producent i scenarist. Svojim radom bio je najpoznatiji po kriminalističkoj drami *Silenced* iz 2011. godine, a sada je poznatiji kao kreator Netflixove dramske serije o preživljavanju. Kada je napisao scenarij ove suvremene distopije bio je na rubu bankrot, a odbijenice za isti dobivao je punih 10 godina sve do Netflixove odluke<sup>1</sup>. Navedenu američku tvrtku za Internet streaming produkcija serije koštala je 21,4 milijuna dolara, a donijela joj zaradu od preko 890 milijuna američkih dolara<sup>2</sup>.

Serija prati marginalizirane članove društva koji svakodnevno lažu, krađu i bježe od nagomilanih im dugova koji ih ponukaju da sudjeluju u šest naizgled bezazlenih, ali smrtonosnih dječjih igara ne bi li u igri života i smrti pobijedili i odnijeli novčani iznos od 45,6 milijardi wona, odnosno u prijevodu oko 250 milijuna kuna. Odlučuju se zaigrati *squid game*, igru lignje, jer im igra nudi pravednije uvjete i veće šanse za opstanak od stvarnoga im životnoga scenarija u kojem su izgubljeni te imaju manje izbora. „Paradoks je u tome da

---

<sup>1</sup> *Squid Game: galleys, bankruptcy, refusal ... A 10-year struggle for the creator of the series!* (2021) dashfun, URL: <https://dashfun.net/squid-game-galleys-bankruptcy-refusal-a-10-year-struggle-for-the-creator-of-the-series-news-series/> (datum pristupa: 12.4.2022.)

<sup>2</sup> Jeffries, S. (2021) *Squid Game's creator: 'I'm not that rich. It's not like Netflix paid me a bonus,* URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/26/squid-games-creator-rich-netflix-bonus-hwang-dong-hyuk> (datum pristupa: 12.4.2022.)

opsesivnost koju potiče ideologija kasnog kapitalizma zapravo ostavlja vrlo malo mjesta za izbor. Krajnje kontrolirani pojedinac, koji je uvijek pod nadzorom, koji strahuje od nerada i skameni se pri pomisli na smrt, pronalazi vrlo malo užitka u igri ostvarivanja navodno bezgraničnih izbora“ (Salecl, 2012: 154/155).

Radnja serije referira se azijsku financijsku krizu iz 1997. godine, pogotovo na događaj iz 2009. godine kada je tvrtka „Ssangyong Motor“ otpustila velik broj radnika što je utjecalo na porast samoubojstava u Južnoj Koreji<sup>3</sup>. Redatelj stoga hiperbolizacijom odražava klasnu i ekonomsku nejednakost koja je još uvijek veliki problem njegove zemlje. Kao i u filmu „Parazit“, redatelj je uprizorio problem pretjerane klasne razlike nejednake raspodjele bogatstva pri čemu su siromašni većinski okarakterizirani kao vulgarni, manipulativni i podli pojedinci dok su bogati rastrošni snobovi oskudnoga vokabulara, nerijetko s manjkom inteligencije.

Kao reakcija na seriju, u Južnoj Koreji izbio je prosvjed za vrijeme pandemije kovida na kom su prosvjednici nosili *squid game* maske zahtijevajući od vlade bolje radne uvjete. Prema Insideru, „oko 80 tisuća članova južnokorejske konfederacije sindikata u 13 različitih gradova u Južnoj Koreji sudjelovalo je u štrajku, pozivajući nacionalnu vladu da nametne bolje radne uvjete za neredovne radnike i povećanje minimalne plaće<sup>4</sup>.

No, serija je ipak kritizirajući kapitalizam, njegove uvjete, paradigmu duga i razloge uspješnosti ovoga trenutnog modernoga „oblika ropstva“, paralelno producirala kapitalističke materijalne proizvode koji imaju svoju tržišnu cijenu. Ona potiče gledatelje na „kreativnu potrošnju“ pritom ističući proces marketizacije društva, u kom društvo također postaje tržište.

---

<sup>3</sup> Chang-Kun L. (2021) *Squid Game's Strike Flashbacks Were Modeled on Our Real-Life Factory Occupation*, URL: <https://jacobin.com/2021/11/squid-game-ssangyong-dragon-motor-strike-south-korea> (datum pristupa: 12.4.2022.)

<sup>4</sup> Frias L. (2021) *Thousands of union workers dressed in 'Squid Game' costumes rallied in South Korea, calling on the government to improve workers' rights*, URL: <https://www.insider.com/south-korean-union-workers-squid-game-costumes-demand-job-security-2021-10> (datum pristupa 12.4.2022.)



## 2. „ONO ŠTO ŽELIM, TO VIDIM I ČUJEM!“

Serijska, kao što je netom oprimjereno, referirajući se na stvarne situacije i probleme donekle potvrđuje da su „mediji upečatljivi sastavni dio kulture, a ne samo sredstva koja nam omogućavaju da saznamo, da se odmorimo, oporavimo i obnovimo radnu energiju (Russ-Moll, 2005: 25), ali unatoč „plemenitom cilju“ serija je donekle neočekivano izazvala kontraefekt na gledatelje jer htjeli ili ne, „publika se češće izlaže onim porukama koje želi da čuje ili vidi, poruke sa kojima se slaže pažljivije prati i pamti (Milivojević, 2015:32).

Osim gledanosti koja je rasla iz dana u dan i obarala sve moguće rekorde, serija je dio gledatelja potaknula na sumanuto trošenje što zapravo ne bi trebalo čuditi osvrnemo li se na riječi Dunje Dulčić koja je napisala da su „mediji kroz povijest razvoja predmodernog i modernog društva sredstva komunikacije koja se prilagođavaju društvenim promjenama, ali uvijek u funkciji održavanja date strukture društvene moći“ (Dulčić, 2014:87). Isto tako, što je i sam redatelj mogao pretpostaviti svaki tekst, u ovom primjeru serija, „ne može se smatrati samodovoljnim entitetom koji nose svoja vlastita značenja i vrši isti utjecaj na sve čitatelje. Umjesto toga, treba ga gledati kao potencijal značenja koja mogu biti aktivirana na različite načine (Fiske, 1989: 269).

Iako serija naizgled šalje „antikapitalističu“ poruku, medij na ovome primjeru još jednom postaje sukreator ideologije koji gledateljima uspješno promovira ideologiju trošenja, iako to prvotno možda uistinu nije bilo planirano, barem ne od strane samog redatelja serije. Ipak, „masovni mediji nikako nisu samo puki čimbenici prijenosa informacija, nego su aktivan faktor u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturne i svake druge realnosti“ (Hromadžić, 2013:63). Ostaje pitanje kako, pod kojim uvjetima te s kojim posljedicama...?

U današnjem tržištu gdje kulturna industrija nalaže da je sve roba, više ne želimo biti samo najbolja varijanta nas samih, već biti bolji i uspješniji od drugih, a navedena konkurentnost kapitalističkog neoliberalnog društva uspješno je ekranizirana putem serije u kojoj se prikazuje i ne toliko preuveličanu borbu čovjeka protiv čovjeka. Što smo sve spremni napraviti za novac? I je li čovjek čovjeku uistinu vuk? Odgovor se možda nalazi u kontekstualizaciji pojma kapitalizam.

### 3. KAPITALIZAM = NOVA RELIGIJA

Iako začetke kapitalizma povezujemo s bližim nam, „modernim“ vremenom, „početak kapitalizma, kakvog ga danas podrazumijevamo i kako smo ga definirali, možemo primijetiti već u srednjem vijeku, jer srednjovjekovno društvo ni izbliza nije nalikovalo onomu što bi se moglo smatrati homogenom civilizacijom“ (Jessua, 2008:11). Ususret globalizaciji, pojmu koji „označava stanje prelaza i preinake svjetskog ekonomsko-političko-kulturnog sklopa“, skladno s kapitalizmom profit poprima sve veću ulogu (Paić, 2005: 6). Koliko god „na prvu“ imala pozitivnu konotaciju, globalizacija je ipak „distopijska zato što postavlja samo jedan jedinstveni imperativ- uvećanje kapitala i profita kao nužnosti akumulacije privredne, političke i kulturne moći“ (Paić, 2005: 131). Stoga je naše djelovanje nerijetko orijentirano ka zaradi, a *homo sapiens* (razuman čovjek) zamijenio je *homo economicus* (ekonomičan čovjek) koji za cilj ima ostvariti svoje osobne ciljeve, i to pod svaku cijenu.

Paić je nadalje istaknuo da „suvremeni globalni kapitalizam počiva na realiziranim pretpostavkama društva obilja i potrošačkog društva. Ono sebe zrcali u čarobnom krugu potrošnje predmeta kao načina zbiljske egzistencije samoga kapitala uopće. Što je više potreba za novim sredstvima užitka, to se sve više povećava kvaliteta života ubrzanim rastom tercijarnog i kvartarnog sektora“ (Paić, 2005: 108/109) Kapitalizam uistinu možemo promatrati kao novu religiju koju skoro svatko „konzumira“ na svakodnevnoj bazi, a nerijetko smo toliko uronjeni u potonju da ju ususret manjku vremena i gomilanjem obveza ni ne preispitujemo - samo vremenom postajemo njeni vjerni sljedbenici. Dok *mainstream* ekonomisti pišu hvalospjeve o kapitalizmu slobodnoga tržišta i njegovim učincima, posljednja tri desetljeća pokazala su da, suprotno mišljenju njegovih zagovornika, „kapitalizam slobodnog tržišta usporava ekonomiju, povećava nejednakost i nesigurnost te vodi do češćih (ponekad i velikih) financijskih kriza“ (Chang, 2014:243).

Živimo u društvu u potpunosti izopačenih vrijednosti i pretpostavki u kom se komplementarno „ideologija slobodnog tržišta temelji na uvjerenju da ljudi neće činiti ništa „dobro“ osim ako su za to plaćeni, ili će biti kažnjeni ako to ne učine (Chang, 2014: 245). Zarada, pa i bogaćenje, može biti legitiman cilj postmodernog pojedinca, ali ne smije biti i jedini. Ne smijemo zaboraviti činjeničnu istinu da je „kapitalizam duboko apsurdan sustav, a u krizi se njegova proturječja najotvorenije očituju (Bilić, 2020: 148).

Ako razmišljamo korak dalje u neoliberalnom – kapitalističkom kontekstu javlja se problem današnje ograničene odgovornosti koja pogoduje velikim kompanijama i kapitalizmu jer je „reduciranje rizika za pojedinačne investitore jedini način da se mobiliziraju ogromne svote kapitala potrebne za industrije u nastajanju, tešku i kemijsku“ (Chang, 2014: 29). Neoliberalizam temelji se na principu neograničenog širenja, a jedna od najvećih kritika mu je da omogućava porezne olakšice za megakorporacije što rezultira da bogati postaju još bogatiji, a siromašni siromašniji. Isto tako „garantira osobne i individualne slobode na tržištu zbog čega se svaki pojedinac drži odgovornim za vlastite postupke i vlastitu dobrobit“ što je dvostruki mač jer determinira konkurenciju između pojedinaca (Harvey, 2013: 68) Za neoliberalne država je uvijek „prevelika“ i prerastrušna zbog socijalnih davanja zbog čega zagovaraju njeno minimalno upletanje.

Ipak, „Marx je shvatio da upravo država treba postati socijalno osjetljivija i aktivnija“, što se pokazalo pozitivnom praksom na primjeru Keynesove politike državnog intervencionalizma (Chang, 2014:249). No, situacija je jasna: „kapitalizam je trijumfirao i danas ne možemo zamisliti nijedan suparnički sustav koji bi mu se suprotstavio“ (Jessua, 2008: 107). Kapitalizam je uistinu „postao dominantna ekonomska forma našeg modernog doba“ (Jessua, 2008:110).

Ha-Joon Chang, južnokorejski institucionalni ekonomist specijaliziran za razvojnu ekonomiju, nadalje piše da „trebamo razmišljati o mogućnosti da država bude temeljni element ekonomskog sustava koji će biti dinamičniji, stabilniji i otvoreniji za ostvarivanje jednakosti“ (Chang, 2014:250). Što je intrigantna, ali sada gotovo nemoguća utopistička ideja jer kao što je u seriji *Squid game* ekranizirao Hwang Dong-hyuk, a što opisuje i citat Frederica Jamesona (2003): netko je jednom rekao da je lakše zamisliti kraj svijeta, nego li kraj kapitalizma. Vergilije kao da je nagovijestio i spoznao današnji sveprisutni ikonoklazam novca kada je rekao *Auri sacra fames*, odnosno u slobodnom prijevodu, kako je želja prema novcu korijen svih zala. Ali, sa svime uzetim u obzir, koga kriviti za trenutno društveno - ekonomsko uređenje i posljedice njegovog djelovanja? Koji nam primjeri i situacije unutar pokušavaju ukazati na isto?

### 3.1. NEOČEKIVANI *MASTER MIND* SERIJE

Jedan od glavnih misterija *Squid game*-a od samog početka identitet je osobe koja je osmislila i provela igru, u čemu također pronalazimo jedno od glavnih kapitalističkih lajtmotiva, a to je nepostojanje autoriteta kom/kojima se možemo žaliti. Rijetko koji gledatelj je gledajući seriju previdio da se iza svega krije lik starca Oh Il-nam-a koji je sam i sudjelovao u igri noseći trenerku broj jedan. Kako je tekao slijed radnje, za razliku od ostalih natjecatelja koji su se tamo našli zbog financijskih problema, saznajemo da starac ima zloćudni tumor te da je zato odlučio prisustvovati igrama koje ga podsjećaju na voljeno mu djetinjstvo prije no što umre. Svakoj igri Oh Il-nam pristupio je s osmijehom na licu, a u epizodi šest lažno je ubijen pred ostalim natjecateljima nakon što je izgubio igru protiv glavnog lika serije Seong Gi-hun-a. Preokret sezone događa se u zadnjoj epizodi kada glavni protagonist sazna pravu istinu. Na bolničkom krevetu naišao je na igrača broj jedan koji mu je, glumeći privilegiranu žrtvu, rekao kako ga je njegovo golemo bogatstvo desenzibiliziralo i zaštitilo od ljudskih iskustava pa mu je glavni motiv ovog sadističkog natjecanja bio stvoriti „sport“ u kom će uživati on i njegovi VIP prijatelji. Dodao je i da je zajedničko ljudima s premalo i previše novca manjak zabave pa je ponukan dosadnim iskustvom življenja osmislio *squid game*, igru gdje je ulog najviše što osoba može ponuditi, a to je njen život. Sam je bio dio igre s premisom da gledanje igre ne može biti zabavnije od sudjelovanja u njoj.

Da bismo lik neočekivanog upravitelja igre, popularno zvanog *master mind*-a smjestili u kapitalistički kontekst, poslužit ćemo se Baumanovim razlikovanjem teškog i lakog kapitalizma. Za vrijeme teškog kapitalizma na cijeni je bila disciplina i propisano učenje dok za vrijeme lakog kapitalizma u kom je djelomično transformiran onaj teški, pojedinci nemaju jasno zadane ciljeve i nemaju se kome žaliti. Metaforu lakog kapitalizma i njegovih „putnika“ metaforički je iznio Bauman: „putnici letjelice užasnuti otkrivaju da je pilotska kabina prazna i da se iz tajanstvene crne kutije s natpisom „automatski pilot“ ne mogu izvući nikakve informacije o tome kako avio leti, gdje će prizemljiti“ i slično (Bauman, 2011: 62).

U današnjem vremenu, svijet jednog fizičkog autoriteta zamijenili su brojni fizički i virtualni autoriteti koji su neuhvatljivi i nepoznati. To je jasno i starcu koji s tim istim znanjem i spoznajom marginalizirane članove društva dobrovoljno pozvao na igru života i smrti nudeći im, prema njemu, pravednije uvjete od onih u stvarnosti. Ipak, za razliku od fragmentarnog lakog kapitalizma, u igri postoji fizički - stvarna osoba koja upravlja lažnim svijetom što

igračima, iako ne znaju o kom se točno radi, unosi djelomičan osjećaj sigurnosti. Isto tako, ono što im je vjerojatno i najpotrebnije s obzirom da su izgubljeni i „stjerani u kut“ u stvarnome životu, jest jasan cilj: pobijediti, odnosno preživjeti ili pak izgubiti – u prijevodu umrijeti. Svijet kao da se počeo dijeliti na nadređene i podređene, a kako bi se taj isti dualizam ustalio, zaslužan je i govoreni te pisani jezik što je očito i na primjeru popularne serije.

### 3.2. NETFLIXOV IZGUBLJENI PRIJEVOD

Jezik je moćno sredstvo kojim možemo djelovati, ali i kojim drugi mogu utjecati na nas. Bilo da se radi o njegovom pisanom ili vokalnomo obliku, jezik kao diskurs nerijetko postaje poprište ideologije i sredstvo moći. Poneki gledatelji koji uz svoj materinji jezik, znaju i korejski, nakon gledanja serije s Netflixovim engleskim prijevodom iskazali su svoje nezadovoljstvo. Istaknuli su da je redatelj pomno birao svoje riječi koje reflektiraju kapitalističke neprilike i socioekonomsko stanje likova, a koje je izostalo ususret manjkavom prijevodu.

Netflixov propust najočitiije je na primjeru Han Mi-nyeo, lika serije koju glumi Kim Joo-Ryoung. Njen engleski prijevod uvelike se razlikuje od scenarija, i samim time gledatelji ne dobivaju „dubinu“ njenog lika u punom značenju riječi<sup>5</sup>.

U jednoj od ranijih scena šeste epizode serije, Han Mi-nyeo se obraća Seong Gi-hunu u potrazi za partnerom za sljedeću kobnu igru. Netflix je njene riječi obraćanja, time je portretirajući manje inteligentnom, preveo na sljedeći način: „Ja nisam genije, ali mogu se snaći“; dok doslovni pravi prijevod glasi: „Jako sam pametna, samo nikada nisam imala šansu školovati se“. Krivim prijevodom, gledatelj ne dobiva glavnu poruku cijele epizode, a ta je isticanje razlike u prilikama više i niže klase te zapreku koju pred sobom imaju mladi inteligentni ljudi koji ne mogu ostvariti svoj potpun potencijal ususret manjku kapitala. Autor serije je nadalje, u kontekstu Južne Koreje, htio ovim riječima ukazati na nepravednu korelaciju bogatstva i obrazovanja u svojoj zemlji. Također, pravi prijevod naslućuje da je

---

<sup>5</sup> Groskop V (2021) *Lost in translation? The one-inch truth about Netflix's subtitle problem*, URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/14/squid-game-netflix-translations-subtitle-problem> (datum preuzimanja: 1.5.2022.)

Han Mi-nyeo ne samo zbog sebe, već i okrutne stvarnosti nejednakih prilika, završila u dugovima, a potom i u igri.

Još jedna scena pogotovo potkrjepljuje kako je Netflixov prijevod krivo prenio redateljevu poruku svijetu. Lik indijskog migranta (Abdul Ali), Cho Sang-Woo-a u seriji doziva riječju gospodine, barem po Netflixovu prijevodu, što je daleko od istine. Abdul ga doziva korejskom riječi sajangnim, titulom koja označava šefa kompanije, nekog tko mu je nadređen<sup>6</sup>. Netflixov prijevod minimalizirao je Alijevu samodeklaraciju inferiornosti nad drugima ususret tomu što je u stvarnome životu migrant s groznim, gotovo nikakvim uvjetima rada i prilikama za napredak.

Netflixov prijevod nije uspio iskoristiti priliku i vlastitu uspješnicu prikazati još slojevitijom - onakvom kakva ona idejno i jest te na taj način upoznati gledatelje s nekim od specifičnih aspekata korejskog filma. S druge strane, može se nametnuti i zaključak da isti propusti nisu slučajni već ideološki motivirani i proračunati. Pitanje će ostati, barem za sada, neodgovoreno, a kao rezultat življenja u tom sistemu u kojem je sve više pitanja, a manje odgovora mi...trošimo!

---

<sup>6</sup> The one „Squid Game“ Korean Easter egg that's leaving fans devastated (2021) nbc.news, URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/one-korean-easter-egg-leaving-squid-game-fans-devastated-rcna3027> (datum pristupa:2.5.2022.)

#### 4. KULTURNA INDUSTRIJA: sve je roba!

Kulturna industrija prvi puta spominje se u dvadesetom stoljeću u „Dijalektici prosvjetiteljstva“ (1989). Autori Theodor Adorno i Max Horkheimer u knjizi pojam definiraju kroz pojavu standardizacije svih oblika proizvodnje. Pritom ističu manipulativnu stranu kulturne industrije u kojoj uporabna vrijednost kulturnih industrija postaje fetiš, „vrsta robe, pripremljena, zahvaćena, prilagođena industrijskoj proizvodnji, kupovna i fungibilna, ali umjetnost kao vrsta robe koja je živjela od toga da bude prodavana, a da ju se ipak ne može prodati pretvara se potpuno u pretvornu neprodajnost čim posao više nije samo njezina namjera nego i njezin jedini princip“ (Horkheimer i Adorno, 1989: 163).

Upravo o fetišizaciji robe i društvu spektakla u kojem danas živimo, odnosno u kom je naša svakodnevica izložena medijsko – oglašivačkim porukama, analizirao je Guy Debord u „Društvu spektakla“ u kojem piše o načinima kako se manipulira potrošačima, tj. kako je pasivni spektakl zamijenio aktivno sudjelovanje u stvarnosti pri čemu dolazi do društvenog otuđenja (Debord, 1992). Debord je spoznao da je spektakl popularizirao *shopping* i gledanje televizije i ostalih streaming platformi te ih pozicionirao kao omiljeni izbor u potrazi za svakodnevnom rasonodom (Debord, 1992). Već smo odmakli u ideji zavođenja, piše Alić i nastavlja: „već smo na području intenzivnog manipuliranja građana suvremenog medijski premreženog i spektaklom igre, zabave i vijesti kao robe- porobljenog svijeta“ (Alić, 2009: 110).

Slika je postala roba, ali osim slike zapravo sve može postati robom, što je glavna pretpostavka, odnosno premisa koja osnažuje kapitalistički način proizvodnje te uspješno djeluje na svakog od nas ponaosob. Dolazi do sveopće komodifikacije, „procesa u kojem su proizvodna dobra i usluge ponuđeni na tržištu za prodaju“ (Marshall, 1998: 93), a glavni problem postaje sve nevidljivija granica komodifikacije. Živimo u eri „u kojoj je kultura postala najvažniji komercijalni resurs“, tek demistificirana roba spremna za prodaju (Peračković, 2008:991).

Zato je ironično, ali ne i nemoguće, da serija *Squid game* koja prikazuje pojedince na rubu društva koji su u stvarnoj neimaštini te u nemogućnosti brinuti se za sebe i ljude oko sebe, plasira standardizirane proizvode koji imaju svoju kapitalističku vrijednost i pritom donose zaradu velikim kapitalističkim proizvođačima koji stoje iza njih. Cilj serije bio je da gledateljima bude neugodno, a ne da kreira već „uhodani“ konformizam, ali to samo

potvrđuje da se i autori medijskoga teksta također nalaze u situaciji da preuzimaju „vrijednosti dominantnog ideološkog sistema te većina njih, kao i publika, koristi na nesvjestan način medijske konvencije koje reflektiraju dominantnu ideologiju“ (Lacey, 1998:102).

Premisa da sve može postati roba postaje doslovnom pa i mi radnici unutar društva postepeno postajemo roba, i to ona potrošna. Navedenom ljudskom stanju pogodovala je ljudska otuđenost koja se manifestira u dvije pretpostavke: prva je da je kreativan rad esencijalan za ljude, a druga da dolazi do fetišizacije robe (Marx, 1966), odnosno da produkt rada postoji izvan radnika. „Radnik je plaćen za rad, stoga osoba ili osobe koje ga plaćaju u vlasništvu imaju ono što je radnik reproducirao“ (Storey, 2017: 4), točnije, „višak rada“ nakon obavljenog posla ide proizvođaču što opisuje koncept dvostruke alijenacije. Primjerice, ako ja napišem knjigu ili u tvornici napravim staklenu vazu, ne mogu se ušetati u knjižaru i/ili trgovinu i uzeti je jer je mojih ruku djelo Ne, proizvod se nakon izrade plasira se tržištu i tada je roba ta koja ima cijenu odnosno moć, a mi – mi smo zamjenjivi, tržišna nula, kupljena radna snaga. Mi živimo da radimo, a manjak kreativnosti i slobode, pa čak i identitet, ispoljavamo u predmetima koji nam indirektno obećavaju ispunjenost.

Prijelazom iz fordizma u postfordizam dolazi do simbioze potrošača i proizvođača, odnosno brišu se granice potrošnje i proizvodnje. Nova tehnologija koliko god privlačna i progresivna bila, gdje pritom u nastavku ne želim zvučati tehnodeterministički, tjera ljude na prekvalifikaciju kao jedino moguće rješenje u konkurentnosti koja je dodatno ojačana tehnološki razvijenim strojevima koji mogu zamijeniti pretežito manual rad. Društvo rada, odnosno industrijsko društvo koje je karakterizirao radni odnos na puno radno vrijeme transformira se u postindustrijsko društvo znanja koje „nije nikakvo osobito pametno društvo“ (Liessman, 2008: 23). Vrijedi istaknuti da društvo znanja danas „ne zamjenjuje industrijsko društvo već da se znanje brzim tempom industrijalizira“ (Liessman, 2008: 34). Olako zaboravljamo da je znanje puno više od puke i površne informacije. Njegovanjem tih (ne)vrijednosti, i čovjek postepeno kao da ima etiketu s cijenom koja mu visi oko vrata koja se, kako se barem sada sudeći čini, većini smanjuje iz minute u minute. Vrijedimo koliko novčano doprinosimo, a „popusti“ na ljudski život čini se da traju kroz cijelu godinu, a ne netom prije praznika kao što je uobičajena praksa. Radimo dok ne umremo pod nepravедnim, nepisanom pravilom da je svatko zamjenjiv.



#### 4.1. ZALUĐENOST PREDMETIMA: *SQUID GAME* „*MERCH*“

Potrošačko društvo utemeljeno je na hiperprodukciji roba i usluga, a impuls potrošačke želje aktivno je stimuliran mehanizmima oglašavanja i marketinških strategija prodaje (Baudrillard, 2003). Stoga je prikriveno oglašavanje - marketinška strategija kojom se indirektno želi u uvjetima prezasićenosti tržišta doći do potencijalnog kupca te promicati pritom određene proizvode - u filmovima, ali i serijama nerijetka uspješna praksa. Prikriveno oglašavanje učestalije je i u sve popularnijim streaming servisima kao što je primjerice Netflix. Živimo u užurbanome vremenu nemajući strpljenja za nikoga i ništa, pa ni za reklame stoga su upravo streaming servisi idealni, ali i ekonomičniji način plasiranja proizvoda od reklamnih uradaka. Fredric Jameson (1991) smatra da „fenomeni potrošačke i popularne kulture posredovane medijima nisu ništa drugo nego kulturna logika kasnog kapitalizma“ (Bilić, 2020: 59).

Serijska *Squid game* alegorija je modernoga kapitalističkog društva čiji redatelj je donekle stvaran scenarij i svakodnevan osjećaj tjeskobe uprizorio u obliku serije koja je obišla svijet i postala globalni fenomen. Kritikom kapitalizacije društva pritom je došlo do pojave paralelne kapitalizacije jer je posljedično producirana tzv. „*merch*“ serije - roba koja je u ekonomskom smislu u uspješnom međudjelovanju potražnje i potrošnje, odnosno najjednostavnije: roba koja se može kupiti i/ili prodati<sup>7</sup>. Tako je u Parizu otvoren *Squid Game experience center* kada je na njegovom otvaranju po kiši za ulaz čekalo više od 3 tisuće ljudi<sup>8</sup>; na internetu se prodaju *mystery boxovi* vrijednosti 10 tisuća dolara<sup>9</sup>, a brojni obožavatelji serije kupili su i trenerke koje su nosili protagonisti serije kao kostime za *Halloween*, Također, šetajući zagrebačkim Adventom na štandovima se uz božićne kuglice i rukotvorine, prodavala i lutka iz *Squida game*-a, kao i privjesci s njenim likom.

---

<sup>7</sup> *What is Merch?* (2022) Influencer Marketing Hub, URL: <https://influencermarketinghub.com/glossary/merch/> (datum pristupa: 13.4.2022.)

<sup>8</sup> *Squid Game Experience Center' opened in France, as soon as it opened, there was an uproar because of 'this'* (2021) Newsdirectory3, URL: <https://www.newsdirectory3.com/squid-game-experience-center-opened-in-france-as-soon-as-it-opened-there-was-an-uproar-because-of-this/> (datum pristupa: 13.4.2022.)

<sup>9</sup> *I SPENT \$10,000 ON A SQUID GAME MYSTERY BOX...*(2021) Xtremegamez, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HduYEGUM14g&t=358s> (datum pristupa: 13.4.2022.)

Nadalje, tu je i već spomenuta gledanost serije koja je Netflixu donijela zaradu od skoro 900 milijuna dolara, procjena je američkog poslovnog medija Bloomberg<sup>10</sup>. Euforija ne staje na tome, pa je nekolicina oportunistički kreirala lažnu *Squid Game* kriptovalutu s kojom su od naivaca uspjeli uzeti oko 3,38 milijuna dolara<sup>11</sup>. Navedenom argumentacijom može se zaključiti da brza zarada postaje poželjna, ali i da je opasna. Pritom, potvrđuje se teza da „nijedan predmet nije poželjan sam po sebi, stvari nisu privlačne radi njih samih, tu su uvijek prisile prestiža i priznanja, statusa i društvene integracije“ (Lipovetsky 2008 :23).

Ipak, zanimljivo je kako su gledatelji serije unatoč poruci koju želi prenijeti, kao i problematizaciji kapitalizma i pozicije individua u tom istom sustavu, tako brzo i lako odbacili pokušaj uzdrmanja alarmantne nam realnosti i nastavili licemjerno sa svojim starim potrošačkim navikama.

---

<sup>10</sup> Shaw L (2021) *Netflix Estimates 'Squid Game' Will Be Worth Almost \$900 Million*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-10-17/squid-game-season-2-series-worth-900-million-to-netflix-so-far> (datum pristupa: 13.4.2022.)

<sup>11</sup> Stolker-Walker C (2021) *How a Squid Game Crypto Scam Got Away With Millions*, URL: <https://www.wired.com/story/squid-game-coin-crypto-scam/> (datum pristupa: 13.4.2022.)

## 5. JE LI NOVAC POSTAO VAŽNIJI OD LJUDI?

Zašto postoji novac?; Pod kojim pretpostavkama djeluje?; Zašto su bogatiji sve bogatiji, a siromašni sve siromašniji?; samo su neka od pitanja koja nam mogu pasti na pamet kada razmišljamo o novcu. Rijetko tko razmišlja o tome je li novac postao važniji od ljudi jer pitanje naizgled zvuči apsurdno i smiješno. No, postoji li i u njemu ščica zabrinutosti i istine?

Novac je danas postao gotovo sve iako je „najapstraktniji oblik kapitala čija je moć institucionalizirana u zakonu i pojačana pomoću države (Mraović, 2010: 85). Nesretni smo ako ga nemamo, a nesretno smo kada ga i imamo, iako neki tvrde da se sreću itekako može kupiti novcem. Kada ga nemamo nalazimo se u velikoj nesigurnosti i egzistencijalnom strahu s pitanjem nad glavom što donosi sutra, a ako ga imamo ponovno živimo u strahu jer financijsko stanje danas, lako se može promijeniti sutra, na gore. Novac je postao čvrsta odrednica ljudskih života što je jasno i iz primjera da novac nerijetko biva razlogom studiranja određenog fakulteta, a samim time definira i naše „buduće ja“. Upisivanje na fakultet vodi se glavnim pitanjem je li to zanimanje trenutno profitabilno, ili još bolje, hoće li biti, jer ako neće, onda je to gubitak vremena i sposobnosti, a ne mogućnost npr. kreiranja kritičke svijesti i razmišljanja. Stoga novac opipljivo itekako utječe na naš izbor zanimanja i način života. Slično je zaključila Mraović (2010) koja ističe da je kapital postao najvažnija determinanta moderne povijesti te da rad koji nas pretvara u robu zapravo upravlja ljudima.

Navedeno pokrjepljuju i socioekonomski profili likova iz serije: Seong Gi-hun, razvedeni je kockar, loš otac, kao i sin. Nakon štrajka u automobilskoj tvornici ostao je bez posla. Abdul Ali imigrant je iz Indije koji osim što tečno govori korejski, zbog nedobivanja novca za rad u tvornici, krade novac vlasniku koji daje svojoj ženi i djetetu. Od teškoga rada povrijedio je ruku pa postaje nesposoban za daljnji rad. U tom primjeru još jednom postaje jasno kako se čovjeka u kapitalističkom okruženju validira po tome koliko proizvede, a ne po tome kakva je osoba. Vrijedni smo samo dok radimo, opsjednuti našom produktivnošću što postaje životna filozofija modernoga pojedinca.

No, ne bismo trebali biti pretjerano iznenađeni, naprotiv...Povijesno, u većini ljudskih ekonomija, novac je korišten kao prvi i glavni način dogovaranja braka. Tko ima novca, kupit će si mladenku i imati sretan život. Sada, novac postaje daleko moćnijim sredstvom koje nam može omogućiti sve, pa čak pomalo kontroverzno rečeno, biti i vredniji, po određenim

parametrima, od ljudskoga života. Pojava novca u početku je olakšala razvoj trgovine, ali u procesu razvoja i napretka društva pojavila se ljudska zavist i težnja da nikad i ništa nije dosta i dovoljno. Dvostrane je naravi: „Promiče oboje, i slobodu i nejednakost. On je oboje, i sredstvo podvrgavanja i emancipacije“ (Mraović, 2010: 129).

Ali zapitajmo se gdje se krije ta moć novca? Novac je duboko ukorijenjen unutar društva, to je socijalna sila koja ima značenje kad zapovijeda radom drugih. Novac kao takav uvjetuje naše djelovanje ka osnaženju glavnog ekonomskog sistema pritom okrutno odbacujući one koji nisu „dorasli zadatku“. Iako pojedinci tvrde da je moć novca odraz moći banaka i financijskih institucija, „to je moć kapitala u njegovom najapstraktnijem obliku. To je moć zapovijedi nad robama, uključujući i moć nad radnom snagom kao robom i, kao takva, ona predstavlja nesvodljiv oblik socijalne moći vlasništva“ (Mraović, 2010: 83). Želiš novu kuhinju? Moraš raditi i zaraditi. Podstanar si? Moraš raditi i zaraditi. Imaš dijete? Moraš raditi i zaraditi. Zaključak: MORAMO raditi i još bitnije: ZARADITI! Ono ljudsko ja „izgubi se po putu“. Svodimo se na ekonomski isplative ili neisplative supstance odnosno „čovjek je postao uporabna vrijednost za sustav produkcije“ - podanik, sluga i štovatelj novca (Mraović, 2010: 173). Danas možda bolje reći: In pecunia veritas!

## 5.1. ZAVIŠĆU DO USPJEHA

Pri realizaciji cilja, bogaćenjem, i pozicija individue kroz godine je postala drugačija. Dok je prije glavni cilj bio samorealizirati sebe i svoje talente i pritom doći do zarade, sada prekarni radnik postindustrijskog globalnog kapitalizma za cilj ima ne samo biti najbolja verzija sebe, već i biti bolji od drugih - konkurencije.

Individua se promatra kao ideološka struktura, odnosno ekonomski sustav sam za sebe koji dovodi do određenih individualnih djelovanja. Nova norma koja je uspješno ekranizirana u seriji postaje kompetitivnost, odnosno konkurentnost u kom se osim natjecanja velikih održava i ono malih. Uz to, „izgubljeni smo u moru informacija, okovani ritualiziranim navikama bez dovoljno vremena da stanemo i postavimo prava pitanja“ (Alić, 2009: 111).

Nerijetko smo ljuti na druge zbog svog neuspjeha te nas obuzima odvratani osjećaj zavisti. Što ne čudi s obzirom da nas „financijski imperativi neprestano pokušavaju svesti, usprkos nama samima, na ekvivalent pljačkaša, s ciljem da smo isključivo u potrazi za onim što se može pretvoriti u novac (Graeber, 2011: 387/8). A pritom, u borbi s drugima, kao da je sve manje i

manje pravila. Tako u seriji možemo pratiti moralno propadanje jednog od glavnih likova, Cho Sang-wooa. Sang-woo Gi-hunov je prijatelj iz djetinjstva, u seriji zgodni investicijski bankar koji zapada u financijsku krizu koju skriva od obitelji i prijatelja. Gledajući seriju gledatelji otkrivaju da je ukrao novac od svojih klijenata i pobjegao te da ga taj isti čin sada sustiže. Od početka sudjelovanja u *squid game*-u, Cho je pametan kalkulirajući igrač koji nikome ne otkriva svoj sljedeći korak. Svoje pravo lice otkriva već u trećoj epizodi kada iako je shvatio što će biti sljedeći izazov, laže svog prijatelja, Sang-wooa, da bi lakše prošao u idući krug, iako je to moglo, ali nije, značiti da će mu prijatelj umrijeti. Navedeno bismo donekle mogli opravdati povezujući njegovo ponašanje s aktiviranjem evolucijskog instinkta za preživljavanje, ali kako je radnja tekla dalje, tako je Cho postajao sve gori: spletke, kreiranje klanova i ubijanje drugih za vlastitu korist, i novac, samo su neki od beskrupuloznih pothvata kojima se je služio.

Dodatni problem koji tematizira serija sam je taj sustavan koncept uspješnosti koji nas je odmaknuo od tema eksploatacije i otuđenja. Ne razmišljamo o problemima na koje naiđemo putem do cilja, već karijeristički, pa i animalistički gledamo samo naprijed, makar to značilo i oduzimanje tuđih života što iz sfere fikcije sve češće prelazi u stvarnost. „Razmjenjivati, raditi, hraniti se, njegovati se, razonoditi se, trošiti, uljepšati se, baviti se sportom, voditi ljubav, posvuda se suvremene prakse interpretiraju kao manifestacija performativne norme koja se istovremeno pojavljuje kao glavni uzrok naše društvene i egzistencijalne nelagode“ (Lipovetsky, 2008: 163). Dolazi do pojave sveopće dehumanizacije koja nije tako očita kao u seriji (svi igrači u istoj odjeći svode se na broj), ali zbog toga definitivno nije bezazlenija. U životnoj „igri“ u kojoj novac poprima veću vrijednost od ljudi, i u kojoj je konformizam i gledanje samo na sebe postalo „zlatno pravilo“, sve više je onih koji se ne uspijevaju prilagoditi trenutnoj okrutnoj situaciji pa najčešće upadaju u dugove.

## 6. „NOVO NORMALNO“ – PREKARNI RAD

Dok je prije bilo donekle lako uz određene kompetencije nakon fakulteta ili srednje škole dobiti zaposlenje za stalno, sada su tržištem zavladaali *part – time* poslovi te je sve više *freelance* radnika i ostalih privremeno zaposlenih nego li onih čvrsto situiranih pa je potraga za sigurnim poslom prikladno rečeno postala „potraga igle u plastu sijena“. Liberalizacija tržišta do koje je došlo „i pritisci prema izjednačavanju svjetskih nadnica imaju za konzekvenciju rezanje cijene rada i snižavanje ili stagnaciju životnog standarda velikog dijela radne populacije (Mraović, 2010: 80). Smanjenje sigurnosti pritom se tiče svih, a najteže pada radništvu.

Kada i kako je došlo do navedenoga? 1970-ih godina došlo je do procesa fleksibilizacije tržišta kada je pritom sigurnost radnih mjesta dodatno smanjena pojavom tržišnog liberalizma što je vidno i na primjeru Južne Koreje, mjesta radnje analizirane serije: „nakon krize iz 1997. godine kojom je u zemlji završilo „razdoblje čuda“ Južna Koreja napustila je svoj intervencionistički i pokroviteljski ekonomski sustav i prigrlila tržišni liberalizam koji potiče konkurenciju (Chang, 2014: 217).

Nekada se prekarni rad u negativnom kontekstu povezivao s marginaliziranim članovima društva koji su se nalazili u poziciji neuspješnog pronalaska posla, sada prekarni rad postaje „novo normalno“. Rad je to koji je teško definirati jer i sam ukazuje na određenu nestabilnost. Kalleberg za prekarni rad kaže da se radi o „zaposlenju koje je nesigurno, nepredvidljivo i rizično iz točke gledišta radnika“(2009:2) dok Standing (2011) proširuje značenje pojma i pod prekarni rad uključuje i otkaz, strah od otkaza, manjak prilika za unaprjeđenje te manjak opcija na tržištu rada. Pritom Guy Standing dodaje da prekarijat, kao što mu sugerira naslov knjige, postaje nova opasna klasa - opasna jer se zasniva na nemoralnoj konkurentnosti gdje pojedinac, često i zanemarujući pravila, samo želi doći do najčešće mu nejasnoga cilja.

Već spomenuti neoliberalni kapitalistički problem današnje ograničene odgovornosti, kao i maksimizacija dioničarske vrijednosti (koja se isprva smatrala da dobro djeluje na menadžere i na dioničare), dovela je do pojave „nemilosrdnoga ukidanja radnih mjesta, mnogi radnici bivali su otpušteni pa ponovno zapošljavani kao sindikalno nepovezana radna snaga s nižim plaćama i smanjenim pravima te smanjenom mogućnošću povećanja plaća (Chang, 2014: 32). Jedan od takvih je i glavni lik serije *Squid Game* koji je nakon otkaza u tvornici,

nepronalaskom novog posla pribjegao igrama na sreću zbog koji je zapao u velike dugove. Osim što su ostali likovi serije, kao i njen protagonist, iza sebe imali nekolicinu krivih životnih odluka pa su za svoju „sudbinu“ donekle krivi i sami, nisu u potpunosti utjecali na vlastitu dekadenciju i propast. U pitanju je nešto dublje i složenije...

## 6.1. IPAK NISU JEDNAKI: PROMJENA PRAVILA

Pravilo kreatora igre glasi da su svi u *squid game*-u isti. Ali, hipotetski - tko može promijeniti pravila? Onaj tko ima novca... Upravo to dogodilo se kandidatima igre u pretposljednjoj epizodi serije. Kao što je „ključni čimbenik u kreiranju modernog kapitalizma bez kojeg danas nije moguće zamisliti ni monetarne politike moderne države bila je koncentracija moći u rukama onih privilegiranih političkih struktura što su simultano igrale ulogu vođe u procesima formiranja države i akumulacije kapitala“, ti isti vođe poigrali su se i sa sudbinom likova serije (Mraović, 2010: 63).

Netom prije nadolazeće igre, jedan od VIP gostiju, gostiju kojima ne vidimo lica jer su ukrašena simboličnim zlatnim maskama, uvidio je da je jedan od igrača u stvarnome životu stručnjak za stakla te da može razabrati koje je staklo propusno, a koje ne i na taj način proći igru bez da stane na lažno staklo, propadne i umre. Nakon tog otkrića, mijenjaju se pravila (jer ipak su oni financiери glavne nagrade) s ciljem da im igra bude još zabavnija te se gase svijetla bez kojih kandidat nije mogao razlikovati stakla, stao na krivu pločicu i umro.

VIP osobe u igri *squid game*-a, baš kao i svi ostali koji nisu igrači, moraju nositi maske. Ostaje pitanje zašto oni nose maske sa životinjskim motivima te što koja života označava u korejskoj kulturi? Svaka maska višestrukih milijunaša napravljena je od zlata. Stoga je jasno da su dizajnirane kako bi odavale dojam bogatstva i moći, naspram dehumaniziranih natjecatelja koji se odazivaju po broju na trenerci. Nadalje, osim što su zlatne, oblika su raznih životinja čime je autor suptilno aludirao na neljudski i životinjski načine na koji VIP osobe gledaju kandidate u igri doslovne smrti. Njihove maske nadasve mogu ukazati na njihove životne pozicije. Primjerice, u Koreji se jeleni povijesno smatraju božanskim životinjama koje povezuju zemaljske šamane s nebesima, što znači da je njihov nositelj vjerski ili duhovni vođa. Maska tigra mogla bi biti sibirski tigar - nacionalna životinja Južne Koreje koja vrlo vjerojatno predstavlja političkog vođu ili posrednika. U daljnjoj analizi, bik

je nerijetko simbol financijskog trgovanja pa maska s motivom bika predstavlja trgovca dionicama. Dok se nije pridružio igračima, osnivač igre, starac Oh Il-nam, nosi zlatnu masku nalik sovi, što odražava njegovu inteligenciju i snalažljivost koju dokazuje ne samo kreirajući igru već i uspješnim skrivanjem pravog identiteta do samoga kraja<sup>12</sup>. Zaključno, činjenično je da nestabilnost kapitalizma ljude dijeli na pobjednike i gubitnike te da „pobjednici“ novcem mogu kontrolirati „gubitnike“. No, i pobjednici, tzv. VIP-ovci, vrlo brzo i lako mogu ostati bez ničega, a „ono što ostaje konstanta u metamorfozama kapitalizma jest da su svi trajni i fiksni odnosi zauvijek pometeni: vječna neizvjesnosti stalna uzburkanost socijalnih odnosa tegobna su cijena trajnog revolucioniranja produkcije, pri čemu ključna riječ u ovim procesima postaje brzina“ (Mraović, 2010: 168). Trenutci za predah i odmor od rada za „bogatije sutra“ postaju sve rjeđi, gotovo su nepostojeći. Zašto?

Također, imamo li uopće izbora koji je navodno zagaraniran u društvu obilja, i nadalje - ako ga uopće imamo - nudi li nam osobno zadovoljstvo koje očekujemo ili pak češće prevladava tjeskobna tiranija izbora? S tim na pameti, praksa u sklopu koje sve više ljudi ima problema s dugovima koji ih dovode do propasti nije ni slučajna ni bezazlena.

---

<sup>12</sup> Krueger E (2021) *Why VIP's From "Squid Game" Wear Animal Masks?*, URL: <https://hypeabout.com/news/squid-game/why-vips-from-squid-game-wear-animal-masks/> (datum pristupa: 4.5.2022.)



## 7. PARADIGMA DUGA I PRAVO NA IZBOR

Dug je „postao glavni problem internationalnih politika, ali nitko zapravo ne zna što je točno on, i kako razmišljati o njemu“ (Graeber , 2011: 5) Upravo navedena fleksibilnost pojma njegova je moć zbog koje se smatra najvažnijom međukapitalističkom nevidljivom interakcijom. Ipak, koliko god pojam kao takav bio kompleksan, ono što definitivno znamo jest da je dug postao sveprisutni problem društva koji funkcionira na sistemu kupi sada, plati kasnije. „Oklijevanje da se suočimo s dugom bio je temelj naše potrošnje u desetljećima koja su dovela do financijske krize (...) I dok su potrošači naučili kako kombinirati svoje kreditne kartice i odgoditi plaćanje, velike financijske institucije poticale su predodžbu da vrijeme naplate nikad neće doći (Salecl, 2012: 47). Ali dođe, i to s kamatama...

Dug je za tržišna društva ono što je pakao za kršćanstvo- nužan upravo onoliko koliko je neugodan (Varufakis, 2015: 46). U životnoj nedaći zbog duga za koji su sami djelomično ili u potpunosti krivi, a naravno i manjka novca, našli su se protagonisti serije. Tako je kapitalističko društvo svojevrstni oblik ropstva jer funkcionira na način da „onaj tko je pozajmio novac, pozajmio je vrijeme; naizgled nema represije i naizgled je slobodan, no sva se daljnja djelovanja odvijaju u okvirima obećanja da će dug biti podmiren (Lazzarato, 2013 :27). Također, „plaćanje duga i dalje je glavni princip regrutiranja radne snage na globalnoj razini: ili u doslovnom smislu kao u istočnoj Aziji ili Latinskoj Americi, ili u subjektivnom smislu pri čemu većina ljudi koji rade za plaće to čine prvenstveno da bi otplatili kamatonosne kredite“ (Graeber , 2011: 368/9).

Što je onda zapravo dug? “Samo perverzija obećanja. Obećanje koje je korumpirano matematikom i nasiljem“ (Graeber , 2011: 391). Svrha je „unaprijed raspolagati budućnošću, što znači podrediti svaku mogućnost izbora ili odluke koju sadržava budućnost reprodukciji kapitalističkih odnosa moći“ (Ibid.,38). Grčki ekonomist i europarlamentarist Yanis Varufakis zaključio je da „svaka kriza znači da sadašnjost nije u stanju otplaćivati budućnost za vrijednost koju je bankarski sustav uzeo od budućnosti“ ( Varufakis, 2015: 87). Ljudi danas kao da trebaju biti u dugu: „on je dobar sam po sebi. Osnažuje. U svakom slučaju, ako na kraju budemo previše ovlašteni, vlast ih može uhititi. Dug i moć, grijeh i iskupljenje, postaju gotovo nerazlučivi. Sloboda je ropstvo. Ropstvo je sloboda“ (Graeber, 2011: 380).

## 7.1 KLAĐENJEM I ULAZAK U IGRU

Pred kraj rada možda naizgled paradoksalno se vraćam na početak serije jer je bitan i sam način kako su igrači saznali, i došli zaigrati *squid game*. Svaki od igrača jednog dana susreo se s uređenom mladom osobom u odijelu koja im „pruža priliku“ da se okušaju u igri dđakji. Ako pobijede rundu dobit će 100 tisuća vona, a ako izgube dobit će jedan šamar. Kada na početku serije Seong Gi-hun nakon nekolicine pokušaja napokon dobije u igri dđakji, agent mu čestita na pobjedi i prepriča mu njegovu cijelu životnu priču, kao i opis niza detaljnih nedaća koje su ga snašle. Netom ga poziva da zaigra igru lignje - daje mu tzv. kartu pozivnicu s pozivnim brojem na poleđini. Karta pozivnica na sebi ima tri glavna simbola serije: krug, trokut i kvadrat. To su zapravo slova korejske abecede napisane na Hangeul načinu pisanja koja označavaju posljednju igru, *squid game*, a igra je glavna metafora serije koja označava kompetitivnost korejskog društva: krug označava glavu lignje koja je rezervirana samo za pobjednika/e<sup>13</sup>.

Ironično je da je Seong u igru ušao klađenjem, ovisnošću koja ga je, u među ostalom, i dovela do trenutnih mu problema. Nakon dobivanja pozivnice, istog dana navečer, u strahu da njegova kćer ode u Ameriku, zaboravi korejski jezik, a naposljetku i njega, Seong Gi-hun odlučio je nazvati broj, ušao u automobil i otišao u nepoznato. Svi kandidati u igri su se našli zbog rastućih dugova, a konačni pobjednik igre u novčanim problemima našao se, ponavljam, upravo zbog klađenja. Stoga je redatelj ironično istaknuo njegovu slabost duha jer se je unatoč svom problemu nastavio ponašati u skladu s ponavljajućim obrascem, i to zbog minorne novčane nagrade. Pritom je primio niz šamara, ali taj čin nepoštovanja i omalovažavanja čini se da mu nije zasmetao jer je bio zaslijepljen novcem.

## 7.2. ABDUL ALI – U DRUGAČIJIM DUGOVIMA

Redatelj je u seriji ekranizirao niz likova koji su svojim pogreškama, krađama, spletkama i klađenjem ostali gotovo bez ičega. Jedini lik koji je također u dugovima, ali ususret nesretnoj „sudbini“ je moralno uzvišeni lik migranta Abdul Alija. Abdul je Pakistanac koji se je s obitelji preselio u Južnu Koreju gdje je radio u tvornici sve dok jednog dana pri radu nije

---

13 Leung Y (2021) *Squid Game: Invitation card's meaning & logo explored*, URL: <https://www.thefocus.news/tv/squid-game-card/>

ozlijedio šaku. Unatoč ozljedi nastavio je mukotrpno raditi dok mu šef mjesecima nije davao plaću. Kada više nije znao što bi, ukrao je dio šefovog novca, dao ga svojoj ženi i djetetu te zaigrao igru u kojoj će ili osvojiti nagradu i podmiriti svoj dug ili časno umrijeti.

Mnogima omiljeni lik pakistanskog migranta reprezentira eksploatacijsku južnokorejsku praksu spram migranata. Stranim imigrantima je prvi put dopušten ulazak u Južnu Koreju 1993. godine, kada je brzi razvoj zemlje otvorio više radnih mjesta u proizvodnji, građevinarstvu i poljoprivredi. No, većina poslodavaca isplaćivala im je vrlo niske plaće, a ponekad bi im oduzeli putovnice i uopće ih ni ne plaćali. Budući da su njihove vize bile izravno vezane uz njihove tvrtke i nisu se imali kome žaliti mali stambeni prostori, iskorištavanje i opasna radna okruženja postala su im nova stvarnost<sup>14</sup>.

Nadalje, na primjeru Alija, redatelj je ukazao na ekskluzivnost korejske imigracijske politike koja promiče „ban damunhwa“, odnosno „oblik neorasizma ili ksenofobije koji se pojavio pod neoliberalnom apatridijom i pripisuje se ekonomskoj krizi i porasti nezaposlenosti zbog dolaska migranata“ (Hankyoreh, 2014: 12). Ovaj anti-multikulturalizam sve je češće prisutan i propagiran u javnom diskursu „pri pojavi socioekonomske nestabilnosti i nesigurnosti u zemlji koja se ubrzano pogoršala tijekom azijske financijske krize kasnih 1990-ih godina“ (Jun, 2019: 4). Ban damunhwa zapravo je „prvi simptom neoliberalne etike produktivnosti, samopouzdanja i pravednosti koji, prikazujući migrante kao parazite korejskoj naciji, reproducira neoliberalnu politiku isključivanja i deprivacije“ (Jun, 2019: 5). Serija ekranizira upravo to: način na koji je država uspješno iskoristila radišnog Alija koji kao zaduženi stranac bez drugih prilika bio primoran igrati *squid game*.

---

<sup>14</sup> *How Ali from Squid Game is making migrant worker exploitation in Korea more visible* ( Nbc.news, URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/ali-squid-game-making-migrant-worker-exploitation-korea-visible-rcna2773>)

## 8. PRIJE IZNIMKA SADA PRAVILO: ZADUŽENI ČOVJEK

Ali Abudul nije imao izbora no igrati *squid game*, a imamo li mi izbora ili smo neraskidivo, gotovo sudbinski zaduženi? *Kupi sada, plati kasnije;\_Gotovinski kredit u par klikova; Uzmi kredit, prenesi platu i uštedi ratu* – samo su neki od izraza koji su došli do nas putem plakata, reklama, plaćenih oglasa i ostalih izvora. Svi nam nude uživanje u trenutku bez grižnje savjesti i tako je zadovoljan čovjek današnjice ujedno i zadužen, jer sve što je lijepo: košta! Krediti postaju logičan odabir gotovo sviju nas, a otplaćujemo ih pa skoro dok ne umremo. Pomalo smiješno je da je upravo naizgled „olakotni“ kredit „jedan od najboljih instrumenata eksploatacije koji je čovjek uspio stvoriti jer, stvarajući kredit, jedni mogu prisvojiti rad i bogatstvo drugih“ (Lazzarato, 2013:19).

Jedan od glavnih problema jest i premisa da je dužnik naizgled slobodan, ali zapravo smo “slobodni u onoj mjeri u kojoj prihvaćamo način života kompatibilan s otplatom“ (Lazzarato, 2013: 27). Nadalje, još opasnija i indirektnija informacija je da „dug odgaja, pripitomljuje, izrađuje, prilagođava i oblikuje subjektivnost“ (Lazzarato, 2013: 32). Jesmo li onda slobodni ili samo mislimo da jesmo...?

Opsesija novcem i vođenje životnom filozofijom „živim da radim“, a ne „radim da živim“, dovelo je do stvaranja i fokusa na novi odnos: „veza vjerovnik – dužnik koja obuhvaća jednako radnike i nezaposlene, potrošače i proizvođače, djelatne i nedjelatne, umirovljene i korisnike socijalne pomoći. Svi su oni dužnici, i krivi i odgovorni spram kapitala koji se manifestira kao Veliki Vjerovnik, Univerzalni Vjerovnik“ (Lazzarato, 2013:9). Kao što su u pjesmi Kapital opjevali Sara Renar i Playground Hustle novo božanstvo postao je kapital kojem se bogojazno obraćamo: *o sveti kapitale, /hoćeš mi kupiti ljubav/ hoćeš mi dati smisao/ hoćeš me voljeti?* „Svi smo dužnici pred Bogom“ alterira se u „svi smo dužnici pred kapitalom“ – zaduženi i bespomoćno izloženi brojnim lažnim, tuđim izborima.

### 8.1. PROMOVIRANJE LAŽNOG IZBORA

Plava ili zelena majica? Kino ili kazalište? Posao iz snova ili posao koji plaća račune? Moja ili tuđa odluka o načinu življenja? O paradoksu promoviranja izbora, usko povezanim s konceptom duga, kao i jednim od razloga njegove popularnosti, pisala je Renata Salecl u

knjizi Tiranija izbora te je istaknula da je promoviranja izbora ključna ideja postindustrijskoga kapitalizma (Salecl, 2012: 171). Opasnost nastaje kada se „izbor preuveličava kao najmoćnije oruđe kojim ljudi mogu oblikovati svoj privatni život, ostaje vrlo malo prostora za društvenu kritiku“. Sama ideja da je sve u našim rukama stvara anksioznost i stres, a konstatacija uopće ni nije stojeća. I tako dok smo opsjednuti sami sobom, pitamo se je li naš odabir onaj ispravan, ne shvaćamo pritom da izbor zapravo uopće ni nije naš. Društvena kritika zamijenjena je samokritikom, odnosno vlastite odluke zamjenjujemo sa sistemom življenja. Kao da smo i mi igrači poput onih u popularnoj južnokorejskoj seriji, ali bez mogućnosti odustajanja, lišeni jednakih pravila koje igra naizgled zagovara, jer smo strogo uvjetovani društveno-ekonomskim statusom.

## 9. ZAKLJUČAK

Živeći u kapitalističkim uvjetima s ispraznim autoritetima, zaduženi pojedinac zauzima drugačiju ulogu no prije s naglašenim natjecateljskim crtama ličnosti. Jedna od glavnih grešaka modernog subjekta jest ta da novac predočava kao osiguranje od propasti. Bez novca smo nitko i ništa, bez novca nemamo zdravlja, bez novca smo tjeskobni i usamljeni. No ipak, postoji određeno zadovoljstvo u njegovom mahnitom i neodgovornom trošenju. Isti osjećaj dijele i protagonisti serije Squid Game koji su ekranizirano, pomalo groteskno, uprizorili najgori mogući scenarij do kojeg navedeno ponašanje može dovesti. Serija satirom kreira fiktivan svijet koji se nedovoljno razlikuje od stvarnosti. Nitko ne želi preživljavati i djelovati u svijetu u kojem se trebamo pitati je li novac važniji od ljudi, ali ipak to činimo olako odustajući od svojih ideala pri manjoj neprilici. Popularnost serije samo je dokaz sveprisutne komodifikacije i argument činjenici da kapitalizam uvijek pobjeđuje. Kao što je Varufakis (2015) simbolično napisao: Izreka tvoja smrt, moj je život ili Dok jednom ne smrknem, drugom ne svane danas se preobražava u Tvoj bankrot, moj profit. Ubijanje u seriji, agresivnost i brutalnost koju su joj mnogi zamjerali, možda je humanija od svakodnevnih činova koje radimo jedni drugima na svakodnevnoj bazi, a kojih dio nismo ni svjesni. Zašto smo onda iznenađeni i ogorčeni kada smo se sami doveli do ovoga? Preostaje nam igrati igru života nadajući se da će nam izgledi uspješnosti po trenutnim iskrivljenim parametrima biti naklonjeni, odnosno na našoj strani...

## 10. LITERATURA

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1989). *Dijalektika prosvjetiteljstva*. Sarajevo: Svjetlost.
- Alić, S. (2009). *Mediji, od zavođenja do manipuliranja*. AGM.
- Baudrillard, J. (2003.) “*The Consumer Society: Myths & Structures*”. London: SAGE
- Bilić P. (2020.). *Sociologija medija: Rutine, tehnologija i moć*. Jesenski i Turk.
- Chang, H. (2014). *23 stvari koje vam neće reći o kapitalizmu*. Zagreb, Profil International.
- Debord, G. (1992). *Society of the spectacle and other films*. London: Rebel Press.
- Fiske, J. (1989). *Reading the popular*. Routledge.
- Graeber, D. (2011). *Debt: The first five thousand years*. New York: Melville House.
- Harvey, D. (2013). *Kratka povijest neoliberalizma*. VBZ.
- Hromadžić, H. (2013) *Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti*, *Politička misao*, 50 (2), str.60-74, URL: <https://hrcak.srce.hr/103954> (preuzeto 3.4.2022.)
- Jessua, C. (2008). *Kapitalizam*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Jun, E. (2019). “*Voices of ordinary citizens*”: *ban damunhwa and its neoliberal affect of anti-immigration in South Korea*. *Critical Asian Studies*, 51(3), 386-402.
- Kalleberg, A.L. (2009) *Precarious Work, Insecure Workers: Employment Relations in Transition*. *American Sociological Review*, 74 (1):1 – 22.
- Kaur R. (2020) *Tijelo dom*. Stilus knjiga d.o.o.
- Lacey, N. (1998) *Image And Representation*, New York: St. Martin's Press, Inc.
- Lazzarato, M. (2013.), *Proizvodnja zaduženog čovjeka: esej o neoliberalnom stanju*, Zagreb, Udruga Bijeli val.
- Liessmann, K. P. (2008). *Teorija neobrazovanosti : zablude društva znanja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Lipovetsky, G. (2008). *Paradoksalna sreća. Ogled o hiperpotrošačkom društvu* . Zagreb. Antibarbarus.
- Marx's, K. (1966). *Capital*. John Stuart Mill's Principles of Political Economy.
- Milivojević, S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Fabrika knjiga.
- Mraović, B. (2010). *Globalni novac : politička uvjetovanost financijske informacije : socijalna kriza*. Zagreb: SKD Prosvjeta.
- Pačić, Ž. (2005). *Politika identiteta: kultura kao nova ideologija*. Antibarbarus.

Peračković, K. (2008). *Društvo i (ili) tržište–sociološka konceptualizacija procesa marketizacije društva*. Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, 17(6 (98)), 975-997.

Salecl, R. (2012). *Tiranija izbora*. Fraktura.

Storey, J. (2017). *Theories of consumption*. Routledge.

Varufakis, J. (2015), *Što sam kćeri rekao o ekonomiji*, Sandorf, Zagreb

Zygmunt B. (2011) *Tekuća modernost* Zagreb: Naklada Pelago

#### IZVORI:

*Squid Game: galleys, bankruptcy, refusal ... A 10-year struggle for the creator of the series!* (2021) dashfun, URL: <https://dashfun.net/squid-game-galleys-bankruptcy-refusal-a-10-year-struggle-for-the-creator-of-the-series-news-series/> (datum pristupa: 12.4.2022.)

Jeffries, S. (2021) *Squid Game's creator: 'I'm not that rich. It's not like Netflix paid me a bonus*, URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/26/squid-games-creator-rich-netflix-bonus-hwang-dong-hyuk> (datum pristupa: 12.4.2022.)

Chang-Kun L. (2021) *Squid Game's Strike Flashbacks Were Modeled on Our Real-Life Factory Occupation*, URL: <https://jacobin.com/2021/11/squid-game-ssangyong-dragon-motor-strike-south-korea> (datum pristupa: 12.4.2022.)

Frias L. (2021) *Thousands of union workers dressed in 'Squid Game' costumes rallied in South Korea, calling on the government to improve workers' rights*, URL: <https://www.insider.com/south-korean-union-workers-squid-game-costumes-demand-job-security-2021-10> (datum pristupa 12.4.2022.)

---

Groskop V. (2021) *Lost in translation? The one-inch truth about Netflix's subtitle problem*, URL: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2021/oct/14/squid-game-netflix-translations-subtitle-problem> (datum preuzimanja: 1.5.2022.)

*The one „Squid Game“ Korean Easter egg that's leaving fans devastated* (2021) nbc.news, URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/one-korean-easter-egg-leaving-squid-game-fans-devastated-rcna3027> (datum pristupa:2.5.2022.)



*What is Merch?* (2022) Influencer Marketing Hub, URL: <https://influencermarketinghub.com/glossary/merch/> (datum pristupa: 13.4.2022.)

*Squid Game Experience Center' opened in France, as soon as it opened, there was an uproar because of 'this'* (2021) Newsdirectory3, URL: <https://www.newsdirectory3.com/squid-game-experience-center-opened-in-france-as-soon-as-it-opened-there-was-an-uproar-because-of-this/> (datum pristupa: 13.4.2022.)

*I SPENT \$10,000 ON A SQUID GAME MYSTERY BOX...*(2021) Xtremegamez, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HduYEGUM14g&t=358s> (datum pristupa: 13.4.2022.)

Shaw L. (2021) *Netflix Estimates 'Squid Game' Will Be Worth Almost \$900 Million*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-10-17/squid-game-season-2-series-worth-900-million-to-netflix-so-far> (datum pristupa: 13.4.2022.)

Stolker-Walker C. (2021) *How a Squid Game Crypto Scam Got Away With Millions*, URL: <https://www.wired.com/story/squid-game-coin-crypto-scam/> (datum pristupa: 13.4.2022.)

Krueger E. (2021) *Why VIP's From "Squid Game" Wear Animal Masks?*, URL: <https://hypeabout.com/news/squid-game/why-vips-from-squid-game-wear-animal-masks/> (datum pristupa: 4.5.2022.)

Leung Y. (2021) *Squid Game: Invitation card's meaning & logo explored*, URL: <https://www.thefocus.news/tv/squid-game-card/>

*How Ali from Squid Game is making migrant worker exploitation in Korea more visible* (Nbc.news, URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/ali-squid-game-making-migrant-worker-exploitation-korea-visible-rcna2773>

Frade C. et alli (2004) *Precarious Employment in Europe: A Comparative Study of Labour Market related Risks in Flexible Economies*, URL: [http://ec.europa.eu/research/social-sciences/projects/031\\_en.html](http://ec.europa.eu/research/social-sciences/projects/031_en.html) (datum pristupa 17.4.2022.)

So-yeon K. (2014) "No Solution to the Problem of Precarious Work without Strong Intervention". October 6. Accessed September 23, URL: [http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/658446.html](http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/658446.html) (datum pristupa 18.5.2022.)

## Sažetak

Ovaj završni rad obuhvatit će analizu popularne južnokorejske serije *Squid Game* koja je u kratkome roku zadobila svjetsku popularnost. U radu ću teoretizirati tri velika naslovna pojma: individualnost, kompetitivnost i kapitalizam te ih aplicirati sa serijom. Princip surove borbe, natjecanja između pojedinaca i pojedinki u kontekstu kapitalistički oblikovanih vrijednosti, vjerno je ekranizirana putem serije. No, kritizirajući kapitalizam, njegove uvjete, paradigmu duga i razloge uspješnosti ovog društvenog ustrojenja, modernoga „oblika ropstva“, serija paralelno producira kapitalističke materijalne proizvode koji imaju svoju konkurentnu tržišnu cijenu. Pišući rad osvrnut ću se i na kulturnu industriju, paradigmu duga, kulturu spektakla i manjak prilika u bezbrojnim izborima koje neoliberalni kapitalizam naizgled nudi. Pitat ću se i kako te pod kojim uvjetima kapitalizam postaje nova religija, ali i kako su mediji idealno sredstvo ideološkog širenja i ojačavanja kapitalizma.

**Ključne riječi:** *Squid Game*, individua, kompetitivnost, kapitalizam, publika, dehumanizacija, konformizam, koncept duga.

## Summary

This final paper will include an analysis of the popular South Korean series *Squid Game*, which has gained worldwide popularity in a very short time. In this paper, I will theorize three major title concepts: individuality, competitiveness, and capitalism, and then apply them to the series. The principle of fierce struggle, competition between individuals in the context of capitalist shaped values, is faithfully screened through the series. However, criticizing capitalism, its conditions, the debt paradigm and the reasons for the success of this social organization, the modern "form of slavery", the series simultaneously produces capitalist material products that have their competitive market price. While writing this paper I will also consider cultural industry, the debt paradigm, the culture of spectacle and the lack of opportunities in the countless choices that neoliberal capitalism seemingly offers. I will also ask myself how and under what conditions capitalism becomes a new religion, but also how the media is an ideal means of ideological expansion and strengthening of capitalism.

Key words: Squid Game, individual, competitiveness, capitalism, audience, dehumanization, conformism, debt concept.