

Svijet bez medija u distopijskom filmu

Božiček, Arijana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:369493>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-11**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Preddiplomski studij novinarstva

SVIJET BEZ MEDIJA U DISTOPIJSKOM FILMU
ZAVRŠNI RAD

Mentor: izv. prof. dr.sc. Zlatan Krajina

Studentica: Arijana Božiček

Zagreb
Svibanj 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. PREGLED LITERATURE	3
3. METODA ISTRAŽIVANJA	3
4. I AM LEGEND	4
4.1. Filmski jezik <i>I am legend</i>	4
4.2. Mediji u <i>I am legend</i>	5
5. LEAVE THE WORLD BEHIND (2023.)	6
5.1. Filmski jezik u <i>Leave the world behind</i>	7
5.2. Mediji u <i>Leave the world behind</i>	8
6. DON'T LOOK UP (2021.)	10
6.1. Filmski jezik u <i>Don't look up</i>	10
6.2. Značaj medija u filmu <i>Don't look up</i>	11
7. ZAKLJUČAK	16
8. BIBLIOGRAFSKE JEDINICE	17

1. UVOD

Implementacijom novih tehnologija i različitih odnosa društva prema njima, mediji postaju sveprisutni i nose važnu ulogu u društvenim odnosima (Couldry i Hepp, 2017). No, u medijatiziranom društvu pojedinac ne može znati koji je zapravo utjecaj medija na društvo i koju moć oni imaju, te uloga medija u društvu ostaje važno pitanje za medijske studije.

Kako mediji postaju sveprisutni, tako svakodnevno dolaze u odnos s korisnicima putem, primjerice, različitih ekrana (Krajina, 2014). Poruke dijeljene putem tih ekrana utječu na ljude i prodiru u njihovu podsvijest (Krajina, 2014). Korisnici zatim sami daju značenja informacijama koje od medija dobivaju, uz pomoć vlastitih iskustava a mediji stvaraju kontekst (Hall, 2003).

Ovaj rad analizira filmove katastrofe s elementima distopijskog filma kako bi se ispitao značaj medija u izmišljenom kontekstu distopijskog svijeta. Distopijski svijet obilježava izostanak medija iz čovjekova svakodnevnog okruženja ili pak naglasak na medije i korištenje medija kao glavnih alata u snalaženju u distopijskom svijetu. Stoga je takav filmski izričaj posebno indikativan za to kako mediji funkcioniraju u našoj svakodnevici.

Distopija se formira u odnosu suprotnom od utopije; suprotnom od skladnog i sređenog, to je privid uređenog društva koje to nije (Zlatac 2008, prema Horvat 2007). Distopijski svijet se često veže uz onaj u kojem je na vlasti totalitarni poredak koji se uspostavlja manipulacijom stanovništva uz pomoć propagande sustava koje zarobljava ljude (Zlatac 2008, prema Horvat 2007).

Ovakvi su sustavi postojali, postoje ili će tek postojati o čemu distopijski film progovara stvarajući fiksijske svjetove, često pune fantastičnih elemenata.

Odabrani su filmovi u kojima je značaj medija velik.

U prvom filmu, "I am legend", izum radija predstavlja se kao spas za čovječanstvo, a mediji služe kako bi glavni protagonist održao zdrav razum. "Leave the world behind" pokazuje kako se ljudsko ponašanje mijenja kad ljudi ostanu bez tehnologije na koju su navikli, te koliko ljudi medijima vjeruju. U filmu "Don't look up" može se vidjeti kako mediji važnu poruku poput pada kometa oblikuju na različite načine i šalju publikama podijeljenih stavova, uključujući negiranje same stvarnosti pada kometa. Također, ovaj film je primjer razmjene informacija preko interneta koja se u suvremeno doba događa jako brzo.

Obradeni filmovi službeno nisu prepoznati kao distopijski film, već kao filmovi katastrofe, ali se snažno oslanjaju na korištenje distopijskih elemenata, kao što su: disfunkcionalnost državne vlasti, socijalna nepravda, kontrola tehnologije, uništenje okoliša i gubitak individualnosti (Miyamoto, 2023). Ono što nedostaje ovim filmovima da bi se kategorizovali kao distopijski je totalitarni poredak, utjecaj na veliku skupinu ljudi i umjetno krenirana utopija (na početku filma likovi misle da žive u uređenom svijetu dok se kroz film pokaže drukčije) (Miyamoto, 2023, "How to write a dystopian movie or TV show", *screencraft.org*, objavljeno: 14.11.2023).

Isto postoji i u filmu katastrofe, ali je više metaforično, nema "velikog otkrivanja" i često se prati jedan ili nekoliko likova. Film katastrofe obilježava katastrofa koju trenutno proživljavaju likovi - nesreća, rat, napadi, tehnološki rat ili izostanak tehnologije, prirodne katastrofe, pad kometa ili apokalipsa (*filmsite.org*).

2. PREGLED LITERATURE

Knjiga "Mediji, ideologija i kultura" (2015) Snježane Milivojević teoretizira medije, medijske fenomene i medijsku kulturu i stavlja ih u odnos s društvom. Kritički se osvrće na ideologije koje se nalaze u medijskom društvu, a koje se mogu pronaći u odabranim filmovima. U knjizi se govori o značaju medija i njihovom utjecaju na društvo, kao i o različitim pokretima i medijskim pravcima, što pomaže shvatiti utjecaj medija i stvoriti sliku o svijetu bez medija. Također, obrađene teme pomažu shvatiti ponašanje likova i analizirati njihiva stanja u odnosu s medijima.

Noam Chomsky u knjizi "Mediji, propaganda i sistem" (2002) doprinosi ovoj temi iz perspektive novinara i aktivista koji progovara o manipulaciji društvom i medijima. Distopijski se film bavi propagandom i sustavima, pa tako ova knjiga pomaže povezati stanje u državi sa stanjem u društvu; sadašnjim i mogućim, te u isti kontekst postaviti medije. Također, Chomsky postavlja zanimljive teze podložne analiziranju, poput one o medijskom utjecaju na publike i ponašanje ljudi.

Knjiga "Novine i njihova uloga u društvenoj zajednici" (2011) Svjetlane Mokriš, kako joj ime govori, naglasak stavlja na tiskane medije, ali i na novinarsku struku općenito. Kao i ovaj rad, opisuje zadaće i uloge novinara. Njihova je uloga informirati građane, koji se čvrsto oslanjaju na te informacije, što je dokazano pregledom izabranih filmova. Dok se rad Helene Popović "Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva" (2012) bavi problemom stereotipa u specifičnim žanrovima (poput komedije i satire), opisujući stereotipove koji se mogu pronaći u odabranim filmovima (primjerice stereotipičan prikaz žene u satiričnom filmu "Don't look up"). Ante Peterlić u "Osnovnim teorijama filma" (2000) daje pregled filmskih tehnika te načine njihove primjene. Pomaže opisati korištene filmske tehnike i analizirati ugođaj filma, te pruža teorijsku osnovu za shvaćanje značenja filma, što je važno za analizu i opis filma pregledanih u radu.

3. METODA ISTRAŽIVANJA

U filmovima su opaženi obrasci koji su kasnije analizirani i potkrijepljeni literaturom. Film pruža informacije o promjenama i fenomenima koje, stavljene u kontekst svijeta bez medija dobivaju značenje (Hall, 2003). Ideje koje se objašnjava pronalazimo u

literaturi i poveuje sa specifičnim događajima u filmu. A značenja dolaze od ponašanja likova, simbola i jezika (Hall, 2003).

Analizirale su se pojave koje se htjelo ispitati: korištenje medija, prikazivanje medija u društvu, ponašanje pojedinaca u kriznim situacijama i njihov odnos prema izostanku medija.

4. I AM LEGEND

I am legend (2007.) film je redatelja Francisa Lawrencea, dok su u scenariju sudjelovali Mark Protosevich, Akiva Goldsman i Richard Matheson. Glavnu ulogu Dr. Nevillea glumi Will Smith.

Film se može okarakterizirati kao postapokaliptična drama s elementima horora. Dr. Neville i njegov pas jedini su preživjeli i zdravi nakon epidemije virusa. Borba jednog čovjeka protiv sustava u kojem se nalazi karakteristika je distopijskog filma. Dr. Neville se u ovom filmu bori protiv zombija i pokušava spasiti čovječanstvo izumom protuotrova.

Radnja prati Dr. Nevillea koji pokušava pronaći lijek za virus koji je ljude pretvorio u zombije dvije godine prije toga. On je sam i jedini mu je prijatelj pas, kojeg kasnije gubi. Na kraju filma ga pronadu žena i dijete koji su se uputili u mjesto gdje navodno ima još preživjelih. Film je specifičan po tome što ima dva kraja: originalni (po knjizi) i alternativni (onaj koji je prikazan u kinima), koji mijenjaju značenje filma.

4.1. Filmski jezik *I am legend*

Distopijski osjećaj u filmu je dočaran bojama: svijetle žute boje i efekt mutnog zraka, koji govore o napuštenosti grada i pridodaju osjećaju izoliranosti i samoće glavnog lika (Lotman, 1976). Primjer distopije u vizualnom identitetu su trava koja je izrasla gdje je nekad bio asfalt i životinje koje sad žive u gradu.

Will Smith je glavni i jedini glumac u većini ovog filma. Njegov lik je rastresen, izgubljen, pomalo lud, ali i hrabar i pun nade. Njegov lik je jako emotivan i gledatelj to spoznaje čestom upotrebom retrospektivnih isječaka u filmu, u kojima saznajemo da je imao obitelj. O tome nam svjedoči i njegov odnos s psom kojeg jako voli i zbog kojega se izlaže opasnim situacijama.

Zbog toga je vrlo važno prenijeti njegove emocije, što se u filmu postiže krupnim kadrovima, ali i osvjetljenjem i zvukom (Peterlić, 2000). Njegov lik je u prvom planu, čuje se njegovo disanje dok je sve ostalo u pozadini. Kad se lik izdvoji u krupnom

planu, njegova je uloga u priči naglašena, a karakteristike postaju upamtljive (Peterlić, 2000).

4.2. Mediji u *I am legend*

U ovom filmu radio ima veliku ulogu, a prikazuje i koliko je važan izum radija. To je alat koji glavnom liku Dr. Nevilleu služi za komunikaciju. On svakoga dana preko AM radija odašilje poruku koja govori da je preživio, da ima hranu i smještaj i poziva ako je još netko živ da ga pronađe na određenom mjestu gdje se svakog dana nalazi u isto vrijeme. Tu poruku čuje još jedna osoba za koju znamo da je preživjela, koja mu kasnije spasi život. Tu nema novinarstva ali ima tehnologije kojom se poruke odašilju i u svakodnevnom životu.

Da, recimo, AM nije izumljen i da se medijske poruke već prije nisu slale tom tehnologijom, glavni lik se ne bi mogao u tako kratkom roku (ili uopće) poslužiti njome.

U svijetu filma *I am legend* medija više nema. Tu su alati za stvaranje medijskih poruka, ali nema potrebe za time jer nema korisnika kojima bi se te poruke slale. Glavni lik koristi se postojećim medijima kako bi sebi olakšao svakodnevnicu.

Mediji djeluju u zoni 'zdravog razuma', u kojoj se stvaraju modeli ponašanja nastali svakodnevnim ponavljanjem (Milivojević, 2015). U *I am legend* film služi samo za zabavu. Dr. Neville u svojoj svakodnevnoj rutini ima odlazak u videoteku, gdje posuđuje i vraća filmove. Iako je jedina živa osoba i ne treba se ponašati kao da strukture postoje, one mu pomažu da ostane pri sebi. Ponavljanjem onog što je naučio ranije (dok je svijet još bio u 'normalnom' stanju) održava svoje stanje uma 'normalnim' i stvaraju ontološku sigurnost (Sofradžija, Adžajlid-Dedovid 2011 prema Giddens 1998).

Stabilnost društva ostvaruje se stalnim ponavljanjem onoga što je opće poznato, kako bi ono postalo rutina, a kad se to izgubi pojedinac postaje ugrožen (Milivojević, 2015). Isto vrijedi za ontološku sigurnost. Ako osjećaj kontinuiteta izostaje, dolazi do egzistencijalnog straha (Sofradžija, Adžajlid-Dedovid, 2011 prema Giddens, 1998).

Rutinskim se radom, ne samo kreiranjem novog sadržaja već i ponavljanjem istog održava normalnost, što je upravo ono što Dr. Neville nastoji (Milivojević, 2015).

Postoji scena u filmu u kojoj je prikazano kako glavni lik zna od riječi do riječi citirati film *Shrek*. Film je u ulozi zabave i opuštanja, distrakcije od svijeta u kojem nestaje čovječanstava. Također, vrijeme koje je potrebno da se sav tekst nekog filma nauči

poručuje gledateljima da ga je on pogledao puno puta, što se povezuje s činjenicom da je sam posljednje dvije godine.

Svakodnevnim gledanjem informativne emisije, glavni lik ostaje priseban. Na taj se način također educira, pregledavajući vijesti iz vremena kad se virus proširio. On pokušava razviti lijek pa svakodnevno istražuje uzroke i dokumentira svoja opažanja.

Život glavnog lika naglo se promijenio nakon što je ostao bez obitelji i prijatelja, i nakon što se ostatak ljudi u svijetu pretvorio u zombije. Dolazi do defamilijarizacije njegova okruženja, što se također prenosi na gledatelje, kojima se prikazuje nešto novo i nepoznato - svijet u kojem nisu navikli živjeti (Buchanan i Hällgren, 2020).

Socijalne veze ljudima pružaju osjećaj sigurnosti, djeluju pozitivno na njihovo mentalno zdravlje, smanjuju razine stresa, a životu daju smisao, istovremeno pomažući i s fizičkim zdravljem (Umberson i Karas Montez, 2010). Ako te veze izostaju čovjekove se emocije i ponašanja mijenjaju što je vidljivo u liku Dr. Nevillea. Osobito u sceni gdje priča s lutkom nakon smrti psa (jedinog bića s kojim je do tad komunicirao), lutka mu ne odgovara i činjenica da je sad zaista sam čini ga vrlo uzrujanim i tužni, pa čak i suicidalnim što se da zaključiti idućom scenom u kojoj pokušava počiniti samoubojstvo.

Čovjekova potreba za povezivanjem s drugim ljudima ostavruje se uz pomoć medija. Ovaj film pokazuje da bi nestanak medija mogao dovesti i do gubitka razuma, što svjedoči o potrebi stalne dostupnosti medija u svakodnevnom životu, usprkos kritikama o njihovoj kvaliteti.

5. LEAVE THE WORLD BEHIND (2023.)

Film jer režirao Sam Esmail, a u pisanju mu se pridružuje Rumaan Alam. Radi se o drami s elementima trilera. Iako su mnogi krizirali kvalitetu scenarija (komedije) i nedovoljno ozbiljan pristup problemu, neki su se novinari i znanstvenici s filmom poistovjetili poistovjetili (Di Placido, 2022). Znanstvenik Peter Kalmus je za The Guardian napisao članak u kojem je rekao kako su poveznice između filma i stvarnosti velike (Kalmus, 2021).

U filmu obitelj ode na godišnji odmor, kad se dogodi 'zamračenje' tehnologije, tj. sva komunikacija i korištenje tehnologije bude onemogućeno. Nema interneta, telefonskih linija, niti televizije. Jedini pokušaj da se dođe do informacija - novina završi loše. Sve ceste su zakrčene i glavni likovi ostaju zatočeni u iznajmljenoj kući s vlasnikom te kuće i njegove kćeri. Svaka osoba upadne u svoje probleme koji ih zaokupljaju i podižu napetost, sve dok na kraju to ne eskalira svađom susjeda, u kojoj jedan napadne drugog jer smatra da je počeo rat. Nakog smirivanja situacije napadnuti susjed dolazi do zaključka da se radi o ratu, čija se priprema odvijala u tri faze. 1.: kibernetički napadi (izolacija uništavanjem satelita, hakiranjem, nestanak struje i interneta), 2.: stvaranje sinkroniziranog kaosa (manipulacijom i zbunjivanjem ljudi) i 3.: građanski rat (ljudi polude i počnu se međusobno napadati).

5.1. Filmski jezik u *Leave the world behind*

Vjerodostojnost je jako bitna u filmu jer pridodaje doživljaju stvarnosti. U filmu se prikazuju stvari iz pop kulture s kojima se gledatelji mogu povezati, te koje svjedoče o vremenu i okolnostima u kojima film nastaje. (Lotman, 1976). Primjer toga u ovom filmu je simbol serije *Friends*, u kojoj jedan od likova pronalazi utjehu, prikaz *Tesla* aumtomobila koje pokreće autopilot, i naglasak na korištenju društvenih mreža i *smartphoneova*.

Film pruža mogućnost izdvajanja detalja, pa se u kadru može prikazati detalj nekog predmeta ili osobe koji nosi poruku o nečemu što će gledateljima kasnije nešto značiti (Lotman, 1976). Tako oni sami stvaraju priču u svojim glavama, i tako se povećava napetost. Gledatelj zna nešto što ostatak likova ne zna.

Primjerice, obavijesti na mobitelu majke koje govore o hakiranju satelita. Ona odlučuje želi li ih i s kime podijeliti, a u međuvremenu ih gledatelj sam interpretira na svoj način. Ponavljanjem korištenja tableta i gledanja serije ukazuje se na ovisnost djevojke o seriji i o njenom značenju. To sugerirano značenje je dodatno naglašeno u posljednjoj sceni filma kad ona u toj seriji pronalazi utjehu i mir od kaosa koji se u tom trenutku događa u svijetu oko nje.

Također, ona se (kao i drugi likovi) oslanja na tehnologiju kroz cijeli film i emotivno proživljava izostanak tehnologije. Kad nestane signala i ne mogu se spojiti na internet likovi su zbunjeni i uznemireni, baš kao ljudi u stvarnom životu.

5.2. Mediji u *Leave the world behind*

Sam početak filma nagoviješta ovisnost likova u medijima. Odraz je to ovisnosti današnjeg cjelokupnog društva o medijima. Svaki lik ima nešto što ga okupira: glazba, vijesti na radiju, majka sluša podcast/audio knjigu, a kasnije i razgovara na telefon, sin igra igrice, a kći gleda seriju. Svi su spojeni na svoje uređaje; mobitele, tablet i koriste se slušalicama.

Svatko je u svom svijetu, kreira svoj 'bubble'. Filter bubble stoji za mjehurić u kojem se pojedinac nazali, a stvara ga sam birajući medijsko okruženje u kojem se želi naći prema temama koje ga zanimaju, izolirajući se tako od drugih korisnika (Indriani i Permana, 2020)

Korištenje medija u gotovo svakom trenutku govori o njihovoj prisutnosti i o tome da aktivno čine ljudsko okruženje (Milivojević, 2015).

Mediji postaju ne samo alat informiranja i zabave već aktivne institucije socijalizacije, jer postavljaju pravila ponašanja u društvu (Milivojević, 2015). Svatko putem odabranog medija zaprima informacije i onda odlučuje što će s njima činiti. U "Leave the world behind" majka jedina na mobitelu dobije obavijesti o hakerima koji su uzrokovali zamračenje (koje ubrzo nakon nestanu). Ona zatim odlučuje s kime će ih podijeliti. Njezina je uloga u filmu biti oprezna i stvarati paniku. Širi paniku na drugog lika (kći vlasnika stana) koji je također skeptičan prema situaciji.

Prepušteni sami sebi, akteri se ove priče hvataju za svaku informaciju koja im je pružena. Silno pokušavaju doći do izvora informacija (novina, televizije, interneta), jer upravo oni pomažu da se socijalna realnost kreira (Milivojević, 2015). No to uspijevaju tek putem propagandnih letaka. Letci im govore da se radi o napadu, a budući da nemaju drugog izvora informacija, jedino im preostaje povjerovati u to. Iako postoji vjerojatnost da je to laž. Nema službenih kanala koji bi to preispitali. Poruke koje posreduju mediji se lakše prihvaćaju i lako mijenjaju, zato pojedinci brzo dolaze do zaključka o kakvom se napadu radi (Milivojević, 2015). Jedni vjeruju da se hakeri šale s njima, drugi vjeruju da Ameriku napadaju Kinezi, dok neki strahuju da se priroda pobunila.

Kako je u distopijskom filmu vrlo prisutan fenomen masovnosti i utjecaja ideologije na poruku koja vlada medijskim prostorom, tako i u ovom filmu dolazi do manipulacije medijskim alatima.

Ljude se uvjerava da su napadnuti letcima koji se puštaju iz zraka. Dok svatko od likova ima svoje teorije o onom što im se događa, kad stignu letci sve više postaju uvjereni da se radi o napadu na Ameriku.

Mediji direktno djeluju na široke mase. Lakše se utječe na društvo i tako dolazi do totalitariziranja poretka i veće manipulacije na građanstvo (Milivojević, 2015). Iako je u tom trenutku u filmu SAD i dalje demokracija, u kriznim situacijama ljudi su slabiji i njima se lakše upravlja, što nagoviješta radikalizaciju stajališta. Noam Chomsky to potvrđuje u svojoj knjizi gdje iznosi da je lakše djelovati na mišljenja ljudi u demokratskim sustavima, te da se lakše kontrolira stavovima ljudi ako imaju pravo izražavanja svojih stavova (Chomsky, 2002).

Simboličan je prikaz svađe susjeda koji se gotovo upucaju, jer je jedan od njih već uvjeren da je rat počeo i da se odsad svatko bori za sebe. Gubi se ljudskost i dobrota, jer on ne želi pomoći susjedima u nevolji. Nakon toga glavni lik dolazi do realizacije da se rat stvarno događa i da su oni koji ih napadaju uspjeli u svojem naumu: mentalno ih oslabiti i zbuniti kako bi ih mogli kontrolirati. Do tog trenutka pojedinci su se već okrenuli jedni protiv drugih i napadaju jedni druge. Rat je već počeo bez da ih je suprotna strana napala.

U tome su pomogli propagandni letci, koji ne govore ništa više od toga da Ameriku napadaju različite velike sile.

Propaganda djeluje onda kada građani žele slušati, a specifično dugotrajno razmišljanje koje to omogućava nastalo je povoljnom društvenom klimom i medijskim izvještavanjem (Chomsky, 2002). Razvila je vjerovanje da su mediji kroz godine oblikovali misli publika pružajući im određeni oblik informacija, unaprijed interpretiran uz određeni kontekst (Chomsky, 2002).

Prema tome, ako je kontekst državnih nemira, uz propagandne letke koji govore da se radi o napadu, dio likova povjeruje da je zaista riječ o napadu. Neki likovi čak krenu djelovati kako bi se obranili i skupljaju hranu, dok drugi likovi i dalje misle da se radi samo o hakerima i da će opasnost ubrzo proći.

Film stavlja veliki naglasak na internet i društvene mreže koji čine svakodnevno čovjekovo okruženje. Kad likovi ostanu bez interneta i signala, osjećaju se nemirno, a isti se nemir prenosi i na gledatelja.

Društvene mreže i internetski portali predstavljaju velik izvor informacija, kako u svakodnevnom svijetu, tako i u filmu (Azizi Rostam, 2019). Kad nestane interneta

likovi nemaju izvor informacija pa su prepušteni sami svojim zaključcima o situaciji u kakvoj se nalaze.

Kad dođe do određene krize, poželjno je da zajednica zajedno radi na pronalasku rješenja, jer će više umova lakše doći do smislenog odgovora, te će također tako lakše pomoći ugroženima (Buchanan i Hällgren, 2020).

Često u filmovima radnja pođe po zlu zbog raspada grupe, tu se vidi i važnost pojedinca za grupu, a raspad može otići i u smjeru zbližavanja dotad udaljenih pojedinaca (primjer ujedinjenja majke i kćeri stanodavca dok tjeraju životinje koje prijete djevojci).

6. DON'T LOOK UP (2021.)

Film je u režiji Adama McKayja dok mu se u radu na scenariju pridružuje David Sirota. IMDb ga žanrovski svrstava u comedy-dramu sa znanstveno-fantastičnim elementima, a može se shvatiti kao politička satira. Distopija se u filmu izriče svijetom koji se čini utopijskim, sve dok se ne pokaže suprotno nakon glavnog zapleta priče.

Snažno se naslanja na korištenje tehnologije i medija, te je njihova uloga prenijeti poruku filma, pa se tako može paralelno sagledati značaj medija u stvarnom svijetu.

Film govori o borbi dvaju strana: znanstvenika koji su otkrili komet i predsjednice SAD-a i njenih suradnika. Obje strane različitim strategijama pristupaju novonastalim problemom: kometom koji prijete uništenju zemlje. Znanstvenici koji su komet otkrili (Kate Dibiasky i Dr. Randall Mindy; u filmu ih glume Jennifer Lawrence i Leonardo DiCaprio) pokušavaju uz pomoć medija i vlade proširiti vijest o opasnosti kometa, no sve dok isto ne potvrdi i sama vlada, većina ljudi ne shvaća situaciju ozbiljnom i negativnom. Nakon što se u priču uplete bogati poduzetnik koji se želi domoći dragocjenih minerala koje taj komet sadrži, stvore se dvije struje: just look up i don't look up. Znanstvenici (prva struja) budu maknuti s projekta, dok druga struja pokuša dronovima raznijeti komet, kako bi se sačuvali minerali. Misija im propadne i komet ipak udari u Zemlju.

6.1. Filmski jezik u *Don't look up*

“Don’t look up” se mnogo naslanja na korištenje zvuka. Zvukom se postavlja ton svake scene. Budući da se radi o dramatičnom filmu ozbiljne poruke, u kojem su glumci jako uznemireni, emotivni i glasni, vesela glazba čini ton ironično zabavnim i naoko ublažava ozbiljnost situacije.

6.2. Značaj medija u filmu *Don’t look up*

Novinari u filmu imaju važnu zadaću prenošenja poruke. Kad se bilo što u svijetu dogodi ili netko ima neku informaciju koju smatra značajnom - okreće se novinarima. Tako se glavna skupina okreće novinarima nakon što ih predsjednica ne shvati ozbiljno. Smatraju da je poruka koju imaju (da će komet uništiti Zemlju za 6 mjeseci ako se ne zaustavi) veća od zakona i od poštivanja dogovora da neće prenositi informacije. Obraćaju se novinarima iz svoje okoline.

Novinarka iz New York Herald preispituje točnost informacija koje joj navode. Iako se radi o znanstvenici, ona želi znati je li istina to što govore. Informiranje jest jedna od glavnih uloga novinarstva, uz obrazovanje i zabavu, pa je točnost informacija vrlo bitna (Mokriš, 2010). No, kad vijest izađe ipak se pokaže kako čitatelje to ne zanima, jer vijest biva zasjenjena skandalima i showbizom. Novinarka navodi kako je vijest o kometu čitana koliko i promet i vremenska prognoza, što je jedan od dokaza o apsurdnosti situacije.

Pad kometa je medijski događaj koji medijske kuće u filmu prate na različite načine, Specifično se jedan talk show provlači kroz cijeli film. Talk show na koji znanstvenici dolaze govoriti građanstvu o kometu, predstavlja stereotip talk show novinara. Oni su jako profesionalni, komunikacija im je prirodnog i brzog toka te sve okreću na pozitivu i na šalu. Tako ne shvaćaju ozbiljno vijest da će komet udariti Zemlju i kod gledatelja ne žele izazvati paniku nego sve pretvaraju u šalu.

Ovakve (‘daily’ i ‘morning’) talk showove karakterizira to što su osim na informiranje okrenuti zabavljanju gledatelja, štoviše, naglasak je na zabavi pod krinkom informiranja, što se često postiže senzacionalizmom i tabloidizacijom showova (Popović, 2012).

Iz tog talk showa nastaje i stereotip glavnih likova tj. uloga koje uzimaju u medijskom prostoru. Stereotipizacija i pojednostavljivanje pomažu popularizaciji medija (Milivojević, 2015).

Talk show prikazuje ženu kao histeričnu i ludu, a muškarca kao privlačnog, pametnog znanstvenika. Ženu se već u početku isključuje iz javnosti, dok se muškarca

gura u emisije i postavlja na naslovnice časopisa. Ove uloge ih obilježavaju za cijeli film. Stereotipi su odraz svijeta nas; nastaju zbog ponavljajućih karakteristika i pojednostavljanja istih (Blagojević i Čekić 2012, prema Dyer 1999).

Također, kako muškarac preuzima predstavljanje problema u javnosti, a ženu se stavlja po strani, pokreće se pitanje i stereotipizacije muškaraca kao pametnijih i sposobnijih. Stariji znanstvenik preuzima ulogu komunikatora, a mlađa učenica koja je kmet zapravo i otkrila izgubi pravo glasa. Stereotip pametnog muškarca u masovnim se medijima više prikazuje posljednjih desetljeća (Foriš, 2018). Isključivanje žena iz određenih djelatnosti i obraćanja javnosti utemeljeno je patrijarhatom, te još uvijek postoje u društvu (Galić, 2004).

Stereotip je nešto što inače pronalazimo u filmovima i serijama, a često se koristi u komediji, pa u ovom filmu naglašava komične podtonove i satiru (Foriš, 2018). A tu je i stereotip afroameričkog lika, koji se u sva tri odabrana filma prikazuje kao glas razuma. Mističan je, smiren, govori dubokim tonom, tiho i polako, dok ostali oko njega paničare. Mudar je i donosi rješenja, Tek kad taj lik posumnja ili se krene brinuti, gledateljima je jasno da likovima nema spasa ili da su osuđeni na propast i da će teško izaći iz situacije.

Nakon emisije, lik Kate biva pretvoren u *'meme'* i brzo se krene širiti internetom. Primjer je to konvergencije u novinarstvu, gdje se više različitih vrsta medija spaja, kao i fenomena viralnosti (Kalamar, 2015). Njen *'meme'* postane viralan, iskačući na stranicama korisnika i šireći se velikom brzinom (Wadbring, Ödmark, 2016).

Vijesti se u današnje vrijeme u velikoj količini konzumiraju putem društvenih mreža, a komunicira se često putem memeova (Ćutunić, 2022). Kako oni predstavljaju kratke i šaljive medije, slučaj viralnosti mema opet se može povezati sa satirom filma. U uobičajenom se okruženju ne očekuje da će vijest o uništenju Zemlje biti smiješna, ali ovaj film, iako na prenaplašen način, ipak oslikava stanje u kojem se društvo nalazi. Sve se više promjene proživljavaju kroz internet i tehnologiju, a tako može doći i do većih pokreta (Castells, 2014).

U "Don't look up" stvorile su sve dvije struje, dva medijska pokreta. 'Just look up' i 'Don't look up'. Just look up su pokrenuli znanstvenici koji su otkrili komet. Nakon što su im leđa okrenuli mediji i vlada, više nisu imali kako širiti svoju poruku i prešli su na društvene medije. Svoja su zapažanja bilježili putem interneta te se tako poruka brzo proširila. Internet je medij kojim se vijesti jako brzo šire i dolaze do velikog broja ljudi; također, uglavnom je bez ograničenja i svatko može objavljivati što želi.

Velikom broju korisnika služi kao alat da iznesu svoja stajalište ili probleme, a istomišljenicima da im se lako pridruže, tako se broj brzo poveća i nastane pokret (Castells, 2015).

Primjer takvog pokreta iz stvarnog života bio bi *#ostanidoma* kojim se ljudima htjelo poručiti da ostaju doma i ne šire koronavirus. Kao i u filmu, poznate su ličnosti ohrabrivale i poticale ljude da ostanu doma, izmišljale su se aktivnosti i radile su se pjesme.

Smatra se kako mediji mogu utjecati na stavove publika, ali da ih ne mogu kreirati (Milivojević, 2015). Što je obrnuto od stavova Noama Chomskog da mediji kreiraju stavove ljudi. Publika se češće izlaže stavovima s kojima se može poistovjetiti, pa se tako jačaju njihovi postojeći stavovi (Milivojević, 2015). S druge strane, politički akteri i korporacije se u svojem oglašavanju jako oslanjaju na medije vjerujući u njihovu moć uvjeravanja (Milivojević, 2015).

U filmu se to prikazuje postojanosti opredjeljenja na društvenim mrežama. Publika već ima kanale koje prati i iz kojih dobiva vijesti. Stvara svoj *'bubble'* u kojem kruže vijesti koje ih zanimaju. Kad velike medijske kompanije kreću širiti vijest o kometu, oni se opredjeljuju za ono mišljenje koje im najviše odgovara, koje se najviše slaže s njihovim dotadašnjim stavovima - ekonomskim, zdravstvenim, političkim... Ubrzo nakon službenih vijesti, tema kometa se proteže kroz zabavne emisije i reklame; utjecaj medija je velik, vijesti odjekuju i napreduju brzo.

Zbog moći uvjeravanja društveni mediji znatno djeluju i na ponašanje društva (Milivojević, 2015). Pojedinaac odlučuje o svojim postupcima, a mediji mu zapravo pomažu da tu odluku donese (Milivojević, 2015).

Uloga medija je prenijeti činjenice kako bi informirali stanovništvo. Na pojedincima je da oblikuju stavove i prema njima djeluju. Društvene mreže često pojačavaju podijeljenost mišljenja, pa kad dođe velika vijest kao ona o padu kometa, dolazi do različitih reakcija. Dio ljudi ne vjeruje činjenicama, dok drugi dio stvara paniku. Mediji načinom izlaganja informacija potkrjepljuju njihova djelovanja.

Mediji sami po sebi nisu *'krivi'* ili zaslužni za ljudska djelovanja, televizija sama po sebi nije dobra niti loša, značenje dobiva zbog načina na koji se koristi (Milivojević, 2015). Na pojedincu je onda da tu vijest interpretira i odabere stranu.

U distopijskom filmu najčešće dolazi do društvene krize potaknute krizom vlasti. *Don't look up* govori o katastrofi koja prijeti Zemlji, koja ugrožava čitavo čovječanstvo. Nastaje situacija u kojoj vladajući koji bi trebali voditi stanovništvo, ne

znaju što činiti. Glavni akteri nisu sposobni riješiti taj problem, a građani ne mogu nastaviti svoju svakodnevicu - tu nastupaju mediji, koji bi svojim porukama trebali pružiti rješenja (Milivojević, 2015). No potencijali društva da reagira bivaju blokirani zbog problema u komunikaciji (Milivojević, 2015).

Predsjednica ne zna postupiti s dobivenim informacijama i u trenutku se priklanja opciji koja njoj najbolje odgovara. Prvo želi zataškati priču o kometu jer ne želi da joj to ugrozi predstojeće izbore, a kasnije se zbog vlastite dobiti (zataškavanja skandala) prikloni širenju svijesti o kometu. No, kad se u sve to uplete moguća materijalna dobit, građanstvu se šalje poruka da će od udara kometa zaraditi i dio njih više nije briga za moguću smrt, već samo za mogućnost zarade. Glavni likovi ostaju sami u borbi protiv dezinformacija u čemu ne uspijevaju uopće do samog kraja, kad je već prekasno djelovati. A čak ni tad se većina društva ne prikloni njima.

Širenjem poruka o financijskoj isplativosti i poticanjem ljudi da vjeruju drugoj struji (poduzetnika) dolazi do efekta realnosti, to jest prihvaćanja stvarnosti koju stvara poduzetnička struja: "komet nije opasan i od njega se može zaraditi" (Milivojević, 2015).

Neupitan je utjecaj medija, a osobito društvenih mreža na oblikovanje javnog mijenja. Zato su mediji moćan alat u rukama vlasti s jedne strane, iako bi trebali služiti nadziranju vlasti. U filmu se predsjednica kad prvi put sazna za vijesti ne želi obratiti medijima, jer se boji što će takve informacije učiniti njenom imidžu. Mediji stvaraju narativ i odlučuju o tome koje će dijelove priče više eksponirati, učiniti važnima (Milivojević, 2015). Tako se talk show okreće promoviranju znanstvenika i zabavi gledatelja, a informativna emisija (poput vijesti) upozorava ljude o opasnosti.

Simboličan je i lik novinara koji donosi vijesti i ostaje na svom mjestu pred kamerama za vrijeme udara kometa, dok se oko njega sve trese i ostali ljudi bježe u panici.

Uloga novinara ostaje informirati i u ovom slučaju upozoriti gledatelje, a televizija je medij koji se u tim situacijama (uz radio) najviše koristi. Ako je nešto rečeno na televiziji postaje službeno, samim time i važno i većina ljudi za to zna, to je u filmu prikazano kad prvi put obitelji i prijatelji glavnih aktera saznaju o vijesti koju su im do tad tajili, jer su čekali službene kanale.

Veliki pokretač radnje filma je novac. Činjenica da će se obogatiti od minerala s kometa dozvoljava poduzetniku i njegovim suradnicima da strah pretvore u želju za profitom. Čine sve što je u njihovoj moći kako bi se stvari odvile na način koji oni

žele; žele vlastitim tehnologijama doći do minerala, zbog čega proces uništenja biva usporen i na posljetku niti ne uspijeva.

Društvo je lako podijeliti jer su mediji podijeljeni na jednak način, pa tako i poruke koje šalju. “Ne bojte se, ne gledajte gore, komet vam neće učiniti ništa loše nego će vam donijeti materijalnu stabilnost” i slične poruke.

U sustavu u kojem je sve djelovanje usmjereno na profit, ne razmišlja se o dugoročnim posljedicama djelovanja poruka koje se odašilju, tako poduzetnikovoj struji u tom trenutku nije bitno što će ih komet možda uništiti već samo: prodati što više (primjeraka novina npr.), učiniti da predsjednica osvoji mandat (kako bi opet prodali što više). Tržište upravlja medijima, jer je i medijskim kompanijama u cilju zaraditi što više, pa se stvara sadržaj koji će izazvati reakcije i koji će se više prodati (Chomsky, 2002).

7. ZAKLJUČAK

Mediji su prisutni u svakodnevnom životu ljudi bar u nekom obliku. Stanovništvo vjeruje svojim lokalnim i slobodnim medijskim kućama i oslanja se na istinitost poruka koje šalju, pa prema tome oblikuju svoje stavove, stvaraju mišljenja i djeluju. Zbog segmentacije medija pojedinci se lakše segmentiraju u grupe, a medijacija se provodi u svim sektorima društvenog života.

Vrlo je važno no ne i jednostavno procijeniti važnost medija u prenošenju informacija, jer oni djeluju i na društvene pokrete i ponašanja. Mediji pomažu odrediti u kojem će se smjeru društvo kretati davajući značenja informacijama i stvarajući kontekst. Primjerice, glavnog konflikta u filmu "Don't look up" ne bi bilo ili se ne bi razvio u toj mjeri da medija nije bilo. Da je pristup društvenim mrežama ograničen svim korisnicima ili da utjecajne kanale drže samo stručni ljudi, možda ne bi mogao bilo tko kreirati sadržaj i širiti različite ideologije. Određeni se društveni pokreti ne bi mogli razviti. Dok "I am legend" pokazuje kako mediji sudjeluju u stvaranju ontološke sigurnosti, "Leave the world behind" pokazuje nesigurnost koja u ljudima nastaje kad nestane njihove rutine.

Budući da ovo desetljeće opisuje svakodnevno korištenje društvenih medija i prosječnoj je osobi (stanovniku zapadnog svijeta) dan bez interneta nezamisliv, korisno bi bilo snimiti film s distopijskim elementima koji pokazuje odsutnost medija to jest ponašanje ljudi kad im se oni oduzmu na dulje vrijeme nakon svakodnevnog korištenja. Moguće posljedice takvog događaja još nisu poznate, a možda ni neće biti.

8. BIBLIOGRAFSKE JEDINICE

1. Azizi Rostam, Fatemeh (2019) In A World Without Social Media. Isfahan: Faculty of Psychology Department, Islamic Azad University.
2. Buchanan i Hallgren, 2020
3. Castells, Manuel (2015) *Networks of outrage and hope*. Cambridge: Polity Press.
4. Chomsky, Noam (2002) *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Što čitaš?
5. Couldry, Nick i Hepp, Andreas (2016) *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
6. Čekić, Jovan i Blagojević, Jelisaveta (2012) *Moć/Mediji/&*. Beograd: Centar za medije i komunikacije Fakulteta za medije i komunikacije, Univerzitet Singidunum.
7. Čutunić, Antonija (2022) Navike korištenja društvenih mreža kod srednjoškolaca. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti
8. Foriš, Iris (2018) Uloga humorističnih televizijskih sadržaja na oblikovanje stereotipa u društvu. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji.
9. Galić, Branka (2004) Seksistički diskurs rodnog identiteta. *Socijalna ekologija* 13 (3-4): 305-324.
10. Hall, Stuart (2003) *Representation*. London: Sage publications.
11. Hällgren, Markus i Buchanan, David (2020) The Dark Side of Group Behavior: Zombie Apocalypse Lessons. *Academy of Management Perspectives* 34(4): 1-24.
12. Indriani, Sri seti, Prasanti, Ditha i Permana, Rangga Saptya Mohamad (2020) Analysis of The Filter Bubble Phenomenon in The Use of Online Media for Millennial Generation. *Nyimak Journal of Communication* 4(2):199.
13. Kalamar, Denis (2016) Konvergencija medija i transformacija publike. *Informatologia* 49 (3-4): 190-202.
14. Krajina, Zlatan (2014) *Negotiating the Mediated City*. New York: Routledge
15. Lotman, Juri (1976) *Semiotika filma i problemi filmske estetike*. Beograd: Institut za film.
16. McLuhan, Marshall (2008) *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
17. Milivojević, Snježana (2015) *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Edicija REČ.
18. Mokriš, Svjetlana (2011) Novine i njihova uloga u društvenoj zajednici. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 54 (4): 115-130.

19. Peterlić, Ante (2000) *Osnovne teorije filma*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
20. Popović, H. (2012) Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva. *Holon* 2 (3): 18-43.
21. Sofradžija, Halima i Adžajlić-Dedović, Azra (2011) Ontološka sigurnost u aktuelnim društvenim i političkim promjenama/procesima – uloga žena u savremenom društvu. *Kriminalističke teme -Časopis za kriminalistiku, kriminologiju i sigurnosne studije* 1(2): 57-71.
22. Umberson, Debra i Karas Montez, Jennifer (2010) Social Relationships and Health: A Flashpoint for Health Policy. *Journal of Health and Social Behavior* 51(1): S54–S66.
23. Zlatar, Jelena (2008) Srećko Horvat Znakovi postmodernog grada Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2007., 191. str. *Sociologija i prostor* 46(1(179)): 106-111.
24. Wadbring, Ingela i Ödmark, Sara (2016) Going Viral: News Sharing and Shared News in Social Media. *Observatorio (OBS*)* 10(4): 4-132.

INTERNETSKE STRANICE

1. Castells, Manuel (2014) The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective. bbvaopenmind.com <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-impact-of-the-internet-on-society-a-global-perspective/> Pristupljeno: 30. ožujka 2024.
2. Di Placido, Dani (2022) The Reaction To Netflix’s ‘Don’t Look Up’ Is More Interesting Than The Film Itself. forbes.com <https://www.forbes.com/sites/danidiplacido/2022/01/06/the-reaction-to-netflixs-dont-look-up-is-more-interesting-than-the-film-itself/> Pristupljeno: 10. svibnja 2024.
3. Kalmus, Peter (2021) I’m a climate scientist. Don’t Look Up captures the madness I see every day. theguardian.com <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/dec/29/climate-scientist-dont-look-up-madness> Pristupljeno: 10. svibnja 2024.
4. Myamoto, Ken (2023) How to write a dystopian movie or TV show. Screencraft.org <https://screencraft.org/blog/how-to-write-a-dystopian-movie-or-tv-show/> Pristupljeno: 10. svibnja 2024.
5. Disaster films, filmsite.org <https://www.filmsite.org/disasterfilms.html> Pristupljeno: 10. svibnja 2024.