

Nevena Milanović Minić

*Institut za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu*

nevena.milanovic@f.bg.ac.rs

**Oni, koje volimo da mrzimo:
antropološka analiza serije *Naslednici*
kao kritika (ljudi) poznog kapitalizma***

Apstrakt: U radu se, iz antropološke perspektive, pristupa tumačenju poznog kapitalizma i likova kao (krnjih) antiheroja u seriji *Naslednici* (*Succession*, HBO, 2018–). *Naslednici*, članovi bogate američke porodice Roj, u čijem je vlasništvu medijski gigant *Waystar RoyCo*, predstavljeni su kao identitetski nosioci odlika hegemonije poznog kapitalizma. Eksploatacijom njihovih mana, unutrašnjih konflikata i moralno upitnih postupaka, kroz tropologizaciju svakog od pojedinačnih likova, ovaploćuju se falinke „sistema”, dok se dinamike „izopačenih” i iskvarenih odnosa u celokupnoj Roj (anti) porodici mogu posmatrati kao ogledalo sunovrata i bezumlja istog tog sistema. Izostanak protagoniste u seriji *Naslednici*, sardonički humor i brutalističko prikazivanje izostanka etike i morala za cilj imaju generisanje emotivnih reakcija u vidu „simpatiziranja odbojnosti” kod auditorijuma.

Ključne reči: *Naslednici*, porodična TV drama, pozni kapitalizam, krnji antiheroj

„I have that disease where I both despise and would have sex with everyone in *Succession*.”**

– Julia Shiplett, komičarka (izvor: *Twitter*)

Uvod

Od početka svog emitovanja 2018. godine, HBO serija *Naslednici* (*Succession*)¹ izazvala je interesovanje zbog, u najmanju ruku, brutalno ogoljenog

* Realizaciju ovog istraživanja finansijski je podržalo Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije u sklopu finansiranja naučnoistraživačkog rada na Univerzitetu u Beogradu – Filozofskom fakultetu (broj ugovora 451-03-68/2022-14/200163).

** <https://twitter.com/juliashiplett/status/1167167004861784065>

¹ *Succession*. 2018-. Seasons 1, 2, 3. HBO. Directed by Mark Mylod, written by Jesse Armstrong.

prikaza unutrašnje dinamike bogate američke porodice Roj, na čelu sa njenim „patrijarhom” – medijskim mogulom, ocem Loganom Rojem (Brajan Koks). Da je moguće iščitati alternativu diskurzivnim predstavama o savršenom američkom medijskom tržištu i prostoru i dekonstruisati mit o samoostvarenom kapitalističkom preduzetniku, postaje jasno još u drugoj epizodi prve sezone. Na kraju prve epizode prve sezone, Logan Roj doživljava moždani udar i postaje prikovan za krevet, a u drugoj epizodi borba za „presto”, tj. mesto CEO-a Loganove medijske kuće počinje, i to nigde drugde, nego među njegovom decom. U tom smislu, zvanični diskurs, koji glorifikuje pozni kapitalizam, a romantizuje porodične biznise kao uporište dobrih, klasičnih američkih vrednosti, serija *Naslednici* podriva u samom početku. Porodični biznis, koji u zvaničnom, idealtipskom diskursu kapitalizma opstaje i „cveta”, a smatra se simbolom uspeha i očuvanja vrednosti, serija *Naslednici*, kako ću u prvom delu rada pokazati, tretira kao model izopačenih i iskvarenih odnosa, koji se oslikavaju i na nivou „najmanje ćelije društva” – porodice kao takve. Međutim, ovde se provlači još jedna važna komponenta vezana za žanr porodičnih drama – emotivna. Emotivne reakcije kod auditorijuma izazivaju moralno upitni postupci svih likova u seriji, te izostanak protagoniste i predstavljanje svakog pojedinačnog lika kao krnjeg antiheroja, što nas dovodi do druge premise u radu – tropologizacije likova, od kojih svaki ne samo da eksploatiše ljudske mane (što je uobučajeni slučaj u dramama), već ovaploćuje pojedinačne falinke gorepomenutog sistema.

Bindžovanje „kvaliteta”, sinopsis i kontekstualizacija porodične biznis drame

Pre nego što se upustimo u kontekst same serije – a to je konstrukcija alternativnog viđenja hegemonije i prikaz nejednakih odnosa moći koji vladaju na tržištu poznog kapitalizma – vredi istaći popularnost serije *Naslednici*, način na koji je publika percipira kao „kvalitetan TV sadržaj” i, u skladu s time, kako je konzumira. Posledično, iako se nećemo baviti isključivo recepcijom ove TV serije kao proizvoda popularne kulture, treba napomenuti da se u radu polazi od premise da je televiziju i celokupan njen program nemoguće shvatiti izvan okvira socijalnog konteksta (Palaversich 2016, 459), i da televizijski tekstovi aktiviraju niz značenja kod gledalaca (Fiske 2001), te da je u seriji *Naslednici* moguće videti dekonstrukciju popularnog mita o samoostvarenom kapitalističkom preduzetniku. Za razliku od porodičnih TV drama koje takođe prikazuju sage o bogatim porodicama a prethodile su *Naslednicima* (poput *Dinastije* [*Dynasty*, ABC, 1981–1989]), a koje su osnaživale i jačale fantazije o moći i bogatstvu prikazom ekstravagantnih materijalnih dobara, u *Naslednicima* služe upravo izazivanju osećaja nelagode, gađenja i odbojnosti prema istima.

Simpatije publike i visoke ocene kritičara i gledalačke javnosti serija je pobrala u više navrata – primera radi, u septembru 2020. godine osvojivši *Emija*² za najbolju dramsku seriju, sa Džeremi Strongom (koji tumači lik Kendala Roja) za najboljeg glumca, kao i *Emije* za scenario i režiju. Potom, *Naslednici* nastavljaju sa osvajanjem *Zlatnog globusa*³, ponovo za najbolju dramsku seriju u januaru 2022. godine, a Džeremi Strong (Kendal Roj) iznova za najboljeg glumca u istoj kategoriji. Tom prilikom, *Zlatni globus* za najbolju sporednu žensku ulogu dodeljen je i glumici Sari Snuk, koja u seriji glumi lik Šiv Roj, jedine sestre među trojicom braće disfunkcionalne porodice Roj. Finalna epizoda treće sezone dostigla je 1.7 miliona gledalaca na HBO i HBO Max platformama, što je seriju svrstalo u red najgledanijih HBO serija nalazi se na 12. mestu najgledanijih HBO serija svih vremena prema portalu *Esquire*.⁴

Porodica Roj opisana je u medijima kao „osinje gnezdo”, „Zadruga za bogate”⁵, a njeni članovi kao razmaženi ali i bolesno ambiciozni. Na čelu sa medijskim mogulom Loganom Rojem, „patrijarhom klana”⁶, koji u prvoj sezoni serije najavljuje povlačenje sa „trona”, otpočinje i igra nasledništva među njegovom decom. „Prvi među jednakima”, sin Kendal (Džeremi Strong), pokazuje ambiciju da zauzme očevo mesto. Lik Kendala prikazan je kao bivši zavisnik (pretpostavljamo od kokaina, ali tokom razvoja serije, upuštaće se u eksperimentanje i sa drugim supstancama), koji pokušava da se uozbilji i postane uzoran sin i CEO u očevoj medijskoj kompaniji. Polaganje prava na „presto” od strane Kendala ne rezonuje dobro kod najstarijeg sina – Konora (Alan Rak), ali ni kod najmlađeg, Romana (Kieran Kalkin), niti ćerke Šiv (Sara Snuk). Roj završava u bolnici zbog moždanog udara nakon što je obnarodovao da sa trona kompanije ne ide nikuda, a potom među decom i saradnicima kompanije nastaje sveopšti haos, posebno nakon što se, u Loganovom odsustvu, saznaje da je konglomerat *Waystar RoyCo*, preko glave u dugovima, i da se prikrivaju slučajevi mobinga, silovanja i čak smrti zaposlenih od pre nekoliko decenija. Tokom razvitka serije, animoziteti, svađe, raskidi i „zabadanje noža u leđa” stalno su prisutni među članovima porodice. Iako novca ima u izobilju – u jednom momentu su

² Emmy nagrade dodeljuju se od 1949. godine u SAD za umetnička i tehnička dostignuća i izvrsnost u TV industriji. Pored Gremija, Oskara i Tonija, smatraju se jednom od četiri glavne nagrade za zabavu u okviru TV industrije (entertainment).

³ Golden globe dodeljuju se od 1944. godine u SAD od strane Holivudske asocijacije za stranu štampu (HFPA) koju čini 105 stalnih članova – novinara i fotografa, koji ovu nagradu dodeljuju istaknutim američkim i internacionalnim filmovima i drugim ekranizovanim dostignućima u okviru TV industrije.

⁴ <https://www.esquire.com/entertainment/tv/g26293745/best-hbo-series/>

⁵ Portali: *nova.rs*, *BBC*, *Vreme*, *Oblakoder*, *The Hollywood Reporter*

⁶ <https://www.rottentomatoes.com/tv/succession>

u luksuznom apartmanu na Menhetnu, u drugom u Toskani, ili na skupom krstarenju Mediteranom – estetika bogatstva pada u drugi plan. Fokus serije je na spletkama, sardoničkom humoru i nepostojanju granica gde sme da se ide kako bi se stekla nadmoć nad multinacionalnim medijskim konglomeratom. U svemu tome nema pozitivnog junaka, svaki od pojedinačnih likova predstavljen je kao samoljubiv, okupiran isključivo sobom i sticanjem moći.

Dramski žanr TV serija obično se povezuje sa fiktivnim serijalnim „proizvodom” koji publici prezentuje tematike i fabule snažnog emotivnog inteziteta (Rocchi 2019); ono što je osamdesetih i devedesetih godina 20. veka okarakterisano kao porast u popularnosti američkih TV drama (*Dinastija* je oborila sve rekorde gledanosti u SAD do tada⁷), razvilo se u tzv. *binge* gledanje serija⁸ sa razvojem platformi za *streaming* TV serija (poput Netflix-a, HBO-a, Amazon Prime-a i drugih). Ovakav vid dinamike praćenja neke serije kod publike/gledalaca se opisuje kao intenzivna „konzumacija proizvoda”, u okviru koje gledalac ima mogućnost da pogleda desetine epizoda zaredom, a neretko i sve sezone (celokupni serijal) za veoma kratak vremenski period (Jenner 2017). Pomenuiti protokol praćenja nekog serijskog sadržaja povezan je sa obožavateljskim praksama (*fan practices*), praksama industrije TV serija i TV serijama koje su označene kao „kultne” ili „kvalitetnog sadržaja” (Jenner 2017, 1). Međutim, za razliku od „tradicionalnog” televizijskog programa, koji publika *striming* TV-a vidi kao zastareo, sa sadržajem namerno plasiranog lošeg, upitnog kvaliteta i adiktivan (Brundson 2010), *striming* otvara niz mogućnosti za tzv. „pametno” korišćenje TV vremena i konzumaciju dokumentaraca o prirodi, svemiru, nauci, te filmova i serija koje obrađuju društveno relevantne i/ili tekuće probleme. Ovo slavljenje oplemenjenog, „pametnog” i „kulturom bogatog sadržaja” povezano je upravo sa zaokretom u percepciji televizije i podelom na *low culture* plasirane (nametnute) sadržaje poput „neinteligentnih” sitkoma i rijaliti programa (*MTV Cribs*, MTV Productions 2010-, i *Život bogatih i slavnih* [*Lifestyles of the Rich and Famous*, Syndication, 1984–1995]), koji bi se mogli okarakterisati kao šund, i, s druge strane, autonomno planiranog gledanja željenog sadržaja na zahtev (*tv on demand*). Na ovaj način, „sadržaj na zahtev” postaje potencijalni ali i stvarno željeni *binge* materijal, čime legitimiše i samu gledalačku praksu.

⁷ <https://www.bbc.com/serbian/lat/svet-60367798>; <https://carringtondynasty.fandom.com/wiki/Ratings>

⁸ Engleski termin *binge* nema svoj pandan u srpskom jeziku, te se najčešće koristi transkribovana pozajmljenica „bindžovanje”. Sama reč „binge” odnosi se na kompulsivni unos nekog proizvoda – najčešće hrane ili pića u velikim količinama, za relativno kratak vremenski period, do stepena (pre)zasićenosti (Milanović 2021). Zbog svoje široke primenljivosti, „bindžovati” se može svaki sadržaj, pa tako u ovom slučaju i proizvod poput TV serija.

Kovačević komentariše kako je individualizacija televizijskog programa kroz inovacije u modernim tehnologijama otvorila „posttelevizijsku eru”, gde je gledalac taj koji u potpunosti određuje vreme, dužinu i količinu gledanja neke TV serije (Kovačević 2018). Osim toga, dolazi i do transformacije socijalnog okvira gledanja – gde televizor više nije centar porodičnog okupljanja kao u eri televizijskih mreža s ograničenim brojem kanala (Kovačević 2018, 98), već visokoindividualizovana praksa, u kojoj je veza između potrošača (gledalaca) i proizvođača (kompanija kao što je i HBO) direktnija (Kovačević 2018, 98) i, dodala bih, tešnja nego ikada (upravo *jer* se zasniva na novooblikovanoj praksi bindžovanja, istovremeno je rabeći za potrebe privlačenja i vezivanja publike, i proizvođači je). Ova recipročna veza u procesu bindžovanja, koja se odvija na relaciji proizvođač:potrošač, uz pomoć interneta kao medijuma, oblikuje jednu potpunu novu zajednicu – grupu obožavatelja (*fan-ovi*, *fandom*) neke TV serije – preciznije, serija koje obrađuju specifičnu tematiku. Grupe obožavatelja (ili fan-grupe) postojale su i ranije (kao najbolji primeri organizovanih fan-grupa navode se fanovi serije *Zvezdane staze* [*Star Trek*, 1966–1969; 1987–1994; 1993–1999; 1995–2001; 2017–, 2020–]), ali, za razliku od nekadašnjih fan-grupa čija je delatnost bila u vidu organizovanja, okupljanja, dopisivanja sadržaja serijama, fanovi striming TV-a orijentisani su ka specifičnim tematikama i sadržajima koje serije problematizuju. Teoretski, bilo koji sadržaj može biti bindžovan, ali činjenica da na internetu postoje liste i spiskovi „materijala koji se mora bindžovati” (*must-see*, *binge-worthy*), govori nam da je došlo do zaokreta u precepciji formata: ove liste specifikuju kakav je to sadržaj serija koje se moraju odgledati. Iako je bindžovanje zapravo samo vid konzumacije TV sadržaja, on takođe može biti sagledan i kao vid implicitne participacije: interesovanjem za određenu tematiku koju serije obrađuju, gledaoci se smatraju angažovanim i investiranim u kritiku društva, a sam bindž-materijal (serija) postaje „mesto” u koje je upisana kulturna „vrednost”. U slučaju serije *Naslednici*, gledaoci postaju kritičari najbogatijeg društvenog sloja Amerike, i namesto da fantaziraju o skupocenostima zarađenim sopstvenim mukotrpnim radom – fantaziraju o tome da „kažu” likovima porodice Roj koliko su „zapravo grozni”⁹ i iskvareni u svom bogatstvu, i vole da ih mrze. Iako je serija *Naslednici* prikazivana dinamičkom jednonedeljne epizode, ona je u „moru” drugih serija za većinu gledatelja i budućih fanova postala interesantna posredstvom saznanja tj. preporuke od prijatelja, poznanika ili algoritma koji nude platforme za striming (na osnovu prethodno gledanih tematskih sadržaja), pa je samim time i korpus epizoda koje treba odgledati u što kraćem vremenskom roku narastao na sezonu, dve, ili sve tri koje su do sada izašle.

⁹ <https://www.vulture.com/author/roxana-hadadi>

Opčinjenost bogatstvom, hipermaterijalizam i prikaz konzumerizma kao nešto za čime treba žudeti, svet fantazije u kojem ćemo nekada možda živeti ukoliko vredno radimo, kako primećuje Roksana Hadadi, TV kritičarka i spisateljica portala *Vulture*¹⁰, prikazivani su kroz istoriju televizije kao estetski privlačni. Primera radi, osamdesete godine 20. veka obeležile su porodične drame *Dalás* (*Dallas*, CBS, 1978–1991) i *Dinastija*. Obe drame, kao i *Naslednici*, bave se svađama unutar tajkunskih porodica (u slučaju *Dalasa* to je naftaška, a u slučaju *Naslednika* – medijska) gde se bogatstvo čuva i za koje se bori po svaku cenu, uključujući tu i ljudski život. Međutim, jedna važna razlika uočljiva je u prikazu zlobe likova: autori serija *Dalás* i *Dinastija* su bili daleko manje zainteresovani za prikaz kritike privilegije likova, a usmereniji ka esteticima života kojeg odlikuje superbogatstvo, gde ovakav životni stil postaje predmet žudnje. Hadadi ističe da se, tokom 2021. godine, „najviše govori o serijama koje problematizuju bogatstvo i takođe ga prikazuju neglamuroznim”.¹¹ Nasleđe *Dalasa* i *Dinastije* može se pratiti tokom decenija koje slede u seriji *Tračara* (*The Gossip Girl*, The CW, 2007–2012), a scena gde Džoan Kolins (ikona serije *Dinastija*) našminkana i sa zlatnim kaišem vežba aerobik u svojoj vili u rijalitetu *Život bogatih i slavnih* udarila je temelj za dalje emisije ovog tipa, poput pomenutih *MTV Cribs*, koje su imale za cilj prenos života bogatih ličnosti (glumaca, pevača, holivudskih zvezdi) izbliza. Ključni element ovih emisija i serija bio je, nedvosmisleno, gotovo-na-dodir-blizu prikaz ekstravagantnih kuća, bazena, vila, ogromnih soba namenjenih samo cipelama (poput one u vili Maraje Keri) ili čakuzija u dnevnoj sobi repera Lil Vejna. Naglasak je, tokom intervju sa vlasnicima ovih vila i kuća, bio na uživanju u „mukotrpnim radom stečenom bogatstvu”, ili, jednostavnije rečeno – živa slika i prilika mita o američkom samostalnom kapitalističkom preduzetniku iz prve ruke. Nije potrebno posebno naglasiti da ove serije i emisije nisu pokrenule dijalog u društvu, za razliku od *Naslednika*¹², koja živote superbogatih prikazuje kao ne-atraktivne. Primer *Naslednika* pokazuje da savremena televizija nudi auditorijumu jedan drugačiji portret bogatih porodica, od kojeg profitira upravo jer ga publika smatra kvalitetni(ji)m sadržajem u odnosu na ranije emisije i serije kojima izostaje kritički otklon, ali i kontekstualizacija bogatstva u okviru poznog kapitalizma. Dakle, prikazujući „nesrećne milionere”, njihova dela, postupke i motive u vidu ekscesa kojih su oni potpuno nesvesni, mi, kao publika, stičemo „pravo” da ih posmatramo s prezirom i sa pozicije moralne uzvišenosti.

¹⁰ <https://www.vulture.com/author/roxana-hadadi/>

¹¹ <https://www.bbc.com/serbian/lat/svet-60367798>

¹² Osim *Naslednika*, serije koje iz kritičke perspektive sagledavaju i nude alternativni diskurzivni pogled na estetiku bogatstva su *Pip šou* (*Peep Show*, 2003–2015), *Beli lotos* (*White Lotus*, 2021–2022) – da navedemo samo neke.

Cool capitalism?

Pre svega, treba pojasniti zvanični diskurs o (tekućem) poznom kapitalizmu, a posebno njegovom odnosu prema jednom novom obliku prekarnog rada, *haslovanju*, na kojem se tvori i bazična ideja serije – a to je porodični biznis koji se na tržištu rada nadmeće i takmiči s ostalim biznisima.

Fenomen prekarnog rada (prekarijat, prekarna klasa) smatra se detetom globalizacije (Standing 2011), i uopšteno uzev, temelji se na onim oblicima rada koji sa sobom nose nekakav oblik nesigurnosti (Starčević 2014, 38). Iako dijahronijska perspektiva nije od ključnog značaja za razumevanje haslovanja, vredi istaći kako je neoliberalizam utabao put i omogućio prekarni rad, a posledično i haslovanje. Sedamdesetih godina 20. veka, glasovi novooformljene grupe društvenih i ekonomskih mislilaca (tek kasnije nazvanih tj. proglašenih neoliberalima), koji su prezirali centralizovani državni aparat (sa svim njegovim rigidnim regulacijama), a svet videli kao mesto otvorenosti u kojem investiranje, zaposlenje i zarada treba da se kreću u smeru gde su uslovi za to najbolji, počinju da dobijaju na značaju (Standing 2011, 5). Kako je globalizacija uzimala maha, a korporacije i vlade međusobno usklađivale svoja viđenja o radu tako da on biva što fleksibilniji, broj ljudi čiji rad odlikuje forma nestabilnosti i nesigurnosti se umnožavao (Standing 2011, 5). Kako se tzv. fleksibilni rad širio – nejednakosti su samo narastale, a klasna struktura koja je bila kamen oslonca industrijskom društvu ustupala je mesto nečemu mnogo kompleksnijem, ali ništa manje klasno označenom (Standing 2011, 5–6). Odgovor korporacija širom sveta na nove zakonitosti koje je diktiralo globalno tržište ekonomije i promene u politikama rada uvukle su milione ljudi u ono što nazivamo *prekarijatom* (Standing 2011, 6). Prekarijat nije bio deo radničke klase, niti je bio deo proletarijata; proletarijat je odlika društva koje se sastoji (u najvećoj meri) od radnika koji imaju stabilne, fiksne radne sate sa već utvrđenim mogućnostima i trajektorijama za napredovanje, kolektivnim ugovorima... oni koji su „stupali” u prekarijat nisu imali ništa od zagarantovanih pomenutih stubova proletarijata: nisu imali stabilnu, niti predvidivu, očekivanu naknadu za rad (zaradu), kao ni status (Standing 2011, 6). Međutim, mi ovde nećemo pokušavati da ekstrahujemo parametre atipičnosti prekarnog rada u pogledu vremenske, organizacione, socijalne i ekonomske dimenzije rada ili ustanovimo zakonitosti tržišta rada.¹³

¹³ Kada je reč o zaposlenju, radu i zapošljavanju, o prekarnosti se počelo više govoriti od sedamdesetih godina 20. veka, kada su prepoznate i prve posledice ispunjavanja zahteva za većom fleksibilnošću tržišta rada (Starčević 2014, 39). Ova „fleksibilnost” je nakon niza seminara Međunarodne organizacije rada svoj fokus usmerila ka neformalnim, atipičnim i nestandardnim oblicima rada (za razliku od formalnih oblika), te su prekarim radom proglašeni svi oni tipovi rada koji se po nekim karakteristikama izdvajaju od standardnog zaposlenja – privremeni rad, povremeni rad, rad na nepuno radno

Od značaja nam je činjenica da se prekarnim radom može smatrati „svaki oblik nestandardnog rada, rada koji odudara od situacije tradicionalnog modela zaposlenja: stabilnog radnog mesta s punim radnim vremenom gde radnik ima jednog poslodavca po čijem nalogu radi...” (Starčević 2014, 39), kao i shvatanje da postoje „nejednakosti između radnika i neujednačene distribucije nesigurnosti i rizika koje su povezane s ekonomskim životom i posebno s tržištem rada” (Frade et al. 2004, 9). U okviru nestandardnog rada, koji odudara od tradicionalnog modela zaposlenja, interpretiraćemo jedan posve nov, savremeni oblik rada: *hustle* rad¹⁴ i način na koji se on uklapa u zvanični diskurs poznog kapitalizma, a posebno mit o samostalnom kapitalističkom preduzetniku, te kako je u seriji moguće iščitati kritički odnos prema istom.

U idealtipskom modelu „haslovanja”, radnik je onaj kojem je posao prioritet u svakom trenutku života, i ne samo to: život je rad, i obratno. Radnik je mlad, samac, bez dece, uvek dostupan (Svendsen 2021, 153). Osim što je prekarni rad njegov dobrovoljni izbor, pojedinca-radnika odlikuju dinamičnost, fleksibilnost, inovativnost, pa kao takav, on zahteva i poseban radni odnos koji ispunjava *njegove* potrebe i komplementira *njegovu ličnost*. Posao koji obavlja se neprestano konzumira i mora biti zanimljiv i *cool* (McGuigan 2009) u „društvu sakupljača iskustava” (Bauman 2005, 43). Odgovornost za zaposlenje, a posledično, i za kvalitet odrađenog posla se, isticanjem individualnih osobina radnika i njihovoj predanosti poslu, prebacuje sa sistema na pojedinca. Ono što je pozni kapitalizam u poslednje dve decenije *progutao* – duh preduzetništva kao lubrikant američke industrije, *sažvakao* – posvećenost poslu kao način života i kao vokacija, sredstvo taloženja imetka i sredstvo nezavisnosti, i *ispljunuo* u jednom hibridnom obliku – jeste upravo *hustle culture* (u daljem tekstu: hasl kultura) kao novi oblik rada i životnog stila. Istini za volju, ukoliko je razložimo na činioce kao što su nezadovoljavajući uslovi rada, nedovoljna primanja i prekovremeni neplaćeni radni

vreme, različiti oblici ilegalnog rada, rad na „crno” (Starčević 2014, 39). Rodžers je 1989. godine definisao kriterijume prekarnosti i izdvojio četiri dimenzije – vremensku (sigurnost u kontinuitet zaposlenja i rizik od gubitka posla), organizacionu (kolektivna i individualna kontrola nad radnim procesom, radnim vremenom, iznos plate), socijalnu (nivo zaštite kroz sindikate ili pravna zaštita, pristup socijalnom osiguranju) i ekonomsku (Rodgers 1989).

¹⁴ Termin *hustle* u doslovnom prevodu s engleskog jezika znači guranje, muvanje, žurba, energičnost. Ekonomija i kultura haslovanja pominje se još 1959. godine u romanu *The Hustler* (Walter Tevis), kasnije ekranizovanom u istoimeni film. Ovaj termin se tokom šezdesetih godina 20. veka odomaćio u svakodnevnom govoru konotirajući „podzemlje moralno i legalno dubioznih praksi i radnji” (Duneier 2000). U savremenom kontekstu, haslovanje predstavlja prećutni dogovor između poslodavaca/menadžmenta i zaposlenih u vidu potrebe za neprestanim profesionalnim angažmanom, kako na radnom mestu i tokom radnog vremena, tako i van njihovih okvira (Balkeran 2020).

sati, hasl kultura postojala je i pre industrijske revolucije, dajući vetar u leđa eksploataciji jeftine radne snage, prekovremenom, kao i dečijem radu. Krucijalna razlika u odnosu na savremeno tržište rada i generacije posebno „pogođene” haslom je u brendiranju, reprodukciji i percepciji hasla. Brendiranje, reprodukcija i percepcija hasla vrše se, smatra Litou¹⁵, posredstvom digitalnih medija, koji ne samo da stvaraju sveopšti osećaj neprestane povezanosti i neprekidne komunikacije, već i potrebu u vidu *neminovnosti* da sve vreme „budemo” na svojim uređajima (telefonima i/ili računarima), što vodi u intrikaciju posla i (privatnog) života. Osim toga, društvene mreže prožimaju svakodnevicu (prosečan korisnik provede oko pet sati koristeći mobilni telefon, proveravajući društvene mreže najmanje 46 puta dnevno¹⁶), te korisnici „odašilju u svet” poruke iz/o svom životu (poslovnom i privatnom) koje ih ne samo oslikavaju kao najbolju moguću verziju sebe, već i tvore okruženje konstantne povezanosti, upoređivanja, i konačno – takmičenja. Kada je o upoređivanju i takmičenju reč, nalaženje načina da se svetu pokažu uspeh (novi posao, unapređenje), imetak (novi auto, kuća/stan, skupo egzotično putovanje), novo dostignuće – predstavlja jednu od okosnica hasl kulture. Dočarati drugima da smo u posedu izvesnog socijalnog kapitala koji smo stekli haslovanjem, znači brendirati sebe kao nezamenljivog: Robinson navodi da oko 45% ukupno zaposlenih objavljuju na društvenim mrežama postove o svom haslovanju, signalizirajući time da su posvećeni radnici, ponekada te objave nazivajući – *toil glamour* (glamuroznost mukotrpnog rada) (Robinson 2019). U haslovanju se, dakle, dedukuje konstantna pragmatična potraga i iznalaženje alternativnih mogućnosti i prilika za socijalnu pokretljivost izvan ili u okviru formalnog zaposlenja, koja perpetuira određeni stil života *haslera*. Taj stil života – može se nazvati i performativnim radoholizmom – zasniva se na sticanju znanja, iskustva i socijalnih veza koje podržavaju logiku „snalaženja”. Osim što označava stanje stvari (hasl) i neprekidnu akciju (haslovati), pomenuti stil svakako podrazumeva i identitetski marker: biti hasler.

U osnovi ideje da hasler može biti svako i da se od siromaštva do bogatstva može stići snagom sopstvenih napora (*from rags to riches*), nalazi se mit o samoostvarenom kapitalističkom preduzetniku. Koncept samoostvarenosti počiva na duboko ukorenjenoj američkoj radnoj etici, koja odgovornost za uspeh stavlja na teret pojedinca, namesto na sistem. U kontekstu američkog poznog kapitalizma, ideja o hasleru je izgrađena zapravo na ideji o etici preduzetništva (*entrepreneurship*). Međutim, u svetu *Naslednika*, radna etika je sasvim sporedna i predstavlja se kao izgovor za rođenog gubitnika. Pod parolom „*either you got it or you don't*” (ili imaš talenat ili ga nemaš), ekonomski imperativ u potpunosti zamenjuje etički u okviru preduzetničkog „duha” i haslovanja.

¹⁵ <https://thriveglobal.com/stories/why-are-millennials-buying-into-hustle-culture/>

¹⁶ Wilkie 2019.

U *Naslednicima*, osim što je hasl (kultura) *sine qua non* za život porodice Roj, serija nudi alternativni diskurs, tj. razrađuje implikacije zvaničnog diskursa poznog kapitalizma i hasl kulture. Najoštrija implikacija nije zapravo „rat siromašnih i bogatih” – pre svega jer siromašne nemamo prilike ni da vidimo u *Naslednicima* – već nejednakost, podmitljivost, i rat u okviru porodice kao temeljne osnovice „zdravog” društva. Sa pravom se može reći da su *Naslednici* sočivo kroz koje je prikazan spektakl poznog kapitalizma u kojem se urušava ne samo mit o kapitalističkom samostalnom preduzetniku, nego i mit o očuvanju porodice napornim radom. U seriji je urušavanje mita o samoostvarenom hasleru posebno ovaploćeno u liku rođaka Grega (Nikolas Braun), o čemu će biti reči u drugom delu rada.

Emotivna komponenta: krnji antiheroji i tropologizacija likova

Između heroja i zlikovca nalazi se – antiheroj: kompleksni karakter koji predstavlja amalgam poželjnih i dobrih ljudskih karakteristika s jedne strane, dok s druge strane jasno ispoljava (i u njima uživa) upitna i neprihvatljiva ponašanja. Tipiski primeri antiheroja iz TV serija su likovi mafijaškog bosa Tonija Soprana (Džejms Gandolfini) (*The Sopranos*, HBO, 1999–2007), zatim brižnog porodičnog čoveka, oca i proizvođača sintetičke droge (meta) iz serije *Čista hemija* – Voltera Vajta (Brajan Krenston) (AMC, *Breaking Bad* 2008–2013), serijskog ubice Dekstera (Majkl Hol), koji ubija druge serijske ubice (*Dexter*, Showtime, 2006–2013). Antiheroj je rekurentna figura u američkim TV dramama, za koju je karakteristično postepeno „građenje” simpatisanja, asocijacija dopadanja, brige i navijanja da on/ona „pobedi”, kao i drugih pozitivnih emocija tokom dugog vremenskog perioda. Ishodište ovih procesa na kraju predstavlja potpunu emotivnu investiciju u lik antiheroja. Pomenuta emotivna investicija ujedno vodi i ka (delimičnom ili potpunom) prihvatanju neprimerenih ponašanja i moralno upitnih postupaka (Bruun Vaage 2016). Kroz tranziciju koja se pomalja devedesetih godina 20. veka i nastavlja u 21. vek, televizija nam otkriva značajnu distinkciju između zlikovca i antiheroja: dok je u serijama poput *Tvin Piks* (*Twin Peaks*, ABC, Showtime, 1990–1991) i *Dosijea iks* (Fox, *The X-Files*, 1993–2018) bilo i više nego jasno ko je na strani dobra, a ko na strani zla – ko je heroj, a ko zlikovac – sa *Sopranovima* i *Čistom hemijom* pitanje dobrog i lošeg postaje dubiozno, jer se protagonisti odjednom nalaze „sa one strane zakona” (Lyons 2021, 229), suočavajući se potom sa likovima koji *zaista* otelovljuju arhetip zlikovca.

Za razliku od Tonija Soprana – koji je *rođen* u svetu mafije i kriminala i ne pokazuje želju za promenom, Volter Vajt od običnog porodičnog čoveka i

srednjoškolskog profesora hemije postaje zao i *bira* zlo. S time u vezi postaje jasna problematičnost definicije termina „antiheroj”, ali i sama njegova upotreba. Lions (2021, 230) dobro primećuje da antiheroj potpada u jedan širi dijapazon diskursa likova, koji mogu uključivati tragične heroje, ali i zlikovce, te da nisu svi od ovih uslova neophodni da bi se lik okarakterisao kao antiheroj. Situacija postaje još zamršenija u slučaju *Naslednika*. Dok tipične figure antiheroja, koji su istovremeno protagonisti i u tom smislu zahtevaju našu punu posvećenost kao publike, bivaju žrtve sopstvenih izbora (i Volter Vajt i Toni Soprano prikazani su krivima i zaslužnim za sopstvenu propast i smrt), u *Naslednicima* nikako da se desi taj očekivani ishod. Niko od likova ne doživljava karmičku sudbinu zbog svojih moralno upitnih postupaka. Čak i Logan, „zli patrijarh”, za kojeg je evidentno da se teško oporavlja nakon moždanog udara, kroz drugu i treću sezonu serije se kao za inat potpuno vraća „u igru” – u doslovnom smislu te reči, poigravajući se s emocijama i naklonjenošću sopstvene dece. Deo te Loganove vešto osmišljene igre ishodište ima u večitoj konkurenciji, tako da niko od njegove dece ne može oformiti dovoljno jaku koaliciju koja bi ga svrgla s prestola. Iako se čini kao da sporadično bira naslednika i nasumično pokazuje toplinu ili orobljuje nekoga od sinova ili ćerku Šiv svoje „ljubavi”, ostajemo zatečeni saznanjem da je sve to činilac dobro promišljene taktike. Uprkos tome što smo upućeni u domete njegovog „zla”, zaista u nekim momentima ostajemo zbunjeni Loganovim postupcima i time ko će i zašto biti nagrađen ili kažnjen za neku korporativnu grešku. Ono što je paradoksalno u svemu tome jeste osećaj tenzije koji se u seriji „gradi”, tako da jedva čekamo da Logan (ili neko od likova) sazna za novu spletku ili izdaju.

Upravo ta emocionalna komponenta je ono što povezuje i protagoniste antiheroje, i naše krnje antiheroje u *Naslednicima*: snažne emotivne reakcije (pre svega ambivalentne) koje su generisane posredstvom tropologizacije likova u seriji. Kako bismo objasnili tropologizaciju pojedinačnih likova i generisanje emotivnih odgovora od strane publike, prvo ćemo se pozabaviti „kulturom emocija” u okviru TV narativa. Činjenica da emocije otkrivaju naše vrednosti, ali isto tako i našu poziciju na širem društvenom planu, čini ih značajnih izvorom znanja o sebi, i znanja o svetu (Marinez i Gonzales 2016, 13). Time što proizvodi emotivne reakcije, fikcija postaje privilegovano mesto na kojem saznajemo nešto više o sebi, i iako se ona ne može uzeti kao pouzdana reprezentacija stvarnosti, emotivne reakcije koje vezujemo za fiktivni događaj su stvarne; u tom smislu, one postaju relevantan materijal za antropološku analizu. Pod „emotivnom kulturom” podrazumeva se skup kulturnih značenja i operacionih kodova (ili tehnika) uz pomoć kojih ljudi razumeju sopstvene emocije i akcije i rukuju njima (Marinez i Gonzales 2016, 14). Emocije uključuju afektivnu valencu tj. sentiment (zadovoljstvo ili nezadovoljstvo) koji je najčešće praćen fiziološkim manifestacijama, ali isto tako i kognitivnu i evaluativnu dimenziju, koje upo-

šljavaju elemente iz socijalne strukture i naših društvenih veza. Ove dve dimenzije su od posebne važnosti, jer vode ka izoštravanju naših konkretnih operativnih dispozicija (Marinez i Gonzales 2016, 17), a na koje direktno utiču procesi enkulturacije i internalizacije kulturnih sadržaja. TV serije predstavljaju ništa drugo do kulturni proizvod, a za gledaoce to znači da „konzumacijom” proizvoda ostvaruju izvesni angažman, koji je uvek obojen emotivno. Kako Garsija ističe, „pričati znači generisati emocije” (Garcia 2016, 55), pa su tako i serije koje neguju lik antiheroja dizajnirane tako da generišu specifičan emotivni odgovor – bilo da ćemo saosećati i identifikovati se s antiherojima zbog pozitivnih osobina (hrabrost, inteligencija), bilo opravdavati negativne (nasilje, okrutnost). Takav je slučaj i sa sažaljevanjem Logana Roja, koji je čisto oličenje surovosti i u kojem se možda doslovce ovaploćuje hegemonija korporativnog kapitalizma, kada u dementnom momentu, kao posledici moždanog udara, ulazi u kancelariju i, ne znajući gde se nalazi, urinira na pod. Scena gde nekadašnji tajkunski moćnik podleže posledicama starosti i bolesti usred svoje medijske firme za koju bi radije umro nego da je preda sopstvenom sinu – u nama izaziva samilost.

Ovaploćenje određenih nedostataka sistema vrši se mehanizmom tropologizacije likova. Tropološko mesto je imaginarni prostor, mesto stvoreno pomoću figurativnosti.¹⁷ Figurativnost se, u lingvistici i studijama književnosti, smatra inherentnom odlikom konceptualne ili jezičke ekspresije (Chrzanowska-Kluczevska 2010), ali se tropologija kao grana poetike i retorike može proširiti i na proučavanje svih tekstova i diskursa. Prostor koji se figurativnošću stvara je više poseban semantički prostor nego puki metaforički termin, a likovi u seriji *Naslednici* predstavljaju krnje antiheroje upravo jer svako od njih otvara „prostor” za interpretaciju nekog nedostatka ili problema poznog kapitalizma. Ako bi Logan Roj kao „zli patrijarh” trebalo da ovaploti sistem kao takav, sinovi Kendal, Roman, Konor i ćerka Šiv svojom kontraverznošću aludiraju na neku drugu kritiku sistema. Navešćemo primer Šiv, kao jedinog ženskog lika koji se, rame uz rame sa svojom braćom, bori kako za očevo priznanje, tako i za moć koju bi joj donela CEO pozicija medijskog magnata. Dolazeći iz srodne branše po vokaciji – politike (Šiv organizuje medijske kampanje za buduće kandidate – senatore, predsednike), ali zalažući se za demokratski pristup umesto konzervativnog, čiji je Logan pristalica, Šiv je prikazana kao *girl-boss*, kojoj je karijera preča od privatnog života, i mogla bi predstavljati iskru feminizma u seriji kojom mahom vladaju muškarci. U dugogodišnjoj vezi sa svojim verenikom, a potom i suprugom Tomom Vombsgansom (Metju Mekfadjen), Šiv narušava sve one ideale solidarnosti koje bi očekivali od moralno snažne, feministički orijentisane žene. Osim što vara verenika – a

¹⁷ Termin „tropološki prostor” uveo je Mišel Fuko 1966. godine nazivajući ga još i „retorički prostor” (prema: Chrzanowska-Kluczevska 2010, 25).

potom i supruga – ona uspeva da, na manipulativan način, na dan njihovog venčanja svoju poliamoriju prikaže kao vid istinske ljubavi i vezanosti Tomu, što on prihvata deklarativno, ali vidno ostaje unesrećen (za šta će joj se kasnije i osvetiti). Međutim, ono što je fascinantno jeste emotivna reakcija publike koju izaziva ova scena manipulativnosti, razrađena do dirljivosti: Šiv i Tom nakon rasprave o aferama izjavljuju ljubav jedno drugom, i čini se kao da nije važno ko je u svemu tome moralan i ispravan.

Interesantan je i lik Grega Hirša, koji ne pripada porodici Roj – barem ne direktno (Greg je unuk Loganovog rođenog brata), a koji pokušava da se „šlepa” i „priuči zanatu” tako što će na sve moguće načine biti blizu Logana i svojih rođaka. Greg predstavlja trop neostvarenog haslera, tj. urušavanja mita o samoostvarenom kapitalističkom preduzetniku. Iako mobilize sve sile, snage i društvene konekcije, radeći marljivo i prateći zakonitosti sistema (koji uključuju i rizik, korupciju, politički motivisane postupke, zataškavanje mita), Greg ne uspeva da ostvari pokretljivost na društvenoj lestvici, ili je ostvaruje minimalno, nakon čega ponovo pada u zapećak. Na početku je predstavljen kao lik koji radi kao maskota u jednom od Loganovih zabavnih parkova, da bi se, nakon gotovo tri sezone očajničkih pokušaja, prihvatanja „mutnih” radnji i ponižavajućih poslova, jedva našao na nekom porodičnom ručku ili putovanju, te na svaki način obesmišljava *from rags to riches* koncept haslera.

Zaključna razmatranja

U radu je analiziran ideološki otklon od zvaničnog diskursa o poznom kapitalizmu i mita o samostalnom kapitalističkom preduzetniku u seriji *Naslednici*. Likovi u seriji predstavljeni su kao krnji antiheroji i kompleksne, kontraverzne ličnosti koje odlikuju unutrašnji konflikti, upitna etika i moral. Za razliku od antiheroja koji se rađa iz mita o socijalnom banditu, a suprotstavljajući se režimu i sistemu „deli” pravdu na svoj način, krnji antiheroji nisu tako atraktivni. U seriji *Naslednici* oni su tropološki kritički prostori koji aludiraju na mane u okviru sistema s nejednakom distribucijom moći, bogatstva i nemogućnosti napredovanja na društvenoj lestvici. Ostaje otvoreno pitanje da li se Roj porodica može smatrati modelom antiporodice, čime bi se otvorio prostor za jedan novi operacioni analitički termin. S obzirom na kognitivnu i moralnu distancu koja se kod publike stvara, a uz generisanje snažnih emotivnih reakcija, još jednom se podcrtava dihotomija mi:oni, gde „mi” predstavljamo onih 90% stanovništva u čijim rukama *ne* leži bogatstvo i moć, ali za razliku od ranijih fantazija hipermaterijalizma, mi više ne moramo da želimo da budemo kao oni: Mi smo, za razliku od Njih, u posedu moralne superiornosti.

Reference

- Balkeran, Arianna. 2020. "Hustle Culture and the Implications for our Workforce". Master thesis, Weissman School of Arts and Sciences, Baruch College, The city University of New York.
- Bauman, Zygmunt. 2005. *Work, Consumerism and the New Poor (Issues in Society)*. Open University Press: New York
- Brunsdon, Charlotte. 2010. "Bingeing on Box-Sets: The National and the Digital in Television Crime Drama." In *Relocating Television: Television in the Digital Context*, edited by Jostein Gripsrud. Routledge: London: 61–75.
- Bruun Vaage, Margrethe. 2016. *The Antihero in American Television*. Routledge: New York
- Chrzanowska-Kluczewska, Elzbiseta. 2010. "Tropological space: the imaginary space of figuration". *Studia Linguistica* 127: 25–37.
- Drappa, Angelica. 2016. "The Visual Representation of the Anti-hero in Quality TV. Case Studies: Breaking Bad, Mad Men and Sons of Anarchy". MA Thesis, Faculty of Arts, Radboud University
- Garcia, N. Alberto (ed). 2016. *Emotions in Contemporary TV Series*. Palgrave MacMillan: New York.
- Jenner, Mareike. 2015. "Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom". *International Journal of Cultural Studies* 20 (3): 1–29.
- Kovačević, Ivan. 2018. „O antropologiji TV serija”. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* 33: 97–112. DOI: 10.1177/1367877915606485
- Lotz, Amanda D. 2014. *The Television Will Be Revolutionized*. New York University Press: New York and London.
- Lyons, Siobhan. 2021. "The (Anti-)Hero with a Thousand Faces: Reconstructing Villainy in The Sopranos, Breaking Bad, and Better Call Saul". *Canadian Review of American Studies* 51 (3): 225–246. <https://www.utpjournals.press/doi/pdf/10.3138/cras-2020-017>
- Marinez, Garcia Alejandro and Ana Marta Gonzales. 2016. "Emotional Culture and TV Narratives". In *Emotions in Contemporary TV Series*, edited by Alberto N. Garcia, 13–25. Palgrave MacMillan: New York:
- Marrati, Paola and Martin Shuster. 2012. "Philosophy and New American TV Series". *MLN* 127 (5): vii–ix DOI: 10.1353/mln.2012.0138
- McGuigan, Jim. 2009. *Cool Capitalism*. Pluto Press: New York
- Milanović, Nevena. 2021. "Binge drinking: pogled na 'pošast' iz antropološke perspektive". *Antropologija* (21) 3: 23–33.
- Nannicelli, Ted. 2016. *Appreciating the Art of Television. A Philosophical Perspective*. Routledge: New York and London
- Palaversich, Diana. 2016. „Junaci našeg doba: Lik narko-bosa u kolumbijskim telenovelama". *Etnoantropološki problemi* 11 (2): 457–475. <https://doi.org/10.21301/eap.v11i2.7>
- Rodgers, G. 1989. "Precarious work in Western Europe: The state of the debate". In *Precarious jobs in labour market regulation: The growth of atypical employment in Western Europe*, edited by G. Rodgers and J. Rodgers. International Institute for Labour Studies.
- Rocchi, Marta. 2019. "History, Analysis and Anthropology of Medical Dramas: A Literature Review". *Cinergie II cinema e le altre arti* 15. dostupno na: <https://cinergie.unibo.it/article/view/8982/9441> <https://doi.org/10.6092/issn.2280-9481/8982>

- Standing, Guy. 2011. *The Precariat: The New Dangerous Class*. Bloomsberry: London and New York
- Starčević, Morana. 2014. „Prekarni rad i nemogućnost prekarne klase”. *Diskrepancija* 19: 37–57.
- Thieme, Adeline Tatiana. 2017. “The Hustle Economy: Informality, uncertainty and the geographies of getting by”. *Progress in Human Geography* 42 (4): 1–20. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0309132517690039>
- Wilkie, Dana. 2019. “Workplace Burnout Is Now an ‘Occupational Phenomenon’.” <https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/employee-relations/pages/workplace-burnout-a-medical-condition.aspx>.

Izvori

- Twitter. <https://twitter.com/juliashiplett/status/1167167004861784065>
- Esquire. <https://www.esquire.com/entertainment/tv/g26293745/best-hbo-series/>
- Nova.rs. <https://nova.rs/kultura/rat-bogatasi-serija-naslednici-treca-sezona/>
- BBC. <https://www.bbc.com/serbian/lat/svet-60367798>
- Vreme. <https://www.vreme.com/kultura/4580477/>
- Oblakoder. <https://www.oblakoder.org.rs/naslednici-zadruga-za-bogate/>
- The Hollywood Reporter. <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/succession-sociologists-explain-fans-fascination-shows-repugnant-heroes-1246669/>
- Vulture. <https://www.vulture.com/author/roxana-hadadi>

Nevena Milanović Minić
Institute of Ethnology and Anthropology
Faculty of Philosophy, University of Belgrade
nevena.milanovic@f.bg.ac.rs

Those We Love to Hate: An Anthropological Analysis of Succession as a Critique of Late-Stage Capitalism

The paper tackles interpretations of late-stage capitalism and characters as incomplete antiheroes in the Succession tv-series (HBO 2018-). The characters in Succession are the members of the wealthy American Roy family, in possession of their own, family-run media conglomerate-empire, named Waystar RoyCo. Family businesses figure as symbols and pillars of success and are thought to preserve „good family values” in the official everyday and western political discourse. But Succession breaks down this myth and glorification of family-run businesses and treats it as a model of corrupted relationships that mirror themselves onto the smaller scales – specially onto family structure as a basic societal denominator. Following this premise is the second component – emotional reactions generated through morally ambiguous actions undertaken by

every single character in the series. The lack of protagonist in the series and the portrayal of every character as an incomplete antihero leads us to the second important premise of the paper: the tropologization of characters, where every character embodies certain broader system flaw(s). Portrayed in this manner, characters are bearers of identity traits of late-stage capitalism hegemony. By exploiting their flaws, internal conflicts and morally ambiguous acts, the flaws of the system itself are revealed to the viewers. The dynamics of corrupted and broken relationships within the Roy family lead to perceiving it as an anti-family, which mirrors the insanity and downfall of the same system. The sardonic humor and brutalistic portrayal of the lack of ethics and morals generate strong emotional reactions among audiences that result in „liking the unlikeable”. This controversial „loving to hate” is rooted in the cognitive and moral distance that builds up during the course of the series, which enables the viewers to take the standpoint of moral superiority.

Keywords: Succession, family TV drama, late-stage capitalism, incomplete antihero

*Ceux que nous aimons haïr: analyse anthropologique de la série
Succession comme critique (des individus) du capitalisme tardif*

Dans cet article on procède, dans la perspective anthropologique, à l'interprétation du capitalisme tardif et des personnages comme des anti-héros (incomplets) dans la série *Succession* (HBO, 2018-). Les héritiers, membres de la famille américaine riche Roy, propriétaires du géant médiatique Waystar RoyCo, sont représentés comme les porteurs identitaires des caractéristiques de l'hégémonie du capitalisme tardif. Par l'exploitation de leurs défauts, de leurs conflits intérieurs et de leurs attitudes moralement discutables, à travers la tropologisation de chacun des personnages particuliers, s'incarnent les lacunes du „système”, alors que les dynamiques des rapports „dépravés” et corrompus dans l'(anti)famille Roy tout entière peuvent être considérés comme le miroir de la débâcle et de l'absurdité de ce même système. L'absence de protagoniste dans la série *Succession*, l'humour sardonique et la représentation brutaliste du manque d'éthique et de morale ont pour l'objectif de générer des réactions émotives sous forme de „sympathie par répulsion” chez l'auditoire.

Mots clés: *Succession*, drame familial télévisé, capitalisme tardif, anti-héros incomplet

Primljeno / Received: 15. 05. 2022

Prilvačeno / Accepted for publication: 12.06.2022