

Oblikovanje fenomena "antiheroja" kroz analizu serije Breaking Bad kao primjera zapadnog narativa

Čelap, Mia

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:186:855901>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-28**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Mia Čelap

Oblikovanje fenomena "antiheroja" kroz analizu serije

***Breaking Bad* kao primjera zapadnog narativa**

(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Odsjek za kulturalne studije

Mia Čelap

Matični broj: 00090885895

Oblikovanje fenomena "antiheroja" kroz analizu serije
Breaking Bad kao primjera zapadnog narativa

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: doc. dr. sc. Boris Ružić

Rijeka, rujan 2023.

IZJAVA O AUTORSTVU ZAVRŠNOG RADA

Ovime potvrđujem da sam osobno napisao/la rad pod naslovom: *Oblikovanje fenomena "antiheroja" kroz analizu serije Breaking Bad kao primjera zapadnog narativa* te da sam njegov autor/ica.

Svi dijelovi rada, nalazi i ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (mrežnim izvorima, literaturi i drugom) u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedene u popisu literature.

Ime i prezime studenta/ice: Mia Čelap

Datum: 5. rujna 2023.

Vlastoručni potpis:

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized letter 'M' followed by a smaller, cursive 'C' and 'P', representing the name Mia Čelap.

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1 Pozadina istraživanja.....	1
1.2 Metodologija	2
1.3 Ciljevi	4
2. Teorijski okvir	5
2.1 Stuart Hall – Teorija kodiranja i dekodiranja	5
2.2 Model kruga kulture	6
2.3 Kritike i ograničenja teorije recepcije	8
3. Zapadni narativ i koncept antiheroja	11
3.1 Kontekst Zapadnog narativa	11
3.2 Emergencija i evolucija koncepta antiheroja	12
4. Studija slučaja - serija <i>Breaking Bad</i>	16
4.1 Uvod u <i>Breaking Bad</i>	16
4.2 Analiza <i>Breaking Bada</i> kroz kodiranje i dekodiranje	17
4.2.1 Kodiranje strategija i narativne tehnike	17
4.2.2 Dekodiranje i interpretacija publike	17
4.3 Analiza <i>Breaking Bad</i> antiheroja pomoću kruga kulture	18
4.3.1 Element produkcije	18
4.3.2 Element reprezentacije	20
4.3.3 Element konzumacije i identifikacije	23
4.3.4. Element regulacije	25
5. Antiheroj kao kulturalna ikona; <i>Breaking Bad</i> kao katalizator kritičke refleksije.....	28
6. Literatura.....	30
7. Ostali izvori.....	32
8. Sažetak i ključne riječi.....	33

1. Uvod

1.1 Pozadina istraživanja

Fenomen antiheroja nosi izuzetan značaj u kulturnom pejzažu, a osobito u kontekstu suvremenih zapadnih kulturnih narativa. Naime, krajolik suvremene televizije svjedoči značajnom porastu popularnosti moralno dvosmislenih i složenih protagonista, poznatijih kao antiheroja. Ovi likovi dovode u pitanje tradicionalne predodžbe o junaštvu, brišući granice između ispravnog i pogrešnog. Oblikovanje ovog fenomena, kao i njegova recepcija i interpretacija, imaju snažne socijalne i kulturne implikacije. Sukladno s time, ovaj završni rad za cilj ima napraviti svojevrsan pregled fenomena antiheroja, osvrćući se na njegov nastanak i kulturnu važnost, te koristeći poznatu televizijsku seriju *Breaking Bad* kao studiju slučaja unutar okvira zapadnog narativa. U analizi će temeljnu teorijsku osnovu predstavljati teorija recepcije Stuarta Halla, odnosno njegovi koncepti kodiranja i dekodiranja, te njegov model kruga kulture. Hallova teorija nudi dragocjene uvide u proces stvaranja i prihvatanja medijskih poruka, naglašavajući aktivnu ulogu publike u tumačenju i pregovaranju značenja. Koristeći ovu teoretsku leću, moguće je proniknuti u složenu dinamiku angažmana publike s protagonistom antijunakom i istražiti načine na koje gledatelji shvaćaju transformaciju Waltera Whitea prikazanu u seriji, a samim time pokazati i kako ovaj izuzetno utjecajan primjer zapadnog narativa oblikuje i reinterpretira antiherojski likovni arhetip.

Antiherojski koncept, sagledan kao kulturalni artefakt, predstavlja kompleksnu kategoriju likova koji se odvajaju od uobičajenih herojskih uzora. Naime, antiheroji u pravilu ruše konvencionalnu sliku o herojstvu, te prikazu protagonista kao onih s idealnim pogledom na svijet i savršeno usklađenim moralnim i etičkim vrijednostima. Štoviše, antiheroji su u suštini moralno ambivalentni, a često su prikazani i kao proturječni te, u najmanju ruku, kontroverzni. Serija *Breaking Bad* (2008-2013), koja je postigla veliki uspjeh i stekla kulturni status unazad prethodnog desetljeća, pruža izvrstan primjer takvog antiherojskog lika u obliku Waltera Whitea, srednjoškolskog prekvlaificiranog učitelja kemije koji se pretvara u vodećeg proizvođača droge, a putem sve više zapada u moralnu dekadenciju.

Kao što je napomenuto, ovaj rad temelji se na teoriji kodiranja i dekodiranja Stuarta Halla, koja pruža fundamentalni okvir za proučavanje načina na koji mediji oblikuju poruke, te kako sama publika tumači te poruke. Primjenom ove teorije, istražit ću na koji način je serija *Breaking Bad* konstruirana, ili točnije, koje su tehnike kodiranja korištene u prikazivanju

antiherojskog lika Waltera Whitea, te kako je publika dekodirala te poruke, samim time osvrnuvši se na recepciju samog antiherojskog fenomena. Nadalje, upotrijebit ću Hallov koncept kruga kulture kako bi bilo moguće sagledati širi kontekst u kojem se fenomen antiheroja pojavljuje. Ovaj model sastoji se od pet ključnih komponenti - produkcija, reprezentacija, identitet, konzumacija i regulacija - koje su važne za razumijevanje načina na koji se kulturni fenomeni i produkti uopće oblikuju, prihvaćaju i reinterpetiraju unutar društva. Važno je napomenuti da rad ne uključuje izravno ispitivanje publike niti istraživanja velikih razmjera. Umjesto toga, oslanja se na kvalitativnu analizu postojećih kritika, uključujući znanstvenu literaturu, kritičke osvrte i relevantne medijske rasprave vezane uz *Breaking Bad*. Fokus će, stoga, biti na izlaganju interpretativnih mogućnosti i njihovih reperkusija, više nego na direktnoj analizi publike. Pristupom tematske analize identificirat će se i ispitati zajedničke odrednice, obrasci i diskursi koji se ponavljaju unutar kritika kako bi se pružio svojevrsan pregled procesa recepcije narativa o antijunaku.

Nastavno na sve rečeno, od osobite je važnosti naglasiti i kako Hallova teorija, iako relevantna, nastaje u specifičnom društvenom i prije svega povijesnom kontekstu te, sukladno tome, nije bez ograničenja i kritika. Stoga ću, govoreći o teorijskom modelu recepcije kao baze ovog rada, uključiti kratak pregled kritika i ograničenja navedene teze, s ciljem da poboljšam dubinu rada i pružim sveobuhvatnije razumijevanja procesa recepcije, a bez obezvrjeđivanja Hallovih doprinosa.

1.2 Metodologija

U ovom radu koristit ću se kvalitativnim istraživačkim pristupom, koristeći teoriju recepcije kao vodeći teorijski okvir. Cilj je ispitati recepciju fenomena antijunaka na primjeru serije *Breaking Bad*, analizirajući i kodiranje i dekodiranje značenja. Kako bi proveo ovu analizu, rad se prvenstveno usredotočuje na postojeće podatke o korištenim tehnikama i njihovim namjeravanim značenjima, ali i njihovim mogućim interpretacijama, te istražuje različita čitanja *Breaking Bada*. Ovaj pristup omogućuje sveobuhvatno razumijevanje načina na koji producenti kodiraju značenje, a publika ga dekodira. Razmatrajući obje perspektive, analiza zadire u složenu dinamiku angažmana publike s protagonistom antijunakom Walterom Whiteom. Korištena metodologija uključuje pregled akademske literature, ali i kritičkih osvrta i relevantnih medijskih platforma i foruma popularne kulture, osiguravajući raznolik raspon perspektiva i kritičkih angažmana sa serijom. Odabrane kritike i analize bit će podvrgnute tematskoj analizi, koja će omogućiti prepoznavanje ključnih tema, obrazaca i ponavljajućih diskursa. Ova analiza ne obuhvaća samo interpretacije publike i dekodiranje

serije, već također zadire u kodiranje značenja unutar narativa i njegov prikaz fenomena antijunaka. Valja naglasiti da metodologija ne uključuje izravno ispitivanje publike u obliku anketa, istraživanja velikih razmjera ili pak konzultiranja sa postojećim takvim istraživanjima, već se fokusira na teorijske i moguće interpretativne aspekte.

S obzirom da je riječ o analizi kulturnog fenomena koji se javlja u medijima, kao i u konkretnoj analizi serije, te njenih likova i njihovih postupaka, glavna metoda će biti narativna analiza. Dakle, serija i njena radnja (narrativ) bit će podvrgnut kvalitativnoj analizi kako bi se ispitalo kako sudjeluju u konstrukciji svijeta i društva, te njihov značaj u kulturi koji nadmašuje samo pružanje zabavnog sadržaja. Bit će riječi o tehnikama i komunikacijskim sredstvima kojima se proizvođač služi, značajima i ideologiji koju priča (specifično u kontekstu antiheroja) prenosi, te kako je priča povezana s kulturnim i povijesnim kontekstom unutar kojeg je ispričana, zbog čega će fokus biti i na narativu postmodernizma i današnjici zapadne kulture. Teoretski narativi, posebice teorija recepcije Stuarta Halla i srodne studije, pružit će okvir za tumačenje i analizu recepcije *Breaking Bada*. Ove teorijske perspektive poboljšat će razumijevanje složenosti uključenih u procese kodiranja i dekodiranja te društvenih, kulturnih i povijesnih konteksta koji oblikuju interpretacije publike.

Nadalje, s obzirom da se rad bavi objašnjavanjem i prikazom fenomena na konkretnom primjeru, u radu će biti korištena i metoda studije slučaja, sa serijom *Breaking Bad* kao primarnim slučajem. Ovaj pristup studije slučaja omogućuje fokusirano ispitivanje proizvodnje, reprezentacije i učinkovitosti fenomena antijunaka unutar serije. Analizom specifičnih tehnika, likova i ključnih narativnih trenutaka, rad ima za cilj pružiti sveobuhvatno razumijevanje načina na koji serija doprinosi kulturnom fenomenu antijunaka, njegovoj reprezentaciji i učinkovitosti.

Naposljetku, prisutna će biti i diskurzivna analiza, te proučavanje poruka koje kroz zajednička pozadinska obilježja i kulturalne pretpostavke stvaraju značenja za gledatelje i društvo uopće. Analizirajući diskurzivne elemente unutar serije, rad će istražiti kako te poruke oblikuju značenja za gledatelje i društvo u cjelini, rasvjetljavajući šire implikacije fenomena antijunaka.

Kombinacija narativne analize, studije slučaja i analize diskursa nudi sveobuhvatan pristup istraživanju recepcije fenomena antijunaka u *Breaking Badu*. Ova metodologija omogućuje dubinsko istraživanje narativnih elemenata, produkcijskih strategija, ideoloških dimenzija i

društvenih implikacija serije, pridonoseći širem razumijevanju kulturnog značaja antijunaka u suvremenim medijima. Nalazi će biti predstavljeni formatom koji u konačnici izlaže zajedničke teme i tumačenja unutar odabranih kritika, te pruža sistematizirani prikaz implikacija različitih čitanja, pružajući uvid u načine na koje su različiti pojedinci i skupine prihvatili, protumačili i dekodirali fenomen antijunaka, konkretno na primjeru serije *Breaking Bad*.

1.3 Ciljevi

Detaljnou analizom narativnih elemenata, razvoja likova, vizualne estetike i reakcija publike, ovim radom ću pokušati osvijetliti načine na koje serija *Breaking Bad* oblikuje i reinterpretera fenomen antiheroja. Usredotočujući se na studiju slučaja *Breaking Bad* i recepciju fenomena antijunaka koji serija nudi, ovaj rad za cilj ima doprinijeti tekućem diskursu koji okružuje složenost angažmana publike s moralno dvosmislenim likovima, te nastoji pružiti priliku za kritičko razmišljanje o značaju i ograničenjima Hallove teorije recepcije, poboljšavajući razumijevanje načina na koji publika stvara značenje iz medijskih tekstova u suvremenoj televizijskoj kulturi. Samim time, cilj mi je i doprinijeti dubljem razumijevanju socijalnih, kulturnih i ideoloških implikacija ovog fenomena, kao i pružiti uvid u način na koji se on ukorijenio u suvremenom društvu.

2. Teorijski okvir

2.1 Stuart Hall – Teorija kodiranja i dekodiranja

Teorija kodiranja i dekodiranja Stuarda Halla usmjerena je na procese stvaranja i recepcije medijske poruke, konkretno pridavši pažnju tome kako autori konstruiraju medijsku poruku, te kako je publike primaju i interpretiraju: „Model prepoznaje ulogu medijskih institucija i vlasnika u stvaranju medijskih tekstova s određenim porukama, ali također uzima u obzir različite načine na koje aktivna publika različitih klasa može konzumirati i preraditi ta hegemonijska ili dominantna značenja“ (Mack & Ott, 2010: 224). Ova teorija predstavlja značajan doprinos području kulturnih studija i analize medija, te pruža koristan uvid u procese nastajanja, prijenosa i tumačenja medijskih poruka.

Govoreći o procesima kodiranja i dekodiranja, Hall upućuje na činjenicu da medijske poruke nisu fiksni ili objektivni entiteti, već ih konstruiraju i oblikuju medijski producenti. Hall tvrdi da je ovaj proces sistematizirano pristran: „...u društvima poput našeg, komunikacija između produkcijskih elita u emitiranju i njihove publike nužno je oblik 'sustavno iskrivljene komunikacije'“ (Hall, 1973: 1). Prema ovoj teoriji, kodiranje se odnosi na proces produkcije u kojem se značenja, vrijednosti i ideologije ugrađuju u medijske tekstove. Medijski producenti kodiraju svoje namjere kroz različite tehnike poput narativnih struktura, vizualne estetike i simboličkih reprezentacija: „'Predmet' proizvodnih praksi i struktura na televiziji je proizvodnja poruke: to jest, znak-vozilo, ili bolje rečeno znakovno-vozilo specifične vrste organizirano, kao i svaki drugi oblik komunikacije jezika, kroz operaciju kodova (...) U tom se simboličkom obliku također odvija recepcija 'proizvoda' i njegova distribucija među različitim segmentima publike“ (Hall, 1973: 1). Unatoč tome, Hall ističe da su medijske poruke, koliko god pažljivo i ciljano konstruirane, otvorene za tumačenje, te da ih publika može dekodirati na različite načine. Proces dekodiranja uključuje prijem i tumačenje medijskih tekstova od strane gledatelja ili čitatelja. Hall predlaže tri prevladavajuća načina dekodiranja: dominantno-hegemonijsko, pregovaračko i opozicijsko.

U dominantno-hegemonijskom načinu, publika tumači medijske poruke u skladu s namjeravanim dominantnim ideologijama, a koje su kodirane od strane medijskih producenata: „...kada gledatelj uzme konotirano značenje iz, recimo, televizijskih vijesti ili programa o aktualnim događajima, potpuno i jasno, i dekodira poruku u smislu referentnog koda u kojem je kodirana, možemo reći da gledatelj djeluje unutar dominantnog koda. Ovo

je idealan tipičan slučaj 'savršeno transparentne komunikacije' (Hall, 1973: 16). Publika, dakle, u ovom načinu prihvaća i reproducira dominantna značenja iskazana u tekstu, kao i prisutne vrijednosti. Nadalje, pregovaračko se dekodiranje javlja kada publika djelomično prihvaća, ili pak djelomično izaziva dominantnu ideologiju. Ova vrsta pregovaranja „...sadrži mješavinu adaptivnih i oporbenih elemenata: priznaje legitimitet hegemonističkih definicija za stvaranje velikih značenja, dok, na više ograničenoj, situacijskoj razini, stvara vlastita temeljna pravila, djeluje uz iznimke od pravila. Pridaje povlašteni položaj dominantnoj definiciji događaja, dok zadržava pravo da se više pregovarački primjenjuje na 'lokalne uvjete', na svoje korporativnije pozicije“ (Hall, 1973: 17). Publika će, stoga, u ovom načinu dekodirati medijske poruke unutar vlastitog kulturnog okvira, te tako pregovarati o vlastitim značenjima. Opozicijsko dekodiranje, naposljetku, uključuje potpuno odbijanje ili alternativno tumačenje dominantne ideologije kodirane u medijskom tekstu, gdje publika može dekodirati medijske poruke u opoziciji prema namjeravanom značenju: „...moguće je da gledatelj bude savršeno svjestan i doslovnih i konotativnih mijena ponuđenih diskursom, ali da dekodira poruku na globalno protivan način“ (Hall, 1973: 18). Ovo je osobito često kod publika s različitim društvenim, kulturnim ili ideološkim pozadinama od onih u kojima je tekst kodiran, s obzirom na alternativna ili potpuno suprotna vladajuća uvjerenja.

Hallova teorija ističe aktivnu ulogu publike u procesu stvaranja značenja i pregovaranja o kulturnim i ideološkim tumačenjima, naglašavajući da medijski tekstovi nisu pasivni entiteti, već su podložni višestrukim čitanjima i osporavanju. Sukladno tomu, Hall uzima u obzir i ulogu društvenih, kulturnih i povijesnih konteksta u utjecaju na procese kodiranja i dekodiranja. Samim time, ova teorija pruža vrijedan okvir za razumijevanje kompleksnosti medijske komunikacije i dinamičnog odnosa između medijskih producenata i publike. Naglašava intenciju i moć manipulacije autora, ali ne bez priznavanja moći publike i njene interpretacije, što sve skupa dovodi do potpunijeg shvaćanja medijskog produkta i njegovog kulturnog značaja. U kontekstu ovog rada, teorija pruža okvir za razumijevanje načina na koji serija *Breaking Bad* konstruira i predstavlja lik Waltera Whitea kao antiheroja time što omogućava analizu namjernih producenatskih izbora u kreaciji lika, ali i proces pregovaranja, odnosno dekodiranja prisutnog kod publike, o čemu će biti riječi kasnije.

2.2 Model kruga kulture

Krug kulture, ili ciklus kulture, teorijski je okvir Stuarta Halla koji pruža sveobuhvatno razumijevanje proizvodnje, širenja i konzumacije kulturnih fenomena i proizvoda u društvu.

Tiče se pitanja same proizvodnje načina, te gdje ono nastaje: „...krug kulture sugerira da se, zapravo, značenja proizvode na nekoliko različitih mjesta i cirkulira kroz nekoliko različitih procesa ili praksi (Hall ed., 1997: 3). Sastoji se od pet ključnih povezanih elemenata: reprezentacije, identiteta, produkcije, konzumacije i regulacije.

Element reprezentacije se fokusira na način na koji kulturni proizvodi, poput medijskih tekstova, umjetničkih djela ili oglasa, reprezentiraju, te načine na koji konstruiraju značenje. Ovaj element također istražuje kako se socijalni identiteti, vrijednosti i ideologije prikazuju i pregovaraju putem različitih oblika reprezentacije. Reprezentacija igra ključnu ulogu u oblikovanju našeg shvaćanja i percepcije svijeta oko nas: „Reprezentacija je proizvodnja značenja pojmova u našim umovima putem jezika. Veza između pojmova i jezika omogućuje nam da se referiramo bilo na 'stvarni' svijet predmeta, ljudi ili događaja, bilo na imaginarne svjetove fiktivnih predmeta, ljudi i događaja“ (Hall, 1997: 17). Sljedeći element je element identiteta, kojemu je svrha istražiti kako pojedinci i skupine definiraju i konstruiraju svoj identitet kroz kulturne prakse i interakcije. Razmatra kako kulturne norme, vjerovanja i reprezentacije utječu na formiranje identiteta; kako na osobnoj tako i na kolektivnoj razini. Iz ovoga proizlazi i načelo da identitet nije fiksiran, već se kontinuirano pregovara i oblikuje putem socijalnih i kulturnih konteksta. Nadalje, element produkcije istražuje procese putem kojih se kulturni proizvodi stvaraju, uključujući njihove ekonomske, društvene i političke aspekte, a gdje je analiza fokusirana na ulogu proizvođača u oblikovanju i širenju kulturnih dobara. Ovaj se element dotiče i pitanja moći, kontrole i utjecaja ekonomskih sila u produkciji kulture. Slijedi ga element konzumacije, koji se pak odnosi na načine na koje publika doživljava kulturalne proizvode. Konkretno, ovaj element istražuje kako pojedinci tumače i izvode značenje iz kulturnih artefakata, kao i socijalne i kulturne prakse koje okružuju konzumaciju. Ovime se možemo prisjetiti i osnovnog načela prakse dekodiranja, koje nam govori kako konzumacija nije pasivan čin, već aktivno sudjelovanje s kulturnim tekstovima koje uključuje interpretaciju, pregovaranje i osobna iskustva. Naposljetku, element regulacije istražuje društvene i institucionalne okvire koji reguliraju kulturnu produkciju, distribuciju i konzumaciju. Razmatra ulogu zakona, politika, industrijskih standarda i društvenih normi u oblikovanju i kontroli kulturnih praksi. Regulacija može utjecati na sadržaj, pristup i dostupnost kulturnih proizvoda te oblikovati kulturne vrijednosti i prakse.

S obzirom na sve navedeno, vidljivo je kako Hallov koncept kruga kulture pruža holistički pristup razumijevanju proizvodnje, reprodukcije i konzumacije kulture unutar društva.

Samim time, ovaj okvir omogućuje sveobuhvatnu analizu kulturnih fenomena i pruža uvid u složenu dinamiku kulturne produkcije i konzumacije., a što će biti vidljivo i na samoj studiji slučaja serije *Breaking Bad* i primjeru kulturnog fenomena antiheroja kojeg nudi.

2.3 Kritike i ograničenja teorije recepcije

Hallova teorija i njeni koncepti vrlo su relevantni, te pružaju temeljit pregled i razumijevanje odnosa između poruke, njenog pošiljatelja i njenog primatelja, što nam može pomoći u razumijevanju kreiranja i interpretiranja značenja. Unatoč tome, valja se osvrnuti i na neke od ograničenja ove teorije, sa svrhom dubljeg razumijevanja kompletne problematike, te priznati kako je gotovo svim teorijama, a osobito u kontekstu nečega živog i konstantno modificirajućeg kao što je kultura, potrebno osuvremenjivanje:

„U novijem razdoblju uočen je cijeli niz nedostataka kodiranja i dekodiranja kao modela komunikacije. Te se kritike tiču, na primjer, mjere u kojoj model teži pojmiti jezik samo kao pokretnu traku za unaprijed konstituirana značenja ili poruke; način na koji nastoji brkati tekstualno značenje sa svjesnim namjerama emitera; i tendencija da se zajedno zamagli pod naslovom 'dekodiranje' ono što je vjerojatno najbolje smatrati odvojenim procesima duž osi razumijevanja/nerazumijevanja, za razliku od slaganja/neslaganja s propozicionim sadržajem poruka. Nadalje, koncept preferiranog čitanja, koji je naravno središnji za koncept kodiranja i dekodiranja, bio je podvrgnut nizu kritika. Na jednoj razini može se postaviti koliko je koncept preferiranog čitanja specifičan za područje televizijskih vijesti i aktualnih događaja (unutar kojeg je prvi put primijenjen model kodiranja/dekodiranja). Ostaje problem kako taj model efektivno prenijeti na analizu fiktivne televizije“ (Morley, 2013: 18).

Ograničenja teorije recepcije mogu se, stoga, djelomično pripisati njenom povijesnom i intelektualnom kontekstu, koji nas vode kraju dvadesetog stoljeća. Hallova teorija recepcije pojavila se unutar šireg područja studija medija i komunikacija. Razvijena je u specifičnom razdoblju promjena sfere medija i tehnologije, uključujući uspon televizije kao dominantnog medija. Samim time, iako je Hallova teorija primijenjena na različite medijske forme, primjenjivost na novije medijske forme možda treba dodatno ispitati.

Daljnje kritike sastoje se od toga da, unatoč činjenici da Hallova teorija prethodi usponu poststrukturalizma i postmodernizma, promjene u diskursu koje sa sobom donose ti intelektualni pokreti utjecale su na kasnija tumačenja i kritike njegova rada. Poststrukturalističke i postmodernističke ideje o nestabilnosti značenja, ulozi moći u

proizvodnji znanja i djelovanju publike potakle su rasprave oko Hallove teorije. Neki teoretičari pod utjecajem poststrukturalizma i postmodernizma kritizirali su Hallovu teoriju kodiranja i dekodiranja zbog njezina oslanjanja na fiksno značenje koje proizvodi onaj koji kreira proizvod. Poststrukturalisti tvrde da značenje nije fiksno ili unaprijed određeno, već je stalno u tijeku, pod utjecajem dinamike moći i diskurzivnih praksi. Oni osporavaju ideju da je kodiranje linearan proces i sugeriraju da se značenje proizvodi kroz složenu međuigru između producenata i publike. Sukladno tome, mnoge kritike Hallove teorije naglašavaju potrebu za snažnijom analizom odnosa moći.

Teorija recepcije Davida Morleya nadograđuje se na teoriju Stuarta Halla, a istovremeno nudi i neke kritike. U svojoj knjizi *British Cultural studies*, Graeme Turner tvrdi da je „Morleyjev pokušaj da razvije Hallov model kodiranja/dekodiranja pokazao da su pojedinačna čitanja televizije još složenija i nepredvidljivija nego što bi Hallov model implicirao“ (Turner, 2005: 98) Morley, prije svega, naglašava aktivno djelovanje publike u procesu recepcije. Dok Hallova teorija priznaje ulogu publike u tumačenju i pregovaranju o značenju, Morley daljnje ističe intenzivniji aktivni angažman i kreativnu interpretaciju medijskih tekstova od strane pojedinaca. On tvrdi da se članovi publike aktivno oslanjaju na vlastita društvena i kulturološka iskustva kako bi iz medijskih poruka dobili značenje: „...ne može se pristupiti problemu učinaka medija na publiku kao da se sadržaj medija izravno dotiče pasivnih umova. Shvaćanje da ljudi zapravo asimiliraju, biraju i odbacuju 'komunikacije' iz medija dovelo je do razvoja modela“ (Morley, 2007: 1). Nadalje, Morley uvodi koncept interpretativnih zajednica, koje su društvene skupine koje dijele slične okvire interpretacije. Te zajednice igraju ključnu ulogu u oblikovanju načina na koji pojedinci dekodiraju i stvaraju značenje iz medijskih tekstova: „Ukratko, moramo vidjeti kako različite supkulturne strukture i formacije unutar publike, te dijeljenje različitih kulturnih kodova i kompetencija između različitih grupa i klasa, određuju dekodiranje poruke za različite dijelove publike“ (Morley, 2007: 1). Osim toga, naglašava utjecaj svakodnevnog života i društvenog konteksta na proces recepcije, te tvrdi da je konzumacija medija ugrađena u svakodnevne rutine i društvene interakcije pojedinaca, te je stoga proces stvaranja značenja oblikovan tim širim društvenim kontekstima. Ova perspektiva priznaje utjecaj društvenih struktura, odnosa moći i kulturnih normi na recepciju medijskih tekstova, čime na svojevrsan način nadopunjuje manjkavost Hallove teorije. Naposljetku, Morley ističe raznolikost tumačenja unutar publike. On prepoznaje da različiti pojedinci, čak i unutar iste interpretativne zajednice, mogu imati različita razumijevanja i čitanja medijskih

tekstova na temelju svojih jedinstvenih društvenih pozicija i iskustava: „Ovaj pristup naglašava važnu činjenicu da različiti članovi medijske publike mogu 'upotrebljavati' i interpretirati bilo koji program na sasvim drugačiji način od onoga kako ga je komunikator zamislio, i na sasvim drugačiji način od ostalih članova publike“ (Morley, 2007: 1). Ovaj naglasak na različitosti dovodi u pitanje ideju jedinstvene ili fiksne interpretacije i priznaje mnogostrukost i složenost recepcije.

Vidljivo je da Morley nudi komplementarnu perspektivu koja proširuje Hallov rad. Naglašavajući djelovanje publike, ulogu interpretativnih zajednica i značaj svakodnevnog života i društvenog konteksta, Morleyjeva teorija rješava određena ograničenja Hallove teorije i pruža nijansiranije razumijevanje procesa recepcije.

U nastavku ću, prije prelaska na samu analizu serije, razjasniti kontekst zapadnog narativa i njegovu povezanost sa antiherojskim konceptom.

3. Zapadni narativ i koncept antiheroja

3.1 Kontekst Zapadnog narativa

U području kulturalnih studija, zapadni narativ odnosi se na koncept dominantnih obrazaca pripovijedanja, vrijednosti i ideologije koji su karakteristični za zapadnu kulturu i društvo. Pri tome se konkretno misli na tradiciju pripovijedanja i žanr koji potiče sa područja Europe i Sjeverne Amerike. Unatoč tome, ovi oblici i teme pripovijedanja nisu ograničeni na određeni geografski položaj, već predstavljaju ideju koja se širi diljem gotovo cijelog svijeta. U svojem djelu *The West and the Rest: Discourse and Power*, Stuart Hall govori o području zapada ne kao o geografsko-političkom, već kao kulturalno-ideološkom konceptu: „...ideja "Zapada", jednom proizvedena, postala je produktivna. Imala je stvarne učinke: omogućila je ljudima da znaju ili govore o određenim stvarima na određene načine. Proizvodila je znanje. Postala je i organizacijski čimbenik u sustavu globalnih odnosa moći i organizacijski koncept ili termin u čitavom načinu mišljenja i govora“ (Hall, 1995: 187). Sukladno tome, smatra se da područje Zapada shvaćeno na ovaj način proizvodi sebi svojstvene narative. Ovi narativi obuhvaćaju različite priče, mitove i simbole koji su dio zapadne tradicije i često se koriste za izražavanje i artikuliranje vrijednosti, identiteta i ideala zapadnog svijeta. Harold Bloom u svojem djelu *The Western Canon: The Books and School of Ages* navodi: „Mi smo konačni nasljednici zapadne tradicije. Obrazovanje utemeljeno na Ilijadi, Bibliji, Platonu i Shakespeareu ostaje, u nekom nategnutom obliku, naš ideal (...) kanoni uvijek neizravno služe društvenim i političkim, pa čak i duhovnim brigama i ciljevima bogatijih klasa svake generacije zapadnog društva“ (Bloom, 1994: 32, 33). Jasno je, stoga, da se zapadni narativi mogu prepoznati kao koncepti kojima su fundamentalne određene vrijednosti, te su duboko ukorijenjeni u povijesti i tradiciji zapadne kulture.

Jedan od zapadnih narativa uključuje i lik heroja, kojeg susrećemo od najranijih oblika umjetnosti, književnosti i civilizacije uopće. U tradicionalnom zapadnom pripovijedanju, herojski likovi često su predstavljeni kao moralno jaki, hrabri i odani svojim vrijednostima. To su protagonisti koji se bore za pravdu, spašavajući svijet od zla, te izlažu vrline poput hrabrosti, snage i poštenja. Heroji obično posjeduju čvrste moralne principe i jasno definirane ciljeve, a zastupljeni su u gotovo svakom obliku književnog diskursa.

Unatoč tome, s razvojem postmodernizma, došlo je do promjene u načinu na koji su heroji predstavljeni u zapadnim narativima, koji su bili podvrgnuti mnogim kritikama zbog

romantiziranog prikazivanja povijesti, stereotipnog predstavljanja marginaliziranih skupina te jačanja određenih kulturnih i rodni normi. U skladu s tim kritikama, suvremeni zapadni narativi često teže nijansiranim i raznolikijim perspektivama, izazivajući tradicionalne trope i istražujući složenost vremena i okruženja. Postmodernizam se javlja koncem dvadesetog stoljeća kao reakcija protiv intelektualnih pretpostavki i vrijednosti modernog razdoblja u povijesti Zapada; karakteriziran je skepticizmom upravo prema "velikim narativima" modernizma, te odbacivanjem sigurnosti ili stabilnosti značenja i osjetljivosti na ulogu ideologije u održavanju političke moći: „Prihvatanje postmoderne misli podrazumijeva duboko propitivanje temelja istine koje podupiru naše znanje o društvenim strukturama i načinima proizvodnje znanja o društvenim odnosima i kulturi“ (Sturken & Cartwright, 2001: 303). Između ostalog, postmoderno društvo bavi se i temama poput decentralizacije i destabilizacije, a nastavno na to je i sve više svjesno složenosti ljudske prirode – ljudi se shvaćaju kao društveno uvjetovana bića, a ideja o neutralnosti blijedi: „Decentriranje prosvjetiteljskog koncepta ljudskog subjekta temeljni je postmoderni obrat utoliko što dolazi kroz odbacivanje totalizirajućih i jedinstvenih narativa znanja i iskustava koji su utemeljili modernu misao“ (Sturken & Cartwright, 2001: 310). Isto tako, povjerenje u institucije i autoritete je poljuljano, a pojedinci su postali skeptični prema idealiziranom prikazu pravde i heroizma. Antiheroji su se počeli pojavljivati kao odgovor na te promjene, nudeći drugačiju perspektivu na moralnost i životne izbore. Razlikuju se od tradicionalnih heroja jer imaju nedostatke i manjkavosti koje su često u sukobu s društvenim normama, te su često kompleksni i nijansirani u svojim motivacijama i postupcima.

Ova dva pristupa – prikaz tradicionalnih heroja i antiheroja - u zapadnoj naraciji ilustriraju različite pristupe u prikazivanju same ljudske prirode i moralnih vrijednosti. Tradicionalni heroji često su idealizirani i predstavljaju jasne moralne norme, dok antiheroji izazivaju takve norme, ističući moralnu ambivalentnost i složenost ljudske prirode. Ova promjena u prikazivanju likova reflektira društvene promjene i pomicanje u načinu razmišljanja o moralu, identitetu i društvenim normama. Antiheroji pružaju prostor za razumijevanje i preispitivanje složenosti ljudskog djelovanja, etičkih dilema i konflikta između individualnih želja i društvenih očekivanja.

3.2 Emergencija i evolucija koncepta antiheroja

Iako zbog svoje složenosti antiheroj stječe popularnost u postmodernističkom kontekstu - što zbog kritiziranja tradicije, što zbog složenijeg prikaza ljudske prirode – ovaj trop može se pratiti unazad do antičke mitologije i književnosti, gdje su likovi poput Odiseja u

Homerovoj *Odiseji* ili Ahileja u *Ilijadi* pokazivali osobine koje su odstupale od tradicionalnog herojskog ideala. Herojske likove moguće je jednostavno definirati kao „...figure koje kristaliziraju ideale i norme društva ili grupa unutar društva (koje mogu biti konformističke ili oporbene) i mogu pridonijeti izgradnji, održavanju ili uništenju zajednica“ (Korte & Lethbridge, 2017: 4). S druge strane, antiherojski likovi nisu bili besprijevodni uzori vrline, već prilično složeni pojedinci s divljenja vrijednim, ali i moralno dvosmislenim kvalitetama. Booker (2004) tvrdi kako „sada možemo početi gledati tragediju iz prilično drugačije perspektive. Sada moramo uzeti u obzir nijanse koje postoje unutar okvira te radnje, prema opsegu u kojem je junak ili junakinja primarno zlokobni autor tuđih patnji, ili tek žrtva vlastite ludosti“.

U novijoj povijesti antijunak je dobio značaj u književnim djelima i filmovima 20. stoljeća. pisci poput Fjodora Dostojevskog i Alberta Camusa istraživali su dubine ljudske prirode, opisujući protagoniste koji su mučeni unutarnjim sukobima i moralnom dvosmislenošću. Egzistencijalistički pokret, s djelima poput *Mučnine* Jean-Paula Sartrea i *Stranca* Alberta Camusa, pridonio je razvoju moralno složenih likova koji su prkosili konvencionalnim herojskim arhetipovima. Kao što je objašnjeno, koncept antijunaka dalje se razvijao usponom postmodernizma i dekonstrukcijom tradicionalnih narativa. Ovaj se trend nastavio u području kinematografije, s likovima poput Trava Bicklea u *Taksistu* Martina Scorsesea ili Michaela Corleonea u *Kumu* Francisa Forda Coppole, koji su zamaglili granice između junaštva i zlobe.

Kao dostatan primjer razlikovanja antiheroja od klasičnog zlikovca, Jonason et. al. (2012) navode: „Hannibal Lecter (glumi ga Anthony Hopkins) nije antiheroj. Umjesto toga, on je pravi psihopata. On je negativac (...) Nasuprot tome, Dexter (glumi ga Michael C. Hall) je antijunak. Istina je da ubija druge poput Hannibala, ali popularna, antiherojska privlačnost serije Dexter jest da ubija one koji argumentirano zaslužuju biti ubijeni“.

Izvan samog postmodernističkog koncepta, koji je prethodno napomenut kao bitan faktor, popularnost antiherojskog koncepta objašnjavana je i mnogim psihološkim teorijama. Jedna od njih je teorija afektivne dispozicije, koja tumači kako naše zadovoljstvo raste kada likovi koji nam se sviđaju dožive pozitivne ishode i/ili kada likovi koji nam se ne sviđaju dožive negativne i obrnuto. S obzirom da smo antijunake definirali kao likove koji su moralno ambivalentni, postavlja se pitanje kako je to usklađeno sa navedenom teorijom, odnosno, zašto nam se uopće sviđaju takvi likovi: „Sa stajališta ADT-a, takvi bi se likovi – zbog

svojih moralnih nedostataka – trebali susresti s manje pozitivnim raspoloženjima od onih u tradicionalnim pričama o junacima, što bi rezultiralo manjim užitkom. Međutim, osobno iskustvo nam govori, a nedavna istraživanja su potvrdila da se u pričama o antijunacima jako uživa, ponekad čak i više nego u pričama o herojima“ (Shafer & Raney, 2012: 3). Shafer i Raney u svojem istraživanju pokušavaju pružiti opći model procesa uživanja u narativima antijunaka, oslanjajući se na teoriju afektivne dispozicije (ADT) i istražujući čimbenike kao što su identifikacija, moralna neangažiranost i percipirani realizam. U nastavku ću izložiti neke osnove njihovog istraživanja, a kako bi poslužile kao argument o rastućoj popularnosti fenomena antiheroja:

Nalazi podupiru ideju da je pozitivno raspoloženje prema protagonistu ključno za uživanje, a to raspoloženje se formira kroz identifikaciju s antijunakom. Gledatelji antijunačkih filmova u studiji uvelike su se poistovjetili s protagonistima i razvili pozitivno raspoloženje prema njima, što je dovelo do uživanja u pričama. Studija je također istaknula važnost moralnih razmatranja u pričama o antijunacima; dok se tradicionalni narativi oslanjaju na moralnu procjenu postupaka likova, antijunački narativi zahtijevaju od gledatelja da se moralno odmaknu od upitnih djela koja su počinili protagonisti. Ovaj proces moralnog odvajanja olakšan je gledateljevom identifikacijom s antijunakom, dopuštajući mu da pronađe moralna opravdanja za postupke lika i na kraju uživa u priči. Percipirani realizam bio je još jedan značajan faktor u procesu uživanja. Gledatelji su skloni percipirati antijunake kao realističnije, što pojačava njihovu identifikaciju s likovima i povećava prijenos u narativ, što zauzvrat rezultira većim gledateljevim zadovoljstvom. Naposljetku, nalazi studije pokazuju da se uživanje u pričama o antijunacima razlikuje od tradicionalnih priča: „...razlike u procesu uživanja u antijunaku i tradicionalnom narativu svode se na to kako se veze formiraju s protagonistom (identifikacija nasuprot moralnoj prosudbi) i kako te povezanosti dopuštaju gledatelju da previdi nemoralne radnje antijunaka (moralna neangažiranost nasuprot moralnoj angažiranosti ili odobrenje). Percepcije realizma također igraju važnu ulogu u procesu budući da identifikacija (...) ima koristi od gledatelja koji antijunaka tumači kao realističnijeg od tradicionalnog heroja“ (Shafer & Raney, 2012: 25). Autori potiču daljnja istraživanja kako bi se istražio razvoj narativnih shema i njihov utjecaj na moralne prosudbe u narativima antijunaka.

Pojava i evolucija koncepta antijunaka može se pripisati kombinaciji društvenih promjena, želji za nijansiranim pripovijedanjem, identifikacijom s gledateljem i promjenjivom kulturnom krajoliku. Publika sve više prihvaća likove koji prkose tradicionalnom herojstvu

i utjelovljuju složenost i proturječnosti ljudske prirode. Antiheroj služi kao odraz našeg vlastitog manjkavog postojanja, potičući nas da preispitamo uspostavljene norme, kao i vlastita razumijevanja herojstva i morala.

4. Studija slučaja - serija *Breaking Bad*

4.1 Uvod u *Breaking Bad*

Breaking Bad, kritički hvaljena televizijska serija koju je kreirao Vince Gilligan, pojavila se na ekranu 2008. i brzo stekla priznanje za inovativno pripovijedanje, te uvjerljivo i pažljivo skicirane likove. Radnja prati uzbudljivu priču Waltera Whitea, briljantnog, ali neostvarenog profesora kemije u srednjoj školi, koji se, nakon što mu je dijagnosticiran terminalni rak, udružuje s bivšim učenikom (J. Pinkmanom) kako bi proizvodili i prodavali metamfetamin. Ova odluka motivirana je novcem, prvotno kroz prizmu zabrinutosti o uzdržavanju vlastite obitelji (sina Waltera Jr. i tada trudne žene Skyler). Dok Walter sve dublje zaranja u opasni svijet proizvodnje droge, on usvaja svoj alter ego "Heisenberg" i postaje nemilosrdni i lukavi zločinački um. Serija istražuje Walterovu transformaciju iz očajnika koji traži financijsku sigurnost za svoju obitelj u osobu gladnu moći koja manipulira i upravlja podmuklim kriminalnim podzemljem, dok se suočava s posljedicama svojih izbora i razornim učincima svojih postupaka na one oko sebe.

Od samog početka, *Breaking Bad* je zaokupljao pozornost kritike i publike svojom jedinstvenom premisom i uzbudljivom pričom. Kritičari su *Breaking Bad* hvalili kao revolucionarnu i majstorski izrađenu seriju, sa komentarima poput „Briljantan, izluđujući, šokantan, sveobuhvatan komad priče koji nikada neće zaboraviti svi oni koji su ga vidjeli“ (Martinovic, 2013) ili pak „Pametno napisana i producirana te briljantno odigrana, *Breaking Bad* je onoliko dobra koliko bi serija na ovu temu mogla biti“ (Lloyd, 2010). Izuzetan tekst serije, ispunjen napetim trenucima, dobio je široko priznanje. Razvoj lika, osobito Waltera Whitea, hvaljen je zbog svoje složenosti i nijansiranosti, a portret Waltera Whitea od strane Bryana Cranstona naširoko se smatra jednom od najvećih izvedbi u povijesti televizije, donijevši mu brojne nagrade i priznanja: „Walter je odavno postao nepopravljiv... ali Cranston je magnetičan; nije ni čudo što je dobio treći uzastopni Emmy za ovu sezonu“ (Voger, 2011).

Breaking Bad je kod publike stekao popularnost iz brojnih razloga, ali jedan ključni aspekt koji odjekuje jest istraživanje fenomena antijunaka. Protagonist serije, Walter White, utjelovljuje arhetip antiheroja — privlačnost leži upravo u njegovoj složenosti. On nije konvencionalni "dobar dečko", ali gledatelji su zaintrigirani i čak navijaju za njega, unatoč njegovim raznim moralno upitnim postupcima. Kako serija napreduje, gledatelji su uvučeni u Walterovu moralnu dilemu, preispituju vlastite etičke granice i bore se s idejom što bi

učinili u sličnoj situaciji. Samim time, privlačnost *Breaking Bada* leži u njegovoj sposobnosti da izazove empatiju i fascinaciju za lik koji prkosi tradicionalnim moralnim konvencijama, ističući privlačnost antijunaka u pripovijedanju.

Kako se serija razvijala, *Breaking Bad* je nastavio osvajati publiku svojim nepredvidivim zapletima, moralnim dilemama i temama koje potiču na razmišljanje. Gledatelji su postali duboko uživljeni u sudbinu likova, a popularnost serije je porasla. Kritički i komercijalni uspjeh *Breaking Bada* učvrstio je njegovo mjesto kulturnog fenomena i jedne od najutjecajnijih televizijskih serija svih vremena.

4.2 Analiza *Breaking Bada* kroz kodiranje i dekodiranje

4.2.1 Kodiranje strategija i narativne tehnike

Hallova teorija recepcije može se primijeniti na seriju *Breaking Bad* ukoliko se osvrnemo na to kako autor Vince Gilligan kreira lik Waltera Whitea kao antiheroja, uzimajući u obzir elemente poput narativnih tehnika, vizualne estetike i razvoja likova. Naime, u procesu produkcije svake serije, pa tako i *Breaking Bad*, autori i scenaristi kodiraju svoje likove. U ovom slučaju fokus je na liku Waltera Whitea kao protagonista-antiheroja. Producenti i scenaristi namjerno biraju određene postupke i motivacije koje prenose publici, a kojima je svrha iscertati moralnu ambivalentnost lika.

Uz pomoć Hallove teorije, možemo razumjeti kako su složenost lika i njegove konfliktne karakteristike namjerno konstruirane putem različitih narativnih i vizualnih tehnika, a što nam shodno tome omogućava proučiti namjerno kodiranje Waltera kao antiheroja.

4.2.2 Dekodiranje i interpretacija publike

Iz istog slijedi proučavanje kako publika dekodira i interpretira lik Waltera Whitea, istražujući različite moguće čitanja i faktore koji utječu na ta tumačenja. Naime, Hallova teorija naglašava da značenje medijskih tekstova nije fiksno i da ga gledatelji mogu različito tumačiti. Različiti članovi publike mogu dekodirati Walterove postupke i motive na različite načine: neki ga mogu tumačiti kao moralno ambivalentnog protagonista motiviranog očajnim okolnostima, dok drugi u njemu mogu prepoznati istinsku zlobu. Teorija nam pomaže razumjeti kako publika pregovara o vlastitim tumačenjima i značenjima u vezi s prikazom antiheroja u seriji *Breaking Bad*. Moguća je, sukladno s time, i rasprava o implikacijama ovih dekodirajućih praksi u kontekstu fenomena antiheroja, isticanjem raznolikih značenja i kulturnih vrijednosti povezanih s tim likom.

4.3 Analiza *Breaking Bad* antiheroja pomoću kruga kulture

Analiza praksi kodiranja i dekodiranja provedena je upravo pomoću kruga kulture. Naime, korištenjem kruga kulture kao okvira, možemo analizirati prikazivanje fenomena antiheroja u seriji *Breaking Bad* na sveobuhvatan način, uz pomoć međuigre između reprezentacije, identiteta, produkcije, konzumacije i regulacije.

Element reprezentacije omogućuje nam da propitkujemo na koji način je lik Waltera Whitea prikazan kao antiheroj u seriji, što možemo napraviti ukoliko se usmjerimo na različite tehnike koje su korištene za konstrukciju njegovog lika i prikazivanje kao moralno subverzivnog protagonista, a što je direktno povezano sa praksom kodiranja. Ove tehnike odnose se na one evidentne, poput korištenja dijaloga, ali i aspekata poput simbola i skrivenih poruka. Istraživanjem načina na koji je Walter White reprezentiran unutar serije, možemo bolje razumjeti oblikovanje antiherojske figure i njezin kulturni značaj. Nadalje, element identiteta nam pomaže da istražimo formiranje identiteta Waltera Whitea kao antiheroja i njegovu interakciju s širim kulturnim diskursima, tako što možemo istražiti kako se njegova djela i motivacije uklapaju u društvene norme i vrijednosti, ili pak iste izazivaju. Element produkcije omogućuje razmatranje svjesnih odluka autora i njihovih namjera, te društvene, ekonomske i političke faktore koji utječu na prikazivanje antiheroja u medijima. S druge strane, element konzumacije potiče nas da analiziramo kako publika tumači i poistovjećuje se s likom Waltera Whitea. Ovo razumijevanje pruža uvid u moguće interpretacije o kulturnom prijemu i angažmanu publike s antiherojskim arhetipom. Element regulacije nas, naposljetku, potiče da istražimo kako društvena očekivanja, industrijski standardi i moralni kodeksi utječu na prikazivanje i prihvaćanje antiherojskih likova. Dodatno, možemo analizirati načine na koje serija izaziva ili ojačava te regulacije i doprinosi širim raspravama o moralu i etici.

4.3.1 Element produkcije

Element produkcije odnosi se na element proizvodnje, kao svojevrsni prvi korak u krugu kulture: „Proizvodnja, ovdje, uspostavlja poruku. U određenom smislu, dakle, krug započinje ovdje“ (Hall, 2007: 2). Govoreći o elementu produkcije *Breaking Bada*, prvenstveno ću staviti fokus na nesrazmjer između AMC-jeve želje da privuče imućne gledatelje i prevladavajuće poruke serije o financijskoj borbi i opadanju srednje klase. Naime, ispitujući kulturalni artefakt poput televizijske emisije ili filma, produkcija obuhvaća više od samih aktivnosti na setu; obuhvaća stvaranje artefakta i ulijevanje značenja u njega. Proizvodni proces *Breaking Bada* svojom izradom i dizajnom prožima

program društvenim značenjem. Ovaj proces uključuje pisce, glumce, ali i produkcijsku kuću AMC i druge suradnike.

Sam koncept *Breaking Bada* proizašao je iz složenog prijedloga Gilliganova prijatelja, Thomasa Schnauza, koji je također bio pisac. Zabrinut zbog ograničenih mogućnosti za pisce u industriji zabave, Schnauz je razmišljao o alternativnim načinima zarađivanja novca, te je u šali predložio ideju kupnje kamp vozila i njegove pretvorbe u laboratorij za *meth* (Martin, 2014: 266). Ova snažna slika očarala je Gilligana, koji je zamislio običnog čovjeka koji se pretvara u kriminalca. Sukladno tome, možemo tvrditi kako je sama koncepcija emisije izravno reagirala na izazove tržišta rada i na tada u društvu aktualnu borbu za izdržavanje.

Kao tvorac, pisac, redatelj i producent mnogih epizoda, Gilligan pomno dorađuje vizualne elemente serije. Njegova pozornost posvećena detaljima proteže se na odabir naočala, stilova odjeće i boja za likove, uključujući dodatke. Međutim, produkcija serije osim toga uključuje razne druge pisce, članove ekipe, glumce i razne ostale faktore koji utječu na njezin vizualni prikaz: „Dakako, proizvodni proces nije bez svojeg, diskurzivnog vida: on je također neprekidno uokviren značenjima i idejama: uporabljeno znanje koje se tiče proizvodnih rutina, povijesno određene tehničke vještine, profesionalne ideologije, institucionalno znanje, određenja i pretpostavke, pretpostavke o publici i tako dalje, sve to uokviruje ustanovljenje emisije putem te proizvodne strukture (Hall, 2007: 2). Primjerice AMC, kao mreža koja kontrolira vizualni stil serije, igra značajnu ulogu u oblikovanju predstavljanja *Breaking Bada*. Mreža potiče spore dramatične narative, te duge i široke kadrove snimanja lokacije, stvarajući na taj način dojam kvalitetnijeg, *high brow* sadržaja koji bi bio privlačan imućnijoj i obrazovanijoj publici, a sve to s ciljem povećanja profita i popularnosti. Ove tehnike, iako kreirane sa ciljem privlačenja određene vrste publike, zapravo ujedno i naglašavaju sam sadržaj serije, vizualno ističući trajnost krajolika u suprotnosti s Waltovom brzom transformacijom.

Kao što je vidljivo i na odluci o brzini radnje same serije, značajan utjecaj u produkciji imali su financijski faktori. Na primjer, odluka da se *Breaking Bad* snimi u Novom Meksiku bila je potaknuta državnim programom povrata poreza od 25%, koji je privukao ekipu zbog svoje isplativosti (Mazart, 2014: 12). „Vjerojatno su AMC i Sony Pictures nagovarali da se tamo održi snimanje zbog atraktivne cijene. Ovaj monetarni pritisak gurnuo je emisiju u drugom smjeru od onoga što je bilo predviđeno. Pustinja Novog Meksika sa svojim ravnim pješčanim terenom i neravnim crvenim stijenama čini veliki dio western estetike programa,

koja bi nedostajala da se snimao negdje drugdje“ (Mazart, 2014: 12). Evidentno je da je ovo fiskalno ograničenje promijenilo smjer serije, ali je također pridonijelo njezinoj izrazitoj zapadnjačkoj estetici, s pustinjom Novog Meksika koja igra istaknutu ulogu u njezinoj vizualnoj kompoziciji. Pustinjski krajolik u *Breaking Badu* služi kao katalizator za Waltovu metamorfozu. Simbolizira slobodu i pruža tajni prostor za njegovo sudjelovanje u industriji *metha*, dok prostranost i pustoši pustinje Waltu omogućuju da vodi svoje nezakonite poslove. Samim time, proizvodni proces *Breaking Bada* zajednički je napor koji crpi utjecaj ne samo od svog glavnog tima pisaca, producenata, redatelja, glumaca i mreže, već i od klasičnih vesterna. Spajajući klasične zapadne slike s modernim produkcijskim inovacijama, poput Waltovog vrlo izraženog znanja kemije i snalažljivosti, serija ide korak dalje, te učinkovito istražuje teme znanosti i izazove 21. stoljeća, stvarajući svojevrsan kontrast sa vjesternskom estetikom.

Unatoč potencijalnom neskladu između namjera mreže i vizije pisaca, *Breaking Bad* donosi koherentnu i dojmljivu poruku. Unatoč tome što AMC cilja imućniju publiku posebnim prezentacijskim tehnikama i visokom kvalitetom vizualnog prikaza, Gilligan cilja na većinu Amerikanaca tako što se, pokrećući motiv Waltove depresije, povezuje sa srednjom klasom i drugima koji se trude zaraditi za život i istovremeno zadržati sreću sebe i svojih obitelji. Vidljivo je kako različiti faktori, sa različitim kombinacijama (ne)namjeravanih efekata doprinose proizvodnom procesu, na što ukazuje i sam Hall (2007: 2): „...iako televizijske proizvodne strukture rađaju televizijski diskurs, one ne čine zatvoreni sustav. One privlače teme, načine obrade, programe, događaje, osoblje, predodžbe o publici, 'određenja situacije' iz drugih izvora i drugih diskurzivnih formacija unutar šire društveno-kulturne i političke strukture koje su zasebni dio“. Ono što proizlazi iz suradnje, pritiska i ograničenja proizvodnog procesa je američka vjesternska estetika pomiješana s tamnim kriminalom, i elementima znanosti, naposljetku rezultirajući zadivljujućim narativom i vizualnim iskustvom koje je osvojilo publiku diljem svijeta.

4.3.2 Element reprezentacije

Proces stvaranja značenja u TV emisiji kao što je *Breaking Bad* oslanja se na različite komponente kao što su kutovi kamere, montaža, zvuk, okruženje, dijalozi, mizanscene i još mnogo toga. Ovi elementi rade zajedno kako bi proizveli zajedničko razumijevanje među članovima kulture, omogućujući im da tumače svijet na slične načine. Koncept 'značenja kao dijaloga' Stuart Halla naglašava da se značenje ne isporučuje jednostavno, već se dekodira kroz pregovore. U *Breaking Badu* značenje se proizvodi upotrebom različitih

jezika ili načina komunikacije, uključujući slike, zvukove, govor tijela i ideje, koji zajedno tvore sustav predstavljanja.

Kad ispitujemo žanr *Breaking Bada*, važno je uzeti u obzir raspravu oko samog žanra vesterna, koji je prethodno već napomenut, a možemo ga prepoznati kao jedan od klasičnih primjera zapadnih narativa. Tradicionalno, vesterni se povezuju s određenim vremenom i mjestom u američkoj povijesti, koristeći pozadinu Divljeg zapada da se osvrnu na prošlost Amerike. Međutim, *Breaking Bad* dovodi u pitanje ovu konvenciju postavljajući svoju priču u sadašnjost i transformirajući klasični žanr vesterna. Naime, žanr vesterna nije statičan i obuhvaća različite podžanrove, pokazujući svoju svestranost. *Breaking Bad* pridodaje ovom asortimanu preokrećući tipičnu zapadnjačku priču. Umjesto da se fokusira na uspostavu društvenog poretka i političke vlasti, serija kritizira slom poretka i moralnih vrijednosti u suvremenoj Americi. Razotkriva posljedice korumpiranog političkog sustava i dovodi u pitanje nacionalno samorazumijevanje prikazano u klasičnim vesternima. *Breaking Bad* prikazuje transformaciju svog protagonista, Waltera Whitea, iz oca i učitelja koji se pridržava zakona u nemoralnog kriminalca bez ikakvog poštovanja prema zakonu. Ovaj preokret potkopava konvencionalne teme vesterna, jer propituje vrijednosti povezane s buržoaskom obitelji i istražuje posljedice kapitalizma i otuđenja.

Waltova transformacija u *Breaking Badu* može se razumjeti kroz koncept otuđenja Karla Marxa, kojeg Hrvatska enciklopedija (2021) definira kao „položaj ili stanje čovjeka u kojem su proizvodi njegova rada, djelovanja ili mišljenja postali njemu strani, tuđi, nadređeni njegovoj volji i neovisni o njegovoj djelatnosti“. Waltovo otuđenje igra značajnu ulogu u njegovim nemoralnim odlukama, od toga da je podcijenjen na svom poslu srednjoškolskog profesora kemije do osjećaja nepovezanosti s radom i novcem. Dok ulazi u posao s metamfetaminom, vraća mu se osjećaj vitalnosti i ponosa, iako u kriminalnom kontekstu. Međutim, čak i u ovoj novoj ulozi, Walt doživljava drugačiji oblik otuđenja dok iskorištava druge i ostaje bez imovine u potrazi za bogatstvom i moći. *Breaking Bad* dovodi u pitanje konvencionalni narativ vesterna prikazujući raspad poretka, kritiku evolucije Amerike te osobne i društvene posljedice kapitalizma. Na to se može nadovezati i sam prikaz Waltera kao antiheroja, koji izaziva tradicionalne predodžbe o herojstvu i moralu, jer gledatelji moraju donositi nejasne moralne prosudbe i suosjećati s likom koji se bavi nezakonitim aktivnostima. Serija ističe važnost prvotnog postavljanja motiva zarade u svrhu brige za vlastitu obitelj i nesebičnosti, što dodatno doprinosi moralnoj ambivalentnosti lika i nejasnoći granica između (ne)prihvatljivog.

Vizualna estetika igra ključnu ulogu u prikazu i karakterizaciji Waltera Whitea. Korištenje vizualnih motiva, poput simbolike boja, odražava njegovu transformaciju. Walter počinje nošenjem svijetlih, neutralnih tonova, a zatim prelazi na tamnije, zlokobnije boje, što simbolizira njegov moralni pad i prijelaz na mračniji put. Njegova transformacija iz prvotnog izgleda skromnog i nenametljivog nastavnika u prepoznatljivu "Heisenberg" osobu s ikoničnom crnom kapom, sunčanim naočalama i kožnom jaknom predstavlja njegovu evoluciju u antiheroja. Ti vizualni elementi simboliziraju njegovu novoosvojenu moć, samopouzdanje i prihvaćanje kriminalnog svijeta. Ova važnost vizualnosti još je jedan od faktora koji ukazuje na postmoderne utjecaj prisutan u seriji. Naime, uz postmoderno razdoblje se često veže pojam okulocentrizma, ili „privilegiranja vida u zapadnoj kulturi“ (Hajdarević & Periša, 2015). Iako se navedeni pojam često veže i uz modernost, Mirzoeff (1998) u Rose (2001) sugerira da je postmodernost „okularcentrična ne samo zato što su vizualne slike sve češće, niti zato što se znanja o svijetu sve više artikuliraju vizualno, već zato što sve više i više komuniciramo s potpuno konstruiranim vizualnim iskustvima. Tako je moderna veza između gledanja i znanja rastegnuta do točke prijeloma u postmodernosti“ (Rose, 2001: 8).

Narativne tehnike koje se koriste u *Breaking Badu* doprinose slojevitosti priče i razumijevanju likova. Korištenje sekvenci povratka u prošlost i nestabilnog pripovijedanja omogućuje gledateljima da slože događaje koji su doveli do Walterove transformacije, te samim time bolje razumiju njegove postupke. Ti pomno izabrani narativni odabiri humaniziraju Waltera i pružaju uvid u njegove motivacije i kompleksnost lika, što ga čini oglednim primjerom antiheroja kao lika kojem pružamo razumijevanje i priliku za opravdanje objektivno loših postupaka. Kako to tumači Booker (2004: 183), postoje oni „...\"aktivni\", agresivni tragični junaci - poput Macbetha, Richarda III, Dorian Gray, gospodina Hyde - koji najviše odgovaraju pojmu „čudovišta“. S druge strane, oni koji su manje čudovišni spadaju u dvije skupine. Prva skupina uključuje one junake i junakinje koji su, iako egocentrični, više "pasivni" i očigledne žrtve (...) Druga kategorija uključuje one heroje čija je motivacija obojena obzirnošću prema nečemu višem i plemenitijem od pukog osobnog zadovoljstva“. Nastavno na to, možemo vidjeti i kako je Waltov „put prema dolje“ itekako karakterističan za taj tip antiheroja: „Na početku, junak ili junakinja mogu biti sastavljeni i od svijetlih i od tamnih osobina. No njihova tamna strana prevladava, i kako ostaju usmjereni na svoj pogubni put bez ozbiljnog odstupanja ili promjene smjera, postaju sve tamniji, dok se svjetlo u priči sve više koncentriraju izvan njih: prvo i najdublje u njihovim

nevinim žrtvama; naposljetku, trijumfalno, u onima koji se udružuju u opoziciji kako bi ih svrgnuli“ (Booker, 2004: 183).

Osim njegove motivacije, dijalog i jezik koje koristi Walter uspješno odražavaju njegovu antiherojsku karakterizaciju. Njegova duhovitost često je praćena manipulativnošću, ističući njegovu inteligenciju i snalažljivost, ali i postavljajući etičke dileme s kojima se suočava i izbore koji nisu uvijek u skladu s moralnim načelima. Ovaj prikaz karakterizacije Waltera gubi na potpunoj odbojnosti kod gledatelja zbog načina na koji je predstavljen; kao duhovit i dosjetljiv.

Simbolika također ima važnu ulogu u *Breaking Badu*. Simbol periodnog sustava elemenata redovito se pojavljuje kao motiv u seriji. Ovaj simbolizam istovremeno predstavlja Walterovu znanstvenu pozadinu i transformaciju kemije u sredstvo uništenja. Kroz simboliku periodnog sustava elemenata, serija naglašava Walterove antiherojske postupke i zamagljuje granice između znanstvenog znanja i moralne odgovornosti.

Sve te reprezentacijske elemente, od povezanosti sa westernskim žanrom, preko prikaza likova, vizualne estetike, narativnih tehnika do simbolike, zajedno oblikuju dojmove i značenja koja gledatelji izvlače iz serije *Breaking Bad*. Serija provocira gledatelje da se suoče s moralnim dilemama, propitaju tradicionalne predodžbe o herojstvu, te preokreće tradicionalni zapadnjački narativ usredotočujući se na slom moralnih vrijednosti i posljedice kapitalizma. Samim time istražuje i složenost ljudske prirode kroz antiherojsku karakterizaciju Waltera Whitea. Ovakve prakse su u skladu sa postmodernističkim kontekstom, u duhu tumačenja Hutcheon (1986): „Želim tvrditi da je postmodernizam temeljno kontradiktoran pothvat: njegove umjetničke forme (i njegova teorija) koriste i zlorabe, instaliraju a zatim potkopavaju konvenciju na parodične načine, samosvjesno ukazujući i na vlastite inherentne paradokse i provizornost i, naravno, na svoje kritičko ili ironično ponovno čitanje umjetnosti prošlosti“. Serija, dakle, istražuje teme otuđenja, kritizira američke društvene i političke sustave i predstavlja transformacijsko putovanje za svog protagonista. Kroz svoje vizualne i narativne elemente, *Breaking Bad* uključuje gledatelje u dijalog o moralu, moći i složenosti ljudske prirode.

4.3.3 Element konzumacije i identifikacije

Nastavno na element reprezentacije, fokus prelazi na samu recepciju kreiranog sadržaja, što nas dovodi do elemenata konzumacije, ali i identifikacije. Analizirajući ove elemente fokusirat ću se na aktivno sudjelovanje gledatelja tijekom faze konzumacije, te moguće

momente identifikacije, iskazane posebice putem online rasprava i teorija obožavatelja. Ova analiza priznaje nepostojanje izravnog ispitivanja publike ili opsežnog kvantitativnog istraživanja, ali ima za cilj pružiti teoretske i interpretativne uvide u fenomen.

Gotovo puno desetljeće nakon svoj epskog završetka, *Breaking Bad* nastavlja poticati brojne online rasprave i teorije obožavatelja, ilustrirajući aktivan angažman gledatelja tijekom faze konzumiranja. Te se rasprave vrte oko moralne održivosti protagonista Waltera Whitea i opravdanja njegovih postupaka. Raznolikost mišljenja pokazuje kako gledatelji aktivno tumače i razumiju portret antijunaka u seriji. Naime, tijekom faze konzumiranja, gledatelji se emocionalno povezuju s Walterom Whiteom i bore se s moralnim dilemama prikazanim u seriji. Mogu iskusiti proturječne emocije, suosjećati s Walterovim početnim motivima, poput njegove brige za svoju obitelj, dok također propituju etičke implikacije njegove transformacije u nemilosrdnog narkobosa. Ovaj unutarnji angažman i emocionalni odgovor naglašavaju utjecaj faze konzumacije na gledateljsko razumijevanje i tumačenje fenomena antijunaka. Osim što je *Breaking Bad* svojim specifičnim pristupom karakterizaciji i radnji stekao nemjerljiv uspjeh među gledateljima, ali i kritičarima, rasprave koje je izazvao utjecali su na kasnije televizijske serije i filmove. Prikazivanje antiheroja u seriji postao je mjerilo za druge serije koje istražuju slične teme i dinamiku likova. Serije poput *Better Call Saul* i *Ozark* bile su pod utjecajem *Breaking Bada* u pogledu narativnog pristupa i prijema antiherojskih elemenata od strane publike. Taj utjecaj ističe kako faza konzumacije može pridonijeti stvaranju i prijemu budućih kulturnih produkcija.

Primjena Hallovog modela daje vrijedan okvir za analizu ovih procesa. Prema Hallu, konzumacija medija uključuje aktivno dekodiranje i interpretaciju, pri čemu gledatelji konstruiraju značenje iz teksta. Internetske rasprave i teorije obožavatelja primjer su aktivnog gledateljskog dekodiranja i tumačenja serije, pridonoseći izgradnji širih kulturnih diskursa. Involviranost gledatelja u seriju može se objasniti kroz nekoliko mogućih razloga. Prvi od njih tiče se osobnih odnosa, odnosno same emocionalne uključenosti gledatelja i privrženost koje iskazuju prema likovima. Gledatelji se poistovjećuju s likovima poput Walta i Skylera, tumačeći njihove postupke na temelju osobnih iskustava i vrijednosti, što je nerijetko za gotovo sve oblike medijskih sadržaja; pa ipak, svakako bih istaknula uzročno-posljedičnu vezu između angažmana i privrženosti gledatelja sa detaljnim i promišljenim skiciranjem likova koje je prisutno u *Breaking Badu*, a o kojem je bila riječ pri elementima produkcije i reprezentacije. Nadovezujući se na te odnose s likovima, valjda naglasiti i identifikaciju i propitivanje istih, te kako gledatelji sukladno tome oblikuju svoje identitete

kroz seriju. Promatrajući likove i njihove postupke, identificiranje s istim ili pak njihovo osuđivanje (što predlažem prepoznati i kao jednostavne „I ja bih učinio isto iz razloga x ili y “, ili pak „Zašto to radi? Ja to nikad ne bih napravio“) može dovesti u pitanje tradicionalne vrijednosti i društvene konstrukte kojima se serija bavi, poput pitanja očinstva i majčinstva, ili pak otuđenja od sustava u kapitalizmu. Nadovezujući se na to, istaknula bih i samo nadograđivanje vlastitih vrijednosti koje proizlaze iz prethodnog, odnosno usklađivanjem između serije i uvjerenja i vrijednosti gledatelja, te poticanje razmišljanja o osobnim uvjerenjima, kao i posljedicama postupaka likova.

Breaking Bad nam govori kakav je osjećaj biti otac iz srednje klase od početka serije, stvarajući identifikaciju između njega i publike kroz uočene sličnosti (Mazart, 2014: 68). Ovdje je vidljiv klasičan zapadni narativ muškarca kao glave obitelji, ali i produbljivanje i svojevrsno obrtanje istog dok pratimo kako „obiteljska dinamika postaje sve iracionalnija, nasilnija i bez ljubavi dok se Waltova uloga oca mijenja“ (Mazart, 2014: 68), čime serija narušava sliku klasične zapadnjačke obitelji i preispituje ju. Umjesto toga se, pak, javlja drugi narativ zapadnjačkog heroja; onog koji je usamljen, sam svoj majstor i viđen kao svojevrsni „frajer“: „Kauboj iz vesterna je publici već sredinom 1900-ih reklamiran kao 'opaki dečko', ali Walt ima veću privlačnost jer se trijumfalna i snažna djela koja čini ne očekuju od pasivnog gospodina Whitea iz pilot epizode“ (Mazart, 2014: 69). Waltova se negativna djela stoga - što zbog privlačnosti klasičnih zapadnjačkih narativa, što zbog zadovoljstva u potkopavanju istih - slave više nego se osuđuju.

Zaključno, istraživanje konzumacije i elemenata identifikacije u *Breaking bad* naglašava aktivno sudjelovanje gledatelja i potencijal poistovjećivanja s likovima. Analiza, iako joj manjka izravno istraživanje publike, pruža teoretske i interpretativne uvide u fenomen, te ukazuje na duboku angažiranost obožavatelja koja je velikim dijelom prouzrokovana upravo njegovoj nijansiranosti i mogućim raspravama, identifikacijom sa narativima i postupcima koji potkopavaju tradicionalne, te aktivnim tumačenjem prikaza antijunaka na složen način koji potiče na razmišljanje.

4.3.4. Element regulacije

Kulturna regulacija obuhvaća sile koje oblikuju i upravljaju svim aspektima kulture. U slučaju *Breaking Bada*, i TV industrija i baza obožavatelja serije doprinose njezinoj kulturnoj regulaciji. Naime, vizualna kultura našeg vremena stvorila je jaču vezu između publike i TV likova. Putem novih medijskih tehnologija i interneta, ljubitelji serija kao što

je *Breaking Bad* mogu se uključiti u intenzivne virtualne odnose i rasprave. Pravila i snage industrije utječu na produkciju i predstavljanje emisije, dok je obožavatelji oblikuju svojim reakcijama i procesima dekodiranja. Odnos između televizije i gledatelja međusobno je ovisan, a druge kulturne prakse, poput interneta, dodatno reguliraju ponašanje.

Obožavatelji se aktivno uključuju u *Breaking Bad* na različite načine, kao što su rasprave, preuzimanje melodija zvona ili kupnja robe. Oni izvlače značenje iz serije i oblikuju identifikaciju s likovima na temelju njihovih osobnih vrijednosti i kulturnih diskursa. Proces dekodiranja uključuje napetost između objektivnih i subjektivnih kulturnih sila, što dovodi do dogovorenog koda. Ovaj proces je složen i pod utjecajem individualnog izbora i društvenih normi; transformacija Waltera Whitea zamagljuje jasne granice između dobra i zla, tjerajući gledatelje da se suoče s vlastitim moralnim prosudbama. Ovakav prikaz antiheroja važan je u procesu regulacije jer izaziva složene emocionalne i psihološke reakcije publike.

Lik Waltera Whitea predstavlja jedinstveni izazov dekodiranja za gledatelje. Neki se mogu poistovjetiti s njegovim borbama i navijati za njegov uspjeh, dok drugi mogu osuđivati njegove postupke i doživljavati ga kao negativca. Ovo subjektivno tumačenje i pregovaranje o značenju doprinose procesu regulacije: prikazivanjem antijunaka, *Breaking Bad* potiče intenzivan angažman među svojom publikom, o čemu je bilo govora pri fazi konzumacije. Gledatelji se uključuju u virtualne odnose i rasprave, online i offline, kako bi izrazili svoje reakcije i tumačenja emisije. Ovo kolektivno sudjelovanje pojačava kulturnu regulativu, budući da fanovi međusobno komuniciraju kako bi podijelili svoje perspektive i tražili potvrdu ili izazivali vlastita stajališta.

Ipak, kao što je prethodno naglašeno, svijet prikazan u *Breaking Badu* nije samo reguliran unutar granica serije, već je pod utjecajem temeljnih kulturnih sila našeg društva. Lik Waltera Whitea proizvod je strukturalnih sila prisutnih u našem suvremenom dobu. U današnjem društvu postoji određeno divljenje prema pojedincima koji prkose konvencionalnim normama i djeluju protivno regulatornim ograničenjima. Gledatelje *Breaking Bada* privlači lik Waltera Whitea jer on predstavlja figuru koja naizgled nadilazi ograničenja nametnuta društvenim pravilima. Oni mogu pokušati dovesti izmišljene likove u stvarnost i tražiti osnaživanje kroz identificiranje s Waltovim buntovnim djelovanjem. Međutim, ideja o bijegu od regulatornih funkcija društva, kao što je prikazano Waltovim kriminalnim aktivnostima, u konačnici je potisnuta od samog kapitalističkog sustava koji ga sputava.

Sam televizijski program služi kao medij kroz koji se učvršćuje kulturna regulativa. Predstavlja narativni i vizualni spektakl koji plijeni pažnju i fascinaciju gledatelja. Prikaz intenzivne borbe protiv društvenih normi u *Breaking Badu* i privlačnosti antijunaka odjekuje kod publike koja traži alternativnu priču prevladavajućim kulturnim paradigmama. Štoviše, poruka *Breaking Bada*, usredotočena na posljedice ostvarenja zabranjenih želja i moralne dvosmislenosti njegovih likova, dodatno osnažuje regulaciju naših kulturnih praksi. Emisija potiče gledatelje na razmišljanje o vlastitim vrijednostima i društvenim granicama koje upravljaju njihovim djelovanjem. Prikazujući posljedice Waltovih izbora i njegovu krajnju nesposobnost da izbjegne posljedice svojih postupaka, *Breaking Bad* naglašava ograničenja koja nameće naša kulturna regulativa.

U suštini, *Breaking Bad* služi i kao odraz i kao kritika regulatornih mehanizama naše kulture. Kroz imponozantan prikaz antiherojskog lika emitira privlačnost prkošenja društvenim ograničenjima i traženja individualnog djelovanja, ali nas također podsjeća da istinsko oslobađanje od regulatornih sila našeg društva ostaje nedostižno. Uspjeh i utjecaj serije leže u njezinoj sposobnosti da zadivi publiku dok istovremeno preispituje granice i ograničenja koja nameću naše kulturne prakse.

5. Antiheroj kao kulturalna ikona; *Breaking Bad* kao katalizator kritičke refleksije

Ovaj rad je za cilj imao dubinski istražiti fenomen antiheroja, pritom koristeći iznimno cijenjenu televizijsku seriju *Breaking Bad* kao ključni primjer unutar okvira zapadnih narativa. Analizirajući kroz prizmu Hallove teorije recepcije, uz razumijevanje zapadne narativne tradicije i postmodernizma, istraživanje je na ovom relevantnom primjeru prodorno razobličilo pojavu i privlačnost antiherojskog arhetipa. Unatoč manjkavosti direktnih istraživanja publike ili istraživanja velikih razmjera, ovaj rad teorijskim i interpretativnim pristupom pokušava pružiti kompletnu sliku, te temeljito razmatra način na koji je *Breaking Bad* uveo i popularizirao antiherojsku figuru Waltera Whitea. Hallova teorija ističe ideološke implikacije ugrađene u medijske tekstove, te pregledom pet faza kruga kulture - produkcije, reprezentacije, identifikacije, potrošnje i regulacije - možemo analizirati na koji način serija komunicira i potvrđuje određene ideologije povezane s arhetipom antiheroja. To uključuje proučavanje načina na koji lik Waltera Whitea izaziva ili podržava društvene norme, te kako dekodiranje ovih ideoloških elemenata od strane publike pridonosi širem diskursu o antiherojima.

Antiheroj se tijekom povijesti razvio u kulturnu ikonu koja osvaja publiku svojim nijansiranim prikazom likova koji brišu jasna ograničenja između dobra i zla. U postmodernom društvu koje sve više teži narativima koji izazivaju konvencionalna shvaćanja herojstva, antiheroj postaje alat za introspekciju, pružajući nam pogled na vlastite moralne vrijednosti, dileme i neizvjesnosti. Samim time, *Breaking Bad* djeluje kao katalizator za moralno promišljanje, potičući publiku da se suoči s moralnim dilemama koje likovi i situacije prikazane u seriji predstavljaju. Kroz pažljivo konstruiranje kruga kulture, serija stvara pažljivo istančan narativni svijet u kojem svaki element na svoj način doprinosi stvaranju antiheroja. Lik Waltera Whitea, oblikovan virtuoznom kombinacijom priče i izvedbe, simbolizira potencijal za transformaciju koji leži unutar svakog pojedinca. Njegovo putovanje od skromnog profesora kemije do moralno kompleksnog narkobosa predstavlja zastrašujuću ili zadivljujuću mogućnost protivljenja tradiciji, ali i platno na kojem gledatelji prepoznaju vlastite nesigurnosti i etičke dileme, te ostavlja neizbrisiv trag na popularnoj kulturi, potičući rasprave koje dosežu i van područja fikcije.

Antiherojska figura, kao što je prikazana kroz Waltera Whitea, postala je osnovni element suvremenih narativa koji preispituju i proširuju naše razumijevanje moralnosti, humanosti i kompleksnosti ljudske prirode. Njena privlačnost se proteže dalje od same zabave; ona zrcali

duh postmoderne ere, u kojoj se tradicionalni binarni koncepti dekonstruiraju. Kroz prizmu postmodernizma i zapadnjačkih narativa, ali i teorije recepcije, jasno je da antiheroj nije samo lik na ekranu, već i dinamički kulturni znak koji se duboko povezuje i identificira s publikom. *Breaking Bad* igra ključnu ulogu u toj kulturnoj transformaciji, služeći kao kanal za raspravu o moralnosti, individualnoj agenciji i društvenim normama.

6. Literatura

- Bloom, H. (1994). *The western canon: The books and school of the ages*. New York; San Diego; London, Harcourt Brace & Company
- Booker, C. (2004). *The seven basic plots: Why we tell stories*. A&C Black.
- Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Madsen, A. K., Mackay, H., & Negus, K. (2013). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. Sage.
- Hajdarević, D., & Periša, A. (2015). *Znanje i gledanje u konceptualnoj metafori*. *Croatica et Slavica Iadertina*, 11(2), 285-309..
- Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse* (Discussion Paper). University of Birmingham.
- Hall, S. (2007). *STUDIJE I ISTRAŽIVANJA: KULTURALNI STUDIJI I TELEVIZIJA*. Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu, 1973.
- Hall, S. (1997). *The spectacle of the other. Representation: Cultural representations and signifying practices*, 7.
- Hall, S. (1995). *The West and the rest: Discourse and power*. URL: <https://analepsis.files.wordpress.com/2013/08/hall-west-the-rest.pdf> [pristup: 30.7.2023.]
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (Eds.). (2003). *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79*. Routledge, 117.
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. (2021). *otuđenje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45929> [pristup: 30.7.2023.]
- Hutcheon, L. (1986). *The politics of postmodernism: parody and history*. *Cultural critique*, (5), 179-207.
- Jonason, P. K., Webster, G. D., Schmitt, D. P., Li, N. P., & Crysel, L. (2012). *The antihero in popular culture: Life history theory and the dark triad personality traits*. *Review of General Psychology*, 16(2), 192-199.
- Korte, B., & Lethbridge, S. (2017). *Introduction: Heroes and Heroism in British Fiction. Concepts and Conjunctures*. *Heroes and Heroism in British Fiction since 1800: Case Studies*, 1-29.

- Mack, R. L., Ott, B. L. (2010). *Critical Media Studies: An Introduction*. Ujedinjeno Kraljevstvo: Wiley.
- Martin, B. (2014). *Difficult men: Behind the scenes of a creative revolution*. Penguin.
- Mazart, M. (2014). *Breaking Bad: on the Western Genre and Audience Reception*. University at Albany, State University of New York
- Morley, D. (2013). *Changing paradigms in audience studies*. In Remote control (pp. 16-43). Routledge.
- Morley, D. (2007). *Reconceptualising the media audience: Towards an ethnography of audience*. In CCCS Selected Working Papers (pp. 415-430). Routledge. Practices of Looking
- Rose, G., & Methodologies, V. (2001). *An introduction to the interpretation of visual materials*. Sage.
- Shafer, D. M., & Raney, A. A. (2012). *Exploring how we enjoy antihero narratives*. Journal of Communication, 62(6), 1028-1046.
- Sturken, M., & Cartwright, L. (2001). *Practices of looking* (Vol. 2009). Oxford: Oxford University Press.
- Turner, G. (2005). *British cultural studies: An Introduction*. Taylor and Francis e-Library, Routledge.

7. Ostali izvori

Gilligan, V. (2008 – 2013). *Breaking Bad*. AMC.

Lloyd, R. (2010). *'Breaking Bad' continues to be a great show, but difficult to watch*. Los Angeles Times. URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2010-mar-19-la-et-breaking-bad19-2010mar19-story.html> [pristup: 30.8.2023.]

Martinovic, P. (2013). *Breaking Bad finale review: Felina*. Den of Geek. URL: <https://www.denofgeek.com/tv/breaking-bad-finale-review-felina/> [pristup: 30.8.2023.]

Voger, M. (2011). *'Breaking Bad: Season 3' DVD review*. NJ.com. URL: https://www.nj.com/entertainment/2011/06/breaking_bad_season_3_dvd_revi.html [pristup: 30.8.2023.]

8. Sažetak i ključne riječi

Ovaj rad kritički analizira fenomen antiheroja koristeći seriju *Breaking Bad*, tako što samu seriju tretira kao kulturalni produkt i svojevrsni ogledni primjer zapadnog narativa u kojem spomenuti fenomen postiže popularnost. Naime, koncept antiheroja sve je češći u postmodernističkim proizvodima filmske i TV industrije, te na vrlo specifičan i zanimljiv način mami gledatelje i potiče identifikaciju s istima. Kako bi se ova pojava objasnila, odabran je kulturalni pristup seriji, koji ju sagledava kao kulturalni proizvod koji se nalazi u kružnom toku kulture, te samim time prolazi kroz faze produkcije, konzumacije, regulacije, reprezentacije i identifikacije. Osim toga, u procesu tretiranja navedene serije kao primjera zapadnog narativa, bit će govora i o raznim ostalim kulturalnim pojavama koje (ne)svjesno rezoniraju sa gledateljima, te time čine ovakav naizgled nekonvencionalan koncept antiheroja privlačnim. Ovaj rad koristi narativnu i diskurzivnu analizu, kao i studiju slučaja, kako bi pružio holistički pogled na kulturni utjecaj antijunaka. Važno je napomenuti da se istraživanje suzdržava od izravne interakcije s publikom ili opsežnih anketa, te umjesto toga analizira elemente priče, tehnike produkcije i društvene kontekste, ističući različite interpretacije unutar same serije. Upotrebom Hallove teorije recepcije i kontekstualizacijom rasprave unutar zapadne narativne tradicije i postmodernizma, rad istražuje emergenciju i privlačnost antiherojskog arhetipa, te osvjetljava kako je *Breaking Bad* predstavio i popularizirao antiherojskog lika Waltera Whitea, pritom stavljajući fokus na etičke i moralne dileme u seriji, njezin sociopolitički komentar i interakciju s interpretacijama publike.

Ključne riječi: antiheroj, *Breaking Bad*, zapadna narativna tradicija, teorija recepcije, postmodernizam.

This paper critically analyzes the phenomenon of the antihero, using the series *Breaking Bad* as a cultural product and a paradigmatic example of a Western narrative in which this phenomenon gained popularity. The concept of the antihero is becoming increasingly prevalent in postmodern products of the film and TV industry, intriguing viewers in a unique manner and fostering identification with these characters. To explain this phenomenon, a cultural approach to the series has been chosen, viewing it as a cultural product embedded within the circuit of culture. Therefore, it undergoes stages of production, consumption, regulation, representation, and identification. Moreover, while treating the mentioned series as a prime example of a Western narrative, there will be a discussion about various other cultural phenomena that (un)consciously resonate with viewers, rendering this seemingly unconventional concept of the antihero appealing. This paper, utilizing reception theory, delves into *Breaking Bad* to analyze the antihero phenomenon, while employing a narrative and discursive analysis, as well as a case study, to provide a holistic view of the antihero's cultural impact. Notably, the study refrains from direct audience engagement or extensive surveys. Instead, it dissects narrative elements, production techniques, and societal contexts, all while spotlighting diverse readings within the show. Utilizing Hall's reception theory and contextualizing the discussion within Western narratives and postmodernism, this paper explores the emergence and allure of the antiheroic archetype, illuminates how *Breaking Bad* introduced and popularized the antiheroic character of Walter White, all while focusing on the ethical and moral dilemmas within the series, its socio-political commentary, and its interaction with audience interpretations.

Keywords: antihero, *Breaking Bad*, Western narrative, reception theory, postmodernism.