



## УВЈЕТИ НАСТАНКА СУВРЕМЕНИХ КВАЛИТЕТНИХ ТВ СЕРИЈА

Развој сувремених квалитетних ТВ серија омогућио је у САД поткрај 1990-их сплет индустријских, технолошких и естетских чимбеника, те гледатељских навика које су с њима повезане. Иако се у повијести америчке телевизије одувijek могло наћи квалитетних драмских серија, оне су под притиском слободног тржишног натјецања националних телевизија<sup>1</sup> („великој тројци“, ABC-у, CBS-у и NBC-ју, касније се придружују PBS, CW и FOX) биле спорадичне и нису успјеле постати традицијом као што су то биле у Великој Британији. На почетку првог „златног доба“ телевизије (које је почело 1950-их, а завршило поткрај 1980-их), „телевизијске драме уживо“, снимане су и емитиране из телевизијских студија, а високу културолошку репутацију стекле су због казалишних коријена и тема које су обрађивале углавном друштвене феномене, увијек драге критичарима. Ове су телевизијске драме, нпр. *Marty* (NBC, 1953) Сиднија Чајевског или *Дванаест њивних људи* (*Twelve Angry Men*, CBS, 1954) Реџиналда Роуза прве премостиле ограничења телевизијског студија и учиниле медиј плодним за производњу иновативних драмских прича. Од тих се сложених урадака високе гледаности и критичких панегирика телевизијска драмска форма рачвала у два смјера – ТВ филм и ТВ серију. ТВ филму се било лакше пробити у подршку јавне и критичарске сфере јер су иза њих стајала јака ауторска имена: ту се ауторство приписивало писцима а не продуцентима као у ТВ серијама или редатељима, као у филму. Један од ТВ филмова који су оправдали позитиван утјецај телевизије као најмасовнијег медија је, примјерице, *Дан њослије* (*The Day After*, ABC, 1983) Едварда Хјума који говори о преживљавању становника градића након нуклеарног напада тијekom хладног рата. Судећи по изјавама Роналда Регана, *Дан њослије* је утјецао на потписивање споразума о нуклеарном разоружању између САД и Совјетског Савеза.

У подручју ТВ серија, дјела која су имала неке артистичке аспирације тешко су се, ако икако, пробијале на националним ТВ мрежама. Пословни модел мрежа се темељио на убирању профита од реклама приказиваних тијekom станки при емитирању, због чега је њихов програм био за гледатеље бесплатан. Због тога су оглашивачи, желећи продријети одједном до што већег броја људи, утјецали на садржај серија који се морао прилагодити укусу „просјечног гледатеља“, успут одређујући што јест, а што

<sup>1</sup> Националне телевизијске мреже (*broadcast television networks*) преносе телевизијски сигнал бежичним одашиљањем, док кабелске телевизије то чине кабелом. Будући да се кабелска телевизија финансира претплатом кабелским оператерима, она не емитира огласе, осим оних за властити програм, па има већу слободу емитирања садржаја. Разлика између основне кабелске телевизије (*basic cable*) и *premium* кабелске је та што прва додатно наплаћује основни пакет понуђача кабелских услуга (нпр. HBO, Showtime и Starz), док основна не (нпр. FX, AMC).

није друштвено прихватљиво, и тако обликујући јавно мнијење. У оквиру мрежне политике такозваног „најмањег заједничког називника“, продуценти су захтијевали да серије понуде атрактивност и забаву, садржаје који се „лако прате“. ТВ серија је морала створити код гледатеља навику редовитог тједног гледања – и својом структуром, не само садржајем. Развијајући радњу тако да задржи гледатеље и након станки за рекламе, структура серијске приче се формирала у складу с бројем рекламних станки, а не драматуршких законитости. Број и трајање реклама је одређивао број драмских чинова – од уобичајена четири чина, тај се број до данас попео на седам! – па је садржај епизоде постао толико расцјепкан да се чинило да попуњава вријеме између рекламних блокова. Зато су на крају свакога чина, омеђеног рекламом, као и на крају епизоде, серије користиле *cliffhanger*,<sup>2</sup> најнапетије тренутке у причи којима се она нагло прекида остављајући гледатеља у неизвјесности. Ову су списатељску технику аутори користили и на крају серије коју се одлучило отказати, надајући се да ће тиме придобити продуценте да је наставе, премда је такво драматуршко рјешење штетило заокружености серијалног дјела. Неки креатори су се, презасићени принудом индустрије, исмијавали том израубаном алату, попут аутора *Twin Peaks*-а који су након одлуке о гашењу, серију завршили иронијском реченицом Лауре Палмер: „Видимо се за 25 година“, што се показало успјешном полугом одржавања наде за наставком серије, као и рекламним адутом прије приказивања треће сезоне, 25 година послје.

С обзиром на то да је врста протагониста у серији највећи адут привлачења публике, у раздобљу доминације великих мрежа главни лик је обавезно био јунак који на крају приче тријумфира над свим препрекама јер је оптимизам завршетка нужан дио политике по којој серије морају опустити и забавити гледатеља. Тада цвату „ескапистички“ жанрови, знанственофантастични (*Battlestar Galactica*, ABC, 1978–1980), вестерни (*Gunslinger*, CBS, 1955–1975), детективски и полицијски (*Rockford Files*, NBC, 1974–1980), а нарочито комедије. Највише је обитељских комедија које у средишти имају *pater familias*-а (*Cosby Show*, NBC, 1984–1992; *All in the Family*, CBS, 1971–1979) или о групи пријатеља (*Cheers*, NBC, 1982–93), чак и у ратном жанру – најгледанија серија америчке телевизије донедавно је била комедија *M\*A\*S\*H\** (CBS, 1972–1983). У том се раздобљу зацементирало мишљење да ТВ серије немају други циљ него забавити и тврдокорно ће се задржати дуго након првих демантија, серија које ће се појавити у идућем раздобљу развоја америчке телевизије.

### Гледали смо:<sup>3</sup> врсте телевизијских серија

#### ТВ драма и ТВ филм

У сличном трајању од 50 до 70 минута, ТВ драма (*single play*) се од ТВ филма највише разликује по знатно мањем буџету, подсјећајући на имитације казалишних дјела.

<sup>2</sup> *Cliffhanger*, „напети крај“ је наративно средство постизања напетости, а термин потјече из холивудских филмских серијала с почетка 20. стољећа који су најчешће завршавали с јунаком који остаје висјети изнад провалије држећи се за литицу (*cliffhanging*).

<sup>3</sup> *Recaps* је кратка секвенца прије почетка епизоде у којој креатори сумирају кључне тренутке радње из претходних епизода како би освјетили меморију редовитог гледатеља, а у односу на

Данашња разлика између ТВ филма и кино-филма је збуњујућа у случају кад потоњи имају мали број ликова и већи број интеријера, јер се њихови буџети више не разликују као некад, када су ТВ филмови били нискобуџетни, наликујући ТВ драмама. Њихова је основна разлика у врсти приче: поштујући и даље масовност своје публике, ТВ филм се бави темама црпљенима из актуалних догађаја, често се односећи на политички или друштвени феномен из рецентне стварности, и стога им не приступа артистички, попут арт филма за кино. Реалистичан приказ, аутентичност, актуалност ТВ филма обиљежје је самог медија: телевизија се од својих почетака темељила на пријеносима вијести, симултано великом броју људи, с лица мјеста и у реалном времену. Зато се ТВ филм бави „причама с насловница“, било трагедијама из свакодневице (*Damilola, Our Loved Boy*, BBC, 2000, говори о родитељима који траже правду за свог сина којег су убили вршњаци; *Murdered by My Father*, BBC3, 2016, говори о муслиманској заједници у ВБ); или политичким догађајима (*Too Big to Fall*, HBO, 2011, који говори о паду бурзе 2008); или интригантним биографијама (*Marvellous*, BBC, 2014), па и повијесним особама. Еуропска традиција јавне телевизије је богата примјерима ТВ филма, док су на америчким ТВ мрежама дуго служили тек као пилот-епизоде за ТВ серију. Оживјеле су га тек кабелске телевизије јер им је постала важна критичарска промоција за утврђивање *бренда*, попут *Game Change* (2012) који је HBO-у прискрбио све значајне струковне награде.

## Епизодичка серија

Најчешћа и најранија врста ТВ серија у повијести медија у свакој епизоди има стални сет ликова с радњом која започиње и завршава унутар епизоде. Најпопуларнија подврста епизодичке серије су процедурали (*procedural*), названи тако јер им је главни наративни елемент истражни поступак који се користи при рјешавању „случаја“ у епизоди, а чија врста одређује жанр процедурала. Тако, у медицинском жанру, ликови истражују неку болест (*House M. D.*, Fox, 2004–2012), у правном истражују могућности рјешавања правног случаја (*Law & Order*, NBC, 1990–2010), или форензичког (*CSI: Crime Scene Investigation*, CBS, 2000–2015). *Доцјеу X* (*X Files*, Fox, 1993–2002) су као „случај“ епизоде истраживали нову паранормалну појаву, што се у жанру фантазије и хорора увријежило у појму „чудовиште тједна“. Већина комедија припада „ситуацијској комедији“ (*sitcom*) која у једној епизоди поставља комичку ситуацију, попут неспоразума међу ликовима, који разријешава до краја епизоде. Процедурали могу припадати формату кратког трајања (до 40 минута), или дугог трајања, попут детективске серије *Sherlock* (BBC, 2010–17) чија свака епизода траје 90 минута.

Иако се појам формата увријежио у свакодневном говору о ТВ серијама у разним, произвољним значењима, то је заправо специфично продукцијски термин који одређује неку телевизијску емисију као тржишну робу. Формат је њезина „декларација“:

---

причу која слиједи, и новим гледатељима дали нужне информације потребне за праћење серије. Данас се култура *recaps*-а толико развила да су добили специјалне интернетске странице на којима гледатељи расправљају о томе што би се могло догодити у будућим епизодама, а критичари их користе као својеврсне аналитичке саобраћајне знакове.

пакет прописа који се, попут кухарског рецепта с непромјењивим састојцима, продаје купцу.<sup>4</sup> Тако се серија са строгим правилима о карактеризацији ликова, миљеу, концепту приче, трајању, процедури рјешавања проблема (злочина) слично, може адаптирати у некој другој средини, попут *CSI: Miami*, *CSI: Las Vegas* или *На Шерајију (BeTipul)*, НОТЗ, 2005–08). То такођер значи да се у играним серијама, у вјечној потрази за оригиналности, границе једног формата тешко могу прекорачити, а да се не измисли нови.

ТВ мреже су одувијек преферирале производњу епизодичких серија јер се најлакше продају синдикацијом<sup>5</sup> или продајом у иноземство. С обзиром на то да немају „меморију” нити значајан развој односа међу ликовима, њих се може гледати неовисно о редослиједу приказивања епизода, па се могу и репризирати у било којем редослиједу и с дужим прекидима, што их чини знатно пожељнијим за купњу од серија које се морају приказивати у континуитету. Због своје мегапопуларности, ова је врста изродила тип *spin-off* серије. Како тај енглески појам сугерира, оваква је серија „извртана” из неке друге серије, из ње је преузела лик(ове), а понекад само жанр или мотиве приче. Примјерице, бројне су *spin-off* серије потекле из оригиналних *Звјезданих сџаза (Star Trek, NBC, 1966–1969)*, од прве, *Star Trek: Next Generation (CBS, 1987–1994)*, *Star Trek: Enterprise (UPN, 2001–2005)* итд., с којом су дијелиле миље свемирског брода и основне приче о сусрету Земљана с ванземаљским врстама. Касније су *spin-off*-ови постали начин „цијеђења” профита из било које серијске мега-успјешнице, иако то сами ријетко кад постану. Таква је серија *Назови Сола (Better Call Saul, АМС, 2015–)*, *spin-off* изведен из лика одвјетника у серији која се сасвим разликује од епизодичне врсте, серијалу *На џуџу према гоље (Breaking Bad, 2008–13)*.

## Серијал

Серијал обиљежава кумулативна нарација, радња која се континуирано развија из епизоде у епизоду да би до разрјешења дошла у задњим наставцима сезоне или на крају серије. Типично прати путање неколико прича које се развијају успоредно, уз главну која се протеже кроз једну или више сезона. Серијал користи јединствени сет главних ликова којима се придодују нови, док се већ постојећи избацују, а с временом

<sup>4</sup> Формат је писани документ који детаљно описује све кључне компоненте емисије с циљем да се заштите права на изнајмљивање или продају концепта. Чешће се односи на *reality* и *game show*-ове него на играле серије, јер је у потоњима теже одредити „оригиналне” елементе. Формат треба разликовати од телевизијске франшизе. Формат се франшизира када се тај пакет продаје кориснику франшизе како би је прилагодио локалном гледатељству, па тада укључује и сет услуга и организацију пословања.

<sup>5</sup> *Syndication* је амерички модел продаје серије телевизији на којој није приказана премијерно. Наиме, права на продају серије има продукцијска компанија која ју је произвела за ТВ мрежу која је премијерно емитује. Након неког времена, произвођач серије је може продавати другим ТВ мрежама или у иноземство, и тек у тој фази синдикације убије профит. *Звјездане сџазе* у премијерном емитурању на NBC-у (1966–1969) није била гледана ни профитна, али је то постала након што је ушла у синдикацију. Праг исплативости за репризирање у дневном ритму је 88 епизода, отуда и њихов велик број у епизодичким серијама.

пролазе разне врсте промјена. У шароликом пејзажу савремених серија тешко је пронаћи чисте облике серије и серијала, па је правилније говорити о ступњу серијализације ТВ серије, при чему разликујемо „високо“ и „ниско“. Ниско серијализиране серије, односно оне епизодичког типа, имају барем једну континуирану, заокружену причу тијekom више епизода, док у високо серијализираним серијама, односно серијалима, епизоде често имају својеврсну проблемску тему коју разрјешавају на свом крају.

### **Серија самостојећих епизода (*Anthology Series*)**

Серије самостојећих епизода називају се најчешће „антологије“, етимолошки упућујући на колекције. Састоје се од неодређеног броја епизода или сезона које чине самосталне приче, а начелно су повезане темом, миљеом, стилем или сетом ликова, или чак само жанром и аутором. *Епизодни шии антологије* је старијег датума, а од квалитетних – дословно антологијских – издвајају се фантастичко-филозофска *Зона сумрака* (*The Twilight Zone*, CBS, 1959–1964) Рода Серлинга и британска *Talking Heads* (BBC, 1987–1998) Алана Бенета. Неке од њих максимално користе ограничења медија, ослањајући се само на бриљантност писања и глуме (у *Talking Heads*-има свака епизода састоји се од статичних сцена с једним ликом који препричава догађаје у камеру, тек се повремено премјештајући из једног дијела просторије у други) док друге успјешно користе естетику филма, попут *Black Mirror*-а, Чарлија Брукера (Channel 4, 2011–) и *Clocking Off*-а Пола Абота (BBC, 2000–2003). Након више десетљећа занемаривања антологија, америчка продукција их је опет оживјела, али као сезонски тип антологије. Заокружене сезонске приче су у новом миленију постале занимљиве продуцентима и ауторима јер нуде већу слободу креације прича и ликова који се могу „премјештати“ кроз вријеме и простор нудећи гледатељима и сигурност познатог и свјезину новог. Тако се у *American Horror Story* (FX, 2011–) прича прве сезоне збива 2011. године у обитељској кући, друга се догађа 1964. у душевној болници, трећа 2013/1830-их у Њу Орлеансу, итд., занимљива и зато што у свакој сезони користи исти сет глумаца, док ликови које они тумаче нису међусобно повезани. Телевизијској индустрији је „антологија“ идеална за привлачење интереса познатим насловом (*Fargo*, FX, 2014, Ное Хоулија по премиси култног филма браће Коен), или познатим глумачким именима која се чак могу, по потреби, замијенити другим звијездама у наредним сезонама, као у *True Detective* (НВО, 2014–). Такођер јој је најмање ризична врста, из разлога повезаних с минисеријом.

### **Минисерија**

Ова се врста може одредити као серијал с унапријед омеђеним бројем епизода који варира од три до десет (изнимно до 15), а чија главна прича не предвиђа, или чак не допушта, наставак након краја. Концепт је настао 1970-их у САД и убрзо постао популаран (*Roots*, АВС, 1977; *Shogun*, NBC, 1980). Захваљујући потенцији да детаљније разраде заокружене наративе, минисерије често описују велике друштвене догађаје, на примјер, америчку инвазију на Ирак у *Generation Kill* (НВО, 2008). Зато су често повијесног жанра, било да описују специфичан повијесни догађај (*Our Friends in the North*, BBC, 1997),

било да користе повијест као епску позадину (1864, DR, 2014; *Das Boot*, Sky, 2018). Британске телевизије традицијски преферирају минисерију, ширећи је на све жанрове, од политичке драме (*State of Play*, BBC, 2003) до хороричне *Utopiae* (Channel 4, 2013). Због дуљине трајања и наративне цјеловитости, минисерије су изузетно погодне за адаптације романа, попут *Mildred Pierce* (HBO, 2011) према роману Џејмса М. Кејна и филму Мајкла Кертиза. Као својеврсни „продужени филм“, минисерија је врло захвална за артистичке изражаје, па је та врста највише привлачила реномиране филмске ауторе попут Р. В. Фасбиндера (*Berlin Alexanderplatz*, Westdeutscher Rundfunk, 1980) или Ларса фон Трира *Краљевсџива* (*Riget*, DR, 1994–1997). Носећи печат самосталног аутора, од својих почетака су имале највиши културални статус међу серијама, и најчешће продаване у иноземства, добивајући репутацију најпопуларније и најлукративније врсте.<sup>6</sup>

Један од разлога популарности минисерије јесте у томе што она понекад може омогућити даљњи развој приче, кроз другу врсту или варијацију исте врсте, након одређеног времена. Тако је *Кућа ог караџа* (*House of Cards*, BBC, 1990) добила наставке *To Play the King* (1993) и *The Final Cut* (1995), творећи својеврсну трилогију. То је била привлачност која је нагнала америчке националне мреже – након прекида производње минисерија 1980-их и 1990-их када нису остваривале жељени профит репризирањем – да се врате минисерији у новом миленију. Ремисија се догодила у облику тзв. „ограничених серија“ (*limited series*), што је заправо продукцијски термин за минисерију која има шансе за наставак производње – ако се испостави успјешницом. Да збрка буде већа, „ограничене серије“ се не разликују од антологијских сезона, осим по одлукама продуцентата који су их креирали планирајући њихов могући наставак. Сама појава „ограничених серија“ доказ је колико су границе између врста телевизијских серија порозне и нестабилне, али још увијек корисне у оперативне сврхе.

## Друго златно доба

Наративни развој серија с почетка 1980-их и мултиканалска транзиција крајем 1980-их обиљежавају нову фазу развоја ТВ серија. Повећањем броја кабелских телевизија, које су већински у посједу истих корпорација које су власнице и ТВ мрежа,<sup>7</sup> ствара се низ опција за гледатеље. ТВ мреже због тога настоје придобити и образвану публику па почињу снимати серије чији су ликови сложенији, теме контроверзније, а серијализација унутар процедуралних врста већа, попут *Hill Street Bluesa* (NBC, 1981–1987) и *NYPD Blue* (ABC, 1993–2005). Након серије *Twin Peaks* (ABC, 1990–1991) уводе се нови наративни стандарди и филмски канони па тијеком 1990-их настају серије с артистичким помацама: *Живоџ на сјеверу* (*Northern Exposure*, CBS, 1990–1995) описује утопијску заједницу с мноштвом културалних референци, а *sitcom Seinfeld* (1989–1998)

<sup>6</sup> *Ја, Клаудије I*, *Claudius*, BBC, 1976), *Brideshead Revisited* (ITV, 1981) и *Rich Man, Poor Man* (ABC, 1976) биле су прве хит минисерије, награђиване Емијем.

<sup>7</sup> Америчким телевизијским тржиштем влада шест великих компанија: Warner Bros, Disney (ABC), NBC Universal, Sony, Twentieth Century Fox (Fox) и CBS Paramount (CBS). Ти медијски гиганти посједују и главне кабелске телевизије, нпр. HBO (власник је Time Warner који са CBS-ом има власништво над CW TV мрежом) и Showtime.

говори „ни о чему“, популаризирајући метареференцијалност коју ће обилато користити и драмске серије. Иако нису биле намијењене широј публици, те су серије телевизијској индустрији доказале да вјешто направљена „помакнутост“ може бити и уносна и трајна.<sup>8</sup> Но, како доказује *Twin Peaks*, телевизијска публика није била спремна разумјети значењске слојеве испод оних забавних, па га је мрежа укинула.

Серијалну „револуцију“ зачињу тек промјене на премијум кабелским мрежама јер оне не морају приказивати рекламе, осим оне за властити програм. У својим почецима, кабелске телевизије су репризирале филмове и производиле јефтине нефикцијске формате – Home Box Office (HBO) је емитирао спорт, стендап комедије пуне простота и голицаве „документарце“ (*Real Sex*, 1990). Кабелским се отвара простор за истраживање нових облика серијалности и њихових нарација не само зато што нису морале бринути о оглашивачима, него и зато што нису подлијегале правилнику Федералне комисије за комуникације (Federal Communications Commission, FCC) који регулира подобност садржаја за јавно емитирање па су смјеле приказивати више голотиње, насиља и простота од основних кабелских телевизија и националних ТВ мрежа. Будући да је FCC мрежама допуштала обиље насиља, али је ригорозно цензурирала простоте и голотињу (нпр. NBC је у *ER*-у (1994–2009) морао избацити двије секунде снимке голог пацијента), псовке и голотиња су постале специфична разликовност серија премијум кабелских телевизија. Тиме се промијенио и њихов пословни модел: профит нису стјецале продајом реклама, него привлачењем публике која жели потрошити додатних 15 долара за мјесечну претплату. Почеле су се обраћати нешто имућнијој публици која је углавном и образованија, дакле и нешто захтјевнија у погледу квалитете садржаја. Иако би се гледаност кабелских успјешница на мрежама сматрала срамотном, кабелским је била довољна захваљујући политици зарађивања на производима који прате приказивање серије (*merchandise*). Тако је дошло до *географске сеимџаације џржишџа* на којем разноврсни типови ниша публике (*niche audience*) постају алтернатива масовној публици, неповратно мијењајући гледатељске навике. Наиме, кабелске телевизије омогућавају емитирање серије више пута тједно па се унифицирајући доживљај гледања „обвезатне телевизије“ (*must see TV*) с ТВ мрежа замјењује „наплатном телевизијом“ (*pay TV*) која гледатељима омогућава да серију гледају изван програмом утврђеног термина. Тако крајем 1990-их, технологије које су омогућиле персонализацију гледања – дигитални видео-рекордери (DVR) или „гледање на захтјев“ – полако воде ка прихваћању ТВ садржаја који више нису само забава него захтијевају одређени ментални ангажман.

### Оточка традиција прелази океан

Захваљујући језичној и културалној сродности Велике Британије и САД, квалитетне серије које су Британци десетљећима производили снажно су утјецале на квалитету америчких ТВ серија далеко прије серијалне „револуције“ крајем 1990-их. Британска јавна телевизија, British Broadcast Corporation (BBC), од самих је почетака инсистирала

---

<sup>8</sup> *Seinfeld* је зарадом у синдикацији далеко надмашио конвенционални *sitcom Friends* (NBC, 1994–2004).

на имплементацији културално-друштвених вриједности које нису овисиле о заради. Утемељитељ начела производње јавних садржаја, легендарни лорд Рит (John C. W. Reith, 1889–1971), челичном је руком проводио максимум по којој је циљ емитирања BBC-а информисаност, едукација и забава. Политика „ритианизма“ је укључивала критерије „једнаке заступљености свих гледишта на тему, објективност, професионалну етичност и непоткупљивост дјелатника“, које вриједе и данас (BBC Charter Review, 2017). У таквом се озрачју формирао британски критичарски и гледатељски став према драмским серијама, чије се ауторство, у свјетлу британске књижевно-драмске традиције, приписивало појединачном аутору, а не колективу као на америчким ТВ мрежама. Као и америчке, ране британске ТВ драме биле су снимане статично, уживо пред публиком, због чега их је знаменити продуцент Сидни Њуман назвао „фотелашко казалиште“. Његова сјајна колекција ТВ драма, почетком 1960-их, која је укључивала класике попут *A Night Out* Харолда Пинтера, поступно је излазила из студија и смјештала радњу у радничку класу. Тиме су се и ТВ серије уклопиле у британски културални покрет „кухињског судопера“ (*kitchen sink*) који је карактеризирао стил социјалног реализма и ликови радника који просвједују против својих испразних живота и тешких материјалних увјета. Његов је утјецај видљив и данас, лако препознатљив у расправама ликова о друштвеним проблемима по задимљеним пабовима, као, примјерице, у *Бесрамницима* (*Shameless*, 2004–2013) Пола Абота. Њуман је био идејни зачетник легендарног циклуса серија *The Wednesday Play* (BBC, 1964–1970) којој припадају културално антологијске ТВ драме попут *Up The Junction* (BBC, 1965) Нел Дан, која проговара о илегалним побачајима. Тим се серијама зачиње „британски стил“, касније препознатљив по тематизирању осјетљивих друштвених проблема, документаристичког стила и употреби дијалеката. Најпознатија од њих, ТВ драма Џеремија Сандфорда *Cathy Come Home* у режији Кенета Лоуча (BBC, 1966) отворила је теме о којима су медији избјежавали говорити – бескућништво, незапосленост, право мајке да задржи своју дјецу... а имитацију документарног стила довела је до крајности наратором који цитира статистичке податке о стамбеној ситуацији у земљи. Њезино је прво приказивање пратила четвртина британске популације, а та је популарност утјецала на промјену закона и потакла развој добротворног друштва *Shelter* које и данас помаже бескућницима. У овом се раздобљу развија снажан утјецај појединачних продуцената на чијим је одлукама почивао ризик реализирања серија зачудних садржаја, антипатичних ликова и тмурних атмосфера које се широј публици никад нису свиђали. А и у комедији је требало имати петље и продуцирати ексцентрични *Monty Python's Flying Circus* (1969–74) унаточ страху BBC-а да ће пројект сигурно пропасти, али и устрајати унаточ првотној слабој гледаности, без чега не би било нити *Мућку* (*Only Fools and Horses*, 1981–2003). Иако се амерички корпоративни сустав у таквим одлукама водио диктатом комерцијалности, крајем 1970-их у њему се појављују ексцеси – увезене британске серије које уводе синтагму „другачије телевизије“, пуно прије HBO-а.

У то вријеме, PBS CBS и NBC су приказивали британске драмске серије, углавном повијесне попут *Upstairs, Downstairs* (ITV, 1971–75), али и полицијске попут *Z-Cars* (BBC, 1962–78) које су критичари сматрали много квалитетнијим америчким јер су показивале другачије приповиједање од оног у прајмтајм, епизодичким серијама. Британске



су серије своје комплексне приче пружале кроз неколико наративних линија преко више епизода, тражећи од гледатеља да развије „меморију“ о радњи из претходних епизода. Осим тога, њихов је садржај био едукативан, доносио је теме које су се ишчитавале друштвено и историјски релевантним. У том смислу, британски се утјецај није ширио само у драмама него и у *sitcom*-има, гдје се посебно издваја *All in the Family* (CBS, 1971–79), мегапопуларна адаптација BBC-ијевог *sitcom*-а *Till Death Us Do Part*. У верзији америчког аутора, Нормана Лира, увјереног у снажан позитиван утјецај телевизије као масовног медија, означио је прекретницу у жанру. *Sitcom* је приказивао расистичког јунака и разне табу-теме, попут мизогиније, Вијетнамског рата или импотенције, као изразе затуцаности и предрасуда. Многи критичари сматрају *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970–82) квалитативном раскрсницом са симплицистичким ликовима и заплетима, али је ипак најзначајнија као прва феминистичка серија, с главним женским ликом неударе, неовисне жене усмјерене на каријеру, и то телевизијског продуцента.

Укратко, америчка је драмска серија већ од 1970-их увозила серијализирану форму, друштвену релевантност и уважавала образовану публику, што је изравно утјецало на претече сувремених квалитетних серија попут *Hill Street Bluesa* са својим над-епизодичним и социјално освијештеним заплетима који се обрађају образованој и урбаној публици. Тијеком 1980-их, серије полако преузимају елементе типичне за модернички арт филм, саморефлексиивност и културалну интертекстуалност, што се јасно види у *St. Elsewhere* (NBC, 1982–1988). Та је медицинска серија обиловала референцама на култни британски *The Prisoner* (ITV, 1967), серију која је прва увела *ђојегиначној и комплејиној ауџора* серије који својом ауторском визијом обликује ТВ серију као ауторско дјело. Тако се, под британским утјецајем, у амерички модел ауторства који је подразумијевао да је креатор серије продуцент – најчешће зачетник идеје приче коју затим расписује тим сценариста, а изведбу надгледају разни продуценти што чини серију колективним, ауторски неутралним, дјелом – полако увукао алтернативни модел по којему креатор серије може судјеловати у њезином развоју и контролирати продукцију. Тако је настао *showrunner*, главни сценарист и продуцент у једној особи, као што је био, примјерице, Стивен Бочко. И он је своју серију *Cop Rock* (ABC, 1990) темељио на култној британској серији *The Singing Detective* (BBC, 1986) Дениса Потера, названом „најгенијалнијом драмском серијом написаном изравно за телевизију“.<sup>9</sup> До тада је то вјеројатно и била, као један од резултата креативног напрезања BBC-а тијеком конкурентске утакмице с ITV-ем, коју је играо откад је ITV основан, још од 1955. године.

Као комерцијална телевизија, ITV је од својих почетка приказивао претежно серије за ширу публику. Али, чак су се и комерцијалне телевизије морале прилагодити очекивањима публике и критике које је BBC одгајао чврстом руком, па је ITV повремено избацивао зачудно напредне серије, попут критичког и опорог психолошког трилера *Cracker* (1993–1995) Џимија Макговерна или детективске драме са женским јунаком, *Prime Suspect* (1991–2006) Линде Ла Плантае. Трећа велика британска телевизијска мрежа, Channel 4 (који је у власништву владе, али се финансира продајом реклама, од

---

<sup>9</sup> Цитирано из: Elke Weissmann, *Transnational Television Drama: Special Relations and Mutual Influence between US and UK*, 2012, Palgrave Macmillan. Види стр. 64–116.

чега купује серије од независних продуцентских кућа), наступио је 1982. још амбициозније, његујући репутацију изазовних садржаја у свим жанровима. Продуцирао је једну од првих сувремених арт минисерија, Потеров *Cold Lazarus* (1996), затим и најконтроверзнију серију у повијести британске телевизије, *Queer as Folk* (2000–2005) Расела Т. Дејвиса. Она приказује аутобиографску причу о групи пријатеља из манчестерске хомосексуалне заједнице, па су је, због вјерних описа секса, критизирали и противници и поборници истосполних заједница. Ипак, на програму се тако дуго одржала не само због тога што, како ће вам рећи сваки новопечени продуцент, серију продаје секс, него и зато што је бескомпромисно расправљала о свим проблемима важним за ширу заједницу, попут HIV-а или посвојења дјецe у истосполним заједницама. Настала из жеље продуцената да изазовном темом подигну прашину, ова је серија потврдила да се креативни ризици и храбри искораци из друштвених коректности на телевизији и те како исплате. Унаточ истрази коју је због „непристојног“ садржаја провела Комисија за одржавање стандарда емитурања (Broadcasting Standards Commission), серија је имала милијуне гледатеља и постала култном. Channel 4 се, уз домаћу производњу, наставио брендирати увозом „помакнутих“ серија из САД, попут *Homicide: Life on the Streets* (NBC, 1993–1999), које су пионирски помицале границе медија, до прага рађања жанра „америчке квалитетне серије“ (*American Quality Drama*). То је био *Twin Peaks*, супернова телевизије која је своје плодне супстанце распршила на оба континента, описана је у посебном поглављу.

### Доба НВО-а

Опће је познато да је крајем 1990-их НВО постао водећа кабелска телевизија у САД и свијету тако што је понудио серије властите производње којима се хтио истакнути у односу на националне мреже. Већ се првом драмском серијом, *Oz* (1997–2003), која прецизно приказује брутални свијет окорјелих криминалаца у затвору, препознаје да НВО жели помицати границе гледатељевих очекивања. Док су ТВ мреже морале развлачити своје серије у 22 епизоде, колико им је потребно за зараду путем синдикације, НВО искориштава повластицу кабелских телевизија – вишеструко репризирање својих серија – и нуди заокружене приче унутар сезоне од 8 до 13 епизода и тиме гледатељима пружа интензивнији доживљај гледања. Први хит, комедија о женском пријатељству *Sex and the City* (1998–2004), планетарно прославља НВО комбинацијом лепршаве сексуалности и озбиљних преокупација сувремених жена. Ипак, истинску пријеломницу обиљежава *Обишел Сопрано*, чијим емитурањем 1999. почиње „треће златно доба“ америчке телевизије, а које обиљежава доминацију антијунака – маскулиних лоших момака које волимо. Али, Тони Сопрано није био први пунокрвни антијунак телевизије, он је развалио врата да отвори доба њихове превласти. Први серијални антијунак је била жена, главни лик *Nikita (La Femme Nikita, USA/CTV, 1997–2001)*, убојице полицајца, а сlijедио ју је Џим Профит из серије *Profit* (Fox) која је још 1996. године увела зликовца за протагонисту, и то у стилу Ричарда III. Након што су те ране антијунаке продуценти једва одобрили и снимили, публика их је одбацила. Иако су нарративно антијунаци далеко интригантнији од јунака па стога производе и већу напетост

радње и прилику за „забаву“, гледатељима је било прерано прихватити чињеницу да су јунаци постали наиван концепт у земљи у којој ученици пушком побију пола своје школе и која започиње ратове због пуког исказивања војне снаге. Кад се публика заљубила у Тонија Сопрана, наставили су ницати његови антијуначки клонови по разним миленијским серијама, од којих су неки врхунац нарације у повијести медија, како су описани у овој књизи. Већ се тада, у сјени главних мачоса, јављају и прве праве, карактерне и слојевите, антијунакиње попут Фионе Галагер из британских *Бесрамника*, Ненси Ботвин у *Трави* (*Weeds*, Showtime, 2005–12), а тек Пети Хјус у *Ојасним иірама* (*Demages*, FX, 2007–10), али их публика прихваћа стидљиво. Тек кад мушко антијунаштво постане клише, нарочито у свјетлу друштвених промјена након глобалне рецесије, струја „женских“ серија ће након 2010. године запријетити да скине мачосе с телевизијског трона. Женски антијунаци постају омиљени протагонисти, од Серсеи Ланистер из *Игре ђријесіоља*, Рејчел Голдберг и Квин Кинг из *UnReal* (Lifetime, 2015–17), Елизабет Џенингс из *Американаца* (*Americans*, FX, 2013–18) до Селин Мејер из *Поііпрегсјегнице* (*Veep*, HBO, 2012–19). Осим јунака сумњивог морала, HBO је – под снажним утјецајем Криса Албрехта, једног од најодважнијих продуцената у повијести телевизије – преферирао контроверзне садржаје и развијао политику „аутора у средишту“. Тиме је привукао таленте жељне одбацивања конвенција, па тако и филмске ауторе. Супротно од мрежне телевизије, HBO је отада познат по томе што аутору серије – особи која је осмислила концепт и написала прву епизоду – даје вријеме, новац и слободу да проведе своју визију без цензуре, што је омогућило дотад невиђену контролу телевизијског аутора над својим дјелом.

### Треће раздобље нових технологија

Од почетка 2000-их до данас, и неке друге кабелске телевизије су настојале постићи репутацију произвођача квалитетних ТВ серија, натјечући се међусобно у злокобној сложености главних ликова и замршености заплета који стално изнова уче публику новим наративним нормама. Но и прије тих креативних промјена, ТВ мреже су се све теже носиле с промјенама у економској логици телевизије и гледатељским навикама, све док њихова хегемонија није дефинитивно пала око 2005. године. Најприје је развој тржишта DVD-ија, који је почео неочекиваном вишемилијунском продајом прве сезоне серије *Изјубљени* (*Lost*, ABC, 2004–2010) пољуљао примат гледања серија за вријеме њихова емитирања. Серије се почињу куповати и популаризирати преко DVD-ија: продаја нелегалних копија је учинила *Жицу* (*The Wire*, HBO, 2002–08) најпопуларнијом серијом међу Афроамериканцима у САД. DVD-ији су сажели вријеме гледања серија из тједног у континуирано гледање. Сада, кад се серије могу прикупљати у колекцију попут романа или филмова, повећао се и њихов културални статус, а публици су доступне и већ одавно угашене серије. Технолошке иновације постмрежног раздобља, продаја DVD-ија и појава интернета корјенито мијењају развој оних серијалних врста које су процедурални гушили: серијали постају хит. *True Blood* (HBO, 2008–2014) се на DVD-ију знатно више продавао од *CSI*-а, чија је гледаност за вријеме емитирања била вишеструко већа. Захваљујући новим технологијама гледатељи могу бирати и када и

гдје желе гледати серије. Јавља се феномен „другог екрана“ – пријеносног рачунала и мобитела који доприноси промјенама гледања серија. Кабелска телевизија уводи персонализирано емитурање, садржаји се више не емитурају широкој публици (*broad-casting*) него циљаној (*narrowcasting*), због чега се мијењају и маркетиншке стратегије. Рекламе циљано погађају одређени сегмент публике: канал прикупља податке о гледатељима и на темељу њих продуценти одлучују које садржаје производити и коме их нудити. Сегментирање тржишта омогућило је пословни успјех и брендирање кабелске телевизије: History Channel се „специјализирао“ за програм повијесне тематике (*Vikings*, 2013–), док Showtime нуди провокативније садржаје (*Dexter*, 2006–13; *Twin Peaks*, 2017; *Billions*, 2016–). Истој стратегији прибјегавају и компаније које су изникле из претплатничких видео-сервиса, попут Netflix-а чији се пословни успон темељи на више десе- така милијуна претплатника који серијама у њиховој дистрибуцији могу приступити стримингом.<sup>10</sup> За разлику од одабери и плати телевизија које емитурају епизоде јед- ном тједно, Netflix је понудио претплатницима да цијелу сезону његових серија по- гледа одједном.

Netflix-овом продукцијом оригиналних играних серија почиње доба „интернетске телевизије“, при чему овдје мислимо на стриминг сервисе који приказују ТВ серије, као еволуцијски корак напријед у развоју производње серија и начина њиховог гле- дања. Технолошке су новине неповратно промијениле телевизију у дигитални медиј: од високе резолуције слике и дистрибуирања стриминг видео-платформама које омогућују гледање онлајн, на захтјев, на Јутјубу, на компјутерима, таблетима, и моби- телима до још веће индивидуализације гледања серија и онлајн расправа о њима. Прва серија коју је Netflix произвео био је политички трилер *Кућа од караша*, прва веб-серија која је номинирана за награду Прајмтајм Еми за оригиналну серију, резултат је Netflix-овог пословања које је имплементирало илегално преузимање садржаја с интернета као неумитну чињеницу и понудио приказивање цијеле сезоне одједном, и на томе зарадио. Наиме, дигитална технологија је учинила дотадашње неупитно мјерило гледаности релативним: Нилсеново<sup>11</sup> рангирање се све чешће не слаже с

---

<sup>10</sup> *Streaming* означава пријенос аудио и видео садржаја путем интернета. *Download* је преузимање аудио, видео и других садржаја с интернета на локални уређај, нпр. рачунало, паметни ТВ или USB меморију и др.

<sup>11</sup> Нилсен мјери укупну гледаност (укупан број гледатеља који су гледали неки програм), *rating* (удио кућанстава које је гледало неки програм у односу на укупан број укључених ТВ пријемника) и *share* (удио пријемника укључених у одређеном тренутку). Темље се на принципу постављања Set Meters-а на телевизор у изабраним кућанствима, малих направа које се прикључују на теле- фонску линију или рутер да би слале сигнал у базу компаније. Тако се читавају подаци о врсти са- држаја које поједини гледатељ гледа и тренутку када промијени канал како би се успоредили с демографским подацима гледатеља. Они су важни јер је циљна публика ТВ мрежа она у доби између 18 и 49 година старости, јер је та скупина потрошачки најактивнија и оглашивачима најважнија.

Интернетске телевизије прате гледаност сасвим другачијом стратегијом: користе детаљне информације о кретањима, навикама и понашањима корисника на интернету што омогућава пра- ћење најразличитијих информација о њима (тзв. *metadata*). Огромне количине информација (тзв. *big data*), скупљених на овај начин, обрађују се (тзв. *data mining*) користећи технологију алгоритама који опажају обрасце понашања корисника. Сучеља са системима препорука (*monitoring similar*

оним Битторента. Неке серије су много популарније онлајн него што су биле на емитирајућој телевизији, попут *Game of Thrones* (HBO, 2011–19) или већ угасле франшизе *Battlestar Galactica* (Sci-Fi Channel, 1978–2012). Бесплатно „скидање“ садржаја с интернета је такођер начин да се повећа купња дискова, DVD-ија и Blu-ray-a, јер оно ствара нове конзументе омогућавајући им да се упознају с новим садржајем прије него што га купе. Иако је *Ипра Џријесџоља* 2012. године била серија која се највише илегално „скидала“ с интернета, HBO је то похвалио јер је пиратско преузимање потакнуло „културално брујање“ о серији због чега је порасла купња дискова.

### „Вријеме неприказивања“ и нови гледалац

Интернет је такођер омогућио интензивније кориштење врсте наративног времена која је типична за ТВ серије и не постоји ни у једном другом медију, произлазећи из дуготрајности серијалног приказивања. Наиме, осим времена фабуле (дуљина приче) и дискурзивног времена (редослијед и селекција презентирања догађаја) које серија дијели с другим медијима, рецимо филмом, телевизијска серија укључује и *вријеме неприказивања*. То су временске празнине између епизода, а затим и између сезона, о којима овиси начин и интензитет активности публике и креатора серија. Тијekom њих једни и други замишљају нове могућности приче и о њима рефлектирају. За гледалаце ТВ серија је одувјек био кључан осјећај да припадају већој публици и да о њој могу комуницирати с другима уз пријатељска окупљања у дому или на послу (отуд израз *water cooler effect*, чаврљања на послу уз апарат за воду). Данас се гледалацки ангажман преселио у виртуални свијет гдје се милијуни гледалаца из цијелог свијета окупљају коментирајући епизоду одмах након њезина емитирања, расправљајући по друштвеним мрежама или на форумима или пишући анализе на блогovima. Управо то омогућује да се серијални текстови разумијевају различито, овисно о контексту који гледалацки доноси у њих – пунећи наративне празнине, стварајући везе између ликова и улажући различите емоције у свијет приче. О том лудичком задовољству које омогућава судјеловање у активностима тумачења, истраживања и дебатирања често овиси и сама гледаност серије. Вријеме неприказивања између сезона је продуцентима и ауторима изузетно важно јер желе задржати гледалацеву пажњу до следеће сезоне и успут му продати DVD и рекламне предмете. Зато су продуценти почели дијелити задњу сезону на два дијела приказивања, између којих може проћи и једанаест мјесеци, као што је било у случају *Mad Men*-а (AMC, 2007–2015), а успут смишљајући разне начине како би публику подсјетили да серија није завршила. Продуценти *The Shield*-а (FX, 2002–2008), иако је серија сценаристички савршено преплитала напете приче, избацили су на Гуглу петнаестоминутну промотивну епизоду<sup>12</sup> „Wins and Losses“, која се бави посљедицама смрти омиљеног лика, Леманског, неприказаних

---

*content*) омогућују скупљање података о сваком кориснику чиме, посљедично, утјечу на његове изборе и понашања.

<sup>12</sup> *Promosode* су кратке епизоде које претходе приказивању сезона. Њихова прича, било да је саставни дио нарације или самостална цјелина, третира се као преднаставка (*prequel*) приче сезоне или њезино проширење описом ликова.

у серији, како би потакнули емотивни ангажман гледатеља између пете и шесте сезоне. Разлози дугих станки између сезона су разни продукцијски проблеми, од нерасположивости глумца или препирке аутора и ТВ куће око промјена увјета рада до ауторских штрајкова, али могу бити и напосто жеља аутора да се одмори од исцрпљености (David Chase у: Leibovitz и Kashner, 2012).

С обзиром на различите сервисе помоћу којих гледа серије, различите онлајн платформе, на различитим врстама екрана, било кад зажели, и ускопојасно рекламирање серија, гледатељ се све чешће назива *корисником* ТВ серија, него гледатељем. Томе је придонио и нови тип рецепције ТВ серија, „маратонско гледање“ (*binge watching*) – гледање епизода цијеле сезоне или серије узастопце у краћем раздобљу. Нове гледатељске навике повратно утјечу на промјену естетских правила, јер су одмаци од серије услјед станки при гледању сведени на минимум.<sup>13</sup> Осим што је тако сезона постала наративно заокружена цјелина с планираним свршетком, темпо приповиједања је постао знатно спорији јер се напетост не мора „пумпати“ наглим обраћима или *cliffhanger*-има, а експозицијске сцене које објашњавају претпричину постају сувишне, јер гледатељи могу боље памтити и повезивати детаље раштркане по епизодама. Као и у феномену „опетованог гледања“ једне те исте серије, гледатељ кроз маратонско гледање улази „дубље“ у свијет серије, што му пружа интензивнији емотивни ангажман и јачу идентификацију с ликовима. С друге стране, такво гледање може бити исцрпљујуће – истраживања показују да „бинцање“ узрокује несаницу, депресију и анксиозност – због чега може отупити осјећај за цјеловитост епизоде, а након таквог „засићења“ о серији се мање расправља јер се вријеме неприказивања своди на оно између сезона, а не и епизоде. Против маратонског гледања стоје и неки потврђени аутори, попут Метјуа Вејнера (*Mad Men*) јер „воли ишчекивање, кад се ствари маринирају... кад цијели тједан размишљаш о Питу јер те тотално иживцирао... о некој ситуацији из серије...“ (Ashley, 2015). И доиста, тједно гледање епизоде и данас се задржало као доминантан начин гледања ТВ серија, одржавајући тиме специфичну моћ епизодичке структуре која омогућује симултано расправљање о серији, чиме се олакшава стварање заједница гледатеља и *fandom*-а, кључних за опстанак серије.

### Гледали смо: веб-серије

Интернет је омогућио стварање веб-серија, а то су оне намијењене приказивању на интернету, свих врста, од фикцијских до документарних, и њихових хибрида, као и оних жанровских. Игране веб-серије испрва су производеле мале продукцијске куће с минималним финансијским улагањима, ослањајући се на иновативност садржаја и форме и рачунајући на масовност интернетске публике. Нови медиј убрзо освајају велике продукцијске компаније – Netflix, Hulu, Amazon и др., које серијама намјењују велике буџете.

<sup>13</sup> *Binge watching*, као дио „torrent културе“, отвара и низ социолошких питања о „умреженом друштву“ попут форматирања „друштвено коректног“ мишљења; или утјецаја технологије која подржава овакав тип гледања на гледатељеве потребе прибављањем података о гледаности путем алгоритама и *big data*.

Прве су веб-серије имале једноставне продукцијске увјете, попут *Lonelygirl15* (EQAL, 2006–2008) која се приказивала на Јутјубу као имитација видео-блога америчке тинејџерице. Успјех је био голем, управо због увјерења гледатеља да је блог реалистичан, па се мијешање фикције и стварности увријежило као најпопуларнији облик првих веб-серија. Вебизоде (*webisode*) су због скромних буџета у просјеку трајале 2–12 минута. Ослобођене ограничења строгих индустријских формата и њихових драматуршких формула, веб-серије често доносе нове идеје о начину приповиједања и обично су везане за перспективу једног лика. Тако радњу вебизоде серије *High Maintenance* (Vimeo, 2012–2015) повезује лик који бициклом дила марихуану по Њујорку, а опслужује увијек нови сет људи, дајући увид у сложеност савременог градског живота. Аутори, супружници Бен Синклер и Катја Бличфелд, продуцирали су серију са свега тисућу долара по вебизоди, а касније их је суфинанцирао Vimeo, интернетски сервис за дијелење видео-садржаја. Услијед велике популарности на Vimeo-у, НВО је 2015. наручио шест епизода, што је показало како се аматерски садржај може пробити до великих продукцијских кућа.

Креативне слободе интернета аутори серија су искористили као алат отпора против индустријске стеге. За вријеме америчког сценаристичког штрајка 2007/2008, аутор знамените серије *Buffy, the Vampire Slayer* (WB/UPN, 1997–2003), Џос Видон, кренуо је у пионирски потхват креирања, продуцирања и дистрибуирања серије мимо великих мрежа. Са својом браћом је осмислио музичку комедију *Dr. Horrible's Sing-Along Blog* (Mutant Enemy Productions, 2008) у коју је уложио око 200.000 долара. Док је ова веб-серија настала да би првенствено забавила, једна је новија показала озбиљније намјере иако јој је аутор комичар. *Horace and Pete* (Pig Newton, Inc. за LouisCK.net, 2016) је герилски експеримент Луиса Си Кеја, стендап комичара и аутора популарног *sitcom*-а *Louie* (FX, 2010–) јер је уложио властити новац, написао, режирао, продуцирао и интернетом дистрибуирао серију, користећи за то властиту репутацију. Вративши се ТВ драми у затвореном простору, доминантној ауторској врсти с почетка телевизије, у њој нема визуалних атракција, прича се бави распадом америчке обитељи, дословце и метафорички, у њезиним вриједностима. Аутор иступа против предрасуда попут декламаторног прихваћања трансродних разлика, или права жена на побачај, да би повремено сатирички убо у стварну политичку ситуацију како би гледатеља позвао на ангажман. Тако, у јеку стварне предизборне кампање, један гост у бару каже да је политички успјех Доналда Трампа очекиван у земљи у којој су се људи предали конзумеризму и тупости: „Ако гласамо за њега, то напросто значи да желимо пропасти. Онда нас треба пустити да пропаднемо.“ Луис Си Кеј је очито серију намијенио *ниша* публици с промјенивим трајањем поједине епизоде<sup>14</sup> и с намјером да испуша нов дистрибуцијски модел. Гледање серије с интернетске странице аутора се „плаћа по епизоди“, по цијени од пет долара. Ауторова је замисао била да серијом „тестира“ снагу усмене предаје, да је промовира без уобичајених механизма и тако избјегне утјецај на гледатељево мишљење. Сукус експеримента је био, ријечима аутора: „Власник сам комплетне

<sup>14</sup> Правила за пријаву за награду Еми дефинирају комедију као полусатну серију, а драму као једносатну. Изван свих задатости, трајање појединих епизода серије *Horace and Pete* варира од 30 до 70 минута.

серије. То је голема предност, и моја је заувјек.” (The Bill Simmons Podcast. Еп. 92: Louis C. K.) Некима се то учинило новим моделом производње ТВ серија, али се засад испоставио само паралелном еволуцијском граном.

### Крај телевизије?

Интернетским телевизијама које саме производе ТВ серије број расте сваким даном, осим Netflix-а, ту су и Amazon, Hulu, Apple, али и они у власништву кабелских, попут HBO Go, Showtime, Disney и др., јер се оригинални програм испоставио конкуритивном предности. Осим што, још од Netflix-ове *Куће ог караѿа*, својим високобуџетним веб-серијама руше монопол земаљских телевизија, пружају могућност неким култним серијама које су друге телевизије одбациле да наставе трајати, попут *sitcom*-а *Arrested Development* (Fox, 2003–2006). Те нагле културолошке, технолошке и продукцијске промјене довеле су до закључака како интернетска телевизија више није телевизија, проглашавајући „смрт телевизије“, какву смо до сада познавали. Наглашавајући да интернетске платформе, с мултиплим екранима насупрот једном, *narrowcasting*-ом насупрот *broadcasting*-у, *binge watching*-у насупрот тједном гледању епизода, више немају ништа заједничко с класичном телевизијом, но ти су закључци исхитрени, и, како детаљно доказује Аманда Лоц, неточни (Amanda Lotz, 2018). Лоц показује да се телевизије које су владале тржиштем прије појаве интернета – иако их назива „ба-штинске телевизије“ (*legacy television*) – развијају и гледају паралелно с интернетским, прилагођавајући се новим правилима, чиме утјечу на цијело тржиште ТВ серија.

Још важније од тога, најважнија промјена, она естетске квалитете ТВ серија, није се битно промијенила у интернетском добу. Због интернетске сведоступности која рачуна на публику дилем свијета, број доступних серија годинама експоненцијално расте, што, дакако, има своје негативне и позитивне стране. Тамна страна је феномен „peak TV-а“, ситуација у којој број оригиналних скриптираних ТВ серија достиже разину неодрживости, доносећи низ проблема и у производњи (како пронаћи „оригиналност“ којом ће се серија наметнути у мору других које се својом необичношћу натјечу да буду примјећене) и у рецепцији серија (како пронаћи, примјерице, квалитетну серију у мору квазиоригиналних или колико епизода одгледати да би се могло процијенити квалитету, с обзиром на то да многе серије процвату тек након неколико епизода или чак сезона?) (Sepinwall, 2017). Непорециво позитивна страна је та што интернетске телевизије приказују огроман број серија с неенглеског говорног подручја, на њиховим матичним језицима, и тако нас упознавају с новим друштвима и културама, од јапанских, шпањолских, исландских, на готово интиман начин, као и с новим естетикама, карактеристичнима за одређене културе (примјерице, шпањолском или тајландском), што отвара пут и „малим нацијама“ да своје серије пласирају на свјетски екран. Догод су људи физички одвојени од екрана на којем гледају серије, не можемо говорити о смрти телевизије, можда тек онда кад „учипирамо“ серију изравно у мозак, кад прихватимо виртуалну стварност као равноправну материјалној, а своју свијест учитамо у аватаре дигиталног свијета да тамо наставе постојати и након наше смрти, како то приказује серија *Учићавање* (*Upload*, Amazon Prime, 2020).



## Библиографија:

- Bill Carter. *Desperate Networks*. 2006. New York: Broadway Books.
- Edward N. Simpson. *TV History: The Most Important Technologies, People and Events that created the History of Television*. 2019. E-book, Amazon.
- Gary Edgerton. *The Columbia History of American Television*. 2007. Columbia University Press
- Elke Weissmann. *Transnational Television Drama: Special Relations and Mutual Influence between US and UK*. 2012. Palgrave Macmillan.
- David Bianculli. *The Platinum Age of Television: From I Love Lucy to The Walking Dead, How TV Became Terrific*. 2017. New York: Anchor Books.
- Amanda D. Lotz. *We Now Disrupt This Broadcast (How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All)*. 2018. London: The MIT Press.
- Amanda D. Lotz. *The Television Will be Revolutionized*. 2007. New York & London: New York University Press.
- Ken Bloom, Frank Vlastnik, John Lithgow. *Sitcoms: The 101 Greatest TV Comedies of All Time*. 2007. New York: Black Dog & Leventhal.
- Michele Hilmes, Jason Jacobs. *The television history book: Television, Media and Cultural Studies*. British Film Institute, 2003.
- British Television Drama, Past, Present and Future*. ур. Jonathan Bignell, Stephen Lacey. 2014. Palgrave Macmillan.
- The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*. 2016. ур. Kevin McDonald, Daniel Smith-Rowsey. Bloomsbury: Bloomsbury Academic.
- The Television Genre Book*. 2015. ур. Glen Creeber, 2015 (3. издање), Bloomsbury Academic
- Alan Sepinwall. „Does Anyone Still Have Time To Wait For Shows To Get Good?“, 10. 7. 2017. Апрохх. Доступно на: <https://uproxx.com/sepinwall/it-gets-better-after-six-episodes/>
- BBC Charter Review: Reith not revolution*. 2016. House of Lords: Select Committee on Communications Report of Session 2015–16. London: The Stationery Office.

**Изворник:** Сања Ковачевић: *Квалификационе ТВ серије – миленијско доба екрана*, Јесенски & Турк, 2017, Загреб, стр. 15–30. (измењено за 2. издање)