



UVJETI NASTANKA SUVREMENIH KVALITETNIH TV SERIJA

Razvoj suvremenih kvalitetnih TV serija omogućio je u SAD potkraj 1990-ih splet industrijskih, tehnoloških i estetskih čimbenika, te gledateljskih navika koje su s njima povezane. Iako se u povijesti američke televizije oduvijek moglo naći kvalitetnih dramskih serija, one su pod pritiskom slobodnog tržišnog natjecanja nacionalnih televizija¹ („velikoj troci“, ABC-u, CBS-u i NBC-ju, kasnije se pridružuju PBS, CW i FOX) bile sporadične i nisu uspjele postati tradicijom kao što su to bile u Velikoj Britaniji. Na početku prvog „zlatnog doba“ televizije (koje je počelo 1950-ih, a završilo potkraj 1980-ih), „televizijske drame uživo“, snimane su i emitirane iz televizijskih studija, a visoku kulturološku reputaciju stekle su zbog kazališnih korijena i tema koje su obrađivale uglavnom društvene fenomene, uvjek drage kritičarima. Ove su televizijske drame, npr. *Marty* (NBC, 1953) Sidnija Čajevskog ili *Dvanaest gnjevnih ljudi* (*Twelve Angry Men*, CBS, 1954) Redžinalda Rouza prve premostile ograničenja televizijskog studija i učinile medij plodnim za proizvodnju inovativnih dramskih priča. Od tih se složenih uradaka visoke gledanosti i kritičkih panegirika televizijska dramska forma račvala u dva smjera – TV film i TV seriju. TV filmu se bilo lakše probiti u podršku javne i kritičarske sfere jer su iza njih stajala jaka autorska imena: tu se autorstvo pripisivalo piscima a ne producentima kao u TV serijama ili redateljima, kao u filmu. Jedan od TV filmova koji su opravdali pozitivan utjecaj televizije kao najmasovnijeg medija je, primjerice, *Dan poslije* (*The Day After*, ABC, 1983) Edvarda Hjuma koji govori o preživljavanju stanovnika gradića nakon nuklearnog napada tijekom hladnog rata. Sudeći po izjavama Ronalda Regana, *Dan poslije* je utjecao na potpisivanje sporazuma o nuklearnom razoružanju između SAD i Sovjetskog Saveza.

U području TV serija, djela koja su imala neke artističke aspiracije teško su se, ako ikako, probijale na nacionalnim TV mrežama. Poslovni model mreža se temeljio na ubiranju profita od reklama prikazivanih tijekom stanki pri emitiranju, zbog čega je njihov program bio za gledatelje besplatan. Zbog toga su oglašivači, želeći prodrijeti odjednom do što većeg broja ljudi, utjecali na sadržaj serija koji se morao prilagoditi ukusu „prosječnog gledatelja“, usput određujući što jest, a što nije društveno prihvatljivo, i tako oblikujući javno mnjenje.

¹ Nacionalne televizijske mreže (*broadcast television networks*) prenose televizijski signal bežičnim odašiljanjem, dok kabelske televizije to čine kabelom. Budući da se kabelska televizija financira pretplatom kabelskim operaterima, ona ne emitira oglase, osim onih za vlastiti program, pa ima veću slobodu emitiranja sadržaja. Razlika između osnovne kabelske televizije (*basic cable*) i *premium* kabelske je ta što prva dodatno naplaćuje osnovni paket ponuđača kabelskih usluga (npr. HBO, Showtime i Starz), dok osnovna ne (npr. FX, AMC).

U okviru mrežne politike takozvanog „najmanjeg zajedničkog nazivnika”, producenti su zahtijevali da serije ponude atraktivnost i zabavu, sadržaje koji se „lako prate”. TV serija je morala stvoriti kod gledatelja naviku redovitog tjednog gledanja – i svojom strukturom, ne samo sadržajem. Razvijajući radnju tako da zadrži gledatelje i nakon stanki za reklame, struktura serijske priče se formirala u skladu s brojem reklamnih stanki, a ne dramaturških zakonitosti. Broj i trajanje reklama je određivao broj dramskih činova – od uobičajena četiri čina, taj se broj do danas popeo na sedam! – pa je sadržaj epizode postao toliko rasjepkan da se činilo da popunjava vrijeme između reklamnih blokova. Zato su na kraju svakoga čina, omeđenog reklamom, kao i na kraju epizode, serije koristile *cliffhangers*,² najnapetije trenutke u priči kojima se ona naglo prekida ostavljajući gledatelja u neizvještnosti. Ovu su spisateljsku tehniku autori koristili i na kraju serije koju se odlučilo otkazati, nadajući se da će time pridobiti producente da je nastave, premda je takvo dramaturško rješenje štetilo zaokruženosti serijalnog djela. Neki kreatori su se, prezasićeni prinudom industrije, ismijavali tom izraubanom alatu, poput autora *Twin Peaks*-a koji su nakon odluke o gašenju, seriju završili ironijskom rečenicom Laure Palmer: „Vidimo se za 25 godina”, što se pokazalo uspješnom polugom održavanja nade za nastavkom serije, kao i reklamnim adutom prije prikazivanja treće sezone, 25 godina poslije.

S obzirom na to da je vrsta protagonista u seriji najveći adul privlačenja publike, u razdoblju dominacije velikih mreža glavni lik je obavezno bio junak koji na kraju priče trijumfira nad svim preprekama jer je optimizam završetka nužan dio politike po kojoj serije moraju opustiti i zabaviti gledatelja. Tada cvatu „eskapistički” žanrovi, znanstvenofantastični (*Battlestar Galactica*, ABC, 1978–1980), vesterni (*Gunsmoke*, CBS, 1955–1975), detektivski i policijski (*Rockford Files*, NBC, 1974–1980), a naročito komedije. Najviše je obiteljskih komedija koje u središti imaju *pater familias*-a (*Cosby Show*, NBC, 1984–1992; *All in the Family*, CBS, 1971–1979) ili o grupi prijatelja (*Cheers*, NBC, 1982–93), čak i u ratnom žanru – najgledanija serija američke televizije donedavno je bila komedija *M*A*S*H** (CBS, 1972–1983). U tom se razdoblju zacementiralo mišljenje da TV serije nemaju drugi cilj nego zabaviti i tvrdokorno će se zadržati dugo nakon prvih demantija, serija koje će se pojaviti u idućem razdoblju razvoja američke televizije.

Gledali smo:³ vrste televizijskih serija

TV drama i TV film

U sličnom trajanju od 50 do 70 minuta, TV drama (*single play*) se od TV filma najviše razlikuje po znatno manjem budžetu, podsjećajući na imitacije kazališnih djela. Današnja

² *Cliffhanger*, „napeti kraj“ je narativno sredstvo postizanja napetosti, a termin potječe iz holivudskih filmskih serijala s početka 20. stoljeća koji su najčešće završavali s junakom koji ostaje visjeti iznad provalije držeći se za liticu (*cliffhanging*).

³ *Recaps* je kratka sekvenca prije početka epizode u kojoj kreatori sumiraju ključne trenutke radnje iz prethodnih epizoda kako bi osvježili memoriju redovitog gledatelja, a u odnosu na priču koja slijedi, i novim gledateljima dali nužne informacije potrebne za praćenje serije. Danas se kultura *recaps*-a toliko razvila da su dobili specijalne internetske stranice na kojima gledatelji raspravljaju o tome što bi se moglo dogoditi u budućim epizodama, a kritičari ih koriste kao svojevrsne analitičke saobraćajne znakove.

razlika između TV filma i kino-filma je zbnjujuća u slučaju kad potonji imaju mali broj likova i veći broj interijera, jer se njihovi budžeti više ne razlikuju kao nekad, kada su TV filmovi bili niskobudžetni, nalikujući TV dramama. Njihova je osnovna razlika u vrsti priče: poštjujući i dalje masovnost svoje publike, TV film se bavi temama crpljenima iz aktualnih događaja, često se odnoseći na politički ili društveni fenomen iz recentne stvarnosti, i stoga im ne pristupa artistički, poput art filma za kino. Realističan prikaz, autentičnost, aktualnost TV filma obilježe je samog medija: televizija se od svojih početaka temeljila na prijenosima vijesti, simultano velikom broju ljudi, s lica mjesta i u realnom vremenu. Zato se TV film bavi „pričama s naslovnicu“, bilo tragedijama iz svakodnevice (*Damilola, Our Loved Boy*, BBC, 2000, govori o roditeljima koji traže pravdu za svog sina kojega su ubili vrišnjaci; *Murdered by My Father*, BBC3, 2016, govori o muslimanskoj zajednici u VB); ili političkim događajima (*Too Big to Fall*, HBO, 2011, koji govori o padu burze 2008); ili intrigantnim biografijama (*Marvellous*, BBC, 2014), pa i povjesnim osobama. Europska tradicija javne televizije je bogata primjerima TV filma, dok su na američkim TV mrežama dugo služili tek kao pilot-epizode za TV seriju. Oživjele su ga tek kabelske televizije jer im je postala važna kritičarska promocija za utvrđivanje *brenda*, poput *Game Change* (2012) koji je HBO-u prisrbio sve značajne strukovne nagrade.

Epizodička serija

Najčešća i najranija vrsta TV serija u povijesti medija u svakoj epizodi ima stalni set likova s radnjom koja započinje i završava unutar epizode. Najpopularnija podvrsta epizodičke serije su procedurali (*procedural*), nazvani tako jer im je glavni narativni element istražni postupak koji se koristi pri rješavanju „slučaja“ u epizodi, a čija vrsta određuje žanr procedurala. Tako, u medicinskom žanru, likovi istražuju neku bolest (*House M. D.*, Fox, 2004–2012), u pravnom istražuju mogućnosti rješavanja pravnog slučaja (*Law & Order*, NBC, 1990–2010), ili forenzičkog (*CSI: Crime Scene Investigation*, CBS, 2000–2015). *Dosjei X* (*X Files*, Fox, 1993–2002) su kao „slučaj“ epizode istraživali novu paranormalnu pojavu, što se u žanru fantazije i horora uvriježilo u pojmu „čudo-više tjedna“. Većina komedija pripada „situacijskoj komediji“ (*sitcom*) koja u jednoj epizodi postavlja komičku situaciju, poput nesporazuma među likovima, koji razriješava do kraja epizode. Procedurali mogu pripadati formatu kratkog trajanja (do 40 minuta), ili dugog trajanja, poput detektivske serije *Sherlock* (BBC, 2010–17) čija svaka epizoda traje 90 minuta.

Iako se pojam formata uvriježio u svakodnevnom govoru o TV serijama u raznim, proizvoljnim značenjima, to je zapravo specifično producijski termin koji određuje neku televizijsku emisiju kao tržišnu robu. Format je njezina „deklaracija“: paket propisa koji se, poput kuvarske recepta s nepromjenjivim sastojcima, prodaje kupcu.⁴ Tako se serija sa

⁴ Format je pisani dokument koji detaljno opisuje sve ključne komponente emisije s ciljem da se zaštite prava na iznajmljivanje ili prodaju koncepta. Češće se odnosi na *reality* i *game show*-ove nego naigrane serije, jer je u potonjima teže odrediti „originalne“ elemente. Format treba razlikovati od televizijske

strogim pravilima o karakterizaciji likova, miljeu, konceptu priče, trajanju, proceduri rješavanja problema (zločina) slično, može adaptirati u nekoj drugoj sredini, poput *CSI: Miami*, *CSI: Las Vegas* ili *Na terapiji* (*BeTipul*, HOT3, 2005–08). To također znači da se u igranim serijama, u vječnoj potrazi za originalnosti, granice jednog formata teško mogu prekoračiti, a da se ne izmisli novi.

TV mreže su oduvijek preferirale proizvodnju epizodičkih serija jer se najlakše prodaju sindikacijom⁵ ili prodajom u inozemstvo. S obzirom na to da nemaju „memoriju“ niti značajan razvoj odnosa među likovima, njih se može gledati neovisno o redoslijedu prikazivanja epizoda, pa se mogu i reprizirati u bilo kojem redoslijedu i s dužim prekidima, što ih čini znatno poželjnijim za kupnju od serija koje se moraju prikazivati u kontinuitetu. Zbog svoje megapopularnosti, ova je vrsta izrodila tip *spin-off* serije. Kako taj engleski pojam sugerira, ovakva je serija „izvrтana“ iz neke druge serije, iz nje je preuzela lik(ove), a ponekad samo žanr ili motive priče. Primjerice, brojne su *spin-off* serije potekle iz originalnih *Zvjezdanih staza* (*Star Trek*, NBC, 1966–1969), od prve, *Star Trek: Next Generation* (CBS, 1987–1994), *Star Trek: Enterprise* (UPN, 2001–2005) itd., s kojom su dijelile milje svemirskog broda i osnovne priče o susretu Zemljana s vanzemaljskim vrstama. Kasnije su *spin-off*-ovi postali način „cijeđenja“ profita iz bilo koje serijske mega-uspješnice, iako to sami rijetko kad postanu. Takva je serija *Nazovi Sola* (*Better Call Saul*, AMC, 2015–), *spin-off* izveden iz lika odvjetnika u seriji koja se sasvim razlikuje od epizodične vrste, serijalu *Na putu prema dolje* (*Breaking Bad*, 2008–13).

Serijal

Serijal obilježava kumulativna naracija, radnja koja se kontinuirano razvija iz epizode u epizodu da bi do razrješenja došla u zadnjim nastavcima sezone ili na kraju serije. Tipično prati putanje nekoliko priča koje se razvijaju usporedno, uz glavnu koja se proteže kroz jednu ili više sezona. Serijal koristi jedinstveni set glavnih likova kojima se pridodaju novi, dok se već postojeći izbacuju, a s vremenom prolaze razne vrste promjena. U šarolikom pejzažu suvremenih serija teško je pronaći čiste oblike serije i serijala, pa je pravilnije govoriti o stupnju serijalizacije TV serije, pri čemu razlikujemo „visoko“ i „nisko“. Nisko serijalizirane serije, odnosno one epizodičkog tipa, imaju barem jednu kontinuiranu, zaokruženu priču tijekom više epizoda, dok u visoko serijaliziranim serijama, odnosno serijalima, epizode često imaju svojevrsnu problemsku temu koju razrješavaju na svom kraju.

franšize. Format se franšizira kada se taj paket prodaje korisniku franšize kako bi je prilagodio lokalnom gledateljstvu, pa tada uključuje i set usluga i organizaciju poslovanja.

⁵ *Syndication* je američki model prodaje serije televiziji na kojoj nije prikazana premijerno. Naime, prava na prodaju serije ima producijska kompanija koja ju je proizvela za TV mrežu koja je premijerno emitirala. Nakon nekog vremena, proizvođač serije je može prodavati drugim TV mrežama ili u inozemstvo, i tek u toj fazi sindikacije ubire profit. *Zvjezdane staze* u premijernom emitiranju na NBC-u (1966–1969) nije bila gledana ni profitna, ali je to postala nakon što je ušla u sindikaciju. Prag isplativosti za repriziranje u dnevnom ritmu je 88 epizoda, otuda i njihov velik broj u epizodičkim serijama.

Serija samostojećih epizoda (Anthology Series)

Serijs samostojećih epizoda nazivaju se najčešće „antologije”, etimološki upućujući na kolekcije. Sastoje se od neodređenog broja epizoda ili sezona koje čine samostalne priče, a načelno su povezane temom, miljeom, stilom ili setom likova, ili čak samo žanrom i autorom. *Epizodni tip antologije* je starijeg datuma, a od kvalitetnih – doslovno antologijskih – izdvajaju se fantastičko-filosofska *Zona sumraka* (*The Twilight Zone*, CBS, 1959–1964) Roda Serlinga i britanska *Talking Heads* (BBC, 1987–1998) Alana Beneta. Neke od njih maksimalno koriste ograničenja medija, oslanjajući se samo na briljantnost pisanja i glume (u *Talking Heads*-ima svaka epizoda sastoji se od statičnih scena s jednim likom koji prepričava događaje u kameru, tek se povremeno premještajući iz jednog dijela prostorije u drugi) dok druge uspješno koriste estetiku filma, poput *Black Mirror*-a, Čarlija Brukera (Channel 4, 2011–) i *Clocking Off*-a Pola Abota (BBC, 2000–2003). Nakon više desetljeća zanemarivanja antologija, američka produkcija ih je opet oživjela, ali kao sezonski tip antologije. Zaokružene sezonske priče su u novom mileniju postale zanimljive producentima i autorima jer nude veću slobodu kreacije priča i likova koji se mogu „premještati” kroz vrijeme i prostor nudeći gledateljima i sigurnost poznatog i svježinu novog. Tako se u *American Horror Story* (FX, 2011–) priča prve sezone zbiva 2011. godine u obiteljskoj kući, druga se događa 1964. u duševnoj bolnici, treća 2013/1830-ih u Nju Orleansu, itd., zanimljiva i zato što u svakoj sezoni koristi isti set glumaca, dok likovi koje oni tumače nisu međusobno povezani. Televizijskoj industriji je „antologija“ idealna za privlačenje interesa poznatim naslovom (*Fargo*, FX, 2014, Noe Houlja po premisi kulturnog filma braće Koen), ili poznatim glumačkim imenima koja se čak mogu, po potrebi, zamijeniti drugim zvijezdama u narednim sezonomama, kao u *True Detective* (HBO, 2014–). Također joj je najmanje rizična vrsta, iz razloga povezanih s miniserijom.

Miniserija

Ova se vrsta može odrediti kao serijal s unaprijed omeđenim brojem epizoda koji varira od tri do deset (iznimno do 15), a čija glavna priča ne predviđa, ili čak ne dopušta, nastavak nakon kraja. Koncept je nastao 1970-ih u SAD i ubrzo postao popularan (*Roots*, ABC, 1977; *Shogun*, NBC, 1980). Zahvaljujući potenciji da detaljnije razrade zaokružene narative, miniserije često opisuju velike društvene događaje, na primjer, američku invaziju na Irak u *Generation Kill* (HBO, 2008). Zato su često povjesnog žanra, bilo da opisuju specifičan povijesni događaj (*Our Friends in the North*, BBC, 1997), bilo da koriste povijest kao epsku pozadinu (1864, DR, 2014; *Das Boot*, Sky, 2018). Britanske televizije tradicijski preferiraju miniseriju, šireći je na sve žanrove, od političke drame (*State of Play*, BBC, 2003) do hororične *Utopiae* (Channel 4, 2013). Zbog duljine trajanja i narativne cjelovitosti, miniserije su izuzetno pogodne za adaptacije romana, poput *Mildred Pierce* (HBO, 2011) prema romanu Džejmsa M. Kejna i filmu Majкла Kertiza. Kao svojevrsni „produženi film“, miniserija je vrlo zahvalna za artističke izražaje, pa je ta vrsta najviše privlačila renomirane filmske autore poput R. V.

Fasbindera (*Berlin Alexanderplatz*, Westdeutscher Rundfunk, 1980) ili Lrsa fon Trira *Kraljevstva* (*Riget*, DR, 1994–1997). Noseći pečat samostalnog autora, od svojih početaka su imale najviši kulturni status među serijama, i najčešće prodavane u inozemstva, dobivajući reputaciju najpopularnije i najlukrativnije vrste.⁶

Jedan od razloga popularnosti miniserije jeste u tome što ona ponekad može omogućiti daljnji razvoj priče, kroz drugu vrstu ili varijaciju iste vrste, nakon određenog vremena. Tako je *Kuća od karata* (*House of Cards*, BBC, 1990) dobila nastavke *To Play the King* (1993) i *The Final Cut* (1995), tvoreći svojevrsnu trilogiju. To je bila privlačnost koja je nagnala američke nacionalne mreže – nakon prekida proizvodnje miniserija 1980-ih i 1990-ih kada nisu ostvarivale željeni profit repriziranjem – da se vrati miniseriji u novom mileniju. Remisija se dogodila u obliku tzv. „ograničenih serija“ (*limited series*), što je zapravo produkcijski termin za miniseriju koja ima šanse za nastavak proizvodnje – ako se ispusti uspešnicom. Da zbrka bude veća, „ograničene serije“ se ne razlikuju od antologičkih sezona, osim po odlukama producenata koji su ih kreirali planirajući njihov mogući nastavak. Sama pojava „ograničenih serija“ dokaz je koliko su granice između vrsta televizijskih serija porozne i nestabilne, ali još uvijek korisne u operativne svrhe.

Drugo zlatno doba

Narativni razvoj serija s početka 1980-ih i multikanalska tranzicija krajem 1980-ih obilježavaju novu fazu razvoja TV serija. Povećanjem broja kabelskih televizija, koje su većinski u posjedu istih korporacija koje su vlasnice i TV mreža,⁷ stvara se niz opcija za gledatelje. TV mreže zbog toga nastoje pridobiti i obrazovanju publiku pa počinju snimati serije čiji su likovi složeniji, teme kontroverznije, a serijalizacija unutar proceduralnih vrsta veća, poput *Hill Street Bluesa* (NBC, 1981–1987) i *NYPD Blue* (ABC, 1993–2005). Nakon serije *Twin Peaks* (ABC, 1990–1991) uvode se novi narativni standardi i filmski kanoni pa tijekom 1990-ih nastaju serije s artističkim pomacima: *Život na sjeveru* (*Northern Exposure*, CBS, 1990–1995) opisuje utopijsku zajednicu s mnoštvom kulturnih referenci, a *sitcom Seinfeld* (1989–1998) govori „ni o čemu“, popularizirajući metareferencijalnost koju će obilato koristiti i dramske serije. Iako nisu bile namijenjene široj publici, te su serije televizijskoj industriji dokazale da vješto napravljena „pomaknutošt“ može biti i unosna i trajna.⁸ No, kako dokazuje *Twin Peaks*, televizijska publika nije bila spremna razumjeti značenjske slojeve ispod onih zabavnih, pa ga je mreža ukinula.

Serijalnu „revoluciju“ začinju tek promjene na premijum kabelskim mrežama jer one nemoraju prikazivati reklame, osim one za vlastiti program. U svojim počecima, kabelske te-

⁶ Ja, *Klaudije* (I, *Claudius*, BBC, 1976), *Brideshead Revisited* (ITV, 1981) i *Rich Man, Poor Man* (ABC, 1976) bile su prve hit miniserije, nagrađivane Emijem.

⁷ Američkim televizijskim tržištem vlada šest velikih kompanija: Warner Bros, Disney (ABC), NBC Universal, Sony, Twentieth Century Fox (Fox) i CBS Paramount (CBS). Ti medijski giganti posjeduju i glavne kabelske televizije, npr. HBO (vlasnik je Time Warner koji sa CBS-om ima vlasništvo nad CW TV mrežom) i Showtime.

⁸ *Seinfeld* je zaradom u sindikaciji daleko nadmašio konvencionalni *sitcom Friends* (NBC, 1994–2004).

levizije su reprizirale filmove i proizvodile jeftine nefikcijske formate – Home Box Office (HBO) je emitirao sport, stendap komedije pune prostota i golicave „dokumentarce“ (*Real Sex*, 1990). Kabelskima se otvara prostor za istraživanje novih oblika serijalnosti i njihovih naracija ne samo zato što nisu morale brinuti o oglašivačima, nego i zato što nisu podlijegale pravilniku Federalne komisije za komunikacije (Federal Communications Commission, FCC) koji regulira podobnost sadržaja za javno emitiranje pa su smjele prikazivati više golotinje, nasilja i prostota od osnovnih kabelskih televizija i nacionalnih TV mreža. Budući da je FCC mrežama dopuštala obilje nasilja, ali je rigorozno cenzurirala prostote i golotinju (npr. NBC je u *ER*-u (1994–2009) morao izbaciti dvije sekunde snimke golog pacijenta), psovke i golotinja su postale specifična razlikovnost serija premium kabelskih televizija. Time se promijenio i njihov poslovni model: profit nisu stjecale prodajom reklama, nego privlačenjem publike koja želi potrošiti dodatnih 15 dolara za mjesecnu pretplatu. Počele su se obraćati nešto imućnijoj publici koja je uglavnom i obrazovanija, dakle i nešto zahtjevnija u pogledu kvalitete sadržaja. Iako bi se gledanost kabelskih uspješnica na mrežama smatrala sramotnom, kabelskima je bila dovoljna zahvaljujući politici zarađivanja na proizvodima koji prate prikazivanje serije (*merchandise*). Tako je došlo do *demografske segmentacije tržišta* na kojem raznovrsni tipovi niša publike (*niche audience*) postaju alternativa masovnoj publici, nepovratno mijenjajući gledateljske navike. Naime, kabelske televizije omogućavaju emitiranje serije više puta tjedno pa se unificirajući doživljaj gledanja „obvezatne televizije“ (*must see TV*) s TV mreža zamjenjuje „naplatnom televizijom“ (*pay TV*) koja gledateljima omogućava da seriju gledaju izvan programom utvrđenog termina. Tako krajem 1990-ih, tehnologije koje su omogućile personalizaciju gledanja – digitalni video-rekorderi (DVR) ili „gledanje na zahtjev“ – polako vode ka prihvaćanju TV sadržaja koji više nisu samo zabava nego zahtijevaju određeni mentalni angažman.

Otočka tradicija prelazi ocean

Zahvaljujući jezičnoj i kulturnoj srodnosti Velike Britanije i SAD, kvalitetne serije koje su Britanci desetljećima proizvodili snažno su utjecale na kvalitetu američkih TV serija daleko prije serijalne „revolucije“ krajem 1990-ih. Britanska javna televizija, British Broadcast Corporation (BBC), od samih je početaka inzistirala na implementaciji kulturno-društvenih vrijednosti koje nisu ovisile o zaradi. Utemeljitelj načela proizvodnje javnih sadržaja, legendarni lord Rit (John C. W. Reith, 1889–1971), čeličnom je rukom provodio maksimu po kojoj je cilj emitiranja BBC-a informiranost, edukacija i zabava. Politika „ritianizma“ je uključivala kriterije „jednake zastupljenosti svih gledišta na temu, objektivnost, profesionalnu etičnost i nepotkupljivost djelatnika“, koje vrijede i danas (BBC Charter Review, 2017). U takvom se ozračju formirao britanski kritičarski i gledateljski stav prema dramskim serijama, čije se autorstvo, u svjetlu britanske književno-dramske tradicije, pripisivalo pojedinačnom autoru, a ne kolektivu kao na američkim TV mrežama. Kao i američke, rane britanske TV drame bile su snimane statično, uživo pred publikom, zbog čega ih je znameniti producent Sidni Njuman nazvao „foteljaško kazalište“. Njegova sjajna kolekcija TV drama, početkom

1960-ih, koja je uključivala klasike poput *A Night Out* Harolda Pintera, postupno je izlazila iz studija i smještala radnju u radničku klasu. Time su se i TV serije uklopile u britanski kulturni pokret „kuhinjskog sudopera“ (*kitchen sink*) koji je karakterizirao stil socijalnog realizma i likovi radnika koji prosvjeduju protiv svojih ispraznih života i teških materijalnih uvjeta. Njegov je utjecaj vidljiv i danas, lako prepoznatljiv u raspravama likova o društvenim problemima po zadimljenim pabovima, kao, primjerice, u *Besramnicima* (*Shameless*, 2004–2013) Pola Abota. Njuman je bio idejni začetnik legendarnog ciklusa serija *The Wednesday Play* (BBC, 1964–1970) kojoj pripadaju kulturno antologische TV drame poput *Up The Junction* (BBC, 1965) Nel Dan, koja progovara o ilegalnim pobačajima. Tim se serijama začinje „britanski stil“, kasnije prepoznatljiv po tematiziranju osjetljivih društvenih problema, dokumentarističkog stila i upotrebi dijalekata. Najpoznatija od njih, TV drama Džeremija Sandforda *Cathy Come Home* u režiji Keneta Louča (BBC, 1966) otvorila je teme o kojima su mediji izbjegavali govoriti – beskućništvo, nezaposlenost, pravo majke da zadrži svoju djecu..., a imitaciju dokumentarnog stila dovela je do krajnosti naratorom koji citira statističke podatke o stambenoj situaciji u zemlji. Njezino je prvo prikazivanje pratila četvrtina britanske populacije, a ta je popularnost utjecala na promjenu zakona i potakla razvoj dobrotvornog društva *Shelter* koje i danas pomaže beskućnicima. U ovom se razdoblju razvija snažan utjecaj pojedinačnih producenata na čijim je odlukama počivao rizik realiziranja serija začudnih sadržaja, antipatičnih likova i tmurnih atmosfera koje se široj publici nikad nisu sviđali. A i u komediji je trebalo imati petlje i producirati ekscentrični *Monty Python's Flying Circus* (1969–74) unatoč strahu BBC-a da će projekt sigurno propasti, ali i ustrajati unatoč prvotnoj slaboj gledanosti, bez čega ne bi bilo niti *Mučki* (*Only Fools and Horses*, 1981–2003). Lako se američki korporativni sustav u takvim odlukama vodio diktatom komercijalnosti, krajem 1970-ih u njemu se pojavljuju ekscesi – uvezene britanske serije koje uvode sintagmu „drugačije televizije“, puno prije HBO-a.

U vrijeme, PBS CBS i NBC su prikazivali britanske dramske serije, uglavnom povijesne poput *Upstairs, Downstairs* (ITV, 1971–75), ali i policijske poput *Z-Cars* (BBC, 1962–78) koje su kritičari smatrali mnogo kvalitetnijim američkim jer su pokazivale drugačije pripovijedanje od onog u prajmtajm, epizodičkim serijama. Britanske su serije svoje kompleksne priče pružale kroz nekoliko narativnih linija preko više epizoda, tražeći od gledatelja da razvije „memoriju“ o radnji iz prethodnih epizoda. Osim toga, njihov je sadržaj bio edukativan, donosio je teme koje su se iščitavale društveno i historijski relevantnima. U tom smislu, britanski se utjecaj nije širio samo u dramama nego i u *sitcom*-ima, gdje se posebno izdvaja *All in the Family* (CBS, 1971–79), megapopularna adaptacija BBC-ijevog *sitcom*-a *Till Death Us Do Part*. U verziji američkog autora, Normana Lira, uvjerenog u snažan pozitivan utjecaj televizije kao masovnog medija, označio je prekretnicu u žanru. *Sitcom* je prikazivao rasističkog junaka i razne tabu-teme, poput mizoginije, Vijetnamskog rata ili impotencije, kao izraze zatucanosti i predrasuda. Mnogi kritičari smatraju *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970–82) kvalitativnom raskrsnicom sa simplicističkim likovima i zapletima, ali je ipak najznačajnija kao prva feministička serija, s glavnim ženskim likom neudate, neovisne žene usmjerene na karijeru, i to televizijskog producenta.

Ukratko, američka je dramska serija već od 1970-ih uvozila serijaliziranu formu, društvenu relevantnost i uvažavala obrazovanu publiku, što je izravno utjecalo na preteče suvremenih kvalitetnih serija poput *Hill Street Bluesa* sa svojim nad-epizodičnim i socijalno osviještenim zapletima koji se obraćaju obrazovanoj i urbanoj publici. Tijekom 1980-ih, serije polako preuzimaju elemente tipične za modernistički art film, samorefleksivnost i kulturnu intertekstualnost, što se jasno vidi u *St. Elsewhere* (NBC, 1982–1988). Ta je medicinska serija obilovala referencama na kulturni britanski *The Prisoner* (ITV, 1967), seriju koja je prva uvela pojedinačnog i kompletног autora serije koji svojom autorskom vizijom oblikuje TV seriju kao autorsko djelo. Tako se, pod britanskim utjecajem, u američki model autorstva koji je podrazumijevaо da je kreator serije producent – najčešće začetnik ideje priče koju zatim raspisuje tim scenarista, a izvedbu nadgledaju razni producenti što čini seriju kolektivnim, autorski neutralnim, djelom – polako uvukao alternativni model po kojemu kreator serije može sudjelovati u njezinom razvoju i kontrolirati produkciju. Tako je nastao *show-runner*, glavni scenarist i producent u jednoj osobi, kao što je bio, primjerice, Stiven Bočko. I on je svoju seriju *Cop Rock* (ABC, 1990) temeljio na kultnoj britanskoj seriji *The Singing Detective* (BBC, 1986) Denisa Potera, nazvanom „najgenijalnijom dramskom serijom napisanom izravno za televiziju“.⁹ Do tada je to vjerojatno i bila, kao jedan od rezultata kreativnog naprezanja BBC-a tijekom konkurentske utakmice s ITV-em, koju je igrao otkad je ITV osnovan, još od 1955. godine.

Kao komercijalna televizija, ITV je od svojih početka prikazivao pretežno serije za širu publiku. Ali, čak su se i komercijalne televizije morale prilagoditi očekivanjima publike i kritike koje je BBC odgajao čvrstom rukom, pa je ITV povremeno izbacivao začudno napredne serije, poput kritičkog i oporog psihološkog trilera *Cracker* (1993–1995) Džimija Makgoverna ili detektivske drame sa ženskim junakom, *Prime Suspect* (1991–2006) Linde La Plante. Treća velika britanska televizijska mreža, Channel 4 (koji je u vlasništvu vlade, ali se financira prodajom reklama, od čega kupuje serije od nezavisnih producentskih kuća), nastupio je 1982. još ambicioznije, njegujući reputaciju izazovnih sadržaja u svim žanrovima. Producirao je jednu od prvih suvremenih art miniserija, Poterov *Cold Lazarus* (1996), zatim i najkontroverzniju seriju u povijesti britanske televizije, *Queer as Folk* (2000–2005) Rasela T. Dejvisa. Ona prikazuje autobiografsku priču o grupi prijatelja iz mančesterske homoseksualne zajednice, pa su je, zbog vjernih opisa seksa, kritizirali i protivnici i pobornici istospolnih zajednica. Ipak, na programu se tako dugo održala ne samo zbog toga što, kako će vam reći svaki novopečeni producent, seriju prodaje seks, nego i zato što je beskompromisno raspravljala o svim problemima važnim za širu zajednicu, poput HIV-a ili posvojenja djece u istospolnim zajednicama. Nastala iz želje producenata da izazovnom temom podignu prašinu, ova je serija potvrdila da se kreativni rizici i hrabri iskoraci iz društvenih korektnosti na televiziji i te kako isplate. Unatoč istrazi koju je zbog „nepristojnog“ sadržaja provela Komisija za održavanje standarda emitiranja (Broadcasting Standards Commission), serija je imala milijune gledatelja i postala kulturnom. Channel 4 se, uz domaću

⁹ Citirano iz: Elke Weissmann, *Transnational Television Drama: Special Relations and Mutual Influence between US and UK*, 2012, Palgrave Macmillan. Vidi str. 64–116.

proizvodnju, nastavio brendirati uvozom „pomaknutih“ serija iz SAD, poput *Homicide: Life on the Streets* (NBC, 1993–1999), koje su pionirski pomicale granice medija, do praga rađanja žanra „američke kvalitetne serije“ (*American Quality Drama*). To je bio *Twin Peaks*, superna-va televizije koja je svoje plodne supstance raspršila na oba kontinenta, opisana je u po- sebnom poglavlju.

Doba HBO-a

Opće je poznato da je krajem 1990-ih HBO postao vodeća kabelska televizija u SAD i svijetu tako što je ponudio serije vlastite proizvodnje kojima se htio istaknuti u odnosu na nacionalne mreže. Već se prvom dramskom serijom, *Oz* (1997–2003), koja precizno prikazuje brutalni svijet okorjelih kriminalaca u zatvoru, prepoznaje da HBO želi pomicati gra-nice gledateljevih očekivanja. Dok su TV mreže morale razvlačiti svoje serije u 22 epizode, koliko im je potrebno za zaradu putem sindikacije, HBO iskorištava povlasticu kabelskih televizija – višestruko repriziranje svojih serija – i nudi zaokružene priče unutar sezone od 8 do 13 epizoda i time gledateljima pruža intenzivniji doživljaj gledanja. Prvi hit, komedija o ženskom prijateljstvu *Sex and the City* (1998–2004), planetarno proslavlja HBO kombinacijom lepršave seksualnosti i ozbiljnih preokupacija suvremenih žena. Ipak, istinsku prijelomnicu obilježava *Obitelj Soprano*, čijim emitiranjem 1999. počinje „treće zlatno doba“ američke televizije, a koje obilježava dominaciju antijunaka – maskulinih loših momaka koje volimo. Ali, Toni Soprano nije bio prvi punokrvni antijunak televizije, on je razvalio vrata da otvari doba njihove prevlasti. Prvi serijalni antijunak je bila žena, glavni lik *Nikite* (*La Femme Nikita*, USA/CTV, 1997–2001), ubojice policajaca, a slijedio ju je Džim Profit iz serije *Profit* (Fox) koja je još 1996. godine uvela zlikovca za protagonistu, i to u stilu Ričarda III. Nakon što su te rane antijunake producenti jedva odobrili i snimili, publika ih je odbaciла. Iako su narativno antijunaci daleko intrigantniji od junaka pa stoga proizvode i veću napetost radnje i priliku za „zabavu“, gledateljima je bilo prerano prihvatićti činjenicu da su junaci postali naivan koncept u zemlji u kojoj učenici puškom pobiju pola svoje škole i ko-ja započinje ratove zbog pukog iskazivanja vojne snage. Kad se publika zaljubila u Tonija Soprana, nastavili su nicati njegovi antijunački klonovi po raznim milenijskim serijama, od kojih su neki vrhunac naracije u povijesti medija, kako su opisani u ovoj knjizi. Već se tada, u sjeni glavnih mačosa, javljaju i prve prave, karakterne i slojevite, antijunakinje poput Fione Galager iz britanskih *Besramnika*, Nensi Botvin u *Travi* (*Weeds*, Showtime, 2005–12), a tek Peti Hjus u *Opasnim igrama* (*Demages*, FX, 2007–10), ali ih publika prihvata stidljivo. Tek kad muško antijunaštvo postane kliše, naročito u svjetlu društvenih promjena nakon globalne recesije, struja „ženskih“ serija će nakon 2010. godine zaprijetiti da skine mačose s televizijskog trona. Ženski antijunaci postaju omiljeni protagonisti, od Sersei Lanister iz *Igre prijestolja*, Rejčel Goldberg i Kvin King iz *UnReal* (Lifetime, 2015–17), Elizabet Dženings iz *Amerikanaca* (*Americans*, FX, 2013–18) do Selin Mejer iz *Potpredsjednice* (*Veep*, HBO, 2012–19). Osim junaka sumnjivog morala, HBO je – pod snažnim utjecajem Krisa Albrehta, jednog od najodvažnijih producenata u povijesti televizije – preferirao kontroverzne sadržaje i

razvijao politiku „autora u središtu“. Time je privukao talente željne odbacivanja konvencija, pa tako i filmske autore. Suprotno od mrežne televizije, HBO je otada poznat po tome što autoru serije – osobi koja je osmisnila koncept i napisala prvu epizodu – daje vrijeme, novac i slobodu da provede svoju viziju bez cenzure, što je omogućilo dotad neviđenu kontrolu televizijskog autora nad svojim djelom.

Treće razdoblje novih tehnologija

Od početka 2000-ih do danas, i neke druge kabelske televizije su nastojale postići reputaciju proizvođača kvalitetnih TV serija, natječući se međusobno u zlokobnoj složenosti glavnih likova i zamršenosti zapleta koji stalno iznova uče publiku novim narativnim normama. No i prije tih kreativnih promjena, TV mreže su se sve teže nosile s promjenama u ekonomskoj logici televizije i gledateljskim navikama, sve dok njihova hegemonija nije definitivno pala oko 2005. godine. Najprije je razvoj tržišta DVD-ija, koji je počeo neočekivanom višemilijunskom prodajom prve sezone serije *Izgubljeni* (*Lost*, ABC, 2004–2010) poljuljao primat gledanja serija za vrijeme njihova emitiranja. Serije se počinju kupovati i popularizirati preko DVD-ija: prodaja nelegalnih kopija je učinila *Žicu* (*The Wire*, HBO, 2002–08) najpopularnijom serijom među Afroamerikancima u SAD. DVD-iji su saželi vrijeme gledanja serija iz tjednog u kontinuirano gledanje. Sada, kad se serije mogu prikupljati u kolekciju poput romana ili filmova, povećao se i njihov kulturni status, a publici su dostupne i već odavno ugašene serije. Tehnološke inovacije postmrežnog razdoblja, prodaja DVD-ija i pojava interneta korjenito mijenjaju razvoj onih serijalnih vrsta koje su procedurali gušili: serijali postaju hit. *True Blood* (HBO, 2008–2014) se na DVD-iju znatno više prodavao od *CSI*-a, čija je gledanost za vrijeme emitiranja bila višestruko veća. Zahvaljujući novim tehnologijama gledatelji mogu birati i kada i gdje žele gledati serije. Javlja se fenomen „drugog ekrana“ – prijenosnog računala i mobitela koji doprinosi promjenama gledanja serija. Kabelska televizija uvodi personalizirano emitiranje, sadržaji se više ne emitiraju širokoj publici (*broadcasting*) nego ciljanoj (*narrowcasting*), zbog čega se mijenjaju i marketinške strategije. Reklame ciljano pogađaju određeni segment publike: kanal prikuplja podatke o gledateljima i na temelju njih producenti odlučuju koje sadržaje proizvoditi i kome ih nuditi. Segmentiranje tržišta omogućilo je poslovni uspjeh i brendiranje kabelske televizije: History Channel se „specijalizirao“ za program povjesne tematike (*Vikings*, 2013–), dok Showtime nudi provokativnije sadržaje (*Dexter*, 2006–13; *Twin Peaks*, 2017; *Billions*, 2016–). Istoj strategiji pribjegavaju i kompanije koje su iznikle iz pretplatničkih video-servisa, poput Netflix-a čiji se poslovni uspon temelji na više desetaka milijuna pretplatnika koji serijama u njihovoј distribuciji mogu pristupiti strimingom.¹⁰ Za razliku od odaber i plati televizija koje emitiraju epizode jednom tjedno, Netflix je ponudio pretplatnicima da cijelu sezonu njegovih serija pogleda odjednom.

¹⁰ Streaming označava prijenos audio i video sadržaja putem interneta. Download je preuzimanje audio, video i drugih sadržaja s interneta na lokalni uređaj, npr. računalo, pametni TV ili USB memoriju i dr.

Netflix-ovom produkcijom originalnihigranih serija počinje doba „internetske televizije“, pri čemu ovdje mislimo na striming servise koji prikazuju TV serije, kao evolucijski korak naprijed u razvoju proizvodnje serija i načina njihovog gledanja. Tehnološke su novine nepovratno promijenile televiziju u digitalni medij: od visoke rezolucije slike i distribuiranja striming video-platformama koje omogućuju gledanje onlajn, na zahtjev, na Jutjubu, na kompjuterima, tabletima, i mobitelima do još veće individualizacije gledanja serija i onlajn rasprava o njima. Prva serija koju je Netflix proizveo bio je politički triler *Kuća od karata*, prva veb-serija koja je nominirana za nagradu Prajmtajm Emi za originalnu seriju, rezultat je Netflix-ovog poslovanja koje je implementiralo ilegalno preuzimanje sadržaja s interneta kao neumitnu činjenicu i ponudio prikazivanje cijele sezone odjednom, i na tome zaradio. Naime, digitalna tehnologija je učinila dotadašnje neupitno mjerilo gledanosti relativnim: Nilsenovo¹¹ rangiranje se sve češće ne slaže s onim Bittorenta. Neke serije su mnogo popularnije onlajn nego što su bile na emitirajućoj televiziji, poput *Game of Thrones* (HBO, 2011–19) ili već ugasle franšize *Battlestar Galactice* (Sci-Fi Channel, 1978–2012). Besplatno „skidanje“ sadržaja s interneta je također način da se poveća kupnja diskova, DVD-ja i Blu-ray-a, jer ono stvara nove konzumente omogućavajući im da se upoznaju s novim sadržajem prije nego što ga kupe. Iako je *Igra prijestola* 2012. godine bila serija koja se najviše ilegalno „skidala“ s interneta, HBO je to povhalio jer je piratsko preuzimanje potaknulo „kulturno bruanje“ o seriji zbog čega je porasla kupnja diskova.

„Vrijeme neprikazivanja“ i novi gledatelj

Internet je također omogućio intenzivnije korištenje vrste narativnog vremena koja je tipična za TV serije i ne postoji ni u jednom drugom mediju, proizlazeći iz dugotrajnosti serijalnog prikazivanja. Naime, osim vremena fabule (duljina priče) i diskurzivnog vremena (redoslijed i selekcija prezentiranja događaja) koje serija dijeli s drugim medijima, recimo filmom, televizijska serija uključuje i *vrijeme neprikazivanja*. To su vremenske praznine između epizoda, a zatim i između sezona, o kojima ovisi način i intenzitet aktivnosti publike

¹¹ Nilsen mjeri ukupnu gledanost (ukupan broj gledatelja koji su gledali neki program), *rating* (udio kućanstava koje je gledalo neki program u odnosu na ukupan broj uključenih TV prijemnika) i *share* (udio prijemnika uključenih u određenom trenutku). Temelji se na principu postavljanja Set Meters-a na televizore u izabranim kućanstvima, malih naprava koje se priključuju na telefonsku liniju ili ruter da bi slale signal u bazu kompanije. Tako se očitavaju podaci o vrsti sadržaja koje pojedini gledatelj gleda i trenutku kada promijeni kanal kako bi se usporedili s demografskim podacima gledatelja. Oni su važni jer je ciljna publika TV mreža ona u dobi između 18 i 49 godina starosti, jer je ta skupina potrošački najaktivnija i oglašivačima najvažnija.

Internetske televizije prate gledanost sasvim drugačijom strategijom: koriste detaljne informacije o kretanjima, navikama i ponašanjima korisnika na internetu što omogućava praćenje najrazličitijih informacija o njima (tzv. *metadata*). Ogromne količine informacija (tzv. *big data*), skupljenih na ovaj način, obrađuju se (tzv. *data mining*) koristeći tehnologiju algoritama koji opažaju obrasce ponašanja korisnika. Sučelja sa sistemima preporuka (*monitoring similar content*) omogućuju skupljanje podataka o svakom korisniku čime, posljedično, utječu na njegove izbore i ponašanja.

i kreatora serija. Tijekom njih jedni i drugi zamišljaju nove mogućnosti priče i o njima reflektiraju. Za gledatelje TV serija je oduvijek bio ključan osjećaj da pripadaju većoj publici i da o njoj mogu komunicirati s drugima uz prijateljska okupljanja u domu ili na poslu (otud izraz *water cooler effect*, čavrilanja na poslu uz aparat za vodu). Danas se gledateljski angažman preselio u virtualni svijet gdje se milijuni gledatelja iz cijelog svijeta okupljaju komentirajući epizodu odmah nakon njezina emitiranja, raspravljujući po društvenim mrežama ili na forumima ili pišući analize na blogovima. Upravo to omogućuje da se serijalni tekstovi razumijevaju različito, ovisno o kontekstu koji gledatelji donose u njih – puneći narativne praznine, stvarajući veze između likova i ulažući različite emocije u svijet priče. O tom ludičkom zadovoljstvu koje omogućava sudjelovanje u aktivnostima tumačenja, istraživanja i debatiranja često ovisi i sama gledanost serije. Vrijeme neprikazivanja između sezona je producentima i autorima izuzetno važno jer žele zadržati gledateljevu pažnju do sljedeće sezone i usput mu prodati DVD i reklamne predmete. Zato su producenti počeli dijeliti zadnju sezonu na dva dijela prikazivanja, između kojih može proći i jedanaest mjeseci, kao što je bilo u slučaju *Mad Men-a* (AMC, 2007–2015), a usput smišljajući razne načine kako bi publiku podsjetili da serija nije završila. Producenci *The Shield-a* (FX, 2002–2008), iako je serija scenaristički savršeno preplitala napete priče, izbacili su na Guglu petnaestominutnu promotivnu epizodu¹² „Wins and Losses”, koja se bavi posljedicama smrti omiljenog lika, Lemanskog, neprikazanih u seriji, kako bi potaknuli emotivni angažman gledatelja između pete i šeste sezone. Razlozi dugih stanki između sezona su razni produksijski problemi, od neraspoloživosti glumca ili prepirke autora i TV kuće oko promjena uvjeta rada do autorskih štrajkova, ali mogu biti i naprsto želja autora da se odmori od iscrpljenosti (David Chase u: Leibovitz i Kashner, 2012).

S obzirom na različite servise pomoću kojih gleda serije, različite onlajn platforme, na različitim vrstama ekrana, bilo kad zaželi, i uskopojasno reklamiranje serija, gledatelj se sve češće naziva *korisnikom* TV serija, nego gledateljem. Tome je pridonio i novi tip recepcije TV serija, „maratonsko gledanje“ (*binge watching*) – gledanje epizoda cijele sezone ili serije uzastopce u kraćem razdoblju. Nove gledateljske navike povratno utječu na promjenu estetskih pravila, jer su odmaci od serije uslijed stanki pri gledanju svedeni na minimum.¹³ Osim što je tako sezona postala narativno zaokružena cjelina s planiranim svršetkom, tempa pripovijedanja je postao znatno sporiji jer se napetost ne mora „pumpati“ naglim obratima ili *cliffhanger-ima*, a ekspozicijske scene koje objašnjavaju pretpriču postaju suvišne, jer gledatelji mogu bolje pamtitи i povezivati detalje raštrkane po epizodama. Kao i u fenumenu „opetovanog gledanja“ jedne te iste serije, gledatelj kroz maratonsko gledanje ulazi

¹² Promosode su kratke epizode koje prethode prikazivanju sezona. Njihova priča, bilo da je sastavni dio naracije ili samostalna cjelina, tretira se kao prednastavak (*prequel*) priče sezone ili njezino proširenje opisom likova.

¹³ *Binge watching*, kao dio „torrent kulture“, otvara i niz socioloških pitanja o „umreženom društvu“ poput formatiranja „društveno korektnog“ mišljenja; ili utjecaja tehnologije koja podržava ovakav tip gledanja na gledateljeve potrebe pribavljanjem podataka o gledanosti putem algoritama i *big data*.

„dublje“ u svijet serije, što mu pruža intenzivniji emotivni angažman i jaču identifikaciju s likovima. S druge strane, takvo gledanje može biti iscrpljujuće – istraživanja pokazuju da „bindžanje“ uzrokuje nesanicu, depresiju i anksioznost – zbog čega može otupiti osjećaj za cjelovitost epizode, a nakon takvog „zasićenja“ o seriji se manje raspravlja jer se vrijeme neprikazivanja svodi na ono između sezona, a ne i epizoda. Protiv maratonskog gledanja stoje i neki potvrđeni autori, poput Metjua Vejnера (*Mad Men*) jer „voli iščekivanje, kad se stvari mariniraju... kad cijeli tjedan razmišljaš o Pitu jer te totalno ižircirao... o nekoj situaciji iz serije...“ (Ashley, 2015). I doista, tjedno gledanje epizoda i danas se zadržalo kao dominantan način gledanja TV serija, održavajući time specifičnu moć epizodičke strukture koja omogućuje simultano raspravljanje o seriji, čime se olakšava stvaranje zajednica gledatelja i *fandom-a*, ključnih za opstanak serije.

Gledali smo: veb-serije

Internet je omogućio stvaranje veb-serija, a to su one namijenjene prikazivanju na internetu, svih vrsta, od fikcijskih do dokumentarnih, i njihovih hibrida, kao i onih žanrovske. Igrane veb-serije isprva su proizvodile male produkcjske kuće s minimalnim finansijskim ulaganjima, oslanjajući se na inovativnost sadržaja i forme i računajući na masovnost internetske publike. Novi medij ubrzo osvajaju velike produkcjske kompanije – Netflix, Hulu, Amazon i dr., koje serijama namjenjuju velike budžete.

Prve veb-serije imale jednostavne produkcjske uvjete, poput *Lonelygirl15* (EQAL, 2006–2008) koja se prikazivala na Jutjubu kao imitacija video-bloga američke tinejdžerice. Uspjeh je bio golem, upravo zbog uvjerenja gledatelja da je blog realističan, pa se miješanje fikcije i stvarnosti uvriježilo kao najpopularniji oblik prvih veb-serija. Vebizode (*webisodes*) su zbog skromnih budžeta u prosjeku trajale 2–12 minuta. Oslobođene ograničenja strogih industrijskih formata i njihovih dramaturških formula, veb-serije često donose nove ideje o načinu pripovijedanja i obično su vezane za perspektivu jednog lika. Tako radnju vebizoda serije *High Maintenance* (Vimeo, 2012–2015) povezuje lik koji biciklom dila marihuanu po Njujorku, a opslužuje uvijek novi set ljudi, dajući uvid u složenost suvremenog gradskog života. Autori, supružnici Ben Sinkler i Katja Blichfeld, producirali su seriju sa svega tisuću dolara po vebizodi, a kasnije ih je sufincirao Vimeo, internetski servis za dijeljenje video-sadržaja. Uslijed velike popularnosti na Vimeo-u, HBO je 2015. naručio šest epizoda, što je pokazalo kako se amaterski sadržaj može probiti do velikih producijskih kuća.

Kreativne slobode interneta autori serija su iskoristili kao alat otpora protiv industrijske stege. Za vrijeme američkog scenarističkog štrajka 2007/2008, autor znamenite serije *Buffy, the Vampire Slayer* (WB/UPN, 1997–2003), Džos Vidon, krenuo je u pionirski pothvat kreiranja, produciranja i distribuiranja serije mimo velikih mreža. Sa svojom braćom je osmislio muzičku komediju *Dr. Horrible's Sing-Along Blog* (Mutant Enemy Productions, 2008) u koju je uložio oko 200.000 dolara. Dok je ova veb-serija nastala da bi prvenstveno zabavila, jedna je novija pokazala ozbiljnije namjere iako joj je autor komičar. *Horace and Pete* (Pig New-

ton, Inc. za LouisCK.net, 2016) je gerilski eksperiment Luisa Si Keja, stendap komičara i autora popularnog *sitcom*-a *Louie* (FX, 2010–) jer je uložio vlastiti novac, napisao, režirao, producirao i internetom distribuirao seriju, koristeći za to vlastitu reputaciju. Vrativši se TV drami u zatvorenom prostoru, dominantnoj autorskoj vrsti s početka televizije, u njoj nema vizualnih atrakcija, priča se bavi raspadom američke obitelji, doslovce i metaforički, u njezinim vrijednostima. Autor istupa protiv predrasuda poput deklamatornog prihvaćanja transrodnih razlika, ili prava žena na pobačaj, da bi povremeno satirički ubo u stvarnu političku situaciju kako bi gledatelja pozvao na angažman. Tako, u jeku stvarne predizborne kampanje, jedan gost u baru kaže da je politički uspjeh Donalda Trampa očekivan u zemlji u kojoj su se ljudi predali konzumerizmu i tupostu: „Ako glasamo za njega, to naprsto znači da želimo propasti. Onda nas treba pustiti da propadnemo.“ Lusi Si Kej je očito seriju namijenio *niša* publici s promjenjivim trajanjem pojedine epizode¹⁴ i s namjerom da iskuša nov distribucijski model. Gledanje serije s internetske stranice autora se „plača po epizodi“, po cijeni od pet dolara. Autorova je zamisao bila da serijom „testira“ snagu usmene predaje, da je promovira bez uobičajenih mehanizama i tako izbjegne utjecaj na gledateljevo mišljenje. Sukus eksperimenta je bio, riječima autora: „Vlasnik sam kompletne serije. To je golema prednost, i moja je zauvijek.“ (The Bill Simmons Podcast. Ep. 92: Louis C. K.) Nekima se to učinilo novim modelom proizvodnje TV serija, ali se zasad ispostavio samo paralelnom evolucijskom granom.

Kraj televizije?

Internetskim televizijama koje same proizvode TV serije broj raste svakim danom, osim Netflix-a, tu su i Amazon, Hulu, Apple, ali i oni u vlasništvu kabelskih, poput HBO Go, Showtime, Disney i dr., jer se originalni program ispostavio kompetitivnom prednosti. Osim što, još od Netflix-ove *Kuće od karata*, svojim visokobudžetnim veb-serijama ruše monopol zemaljskih televizija, pružaju mogućnost nekim kulturnim serijama koje su druge televizije odbacile da nastave trajati, poput *sitcom*-a *Arrested Development* (Fox, 2003–2006). Te nagle kulturološke, tehnološke i producijske promjene dovele su do zaključaka kako internetska televizija više nije televizija, proglašavajući „smrt televizije“, kakvu smo do sada poznavali. Naglašavajući da internetske platforme, s multiplim ekranima nasuprot jednom, *narrowcasting*-om nasuprot *broadcasting*-u, *binge watching*-u nasuprot tjednom gledanju epizoda, više nemaju ništa zajedničko s klasičnom televizijom, no ti su zaključci ishitreni, i, kako detaljno dokazuje Amanda Loc, netočni (Amanda Lotz, 2018). Loc pokazuje da se televizije koje su vladale tržištem prije pojave interneta – iako ih naziva „baštinske televizije“ (*legacy television*) – razvijaju i gledaju paralelno s internetskima, prilagođavajući se novim pravilima, čime utječu na cijelo tržište TV serija.

Još važnije od toga, najvažnija promjena, ona estetske kvalitete TV serija, nije se bitno promijenila u internetskom dobu. Zbog internetske svedostupnosti koja računa na

¹⁴ Pravila za prijavu za nagradu Emi definiraju komediju kao polusatnu seriju, a dramu kao jednosatnu. Izvan svih zadatosti, trajanje pojedinih epizoda serije *Horace and Pete* varira od 30 do 70 minuta.

publiku diljem svijeta, broj dostupnih serija godinama eksponencijalno raste, što, dakako, ima svoje negativne i pozitivne strane. Tamna strana je fenomen „peak TV-a“, situacija u kojoj broj originalnih skriptiranih TV serija dostiže razinu neodrživosti, donoseći niz problema i u proizvodnji (kako pronaći „originalnost“ kojom će se serija nametnuti u moru drugih koje se svojom neobičnošću natječe da budu primjećene) i u recepciji serija (kako pronaći, primjerice, kvalitetnu seriju u moru kvazioriginalnih ili koliko epizoda odgledati da bi se moglo procijeniti kvalitetu, s obzirom na to da mnoge serije procvatu tek nakon nekoliko epizoda ili čak sezona?) (Sepinwall, 2017). Neporecivo pozitivna strana je ta što internetske televizije prikazuju ogroman broj serija s neengleskog govornog područja, na njihovim matičnim jezicima, i tako nas upoznavaju s novim društvima i kulturama, od japanskih, španjolskih, islandskih, na gotovo intiman način, kao i s novim estetikama, karakterističnima za određene kulture (primjerice, španjolskom ili tajlandskom), što otvara put i „malim nacijama“ da svoje serije plasiraju na svjetski ekran. Dogod su ljudi fizički odvojeni od ekrana na kojem gledaju serije, ne možemo govoriti o smrti televizije, možda tek onda kad „učipiramo“ seriju izravno u mozak, kad prihvatimo virtualnu stvarnost kao ravnopravnu materijalnoj, a svoju svijest učitamo u avatare digitalnog svijeta da tamo nastave postojati i nakon naše smrti, kako to prikazuje serija *Učitavanje* (*Upload*, Amazon Prime, 2020).

Bibliografija:

- 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*. ur. Jonathan Bignell, Stephen Lacey. 2014. Palgrave Macmillan.
- The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*. 2016. ur. Kevin McDonald, Daniel Smith-Rowsey. Bloomsbury: Bloomsbury Academic.
- The Television Genre Book*. 2015. ur. Glen Creeber, 2015 (3. izdanje), Bloomsbury Academic

Alan Sepinwall. „Does Anyone Still Have Time To Wait For Shows To Get Good?“, 10. 7. 2017. Aproxx. Do-stupno na: <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.

Izvornik: Sanja Kovačević: *Kvalitetne TV serije – milenijsko doba ekrana*, Jesenski & Turk, 2017, Zagreb, str. 15–30. (izmenjeno za 2. izdanje)