SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
DOKTORSKA ŠKOLA DRUŠTVENO-HUMANISTIČKIH ZNANOSTI

Poslijediplomski interdisciplinarni sveučilišni studij

Komunikologija

Vesna Karuza Podgorelec

JESMO LI SE PROMIJENILI? POPULARNI ŽANROVI TELEVIZIJSKIH IGRANIH SERIJA U HRVATSKOJ U PRVIM DVJEMA DEKADAMA 21. STOLJEĆA I NJIHOVA PUBLIKA

Doktorska disertacija

Osijek, 2024.

JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
POSTGRADUATE UNIVERSITY DOCTORAL SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

Postgraduate University Study Program
Communication Studies

Vesna Karuza Podgorelec

HAVE WE CHANGED? POPULAR GENRES OF TELEVISION SERIES IN CROATIA IN THE FIRST TWO DECADES OF THE 21ST CENTURY AND THEIR AUDIENCE

Doctoral thesis

Osijek, 2024.

Mentor: prof. dr. sc. Željko Pavić, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Komentorica: izv. prof. dr. sc. Marina Đukić, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

SAŽETAK

Gledatelji TV serija razlikuju se u svojim kulturnim ukusima. No, ti se ukusi oblikuju u okviru određenog medijskog sustava. Domaći se televizijski sustav u prvim dvjema dekadama 21. stoljeća stubokom promijenio pa se istražilo jesu li se i u kojem smjeru u segmentu serija te promjene reflektirale ukuse publike različitih sociokulturnih odlika. Cilj glavnog istraživanja bio je u periodu od 2003. do 2018. godine istražiti trendove povezane s popularnim serijama nacionalne zemaljske televizije vezano za žanr, obrazovnu strukturu publike i pripadnost zemlje porijekla serija Zapadu. Temeljem longitudinalnih podataka o gledanostima agencije Nielsen na reprezentativnom smo uzorku proveli kvantitativnu analizu gledanosti, dopunjenu kvalitativnom žanrovskom analizom serija. Rezultati glavnog istraživanja pokazali su da su u skupini popularnih serija zemlje Zapada izgubile primat, a preuzela ga je Turska. Raznovrsnost žanrova pritom je ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru. Te su se promjene odrazile na promjenu strukture publike popularnih serija. Došlo je do odljeva osobito više i visoko obrazovanih, a porastao je broj najniže obrazovanih gledatelja. Proveli smo i pomoćno istraživanje sa svrhom dubljeg razumijevanja rezultata glavnog istraživanja. Riječ je o anketnom istraživanju metodom snježne grude na prigodnom uzorku od 1185 ispitanika podijeljenih u dvije skupine: gledatelji i negledatelji turskih telenovela. Ciljevi istraživanja bili su: usporedba sociokulturnih odlika i ukusa gledatelja i negledatelja turskih telenovela, usporedba žanrovske percepcije turskih telenovela kod ove dvije skupine gledatelja te istraživanje motiva gledanja turskih telenovela. Rezultati pomoćnog istraživanja ukazali su na statistički značajne razlike između gledatelja i negledatelja turskih telenovela. Za razliku od negledatelja, gledatelji Tursku percipiraju kulturno bliskom. Iskazuju niži kulturni angažman od negledatelja, a žanrove niske kulturne vrijednosti (domaće telenovele i *reality* TV) više vole od negledatelja (koji ih odbacuju, preferirajući žanrove srednje i visoke kulturne vrijednosti). Gledatelji turske telenovele doživljavaju kao obiteljske, ljubavne ili dramske serije, dok ih negledatelji prepoznaju kao pripadne sapunskoj operi. Pet je statistički značajno istaknutih razloga privlačnosti turskih telenovela za njihove gledatelje: ugodno imerzivno iskustvo, razvijen odnos prema likovima, percipirana društvena relevantnost, pomoć u rješavanju problema te gledanje serija kao dio svakodnevice. Studija pruža nedostajuću obuhvatniju dijakronijsku sliku procesa promjene popularnih televizijske serijalne fikcije i njene publike u Hrvatskoj, prateći istovremeno preferencije publike i promjene u medijskom sustavu. Rezultati pokazuju da se u segmentu serija promjene u medijskom sustavu i ukupnom pop-kulturnom kontekstu reflektiraju na promjene ukusa publike. Pri tome publika različitih sociokulturnih odlika na različite načine reagira na promjene u medijskom sustavu. Kulturni kapital gledatelja, koji se osim stupnjem obrazovanja manifestira kulturnom potrošnjom i znanjem stranih jezika, determinirat će njegov odgovor na

pop-kulturna kretanja. Studija pokazuje da domaći proces liberalizacije televizije u segmentu serija doprinosi tome da zemaljska televizija prestaje biti sustav poruka podjednako privlačan svim članovima zajednice. Pritom se mijenja usmjerenje njenog društvenog utjecaja. Serije zemaljskoj televiziji postaju presudne za dominaciju na tržištu, a kreiraju se dva nova polarizirana televizijska krajolika. Prvi je krajolik zemaljske televizije niske kulturne vrijednosti koja medijatizira rastuću popularnost regionalne neofolk kulture kao agensa koji okuplja lokalne i (za svoje gledatelje) kulturno bliske *lowbrow* pop-kulturne tekstove u zemljama bivše Jugoslavije i šire na Balkanu, emanirajući kulturnu zatvorenost i osnažujući kulturnu bliskost hrvatske publike s Istokom. Takav televizijski krajolik publika koja traga za serijama srednje i visoke kulturne vrijednosti sve intenzivnije napušta. Drugi je krajolik onaj globalne nelinearne i naplatne nišne televizije kojeg bi valjalo pomnije istražiti, a u kojega dijelom bježi *middlebrow* i *highbrow* publika koja odabirom serija i dalje iskazuje težnju pripadnosti kulturi Zapada i kulturnu otvorenost, a takve premijerne sadržaje sve rjeđe pronalazi u udarnim terminima zemaljske televizije. Na taj način programske politike zemaljskih nakladnika ne samo da osnažuju podjele u društvu u medijski kreiranim kulturnim ukusima, nego osnažuju i svjetonazorske te podjele u osjećaju pop-kulturne pripadnosti građana Hrvatske Istoku ili Zapadu.

Ključne riječi: *TV serije; TV žanrovi; kulturni kapital; kulturna bliskost; kulturna stratifikacija; televizijska publika; turske telenovele*

ABSTRACT

Viewers of TV series differ in their cultural tastes. However, people develop their tastes within a particular media system. The domestic television system changed significantly in the first two decades of the 21st century, so it was investigated whether and in which direction in the series segment these changes were reflected in the tastes of the audience of different socio-cultural characteristics. The goal of the leading research was to investigate the trends related to the popular series of national terrestrial television from 2003 to 2018 regarding the genre, the educational structure of the audience, and the belonging of the country of origin to the West. Based on primary longitudinal data on ratings from Nielsen, we conduct a quantitative analysis of the ratings on a representative sample, complemented by a qualitative genre analysis. The results of the leading survey demonstrated that in the segment of popular series, Western countries lost their primacy, and Turkey took it over. The variety of genres has given way to the telenovela as the dominant genre. These changes were reflected in the change in the audience structure of popular series. There was a loss of especially more highly educated viewers, while the number of viewers with the lowest education has increased. In order to gain a deeper understanding of the leading research results, we also conducted secondary research. It is a snowball method survey on a convenient sample of 1185 respondents divided into two groups: viewers and non-viewers of Turkish telenovelas. The goals of this research were a comparison of the sociocultural characteristics and tastes of viewers and non-viewers of Turkish telenovelas, a comparison of the genre perception of Turkish telenovelas between these two groups of viewers, and research into the motives for watching Turkish telenovelas. The secondary research results indicated statistically significant differences between viewers and non-viewers of Turkish telenovelas. Unlike non-viewers, viewers express cultural proximity to Turkey. They show lower cultural engagement than non-viewers, and they prefer lowbrow genres (domestic telenovelas and reality TV) more than non-viewers (who reject them and prefer middlebrow and highbrow genres). Viewers identify Turkish telenovelas as family series, romances, or drama series, while non-viewers recognize them as soap operas. There are five statistically significant prominent reasons for the attractiveness of Turkish telenovelas for their viewers: a pleasant immersive experience, a strong relationship with the characters, perceived social relevance, solving problems assistance, and watching those series as part of everyday life. The study provides a missing, more comprehensive diachronic depiction of the process of change of popular TV series and its audience in Croatia, simultaneously monitoring audience preferences and changes in the media system. The study's results show that in the TV series segment, changes in the media system and the overall pop-culture context are reflected in changes in the audience's tastes. The audience of different socio-cultural characteristics reacts to those changes in the media

system differently. The viewer's cultural capital, which, in addition to the level of education, manifests itself in cultural consumption and knowledge of foreign languages, will determine the response to pop-cultural trends. The study shows that the domestic process of television liberalization in the TV series segment contributes to the fact that terrestrial television ceases to be a system of messages equally attractive to all society members. At the same time, the direction of its social influence changes. For terrestrial television, series become crucial for market dominance, and two new polarized television landscapes are created. The first is the landscape of lowbrow terrestrial television that mediates the growing popularity of regional neofolk culture as an agency that brings together local and (for its viewers) culturally proximate lowbrow pop-cultural texts in the countries of the former Yugoslavia and more widely in the Balkans, emanating cultural seclusion and strengthening the cultural proximity of the Croatian audience with the East. Audiences looking for a series of medium and high cultural value are increasingly abandoning such a television landscape. Another landscape is global non-linear and pay TV which should be explored more closely. The middlebrow and highbrow audience is partly fleeing there. By selecting series, this audience continues to express its desire to belong to Western culture and cultural openness, but it finds such premiere content less and less in the prime time of terrestrial television. In this way, the programming policies of terrestrial broadcasters not only strengthen the divisions in society in media-created cultural tastes but also strengthen worldviews and divisions in the sense of the pop-cultural belonging of Croatian citizens to the East or the West.

Keywords: *TV series; TV genres; cultural capital; cultural proximity; cultural stratification; television audicnce; turkish telenovelas*

Sadržaj

1. UVOD 1
1.1. Problem istraživanja: serije i razlike u kulturnim ukusima 2
1.2. Svrha, predmet, cilj i hipoteze glavnog istraživanja 4
1.3. Metoda glavnog istraživanja 6
1.4. Svrha, predmet, cilj i hipoteze pomoćnog istraživanja 8
1.5. Metoda pomoćnog istraživanja 9
1.6. Teorijski okvir 9
1.7. Struktura rada 11
2. OPERATIVNA ODREĐENJA GLAVNIH GENOLOŠKIH TERMINA 14
2.1. Dvojako značenje termina žanr 14
2.2. Televizijski rodovi 15
2.3. Televizijske fikcionalne vrste 16
2.4. Fikcionalni TV žanrovi 18
3. SERIJE U HRVATSKOJ: DIJAKRONIJSKI POGLED 19
3.1. Serije u socijalizmu 19
3.2. Serije na prijelazu stoljeća 21
3.3. Televizija u prvim dekadama 21. stoljeća 23
3.4. Promjene u domaćem medijskom sustavu 25
3.5. Hrvatska javna televizija u prvim dekadama 21. stoljeća 28
3.6. Telenovela u Europi 32
3.7. Turska telenovela u Europi i Hrvatskoj 34
4. SPECIFIČNOSTI TELEVIZIJE U ODNOSU NA FILM 38
4.1. Specifičnosti televizijske fikcije 39
5. TEORIJA TV ŽANRA 42
5.1. Tekstualne žanrovske taksonomije 43
5.2. Promjena perspektive: Rick Altman i Steve Neale 45
5.3. Jason Mittell: televizijski žanrovi kao kulturne kategorije 46
5.3.1. Žanrovi kao diskurzivne formacije 47
5.3.2. Manipulacije žanrovskom predodžbom: primjer telenovela u Hrvatskoj 48
6. RECEPCIJSKE TEORIJE 50
6.1. Teorija kulturnog kapitala 50
6.1.1. Televizija i kulturni kapital 52
6.1.2. Povezanost kulturnog kapitala s televizijskim žanrovskim preferencijama 54
6.2. Teorija kulturne bliskosti 56

6.2.1. Žanrovska bliskost 57
6.2.2. Tematska bliskost 58
6.2.3. Vrijednosna bliskost 60
6.2.4. Estetska bliskost 62
6.2.5. Kulturna djeljivost i srodni koncepti 66
6.3. Teorija koristi i zadovoljenja i teorija zabave 68
6.3.1. Zadovoljenja filmovima i serijama 70
6.3.2. Pozadina užitka u gledanju serija 73
6.3.3. Motivi i efekti gledanja sapunskih opera 77
7. CILJEVI ISTRAŽIVANJA I HIPOTEZE 81
8. METODA, TIJEK ISTRAŽIVANJA I OPERATIVNA ODREĐENJA 83
8.1. Glavno istraživanje 83
8.1.2. Dizajn kvantitativnog segmenta glavnog istraživanja 85
8.1.3. Dizajn kvalitativnog segmenta glavnog istraživanja 91
8.2. Pomoćno istraživanje 92
8.2.1. Sudionici i tijek istraživanja 92
8.2.2. Dizajn istraživanja, mjerni instrumenti i operativna određenja 94
9. REZULTATI GLAVNOG ISTRAŽIVANJA: TESTIRANJE HIPOTEZA 101
9.1. Zemlja porijekla serija 101
9.2. Žanrovska distribucija serija 107
9.3. Obrazovna struktura publike 113
9.4. Ukupni trendovi gledanosti serija 114
9.4.1. Rejtinzi ljestvice Top 20 u pojedinim demografskim skupinama 123
9.4.2. Udjeli žanrovskih skupina na ljestvicama obrazovnih skupina 124
10. REZULTATI GLAVNOG ISTRAŽIVANJA: ŽANROVSKA MATRICA 128
10.1. Specifičnosti kreirane žanrovske matrice 128
10.2. Drama 133
10.2.1. Kriminalistička serija 133
10.2.1.1. Kriminalistička serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza 136
10.2.2. Bolnička drama 139
10.2.2.1. Bolnička drama u Hrvatskoj: kvantitativna analiza 141
10.2.3. 911 serija (spasilačka serija; vatrogasna serija) 142
10.2.4. Akcija i avantura 145
10.2.4.1. Akcijsko-avanturistička serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza 152

10.2.5. Povijesna serija 153
10.2.5.1. Povijesna serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza…..…..…..……..……156
10.2.6. Politička serija..... 157
10.2.7. Ratna serija..... 161
10.2.8. Znanstveno fantastična serija (SF) 164
10.2.9. Horor serija (serija strave i užasa) 167
10.2.10. Serija fantastike (fantasy) 169
10.2.11. Drama o osobnoj svakodnevici (soap drama; drama u užem smislu)..... 173
10.2.11.1. Drama o osobnoj svakodnevici u Hrvatskoj: kvantitativna analiza…..……176
10.2.12. Kostimirana drama..... 178
10.2.13. TV mjuzikl..... 181
10.2.14. TV vestern..... 184
10.2.15. Dokumentarna drama 187
10.3. Komedija (humoristična serija) 190
10.3.1. Situacijska komedija (sitcom)..... 192
10.3.1.1. Situacijska komedija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza…..……..……196
10.3.1.1.1. Specifičnost sitcoma Lud, zbunjen, normalan…….……...……197
10.3.1.1.2. Obrazovna struktura publike hrvatskih sitcoma…..…….....199
10.3.1.1.3. Sitcom na ljestvici Top 11-20…….…….....……200
10.3.2. Komedija-drama sredine..... 201
10.3.2.1. Komedija-drama sredine u Hrvatskoj: kvantitativna analiza…..…...……156
10.3.3. Romantična komedija 207
10.3.4. Lažni dokumentarac (mockumentary) 210
10.3.5. Skeč komedija..... 213
10.4. Sapunska opera..... 216
10.4.3. Sapunska opera u Hrvatskoj: kvantitativna analiza 223
10.4.3.1. Sapunica…..……...……..……222
10.4.3.2. Telenovela na ljestvici Top 10…..……...……..……223
10.4.3.3. Telenovela na ljestvici Top 11-20……..……...……..……227
10.4.3.4. Turska telenovela na ljestvici Top 10……..……..……..……227
11. REZULTATI POMOĆNOG ISTRAŽIVANJA..... 230
11.1. Vrijednosna kulturna bliskost s Turskom..... 230
11.2. Kulturni angažman i poznavanje stranih jezika..... 231

11.3. Televizijske žanrovske preferencije 233
11.4. Percepcija žanrovske pripadnosti turskih telenovela 236
11.5. Motivi gledanja turskih telenovela 237
12. RASPRAVA 240
12.1. Uvodne napomene 240
12.2. Promjene u zemlji porijekla popularnih serija 241
12.3. Promjene u žanrovskoj pripadnosti popularnih serija 245
12.3.1. Drama na istraživanim ljestvicama 246
12.3.1.1. Drama srednjeg i visokog kulturnog statusa 248
12.3.2. Komedija na istraživanim ljestvicama 252
12.3.2.1. Situacijska komedija srednjeg i visokog kulturnog statusa 255
12.3.3. Sapunska opera na istraživanim ljestvicama 257
12.3.3.1. Kulturna bliskost gledatelja turskih telenovela s Turskom 258
12.3.3.2. Kulturni status turske telenovele te kulturni angažman i žanrovske preferencije njene publike 259
12.3.3.3. Popularnost telenovele i *lowbrow* komedije u kontekstu neofolk kulture 262
12.3.3.4. Motivi gledanja turskih telenovela 265
12.4. Promjene u obrazovnoj strukturi gledatelja popularnih serija 269
12.5. Uloga industrije u promjenama ukusa publike zemaljske televizije 274
12.5.1. Novi način kreiranja večernje programske sheme komercijalnih nakladnika 276
12.5.1.1. Prekrajanje turskih telenovela 276
12.5.1.2. Uvođenje humornih telenovela 277
12.5.1.3. Manipulacije žanrovskom etiketom telenovela 278
12.5.1.4. Telenovelizacija strukture superteksta 279
12.5.2. Turska telenovela kao izbor domaćih komercijalnih nakladnika 280
12.6. Ograničenja studije i znanstveni doprinos 284
13. ZAKLJUČAK 286
Literatura 290
Televizijska djela 391
Popis tablica 400
Popis grafičkih prikaza 403
Prilog 1: Metodologija Nielsenovog primarnog istraživanja 405
Prilog 2: Ljestvice Top 20 po sezonama s detaljnom demografijom 411

Top 20, Staro doba 411
Top 20, Doba promjene 416
Top 20, Novo doba 421
Prilog 3: Ljestvice Top 20 obrazovnih skupina 426
Top 20 obrazovnih skupina, Staro doba 426
Top 20 obrazovnih skupina, Doba promjene 431
Top 20 obrazovnih skupina, Novo doba 436
Životopis autorice 441

Popis kratica

ABC – American Broadcasting Company

AMR – Average Minute Rating (minutna gledanost TV programa)

AVoD – Advertising Video on Demand (digitalna biblioteka video sadržaja montezirana reklamama)

BBC – British Broadcasting Corporation

BFI – British Film Institute

CBS – Columbia Broadcasting System

DSZ – Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

DR – Danmarks Radio

DVD – Digital Video Disc (uređaj s optičkim diskom za pohranjivanje audiovizualnih djela)

EBU – European Broadcast Union

EBU MIS – European Broadcast Union Media Intelligence Service

E-ELM – Extended Elaboration Likehood Model

EU – Europska unija

FASP – fiction à substrat professionnel (profesijska drama)

FT – France Télévisions

FX – Fox Extended

HAKOM – Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti

HBO – Home Box Office

HRT – Hrvatska radiotelevizija

IPTV – Internet Protocol Television

ITV – Independent Television

JRT – Jugoslavenska radiotelevizija

KaG – kategorija gledanosti

MTV – Music Television

NBC – National Broadcasting Company

NHK – Nippon Hōsō Kyōkai (eng.: Japan Broadcasting Corporation)

ORF – Österreichischer Rundfunk

PBS – Public Broadcasting Service

PSI – Parasocial Interactions (parasocijalne interakcije)

PSR – Parasocial Relationships (parasocijalni odnosi)

RAI – Radiotelevisione Italiana

RATEL – Regulatorna agencija za elektroničke komunikacije i poštanske usluge Srbije

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

RTS – Radiotelevizija Srbije

RTVE – Corporación de Radio y Televisión Española

SAD – Sjedinjene Američke Države

SCT – Social Cognitive Theory

SF – Science Fiction

SFRJ – Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija

SFTV – Science Fiction Television

SHR – Share (udio u gledanosti među onima u uzorku koji u mjerenom razdoblju gledaju linearnu televiziju)

SSSR – Savez Sovjetskih Socijalističkih Republika (neformalno: Sovjetski Savez)

SVoD – Subscription Video on Demand (digitalna biblioteka video sadržaja montezirana pretplatom)

TAM – Television Audience Measurement (sustav mjerenja televizijske gledanosti temeljen na tehnologiji *peoplemetra*)

TNT – Turner Network Television

TVoD – Transactional Video on Demand (digitalna biblioteka u kojoj se naplaćuje gledanje svakog video sadržaja pojedinačno)

TVZ – Televizija Zagreb

UK – Ujedinjeno Kralevstvo Velike Britanije i Sjeverne Irske (neformalno: Velika Britanija; Britanija)

UMTG – Udruga mjerenja televizijske gledanosti

VEM – Vijeće za elektroničke medije

VHS – Video Home System

VoD – Video on Demand (digitalna biblioteka audiovizualnih sadržaja)

WB – Warner Bross

WWII – World War II combat film

QTV – Quality Television (oznaka za 'kvalitetne serije')

1. UVOD

Još od druge polovice 20. stoljeća, može se slobodno kazati, počeli smo živjeti u „dobu televizije“ (Buonanno, 2008: 11). Zbog njene sveprisutnosti i uloge u našim životima, medijski teoretičar Mark Crispin Miller (1988: 8) metaforički ju opisuje kao „sam zrak kojeg dišemo“ (eng.: „*the very air we breathe*“). Teoretičari kulture i medija John Fiske i John Hartley (1992) smatraju je bardom suvremenog doba koji šireći priče o fikcionalnim i stvarnim ljudima i događajima uspostavlja i održava kulturne sustave vrijednosti. Televizija je i u medijskom krajoliku digitalnog doba neočekivano trijumfirala (Wolff, 2015) pa u 21. stoljeću opaska o sveprisutnosti televizije zvuči uvjerljivije no ikada, pogotovo kada su tema rasprave, kao u našem slučaju, igrane televizijske serije (Lotz, 2017, 2018). Kolokvijalno ih jednostavno nazivamo 'serijama'; i mi ćemo u radu rabiti taj skraćeni izraz. Fikcionalne priče odavna igraju značajnu ulogu u osobnoj i društvenoj sferi (Brock, Strange i Green, 2002), a u moderno su doba filmovi i serije postali društveno utjecajniji od literarne fikcije. No, dok se još krajem 20. stoljeća o filmu govorilo kao o mediju neformalnog obrazovanja o dominantnoj ideologiji (G. Jowett i Linton, 1989), u 21. stoljeću filmski teoretičari (npr.: Esquenazi, 2013) pa i geopolitičari (npr.: Moïsi, 2016), smatraju da serije postaju utjecajniji medijatori ideologija i ukupnih društvenih preokupacija od filma jer između gledatelja i junaka njeguju 'suučesništvo' koje se održava danima, mjesecima ili godinama, ponekad čak i desetljeće ili duže (Esquenazi, 2013: 34). Broj u svijetu snimljenih i emitiranih serija i njihova ukupna popularnost u 21. stoljeću progresivno se povećavaju (npr.: Deloitte, 2014; Stoll, 2021a, 2021b) kao i ulaganja u njihovu produkciju (npr.: Saving Spot, 2019). O serijama se danas u estetsko-spoznajnom smislu govori kao o romanima 21. stoljeća (Maxwell i Tefertiller, 2019; Moïsi, 2016; Renner, 2021; Winckler i Huertas-Martín, 2021a, 2021b). Postale su jedan od najzastupljenijih, najutjecajnijih i najpopularnijih oblika popularne kulture (Esquenazi, 2013) koji nudi istaknute obrazovne, zabavne, manipulativne, komercijalne i ideološke mogućnosti (Đurković, 2005: 357). Zbog svoje popularnosti, sveprisutnosti i utjecaja serije pobuđuju veliki interes svjetske znanstvene zajednice. Osobito u 21. stoljeću medijskim i kulturnim teoretičarima, sociolozima, psiholozima, politolozima, antropolozima i filozofima one postaju istaknuti predmet interesa jer „istražujući TV serije, istražujemo i suvremeno društvo/društva, bilo da serije promatramo kao refleksije stvarnih društvenih odnosa ili kroz prizmu recepcije među publikom“ (Kovačević i Brujić, 2014: 399). Unatoč tome, u Hrvatskoj su istraživanja serija i njihove publike tek u povojima.

1.1. Problem istraživanja: serije i razlike u kulturnim ukusima

Već desetljećima je televizija središte kulturnog života većine populacije (Bennett, 2006: 195), a danas i dominantna kulturna industrija (EY, 2015: 15). Iz očišta sociologije kulture pojavila se kao važan agens transformacije ranijih odnosa između praksi u kulturnom polju (Bennett, 2006: 195). Ne samo da je postala referentnom točkom u odnosu na koju druge prakse deriviraju neke aspekte svoje relativne vrijednosti i značaja, nego je i sudjelovala u promjeni tradicionalnih odnosa između klasa i kulture i na način da društvene razlike više nisu tako lako prepoznatljive u smislu oštro diferenciranih ukusa (Bennett, 2006: 195). Televizija je istovremeno i široko dostupan 'transmoderni učitelj' (Hartley, 2001), i intimni, obiteljski medij koji često služi za opuštanje. Te njene odlike omogućuju smanjenje oštrih podjela televizijske publike kada su u pitanju kulturni interesi i ukusi. No, to ne znači da je televizija „zona oslobođena distinkcija“ (Bennett, 2006: 196). Upravo suvremene rasprave o serijama pružaju obilje dokaza o aspektima u kojima televizija djeluje kao mjesto pojave novih praksi razlikovanja u društvu povezanih s kulturnim kapitalom (Bennett, 2006: 196). Pojedini žanrovi serija su na posve suprotnim polovima kada je riječ o njihovom kulturnom vrednovanju i strukturi njihove publike (vidi: Newman i Levine, 2012). Primjerice, sapunske opere imaju etiketu kulturnog proizvoda niske kulturne vrijednosti (eng.: *lowbrow* [Seiter i Wilson, 2005: 136; vidi: Bennett, 2006; Bennett, Savage, Silva, Warde, Gayo-Cal i Wright, 2009; Jontes, 2012; Krolo, Tonković i Marcelić, 2020]) namijenjenog onima s 'lošijim ukusom', nižom akumulacijom kulturnog kapitala i slabijim intelektualnim interesom.[1] Nasuprot tome, serije metažanra kvalitetne televizije (eng.: *Quality TV*; QTV) odlikuje visok kulturni status (eng.: *highbrow* [vidi: Schlütz i Schneider, 2014]).[2] Gledanje kompleksnih QTV

[1] Unutar žanrovske skupine sapunske opere razlikujemo dva glavna žanra: sapunsku operu u užem smislu (žargonski je dalje u radu nazivamo *sapunica*), kao komercijalni proizvod Zapada, i telenovelu kao distinktivno nezapadni žanr (Havens: 2005: 271), kreiran uglavnom iz odgojnih i/ili ideoloških pobuda (usp.: Abu-Lughod, 2008; Artz, 2015). Dok se sapunice obično bave međuljudskim odnosima u određenoj „velikoj zajednici međusobno povezanih protagonista“ (R. Allen, 1995a: 18), telenovele su obično „visoko personalizirane priče o romansi i uspjehu“ (Artz, 2015: 194). Tradicionalna sapunica ima takozvani 'otvoreni' kraj pa se radnja može protezati čak i na nekoliko desetljeća svakodnevnog emitiranja, a trajanje tradicionalne telenovele unaprijed je ograničeno, obično na oko sedam mjeseci (R. Allen, 1995a: 17-18, 22; Matković, 2019: 226).

[2] Za prijelazne oblike između niske i visoke kulture rabi se engleski izraz *middlebrow* (vidi: za film Faulkner, 2016; za književnost J. S. Rubin, 1992). *Middlebrow* kultura se kao pojam povezan sa srednjom klasom pojavljuje dvadesetih godina prošlog stoljeća (Faulkner, 2016), a danas se shvaća kao vrlo široka kulturna kategorija koja „zahvaća različite registre i formacije“ u suvremenoj popularnoj kulturi (Driscoll, 2014: 6). Engleski izrazi *highbrow*, *middlebrow* i *lowbrow* za visoku, srednju i nisku kulturu odnosno kulturni ukus/status, uobičajeni su u javnoj i akademskoj komunikaciji za određivanje kulturnih artefakata i ukusa povezanih s klasnom strukturom i obrazovanjem. U javnoj se komunikaciji ovi izrazi rabe od polovice 20. stoljeća. Američki Harper's Magazine 1949. godine objavljuje članak Russela Lynesa *Highbrow, Lowbrow, Middlebrow*, u kojemu se širokoj javnosti na primjerima odjeće, pokućstva, umjetničkih predmeta i sličnih artefakata objašnjavaju razlike u ukusima visoke, srednje i niže klase (Lynes, 1980 :353). Navedeni su se izrazi uobičajili u akademskim radovima na engleskom jeziku povezanima s hijerarhijama ukusa (npr.: Peterson i Kern, 1996), a rabe se i u hrvatskoj akademskoj praksi (npr.: Pavić i Đukić, 2014). Stoga ćemo ih rabiti i mi.

serija, poput odlaska u teatar, postaje indikatorom kulturnog kapitala gledatelja (Schlütz, Emde-Lachmund, Scherrer i Wedemeyer, 2018), a u prvim dekadama 21. stoljeća te serije postaju i katalizatorom ukupne legitimizacije televizije (Kovačević, 2017; Newman i Levine, 2012; Shuster, 2017).

Teorija zabave (Vorderer i Klimmt, 2021) podučava da je osnovni unutarnji motiv gledanja serija kod svih gledatelja zapravo isti – riječ je o užitku (eng.: *Enjoyment* [Vorderer, Klimmt i Ritterfeld, 2004]) postignutom putem emocionalnog doživljaja (Bartsch, Magnold, Vierhoff i Vorderer, 2006; Bryant i Miron, 2002; Oatley, 2002; 2011; Sherry, 2004; Zillmann i Bryant, 1994; Vorderer, Steen, i Chan, 2011). Zainteresiranost za serije govori o ljudskoj potrebi za spoznajom društva putem fikcije (Dill-Shackleford, Vinney i Hopper-Losenicky, 2016), ali i o snazi fundamentalnih međuljudskih i društvenih tema u pobuđivanju emocija (npr.: J. Gross i Lewenson, 1995). Naime, tijekom narativnog angažmana gledatelja (eng.: *Narrative Engagement Model* [Busselle i Bilanzic, 2008, 2009]) istovremeno se dešavaju spoznajni i duboko emocionalni procesi.[3] Upravo ta uživljenost u priču i emocionalna komunikacija s herojima i heroinama nekog imaginarnog svijeta kod gledatelja proizvode iskustvo užitka (eng.: *enjoyment experience* [Vorderer i sur., 2004]), ključnog intrinzičnog motiva gledanja serija (vidi: Green, Brock i Kaufman, 2004). Tim užitkom oni zadovoljavaju ljudsku potrebu (eng.: *need satisfaction*) koja prelazi granice hedonizma – potrebu za autonomijom, kompetentnošću i povezanošću (Tamborini, David Bowman, Eden, Grizzard i Organ, 2010). Emocionalno zadovoljstvo (eng.: *pleasure*) i iskustvo užitka postižu se „putovanjem u svijet priče" (Gerrig, 1998: 7) unutar kojega gledatelj doživljava širok raspon ugodnih i neugodnih emocija (Sherry, 2004: 330), istovremeno bivajući emocionalno stimuliran, uzbuđen i relaksiran (Bryant i Miron, 2002: 561-562). Odabirom serija gledatelj svjesno ili nesvjesno upravlja svojim emocionalnim stanjima (Zillmann i Bryant, 1994). Pri tome odabire narativ tematski, žanrovski i strukturno prilagođen osobnim željama, potrebama i mogućnostima narativnog razumijevanja (Busselle i Bilanzic, 2008, 2009; E. Tan, 1996). Stoga, iako nisko kulturno valorizirane, „sapunice su, za svoju publiku, estetsko iskustvo" (R. Allen, 1996: 111; usp.: Bourdieu, 1984: 76 [eng.*: aestetic enjoyment*]), a njihovi su gledatelji duboko involvirani u živote svojih heroja i heroina (A. Rubin i Perse, 1987: 264: usp.: Ang, 1985; Radway, 1991). Interes je emocija prvenstveno zasnovana na tome da nam je do nečega stalo, da nas se tiče (E. Tan, 1996: 21), a u slučaju serija usko je povezan s gledateljevom audiovizualnom „iluzijom prisustva u fikcionalnom svijetu" (E. Tan, 1996: 86). Užitak u gledanju serija neodvojiv je od

[3] Često ćemo u radu preciznosti radi navoditi i engleske nazive pojedinih teorija i koncepata ili specifične termine, dijelom zbog neujednačene domaće terminologije proizašle iz prijevoda originalnih izraza, a dijelom jer se nismo niti susreli s domaćim prijevodima nekih znanstvenih termina koje rabimo.

povezanosti s likovima, a nju je pak „teško odvojiti od okruženja i situacija u kojima se likovi susreću“ (Busselle i Bilandzic, 2009: 322) pa je interes za svijet i ljude koje donosi pojedina serija neodvojiv od užitka u njoj. Već iz ovoga je razvidno da gledateljev interes prema nekoj određenoj seriji ili žanru, pa tako i njegov užitak, nisu posve individualni (vidi: McQuail, 2010: 427-430). Oni nužno ovise i o gledateljevom sociološki i kulturološki determiniranom habitusu koji strukturira ukupni dijapazon njegovih interesa, njegov pogled na svijet i njegovu sposobnost iščitavanja složenih značenja (Bourdieu, 1984) kao i njegov osjećaj kulturne bliskosti s kulturom koja seriju proizvodi i koju ista emanira (Straubhaar, 1991, 2007). Popularni je užitak „prije svega užitak prepoznavanja“ (Ang, 1985: 20) pa o gledateljevom habitusu ovisi koje će serije birati i u kojim će serijama uživati. Istraživački problem od kojeg polazimo u radu upravo se odnosi na to da se gledatelji serija razlikuju u svojim kulturnim ukusima. Željeli smo potražiti odgovor na pitanje kakve su sve serije popularne u Hrvatskoj i tko je njihova publika. Serije kao oblik popularnog užitka i njihovu publiku željeli smo ponajprije (u glavnom istraživanju) dijakronijski istražiti na makro-razini, zahvaćajući period prvih dviju dekada 21. stoljeća, a potom smo (u pomoćnom istraživanju) željeli dublje istražiti određene razlike u kulturnim ukusima među gledateljima serija u Hrvatskoj.

1.2. Svrha, predmet, cilj i hipoteze glavnog istraživanja

Teorija masovnih medija polazi od toga da je publika nekog medijskog proizvoda skupina koja dijeli barem jedno društveno/kulturološko obilježje. U tom je smislu možemo promatrati i kroz prizmu 'skupa zadovoljstava' kojeg određena skupina dijeli konzumirajući medije, temeljeno na prebivalištu, društvenoj klasi, religiji i slično (McQuail, 2010: 409-410). Tu istu publiku možemo sagledavati i kroz prizmu koncepta 'kulture ukusa' koju kreiraju skupovi sličnih medijskih proizvoda u smislu „forme, stila prezentacije i žanra, namijenjenih tome da odgovaraju životnom stilu određenog segmenta publike“ (McQuail, 2010: 410; usp.: Gans, 1964). Ukuse publike kreiraju društvena i kulturološka pozadina te s njom povezani opći skupovi ukusa i preferencija, sklonosti i interesa. No, oni se formiraju u dodiru s konkretnim medijima i žanrovima o kojima publika akumulira znanje i stavove (McQuail, 2010: 430). Medijska publika tako je istovremeno i proizvod društvenog konteksta, i odgovor na određeni obrazac medijske ponude (McQuail, 2010: 398, 420) pa na formiranje preferencija osim 'čimbenika publike' utječu i 'medijski čimbenici' (McQuail, 2010: 427-430). U određenom medijskom sustavu ta dva čimbenika kreiraju neki dosljedan i predvidiv opći skup preferencija sadržaja. „Možemo ga zamisliti u smislu 'repertoara' dostupnih izvora i tipova sadržaja s kojima smo upoznati i iz kojih pravimo stvarne izbore“

(McQuail, 2010: 430). A ukupni televizijski krajolik od početka 21. stoljeća dramatično se promijenio (vidi: Lotz, 2014b). Prve dvije dekade 21. stoljeća u Hrvatskoj donose ključne inovacije koje stubokom mijenjaju domaći televizijski medijski sustav pretvarajući 'staru televiziju' 20. stoljeća u 'televiziju novog doba' (usp.: Roller, 2014). S jedne strane otvaraju se vrata nenaplatnim komercijalnim zemaljskim kanalima s nacionalnom koncesijom pa dolazi do komercijalizacije popularne linearne televizije (vidi: Peruško, 2011). S druge pak strane raste dostupnost i brojnost sadržaja naplatnih (eng.: *Pay TV*), najprije kabelskih i satelitskih, a potom i IPTV (eng.: *Internet Protocol Television*) nišnih televizijskih kanala. No, njih iz tehnoloških, materijalnih i drugih razloga ne koristi ukupna populacija (HAKOM, 2011, 2019, 2020, 2022). Na kraju se pojavljuje 'televizija na zahtjev' (eng.: *Video on Demand;* VoD) koja privlači pretežno mlađu i/ili obrazovaniju publiku (Karuza Podgorelec, 2020a).[4]

Takvi trenutci nagle transformacije televizije pružaju „prikladne okvire tumačenja i razumijevanja“; odnosno, oni nam omogućuju „da svoje razmišljanje organiziramo u uredno odvojene odjeljke 'prije' i 'poslije' i pozivaju nas da identificiramo i objasnimo obrasce koji razlikuju jedno od drugog“ (Mihelj, 2012: 13). Svrha našeg glavnog istraživanja stoga upravo jest ispitati te nagle preobrazbe televizijskog medija u dvjema prvim dvjema dekadama 21. stoljeća ovdje kod nas, usmjeravajući se na serije kao popularni oblik svakodnevnog užitka u televiziji. U Hrvatskoj nedostaju znanstvena istraživanja koja pružaju obuhvatniju dijakronijsku sliku medija televizije i njene publike, pa tako i ona koja bi ukazala na to *jesu li se* i *u kojem pravcu* tektonske industrijske i tehnološke promjene televizije u prvim dvjema dekadama 21. stoljeća reflektirale na promjene ukusa publike.[5] Želimo da rezultati našeg istraživanja u segmentu serija pruže upravo tu

[4] Izraz *zemaljska (terestrijalna) televizija* (analogna i digitalna), označava emitiranje televizijskog programa na način da se televizijski signal radio valovima prenosi sa zemaljskog odašiljača. Izraz se koristi za razlikovanje tog oblika prijenosa signala od novijih tehnologija: satelitske televizije (televizijski signal prenosi se do prijamnika sa satelita), kabelske televizije (signal se prenosi do prijemnika putem kabela) i IPTV televizije (signal se prima putem Interneta ili putem mreže koja koristi internetski protokol). Izraz *linearna televizija* označava televizijski program koji televizijski nakladnici emitiraju prema rasporedu programa. Ovaj se izraz koristi za razlikovanje od televizije na zahtjev odnosno nelinearne televizije organizirane u formi biblioteke televizijskih sadržaja u kojoj korisnik potpuno slobodno bira koji će sadržaj gledati. Za televiziju na zahtjev uglavnom se rabi akronim VoD (eng.: *Video on Demand*), a ponekad i engleski izraz *streaming television* (o zemaljskoj televiziji vidi: A. Brown i Picard, 2005; o linearnoj i televiziji na zahtjev vidi: Lotz, 2014b). Izraz VoD označava bilo koju digitalnu biblioteku sadržaja koja pruža usluge gledanja video sadržaja na zahtjev putem Interneta. Nekoliko je vrsta ovih servisa s obzirom na oblik monetizacije sadržaja: SVoD (eng.: *Subscription Video on Demand*) pretplatna je biblioteka sadržaja; TVoD (eng.: *Transactional Video on Demand*) je biblioteka u kojoj se naplaćuje gledanje svakog video sadržaja pojedinačno; AVoD (eng.: *Advertising Video on Demand*) je biblioteka sadržaja koja se monetizira putem reklama (Halkyard, n.d.). Izraz *općí kanal* označava linearni televizijski kanal koji emitira raznovrsne sadržaje i namijenjen je širokoj populaciji, za razliku od *nišnih kanala* koji emitiraju uži tematski ili žanrovski spektar sadržaja i namijenjeni su užoj, segmentiranoj publici (vidi: Lotz, 2014b)

[5] Određenu dijakronijsku sliku promjena u domaćoj televizijskoj industriji u prvim dekadama 21. stoljeća nude Zrinjka Peruško (2009, 2011; također i: Peruško i Čuvalo, 2014) i Vesna Roller (2014), no ne bave se detaljnije

nedostajuću širu sliku određenog procesa tijekom vremena. Predmet našeg glavnog istraživanja promjene su vezane za popularne serije i njihovu publiku na zemaljskim televizijskim kanalima u Hrvatskoj u petnaestogodišnjem periodu od 2003. do 2018. godine. Na taj način istraživanje obuhvaća ukupni period uvođenja i etabliranja ključnih inovacija na hrvatskom televizijskom tržištu. Cilj nam je istražiti trendove povezane s popularnim serijama zemaljske televizije: (a) u smislu žanrovske pripadnosti tih serija, (b) u smislu obrazovne strukture njihove publike i (c) u smislu pripadnosti zemlje porijekla tih serija Zapadu. Temeljem uvida u literaturu strukturirali smo tri hipoteze. *Hipoteza 1* tvrdi da je došlo do promjena u produkcijskom porijeklu popularnih serija na način da su zemlje Zapada izgubile primat, a preuzela ga je Turska. *Hipoteza 2* tvrdi da je došlo do promjena u žanrovskoj distribuciji popularnih serija na način da je raznovrsnost žanrova ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru. *Hipoteza 3* tvrdi da je došlo do promjene strukture gledatelja popularnih serija u smislu odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja.

1.3.Metoda glavnog istraživanja

Različiti su pristupi istraživanju medijske publike, a prate ih i različite metode istraživanja. Medijski teoretičar Dennis McQuail (2010: 404-406) istraživanja publike u osnovi dijeli na: (a) *strukturna* – mjeri se struktura i brojnost publike te brojnost i odlike određenih sadržaja poput žanra, zemlje porijekla, postignutog dosega i slično; (b) *bihevioralna* – mjere se medijski učinci i motivi uporabe medija pri čemu pristup koristi i zadovoljenja (eng.: *Uses and Gratifications*) nije striktno bihevioralni jer naglasak stavlja i na socijalno podrijetlo medijskog zadovoljenja; (c) *sociokulturna* – uporaba medija i percepcija značenja sagledavaju se kao odraz određenog sociokulturnog konteksta, a publika se sagledava kao niz zasebnih 'interpretativnih zajednica' koje dijele uglavnom iste oblike diskursa i okvire kreiranja značenja. McQuail (2010: 427) predlaže objedinjavanje ovih pristupa. Polazi od premise strukturnog pristupa da je uporaba medija u velikoj mjeri oblikovana određenim relativno stalnim *elementima društvene strukture* (odnosno sociokulturnom pozadinom medijskih ukusa) te *medijskom strukturom* (relativno konstantnim brojem kanala i žanrova dostupnih na određenom mjestu u određenom vremenu) jer publika samo o prisutnim medijskim proizvodima može akumulirati znanje i iskustvo te ih evaluirati na određeni način. Ta dva čimbenika dovode do prilično stalne dispozicije koju možemo nazvati medijskom

televizijskim serijama nego su one uklopljene u širu žanrovsku sliku. Općenito, istraživanja preferencija vezano za igrane televizijske žanrove u Hrvatskoj tek su u povojima. Medijski teoretičari Zrinjka Peruško, Dina Vozab i Filip Trbojević (2022: 113) ukazuju na to da u domaćim istraživanjima medijskog sustava prevladavaju ona iz domene novinarstva (gotovo 60 %) te ona vezana uz pravni okvir za slobodu izražavanja (oko 20 %), a da su najslabije zastupljena istraživanja koja se bave obrascima upotrebe medija i medijskim kompetencijama publika (sa po 10 %). Istraživanje obrazaca upotrebe medija i medijskih publika relativno je novo područje medijskih komunikacijskih studija u Hrvatskoj (Peruško i sur., 2022: 118).

orijentacijom osobe (McQuail, 2010: 421, 429). Medijska struktura sagledava se tijekom dužeg vremenskog perioda (McQuail, 2010: 421) pa strukturna istraživanja mogu donijeti uvide o *širim obrascima uporabe medija* (McQuail, 2010: 422-423).[6] No, da bi se dublje razmotrilo *zašto* ljudi konzumiraju određene medije i žanrove, strukturni pristup valja dopunjavati drugim dvama pristupima (McQuail, 2010: 422-423). S obzirom na cilj našeg glavnog istraživanja, kao temeljni odabrali smo strukturni pristup. Sociokulturni i pristup teorije koristi i zadovoljenja korišteni su u pomoćnom istraživanju. U glavnom istraživanju primijenili smo kvantitativnu metodu dopunjenu kvalitativnom žanrovskom analizom. Riječ je o sekundarnoj 'desk' statističkoj analizi longitudinalnih podataka gledanosti serija. Analiziran je petnaestogodišnji period od 2003. do 2018. godine. Podatke dobivene primarnim longitudinalnim istraživanjem gledanosti ustupila je međunarodna tvrtka Nielsen, specijalizirana za mjerenja gledanosti TV programa putem uređaja *peoplemetera.* Nielsen longitudinalno istraživanje gledanosti TV programa u Hrvatskoj provodi od 2003. godine. Ispitivani uzorak reprezentativno predstavlja strukturu hrvatske televizijske populacije (Roller, 2014: 153-154). Za svaku od petnaest istraživanih godina izdvojili smo po dvadeset najgledanijih naslova u općoj populaciji (temeljna ljestvica Top 20) te po dvadeset najgledanijih naslova u svakoj tri istraživane obrazovne skupine (dodatne ljestvice: Top 20 osnovna škola i bez [OŠ i bez]; Top 20 srednja škola [SSS]; Top 20 viša i visoka škola [VŠS i VSS]). Sve su ljestvice podijeljene na dvije uže ljestvice od po deset naslova. Za testiranje hipoteza korištene su ljestvice s po deset najpopularnijih naslova u općoj populaciji (temeljne ljestvice Top 10), a ostali su podatci korišteni za dodatne analize.

Manipulacije žanrovskim etiketama dio su taktika privlačenja gledatelja od strane producenata i distributera (Altman, 1989, 1999; Neale, 2005). Stoga Nielsenovu žanrovsku kategorizaciju temeljenu na podatcima nakladnika i medijskih servisa (agregatora industrijskih i medijskih informacija) nismo apriorno mogli smatrati pouzdanom i usklađenom s teorijom TV žanra. Serije je bilo nužno žanrovski odrediti sukladno teoriji TV žanra i izdvojiti distinktivne odlike analiziranih žanrova (definirati ih). Stoga smo (a) pri sintezi distinktivnih značajki žanrova, (b) pri žanrovskom određenju naslova izdvojenih kvantitativnim analizom – obavili deskriptivno i klasifikacijsko kvalitativno istraživanje kombiniranom primjenom induktivnih i deduktivnih postupaka. Kao polazišnu žanrovsku matricu koristili smo pregled najpopularnijih žanrova serija na Zapadu televizijskog teoretičara Glena Creebera i njegovih suradnika (Creeber, 2001, 2004, 2008c, 2015d). Konzultirajući znanstvenu literaturu, tu smo matricu dopunjavali uočenim

[6] Kada je riječ o strukturnim istraživanjima, analize koje obuhvaćaju kratak vremenski period (tjedan, mjesec, godinu) mogu biti opterećene mnogim nepredvidivim okolnostima koje ne odražavaju šire obrasce (McQuail, 2010: 420-423).

lokalnim žanrovima specifičnima za Hrvatsku te međunarodno poznatim žanrovima koji u Creeberovu matricu nisu uvršteni, a bili su popularni u Hrvatskoj u istraživanom periodu. Analizirali smo i sintetizirali odlike dvadeset dva žanra. Pri određivanju žanrovske pripadnosti serija konzultirali smo prvenstveno akademske, a potom industrijske te medijske izvore (usp.: Mittell, 2004). Svakom smo žanru uz sintezu distinktivnih obilježja pridodali podatke o strukturi publike, zemlji porijekla i broju naslova iz analiziranih ljestvica. Tako smo na kraju dobili *žanrovsku matricu serija* popularnih u Hrvatskoj u prvim dekadama 21. stoljeća.

1.4. Svrha, predmet, cilj i hipoteze pomoćnog istraživanja

Svrha pomoćnog istraživanja bila je dublje razumijevanje podataka dobivenih glavnim istraživanjem. Da bismo razumjeli medijatiziranu komunikaciju, treba razumjeti odlike, motive, prirodu selektivnosti i mehanizme involviranosti publike u određeni medijski sadržaj (A. Rubin, 2002: 526). Stoga nakon dobivenih prvih preliminarnih rezultata glavnog istraživanja koji ukazuju na izrazitu popularnost turskih telenovela u drugoj dekadi 21. stoljeća provodimo pomoćno istraživanje. Predmet istraživanja su sociokulturne odlike i ukusi gledatelja serija, njihovi motivi gledanja određenog žanra i percepcija pripadnosti određenog korpusa serija nekom žanru. Ciljevi pomoćnog istraživanja su: (a) usporedba sociokulturnih odlika i ukusa gledatelja i negledatelja turskih telenovela, (b) usporedba žanrovske percepcije turskih telenovela kao tekstova pripadnih sapunskoj operi kod ove dvije skupine gledatelja, te (c) istraživanje istaknutih razloga gledanja turskih telenovela.[7] Vezano za prvi cilj željeli smo usporediti gledatelje turskih telenovela i one koji to nisu u trima dimenzijama: (a) u vrijednosnoj kulturnoj bliskosti s Turskom; (b) u odlikama kulturnog kapitala povezanima s kulturnim angažmanom; (c) u televizijskom ukusu. Nakon uvida u literaturu strukturirali smo još četiri hipoteze. *Hipoteza 4* tvrdi da postoje statistički značajne razlike u percepciji vrijednosne kulturne bliskosti s Turskom u između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji Tursku percipirati kulturno bliskijom od negledatelja. *Hipoteza 5* tvrdi da postoje statistički značajne razlike u kulturnom angažmanu između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji iskazivati niži kulturni angažman od negledatelja. *Hipoteza 6* tvrdi da postoje statistički značajne razlike u televizijskim žanrovskim preferencijama između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će žanrove niskog kulturnog statusa gledatelji više voljeti od negledatelja. *Hipoteza 7* tvrdi da postoje statistički značajne razlike u percepciji žanrovske pripadnosti turskih telenovela između gledatelja i

[7] U književnoj teoriji, izraz *tekst* odnosi se na svaki koherentni skup znakova koji prenosi neku vrstu poruke (usp.: Lotman, 1977). Ovakvu uporabu izraza tekst preuzima među ostalima i televizijska teorija pa i mi izraz tekst rabimo u značenju bilo kojeg skupa znakova (objekta ili oblika izraza) kojemu se može iščitati značenje.

negledatelja turskih telenovela. Javno je predstavljen znanstveni rad koji donosi rezultate usporedbe sociokulturnih odlika i ukusa gledatelja i negledatelja turskih telenovela (H4, H5, H6 [Karuza Podgorelec, 2023]).

1.5. Metoda pomoćnog istraživanja

Riječ je o kvantitativnom anketnom istraživanju provedenom putem društvene mreže Facebook metodom snježne grude na prigodnom uzorku od 1185 odraslih ispitanika podijeljenih u dvije skupine: (a) gledatelji turskih telenovela, 316 ispitanika; (b) negledatelji turskih telenovela, 869 ispitanika. *Hipoteza 4* testirana je analizom ljestvice vrijednosne kulturne bliskosti (usp.: Iwabuchi, 2002) sastavljene od faktora Bliskost turske kulture i Privlačnost Turske. *Hipoteza 5* testirana je analizom ljestvice kulturnog angažmana i znanja stranih jezika (usp.: Bennett i sur., 2009; Krolo i sur., 2020) sastavljene od faktora Kulturni angažman i Strani jezici. *Hipoteza 6* testirana je tako da su najprije žanrovi svrstani u Žanrovske kulturne stilove (usp.: (usp.: Bennett, 2006; Krolo i sur., 2020). To su: Stil niskog kulturnog statusa (eng.: *lowbrow*), Stil srednjeg kulturnog statusa (eng.: *middlebrow*) i Stil visokog kulturnog statusa (eng.: *highbrow*). Provjerene su razlike u snazi povezanosti Kulturnog angažmana sa Žanrovskim kulturnim stilovima, a potom su provjerene povezanosti Kulturnog angažmana, Stranih jezika i obrazovanja sa Žanrovskim kulturnim stilovima te pojedinim skupinama sadržaja unutar njih. Usporedbe skupina u izraženosti Bliskosti turske kulture i Privlačnosti turske te Kulturnog angažmana i Stranih jezika, provedene su i uz kontrolu obrazovanja. Analizom uz kontrolu obrazovanja utvrđeno je i razlikuju li se gledatelji turskih telenovela od negledatelja po tome koje Žanrovske kulturne stilove preferiraju. *Hipoteza 7* testirana je upitnikom u kojemu ispitanici između šest ponuđenih žanrova odabiru žanrovsku pripadnost turske telenovele (imenovane kao 'turska serija'). Potom je provedena usporedba između gledatelja i negledatelja turskih telenovela. Motivi gledanja turskih telenovela istraženi su ljestvicom motiva gledanja sapunske opere (usp.: Livingstone, 1988) sačinjenom od osam faktora: Percipirana sličnost, Ugodno imerzivno iskustvo, Bijeg u svijet bogatih, Gledanje serija kao dio svakodnevice, Rješavanje problema, Razvijen odnos prema likovima, Percipirana društvena relevantnost te Percipirana bliskost s likovima.

1.6. Teorijski okvir

Naša studija pripada znanstvenoj grani masovnih medija koja „ispituje procese, učinke, proizvodnju, distribuciju ili potrošnju medijskih poruka“ (Bryant i Miron, 2004: 663; vidi šire: McQuail, 2010). Teorijski okvir studije obuhvaća sociološku teoriju kulturnog kapitala

primijenjenu na masmedijska istraživanja te tri teorije masovnih medija: teoriju kulturne bliskosti, teoriju TV žanra te teoriju koristi i zadovoljenja iz koje se razvija i teorija zabave.

(a) Koncept habitusa, kulturnog kapitala i kulturnih distinkcija kojeg donosi Pierre Bourdieu (1984, 1986, 1993, 2013) kontinuirano se aktualizira i nadopunjuje (npr.: Peterson i Kern, 1996; Prieur i Savage, 2013; S. Stewart, 2014). Ti se uvidi primjenjuju i na masmedijska istraživanja televizijske publike (npr.: Lizardo i Skiles, 2009) uključivo i razmatranja povezanosti kulturnog kapitala s televizijskim žanrovskim preferencijama (Bennett, 2006; Bennett, Carter, Gayo, Kelly i Noble, 2020; Bennett, Savage, Silva, Warde, Gayo-Cal i Wright, 2009; Friedman, 2011, 2014; Friedman i Kuipers, 2013; Jontes, 2012; Krolo i sur., 2020; Kuipers, 2006b; Schlütz i sur., 2018; Schlütz i Schneider, 2014).

(b) Medijska istraživanja globalnog tijeka medijskih tekstova (eng.: *Global Media Flow* [Bielby i Harrington, 2008; Morley i Robins, 1995; Olson, 1999; Ritzer i Zeynep, 2010; Thussu, 2007b; Simpach, 2019]), analiziraju kulturu, jezik te sam narativ (uključivo i žanr) kao generatore popularnosti inozemnih serija. U tom se kontekstu razvija teorija kulturne bliskosti (eng.: *Cultural Proximity* [Straubhaar, 1991, 2007, 2010, Straubhaar, Santillana, de Marcedo Higgins Joyce i Guilherme Duarte, 2021, 2023]) razmatrajući osjećaj bliskosti gledatelja s medijski projektiranim imaginarnijem određenog geokulturnog prostora i/ili narativa. Kulturna je bliskost višeslojni fenomen povezan s habitusom gledatelja pa bliskost prema naslovu/žanru unutar iste nacionalne zajednice varira od jedne skupine do druge (Iwabuchi, 2002; La Pastina i Straubhaar, 2005; Straubhaar, 2007; Straubhar i sur., 2022, 2023). Istražuju se različiti aspekti kulturne bliskosti, najčešće vrijednosna bliskost (npr.: Berg, 2023; Gündüz, 2020; Iwabuchi, 2002; La Pastina i Straubhaar, 2005; Wagner i Kraidy, 2023) – riječ je o percepciji kulturne sličnosti (ili željene sličnosti, odnosno privlačnosti) u smislu mentaliteta, osobnih vrijednosti i preokupacija i slično (Iwabuchi, 2002).

(c) U okviru medijskih studija televizijski studiji (eng.: *Television Studies*) polaze od toga da su *industrija* (uključivo tehnologiju i regulativu), *publika* i *tekst* međuovisne varijable pa ih nije dostatno izolirano proučavati (Abercrombie, 1996; Fiske, 2001; Tulloch, 1990; pregled: Alvarado, Bounanno, H. Gray i T. Miller, 2015; J. Gray i Lotz, 2004). Iz te se perspektive razvija i teorija TV žanra koja proučava fikcionalne i nefikcionalne žanrove te njihove hibride (Feuer, 1992). TV žanr se sagledava kao diskurzivna formacija koju osim definicije određuju interpretacija i evaluacija; ti diskurzivni iskazi i sami su sastavni dio žanra, ograničavajući njegova značenja i postavljajući njegovu kulturnu vrijednost (Mittell, 2004). Intenzivno se proučavaju međuovisnosti žanrovskih i industrijskih transformacija te promjena preferencija publike (npr.: Edgerton i Rose, 2005; Lotz, 2006, 2014a). Pojedine žanrovske matrice sagledavaju se kao specifične za određeno

vrijeme i prostor (Mittell, 2004; usp.: Cawelti, 1977; Todorov, 1990). Žanrovi serija uglavnom se pojedinačno istražuju, a tek se ponekad sintetiziraju odlike uže skupine (do desetak) žanrova (npr.: Creeber, 2004; Edgerton i Rose, 2005; Mittell, 2004; Newcomb, 1974; Rose, 1985). Nešto širu matricu suvremenih žanrova serija popularnih na Zapadu donosi Creeber (2001, 2008b, 2015c). Ta nam matrica služi kao model kategorizacije žanrova serija popularnih u Hrvatskoj.

(d) Medijsku teoriju koristi i zadovoljenja konceptualiziraju Elihu Katz, Jay G. Blumler i Michael Gurevitch (1973, 1974). Istraživači u okviru tog relativno širokog koncepta temeljem iskaza publike proučavaju motive i efekte izlaganja medijskim sadržajima (kraći pregled: Ruggiero, 2000; širi pregled: Bryant, Roskos-Ewoldsen i Cantor, 2003; Bryant i Zillmann, 2002; Oliver, Raney, i Bryant, 2020). Iz te se teorije razvija i teorija zabave (eng.: *Entertainment Theory*) usmjerena na fikciju i druge zabavne sadržaje, istražujući što je zabava, kako funkcionira, koje efekte ima na publiku i zašto joj je u tolikoj mjeri privlačna (pregled: Perse i Lambe, 2017; Vorderer i Klimmt, 2021).[8]

1.7. Struktura rada

Prvi dio rada obuhvaća sintezu teorijskih utemeljenja istraživanja. U Poglavlju 2 operativno određujemo glavne genološke termine 'rod', 'vrsta' i 'žanr'. U Poglavlju 3 kontekstualiziramo problem istraživanja i dijakronijski se osvrćemo na domaći medijski sustav. Sintetiziramo uvide o popularnim serijama u socijalizmu, na prijelazu stoljeća te u prvim dekadama 21. stoljeća, razmatrajući pritom odlike domaćeg medijskog sustava i u širem europskom kontekstu. Serije svoje korijene vuku iz filma, književnosti i s radija, no svoju estetiku, strukturu i način adresiranja oblikuju sukladno jedinstvenim odlikama televizije. Stoga u Poglavlju 4 skiciramo specifičnosti televizije, s naglaskom na odlike igrane televizijske fikcije. Naše glavno istraživanje obuhvaća i žanrovsku klasifikaciju serija pa je Poglavlje 5 posvećeno teoriji TV žanra. Najprije izlažemo glavne probleme tekstualnih žanrovskih taksonomija, a potom način na koji teorija TV žanra ovu generičku kategoriju sagledava kao kulturnu kategoriju kojoj je tekst primarna, ali ne i jedina odrednica. Takav pristup žanrovskoj klasifikaciji i nama služi kao putokaz pri izradi žanrovske matrice. Naša studija istražuje percepciju žanrova serija pa je Poglavlje 6 posvećeno trima percepcijskim teorijama: teoriji kulturnog kapitala, teoriji kulturne bliskosti i teoriji koristi i zadovoljenja iz koje izvire teorija zabave. Najprije sintetiziramo glavne postavke teorije kulturnog kapitala, uvide o odnosu kulturnog kapitala i televizije te uvide o povezanostima kulturnog kapitala

[8] Serije pripadaju programu namijenjenom zabavi (eng.: *Entertainment*). Takvu klasifikaciju primjenjuje i European Broadcast Union (EBU) razumijevajući zabavu kao: „program koji primarno ima za cilj pobuđivanje relaksacije, osjećaja ugode i osvještavanja lijepog“ (EBU, 1995: Definitions: 1).

i gledateljskih žanrovskih preferencija. Iz teorije kulturnog kapitala izvire i medijski koncept kulturne bliskosti, usmjeravajući se na globalnu trgovinu televizijskih sadržaja i istražujući kulturnu bliskost gledatelja sa stranim serijama. Kulturna bliskost je višeslojni fenomen pa izlažemo uvide o međusobno povezanim aspektima kulturne bliskosti: žanrovskoj, tematskoj, vrijednosnoj i estetskoj bliskosti te kulturnoj djeljivosti sadržaja, uključujući narativnu 'propusnost' teksta i stupanj njegove delokalizacije. Na kraju sažimamo uvide teorije koristi i zadovoljenja i teorije zabave usmjerene na istraživanja motiva i efekata gledanja serija. Najprije izdvajamo opće uvide o zadovoljenjima ostvarenima gledanjem serija, a potom izdvajamo uvide o mehanizmima užitka u serijama: o uživljenosti u priču te o različitim oblicima povezanosti gledatelja s protagonistima serija. Kao posljednje, sumiramo rezultate istraživanja motiva i efekata gledanja sapunskih opera.

Drugi se dio rada usmjerava na provedeno istraživanje. Najprije u Poglavlju 7 izdvajamo ciljeve istraživanja i hipoteze. U Poglavlju 8 pojašnjavamo metodu, tijek istraživanja, mjerne instrumente te operativna određenja termina i kategorija korištenih u istraživačkom procesu – najprije vezano za glavno istraživanje, a potom vezano za pomoćno istraživanje. Glavno se istraživanje sastoji od kvalitativnog segmenta (sinteze razlikovnih obilježja žanrova i žanrovske klasifikacije naslova) te od kvantitativnog segmenta (statističke analize naslova grupiranih prema gledanosti, žanru, zemlji proizvodnje i obrazovnoj strukturi publike). Rezultate glavnog istraživanja izlažemo u dva poglavlja. Najprije u Poglavlju 9 donosimo rezultate testiranja hipoteza i šire analize ljestvica Top 20, vezano za zemlju porijekla, žanrovsku distribuciju i strukturu publike popularnih serija te sumiramo rezultate vezano za ukupne trendove gledanosti serija u analiziranom periodu. U Poglavlju 10 podrobno izlažemo žanrovsku matricu serija. Donosimo sintezu glavnih odlika svakog od dvadeset dva žanra uvrštenog u matricu te za svaki žanr donosimo rezultate kvantitativnog istraživanja vezano za strukturu publike, zemlju porijekla i broj naslova pripadnih određenom žanru. Za žanrove na ljestvici Top 20 prisutne s pet i više naslova, rezultate kvantitativne analize izdvajamo u zasebno podpoglavlje. Pritom tri najpopularnija žanra iz svake žanrovske skupine analiziramo detaljnije o ostalih: kriminalističku seriju u okviru drame, situacijsku komediju u okviru komedije i telenovelu u okviru sapunske opere. Za žanrove prisutne s manje od pet naslova rezultate kvantitativne analize donosimo na kraju sinteze distinktivnih odlika žanra ne izdvajajući ih u zasebno podpoglavlje. U Poglavlju 11 izlažemo rezultate pomoćnog istraživanja. Najprije donosimo rezultate usporedbe gledatelja i negledatelja turskih telenovela u ovim dimenzijama: vrijednosna kulturna bliskosti s Turskom; kulturni angažman i poznavanje stranih jezika; žanrovske preferencije; žanrovska percepcija turskih telenovela. Na

kraju donosimo rezultate istraživanja istaknutih motiva gledanja turskih telenovela. U Poglavlju 12 donosimo raspravu o predočenim rezultatima, a u Poglavlju 13 iznosimo zaključno izvješće. Radu su pridružena tri priloga. Prilog 1 donosi podatke o metodi primarnog Nielsenovog istraživanja. Prilog 2 tabelarno po sezonama donosi gledanosti naslova serija s ljestvice Top 20 u svim istraživanim sociodemografskim uzorcima. Prilog 3 tabelarno po sezonama donosi gledanosti serija s ljestvica Top 20 OŠ i bez, Top 20 SSS te Top 20 VŠS i VSS u obrazovnim skupinama kojima su te ljestvice namijenjene.

2. OPERATIVNA ODREĐENJA GLAVNIH GENOLOŠKIH TERMINA[9]

U operativnom određenju genoloških termina polazimo od domaćih filmskih klasifikacija, priklonivši se onoj filmskog teoretičara Nikice Gilića (2013) jer se nastavlja se na klasifikaciju filmskog teoretičara Ante Peterlića (2018) i tradiciju hrvatske znanosti o književnosti, a može se uklopiti i u teoriju TV žanra. Gilićev smo klasifikacijski koncept trebali dijelom prilagoditi televiziji kao predmetu istraživanja. Najprije, filmska teorija žanra uglavnom se formira na fenomenima i primjerima iz igranog filma (Gilić, 2013: 44) dok se teorija TV žanra jednako intenzivno bavi fikcionalnim i nefikcionalnim žanrovima (npr.: Creeber, 2001, 2008c, 2015d; Edgerton i Rose, 2005; B. Rose, 1985b). K tome, klasifikacija televizijskih tekstova tek se dijelom oslanja na teoriju književnosti i teoriju filma (Neale, 2008a: 5-6; vidi: Feuer, 1992). Domaći klasifikacijski termini 'rod' i 'vrsta' razvili su se pod utjecajem njemačke znanosti o književnosti (Solar, 1971: 35), a teorija TV žanra dominantno se razvija unutar znanstvene zajednice engleskog govornog područja koja poznaje tek izraz 'žanr'. No, ukoliko se želi nastaviti terminološku tradiciju domaće genologije, može se zadržati podjela na rodove, vrste i žanrove. Prema kriteriju odnosa prema činjeničnoj stvarnosti i televizijski se tekstovi mogu podijelili na *rodove* kao temeljne kategorije televizijske komunikacije (usp.: Gilić, 2013: 12). Unutar svakog roda tekstovi kulturno prepoznatih zajedničkih obilježja i osobina svrstavaju se u *žanrove*; žanrovi su klasifikacijske oznake za „varijante roda“ (Gilić, 2013: 105). Jednako kao i filmove, i televizijske tekstove svih rodova prema kriteriju duljine i strukture djela možemo podijeliti na *vrste* (usp.: Gilić, 2013: 103).

2.1. Dvojako značenje termina žanr

Francuski izraz *genre* (rod; vrsta; tip; sustav; način; od grčkog *genos*, odnosno latinskog *genus*, gen. *generis*: rod; porijeklo), široko se u znanosti, kulturi i umjetnosti rabi i kao *opća oznaka* za neku skupinu dijela (vidi šire: Frow, 2006). Uporaba termina *vrsta* i *rod* kao opće klasifikacijske oznake u osnovi je u skladu s takvom međunarodnom uporabom termina *žanr* (Hrvatska enciklopedija, 2021d). No, književni teoretičar Milivoj Solar (1971: 35, 2006: 322-323) napominje da se termini rod i vrsta kod nas upotrebljavaju kada se misli na određene *hijerarhijske odnose*, a termin *žanr* se može rabiti i u tom smislu (kao varijanta roda), ali i *izvan odnosa subordinacije*. Tako pak shvaćen termin žanr značenjski obuhvaća *bilo koju generičku skupinu tekstova* i

[9] Termin genologija (eng.: *Genre Theory*, njem.: *gattungspoetik*, polj.: *genologia*) u hrvatsku znanost o književnosti uvodi književni teoretičar Pavao Pavličić (1983) kao „teoriju književnih formi (rodova, vrsta, žanrova) u najširem smislu riječi“ koja se bavi „načinima na koje pojedinačno književno djelo pripada nekoj većoj ili manjoj skupini umjetnina, i principima po kojima se te skupine klasificiraju“ (Pavličić, 1983: 5). Nastavno na Pavličića, hrvatski teoretičari filma uvode termin *filmska genologija* (Gilić, 2013; Turković, 2010); stoga možemo govoriti i o *televizijskoj genologiji*.

„predstavlja elementarnu semiološku kategoriju na osnovi koje se obavlja razvrstavanje tekstova prema zajedničkim osobinama“ (Milutinović, 2009: 12; vidi: Raffetry, 2021). I mi ćemo operativno termin žanr upotrebljavati u dva značenja, nastavljajući se na uporabu od strane originalnih autora čije ćemo uvide konzultirati u radu. Termin žanr rabit ćemo kao opću klasifikacijsku oznaku izvan odnosa subordinacije (primjerice u izrazima 'teorija žanra' i slično). No, uglavnom ćemo taj termin rabiti kao varijantu roda (Gilić, 2013: 105). Žanr tada može biti jednostavno imenovan (poput: 'kostimirana drama'), ili je uz imenicu žanr prisutna i određena atribucijska oznaka (poput: 'kriminalistički žanr', 'žanrovi serija' i slično).

2.2. Televizijski rodovi

Najprije Peterlić (2018) na tragu domaće književnoteorijske tradicije kao temeljnu uvodi kategoriju *filmskog roda* (igrani film, dokumentarni film i eksperimentalni film), a Gilić (2013) prihvaća Peterlićevu podjelu na rodove. Pri tome Gilić (2013: 13-14) pripadnost rodu igranog filma umjesto 'pričom' (usp.: Peterlić, 2018: 238) određuje kriterijem *fikcionalnosti*, „stvaranjem zatvorenog svijeta u kojem se događaji i likovi slažu u cjelovit sustav, složenošću svakako usporediv sa stvarnim svijetom, prema brojnim značajkama sličan stvarnom svijetu, ali od njega nedvojbeno odvojen referencijalnim zidom“. Gilićevu podjelu možemo modificiranu primijeniti i na televiziju jer televizijska teorija također temeljnu podjelu televizijskih tekstova zasniva na kriteriju odnosa prema činjeničnoj stvarnosti. (usp.: Chandler, 1997: Appendix 1). Kao osnovne televizijske kategorije razlikuju se *fikcija* i *nefikcija* odnosno činjenični, faktografski, 'faktualni' (Turković, 2010: 11) televizijski tekstovi (eng.: *fiction*/*factual* odnosno eng.: *fiction*/*non-fiction* [vidi: Abercrombie, 1996: 42; Corner, 1991: 276, prema Chandler, 1997: Appendix 1]).[10] Toj podjeli televizijska teorija pridodaje i *TV reklame*, neprogramske hibridne tekstove s isključivim persuazivnim namjerama (Chandler, 2008; vidi i: Corner, 2004). Na televiziji postoje i različite prijelazne odnosno hibridne forme poput dokumentarne drame, glazbenog videa, mozaičkih formi i slično (Chandler, 1997). Njih se uz izuzetak dokumentarne drame razvrstava u činjenični rod jer

[10] Peterlićeva podjela filmskih rodova na igrani, dokumentarni i eksperimentalni, suviše je uska za televiziju. S jedne strane i animacija danas postaje važan dio televizijske fikcije za odrasle (npr. animirana situacijska komedija *Obitelj Simpson* ([*Simpsons*] Fox, 1989- [vidi šire: Mittel, 2004]). Stoga je izraz 'fikcija' u značenju roda primjereniji za televiziju. Jednako tako, činjenični rod na televiziji osim dokumentaraca obuhvaća i vijesti, ali i *reality* TV i brojne govorne i zabavno-glazbene programe (Creeber, 2001, 2008b, 2015c). Stoga je izraz 'dokumentarni rod' za televiziju značenjski neprimjeren. Turković (2010: 92) kao pandan filmskim rodovima za televiziju rabi televizijski industrijski izraz *programi.* Izraz se podudara s podjelom televizijskih programskih odjela (zabavni, mozaički, sportski, dječji, informativni, dokumentarni, dramski program itd.). S obzirom na to da je takvom podjelom nemoguće izvesti konzistentnu klasifikaciju sukladnu televizijskoj teoriji (na primjer zabavni i dječji program proizvode fikcionalne i činjenične tekstove svih žanrova, a dokumentarni program ne proizvodi dokumentarne hibride poput kuharskih ili dizajnerskih putopisa, doku-*soapa* i raznih drugih), nismo preuzeli Turkovićev termin.

dominiraju nefikcionalni elementi (usp.: Creeber, 2001, 2008c, 2015d). Temeljem ovih uvida televizijske tekstove prema kriteriju fikcionalnosti operativno smo podijelili na *televizijske rodove*. Tako smo dobili kategorije roda: (a) *fikciju* (i unutar fikcije animiranu, igranu i hibridnu animirano-igranu formu);[11] (b) *činjenični* odnosno *nefikcionalni rod* (eng.: *factual; non-fiction*); (c) neprogramske *reklame*.

2.3. Televizijske fikcionalne vrste

Literarna proza dijeli se na vrste temeljem kriterija duljine djela koja utječe na njegovu strukturu; riječ je o osnovnoj podjeli na roman, pripovijetku i novelu (Solar, 1977: 158-160, 1989: 209-251; vidi: Solar, 1974; Flaker, 1998: 360). Gilić (2013) ovaj kriterij prenosi na klasifikaciju filmova i određuje *filmske vrste*. Kao razlikovno obilježje određuje *trajanje djela* (2013: 100-101) jer ono „ima izravne posljedice na značenjsko bogatstvo i zahvaćenu širinu prikazanog svijeta“ (2013: 101-102). Gilić (2013: 103) televizijsku seriju i serijal navodi kao glavne televizijske vrste. Te su podjele konceptualno sukladne podjelama razvijenima unutar teorije TV žanra koja unutar televizijske fikcije razlikuje kategorije djela temeljeno na njegovoj duljini i strukturi, no bez posebnog krovnog klasifikacijskog termina (npr.: Creeber, [2004: 7-8] govori o „strukturama“, Pescatore i Innocenti [2012: 58] o „modelima“, a Schlütz [2015: 96] o „tipovima“ serija s obzirom na duljinu i narativnu strukturu). Operativno smo podjelu prema kriteriju strukture i duljine, po uzoru na Gilića (2013), nazvali podjelom na *televizijske vrste.* U osnovi televizijske vrste dijelimo na djela narativno zaokružena jednim emitiranjem ('jednokratna emitiranja') i serijalizirane narative (serije i serijale [usp.: Turković, 2008a: 36]), narativno zaokružene tijekom više odvojenih emitiranja.[12] Osam je igranih televizijskih vrsta.

(a) *TV drama*. Najstarija je televizijska igrana vrsta (Gardner i Wyver, 1983:115; Serling, 1957; Vončina, 2011: 45-47). Sama po sebi je cjelovito djelo, teoretski može biti bilo koje duljine ili žanra (Self, 1984: 2), ali najčešće joj duljina ne prelazi 60 minuta (Creeber, 2008b). Serije su u suvremenoj televiziji gotovo u potpunosti istisnule TV dramu (Creeber, 2008b: 18-19; Gardner i Wyer, 1983: 118).
(b) *TV film*. Strukturno je isti kao i TV drama, ali više nalikuje kino filmu (Creeber, 2004) i trajanja je oko 90 minuta (vidi šire: Edgerton, 1991).

[11] Ne rabimo termin 'oblik' nego za televiziju uvriježen izraz 'forma'. Pavličić (1983: 14) smatra da je izraz 'oblik' semantički već opterećen značenjima koja ima u teoriji versifikacije gdje se govori o metričkim oblicima (iako ga u književnoteorijskoj genologiji ranije koristi primjerice književni teoretičar Zdenko Škreb [1976]).
[12] U istraživanju ćemo izraz 'serija' rabiti kao opći izraz za sve serijalizirane vrste TV fikcije, a izraz 'epizodna serija' upotrebljavati ćemo u užem značenju serijaliziranog narativa u kojemu svaka epizoda ima zatvoren narativni lûk.

(c) *Epizodna serija*. Igrana vrsta koja priču o (većinom) istim protagonistima u istom prostoru dijeli u odvojeno emitirane nastavke, epizode, a pri tome je svaka epizoda manje ili više narativno neovisna jedna o drugoj jer ima zatvoren narativni lûk koji uključuje razlaganje glavnog zapleta sve do završetka (eng.: *anthology plot* ili *episodic plot* [Pescatore i Innocenti, 2012: 58; vidi i Schlütz, 2015: 96; Creeber, 2004: 8]). Potpuno narativno 'čiste' epizodne serije rijetke su u suvremenoj televiziji (Innocenti i Pescatore, 2015: 1), a zamjenjuju ih takozvani *kumulativni narativi* (eng.: *cumulative narrative* [Newcomb, 2004: 422; vidi i: Ganz-Blättler, 2018]) koji kombiniraju glavnu epizodnu radnju (takozvani 'slučaj tjedna') i pomoćne radnje koje se protežu kroz više epizoda.

(d) *Serijal*. Također igrana vrsta koja priču o (većinom) istim protagonistima donosi u odvojenim epizodama (Schlütz, 2015: 97). Međutim, za razliku od epizodnih serija, serijali tijekom epizoda dalje nastavljaju razvijati istu glavnu priču, odnosno ovdje se zaplet priče tijekom emitiranja razvija sve do glavnog razrješenja na kraju serijala (ili na kraju sezone), kada dolazi do uspostave novog ekvilibrija (eng.: *running plot* [Pescatore i Innocenti, 2012: 58; vidi: Creeber, 2004: 8]).

(e) *Neprekinuti serijal*. Kao igrana vrsta usko je vezan uz podtip sapunske opere, takozvanu 'dnevnu sapunicu' (vidi: 10.4.). Sličan je serijalu u tom smislu što se radnja razvija iz epizode u epizodu. Ipak, s obzirom na to da mu je cilj ostvariti neprekinuti tijek događaja čak i tijekom niza godina emitiranja, a ne ispričati priču (što nužno uključuje i kraj, ma koliko dalek bio), neprekinuti serijal narativno je drugačije strukturiran od serijala. Brojne su linije radnje u raznim stadijima razvoja, a često su prekidane u najnapetijim trenutcima. Pritom u periodičnim ritmovima pomoćne radnje postaju glavnima i obrnuto, a svaki postignuti ekvilibrij je relativan i služi kao pokretač novih konflikata koji se mogu aktivirati u bilo kojem trenutku pa ovdje govorimo o trajno nezavršenom tekstu (C. Geraghty; 1981; vidi R. Allen, 1985 :14).

(f) *Miniserija*. Riječ je uglavnom o serijalima (rjeđe o epizodnim serijama) unaprijed ograničenog manjeg broja epizoda po sezoni. U televizijskoj industriji razlikuju se 'serija ograničenog broja nastavaka' od šest do dvanaest epizoda (eng.: *limited series*) i miniserija u užem smislu od obično četiri do šest epizoda po sezoni (Black List, n.d.: 7).

(g) *Serija-antologija*.[13] Riječ je seriji koja se sastoji od nekoliko odvojenih priča, povezanih istom temom, prostorom ili protagonistima (Creeber, 2004: 8). Ista priča može obuhvatiti samo jedan nastavak, ali i cijelu sezonu serije (različitog broja epizoda) i zapravo funkcionirati kao miniserija.

[13] Na filmu je pandan seriji-antologiji omnibus, „cjelovečernji film sastavljen od dvaju ili više samostalnih, cjelovitih filmskih izlaganja“ (Turković, 2008b). Kod nas je termin 'antologija' često shvaćen kao izbor najboljih radova (Hrvatska enciklopedija, 2021a) pa je potrebno pojašnjenje da se u međunarodnoj televizijskoj teoriji ovaj termin upotrebljava u značenju serije – zbirke priča.

Može biti povezana s drugim pričama iste antologije tek vrlo labavim tematskim poveznicama, a može biti riječ i o relativno čvrsto narativno povezanim pričama o istom glavnom protagonistu (Creeber, 2004: 8).

(h) *Fleksibilna serija*. Fleksi-narativ (fleksibilna serija) neformulaično (često putem takozvanih *cliff-hangera*, prekida ili preusmjeravanja priče u najnapetijem trenutku [usp. Nelson, 1997: 34]), fleksibilno oscilira između serijala, serija otvorenog kraja i epizodnih serija (usp.: Mittell, 2006: 33; Schlütz, 2015: 97). Takva struktura pojavljuje se kod kompleksnih serija s ukupnim fleksibilnim i složenim „multinarativnim" (Nelson, 1997: 31) oblikom pripovijedanja.

2.4. Fikcionalni TV žanrovi

Za razliku od dokumentarnog filma koji se definira referencijom na zbilju i u kojemu će se slijednom toga žanrovi definirati prema tematskom aspektu, igrani se film definira nastankom fikcionalnog (mogućeg) svijeta. Stoga se „žanrovi igranog filma mogu shvatiti kao specifične modelacije i varijante mogućih svjetova" (Gilić, 2013: 100; vidi: Turković, 2000). Igrane žanrove stoga određuje veći broj kulturno prepoznatih zajedničkih obilježja i osobina (Gilić, 2013). Takav je pogled na žanr sukladan teoriji TV žanra pa ćemo ga primijeniti i mi. Kao najobuhvatniju osnovnu kategoriju pri razvrstavanju žanrova teorija TV žanra izdvaja *žanrovske skupine* (odnosno osnovne narativne moduse kod fikcije sukladne književnoteorijskom konceptu dramskih vrsta [usp.: Solar, 1977: 189-194]). Tri su žanrovske skupine unutar roda fikcije: *drama*, *komedija* i *sapunska opera* (Creeber, 2001, 2008c, 20015c). Žanrovi se često kombiniraju u „žanrovske mješavine" (Turković, 2008c), odnosno kreiraju se takozvani *žanrovski hibridi* koji kombiniraju odlike više žanrova. Žanrovske hibride Creeber (2001, 2008c, 2015d) razvrstava u žanrove prema dominantnom žanru pa smo i mi zadržali taj model razvrstavanja. S obzirom na to da se žanrovi kontinuirano mijenjaju, hibridiziraju i prilagođavaju kulturi u kojoj nastaju, suvremena teorija TV žanra poznaje i kategoriju *mikro-žanra.* Mikro-žanrovi su relativno uske ('mikroskopske') višedimenzionalne žanrovske kategorije koje se kreiraju povezivanjem (nabrajanjem) različitih žanrova ili podžanrova kojima određeni tekst dijelom pripada, ali ponekad i isticanjem formula koje dominiraju tekstom te dodavanjem geokulturnih, stilskih ili drugih diskurzivnih odlika (Creeber, 2015a). Riječ je o vrlo rasprostranjenom novom načinu klasifikacije fikcije u digitalnim medijima.

3. SERIJE U HRVATSKOJ: DIJAKRONIJSKI POGLED

Televizijski teoretičari na Zapadu uglavnom rabe dvije periodizacije razvoja televizije. Jedni autori razvoj televizije dijele na periode: *TV I,* otprilike od početaka televizije do 1975. godine; *TV II,* od 1975. do 1990-ih; *TV III,* od 1990-ih do uvođenja SVoD-a; *TV IV,* od pojave SVoD-a na dalje (Jenner, 2014, 2018; Pearson, 2011, Rogers, Epstein i Reeves, 2002). Drugi autori (npr.: Creeber i Hills, 2007) rabe periodizaciju filmskog i televizijskog teoretičara Johna Ellisa (2000a) koji razvoj televizije dijeli na: *period oskudice* (eng.: *scarcity*) otprilike od početka 1950-ih do kraja 1970-ih i/ili početka 1980-ih; *period dostupnosti* (eng.: *availability*) kojeg obilježava i postupno sve veći broj kabelskih kanala; *period obilja* (eng.: *plenity*) kojeg obilježava pojava odgođenog gledanja, televizije na zahtjev i drugih tehnoloških inovacija. Obje periodizacije televizije nacionalno su specifične i poglavito ovise o siromaštvu odnosno bogatstvu televizijskih kanala i programa (Pearson, 2011:107) te o tehnološkim inovacijama (vidi: Kompare, 2005: pogl. 7 i 8). Do kraja 20. stoljeća hrvatski televizijski sustav zapravo je u periodu oskudice. Monopol na zemaljsko emitiranje ima državna, a potom javna televizija. Od 1990-ih bilo je moguće pratiti inozemne nišne satelitske kanale, a kabelska televizija je bila u povojima. No, nije postojala jezična prilagodba stranih programa pa zbog jezične barijere ti programi nisu mogli biti šire prihvaćeni.

3.1. Serije u socijalizmu

Hrvatska je televiziju dočekala i desetljećima razvijala kao jedna od socijalističkih republika bivše Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (SFRJ). Pripadala je pop-kulturnom prostoru kojeg povjesničarka Radina Vučetić (2018) naziva „Coca-Cola socijalizmom“, bastardom amerikanizirane pop-kulture i jugoslavenske ideologije takozvanog „mekog socijalizma“ (Vesnić-Alujević i Simeunović Bajić, 2013: 193). Od 1960-ih je pozapadnjačenje svakodnevnog života putem televizije bio važan dio kreiranja kolektivnog jugoslavenskog identiteta (Vučetić, 2018: 283, 285) i osjećaja pripadnosti simboličkom geografskom prostoru koji nominalno negira tadašnju hladnoratovsku dihotomiju između Istočne i Zapadne Europe (Mihelj, 2008). Jugoslavija je od samih osnutaka televizije modificirala europski model monopola javne televizije u monopol državne Jugoslavenske radiotelevizije (JRT). Nije bilo komercijalnih televizija (o kontekstu ranog razvoja TV kulture u Jugoslaviji vidi i: Erdei, 2020). Uz obalu Jadrana mogao se pratiti program talijanske javne televizije RAI-ja (Radiotelevisione Italiana), a na sjeverozapadu Hrvatske austrijske javne televizije ORF-a (Österreichischer Rundfunk [Pokrajac, 2018; Pušnik i Starc, 2008]). Već od 1960-ih zapadni igrani žanrovi bili su vrlo popularni (Vučetić, 2018). Skromna domaća dramska produkcija žanrovski i estetikom bila je pod zapadnim utjecajima (npr.: Erdei,

2017; Mirošičenko, 2013; Simeunović Bajić, 2016, 2018; Vončina, 2011). Zbog razlika u razvijenosti i povijesno determiniranom kulturnom identitetu njihovih stanovnika osjećale su se simboličke podjele federativnih republika Jugoslavije na zapadnije i istočnije te sjevernije i južnije. Slovenija i Hrvatska smatrale su se 'najzapadnijima', ali te razlike se nisu sagledavale kao nepremostive; sve su republike emanirale sličan prepoznatljiv identitet između komunizma Istoka i kapitalizma Zapada (Mihelj, 2008: 161). Istražujući u Sloveniji sjećanja ljudi na tu mješavinu stvarnosti života u socijalizmu i izloženosti fikciji Zapada, medijski teoretičari Maruša Pušnik i Gregor Starc (2008) nalaze da je televizija ljudima bila prozor prema 'žuđenoj modernosti', osnažujući osjećaj kulturne bliskosti, pa time i 'sličnosti' sa Zapadom (usp.: Iwabuchi, 2002: 118; Straubhaar, 2007: 200). „Stvarnost socijalističke svakodnevice i televizijski posredovane virtualne slike zapadnjačkog života stvorila je prilično apsurdnu situaciju u kojoj je kulturni kapital slovenskih gledatelja pretekao njihov ekonomski kapital“ (Pušnik i Starc, 2008: 783). Ljudi su bili fascinirani slikama Zapada. Televizija je donosila zapadnu psihu i izgrađivala je (Pušnik i Starc, 2008: 783-784; usp.: Morley i Robins,1995: 139). „Televizijske zapadnjačke slike funkcionirale su kao 'kulturni posrednik' (Bourdieu, 1984: 326), koji je emitirao zapadni kulturni kapital diljem socijalističkog slovenskog medijskog krajolika“, a zapadne televizijske produkcije „funkcionirale su kao 'tvorci ukusa'“ (Pušnik i Starc, 2008: 784; usp.: Lynes, 1980). Televizijski je program bio takav da televizija nije imala nizak kulturni status (usp.: Vučetić, 2018, Pušnik i Starc, 2008).

Proces pozapadnjačenja putem filmova i serija se tijekom godina intenzivirao, pa primjerice JRT 1989. godine ulaže 2 223 000 američkih dolara na uvoz igranog, pretežno američkog programa (Pokrajac, 2018: 36-37). Nisu se emitirale dnevne sapunice, a visokobudžetne večernje (eng.: *prime time*) sapunice emitirale su se vrlo selektivno u udarnim večernjim terminima (Pokrajac, 2018, Vučetić, 2018). Prikazivali su se tek megahitovi poput ranijih *Gradića Peytona* ([*Peyton Place*] ABC, 1964-1969) i *Dugog toplog ljeta* ([*The Long, Hot Summer*] ABC, 1965-1966) te kasnijih *Dinastije* ([*Dynasty*] ABC, 1981-1989) i *Dallasa* (CBS, 1978-1991).[14]

[14] Naslove serija, romana i filmova označavamo kurzivom. Za serije emitirane u Hrvatskoj donosimo najprije hrvatski prijevod naslova, a potom originalni naslov, a za ostale serije samo originalni naslov. Dalje u tekstu koristimo domaći naslov ako postoji, a u ostalim slučajevima – originalni naslov. Kada određenu seriju spominjemo po prvi puta, uz nju donosimo podatak o prvoj televiziji koja je seriju emitirala te o periodu prvog emitiranja. Neke su serije odmah bile emitirane u tzv. sindikaciji (obliku distribucije tipičnom za američko tržište), odnosno njih je veći broj televizija emitirao istovremeno. U tom slučaju umjesto naziva nakladnika koristimo izraz 'sindikacija'. U SAD-u program dominantno emitiraju tzv. TV mreže (eng.: *Networks*), lanci postaja povezanih mikrovalnim, kabelskim ili satelitskim vezama (Matković, 2019: 63, 70-99). Serija koju dobavi TV mreža sve njene postaje emitiraju istoga dana u isto vrijeme. Sindikacija se razlikuje od umreženog emitiranja jer nije riječ o tehnički povezanom emitiranju. Sindikator, tvrtka koja distribuira svoju ili za sindikaciju otkupljenu seriju, nudi taj naslov svakoj postaji zasebno (Matković, 2019: 122-123). Na sindikaciju se serije obično nude nakon premijernog emitiranja na nekoj od mreža, ali postoje i serije koje su po prvi puta emitirane upravo u sindikaciji.

3.2. Serije na prijelazu stoljeća

Kada krajem 1980-ih zbog pojave nišnih kanala u SAD-u dolazi do osnaživanja produkcije sve kompleksnijih QTV serija (Feuer, 1984; Newman i Levine, 2012; R. Thompson, 1996), hrvatska publika ih lako prati te prihvaća usložnjavanja i inovacije unutar njima već bliskih žanrova (usp.: Mittell, 2015a, 2015b; Shafer i Raney, 2012). Taj se trend nastavlja i 1990-ih nakon raspada Jugoslavije i osamostaljenja Republike Hrvatske. Građani Hrvatske (kao i Slovenije) sebe su smatrali građanima Europe ili središnje Europe, sada odmaknutima od kulture Balkana kojoj pripadaju ostale republike bivše Jugoslavije (Jansen, 2001; Mihelj, 2008). Naime, u smislu simboličke geografije umjesto stare dihotomije Istok (komunizam) – Zapad (kapitalizam), dominantna je postala dihotomija Balkan (Istok) – Europa (Zapad), pri čemu je Balkan bio kulturno izrazito negativno valoriziran (Mihelj, 2008: 162-164). 'Balkan' i 'Europa' tada se poimaju kao esencijalizirani oprečni diskursi identifikacije i sagledavanja okolnog svijeta (Jansen, 2001). 'Balkan' ima simboličku vrijednost niže civilizacijske razine, prošlosti, tradicionalizma, ruralnosti i nasilja, a 'Europa' vrijednost više civilizacijske razine, budućnosti, modernosti, urbanosti i zaborava loše prošlosti. Biti 'na Balkanu' značilo je biti nižeg kulturnog statusa, bez obzira na onaj ekonomski (Jansen, 2001: 42-44; usp.: Todorova, 2009). U to doba hrvatski su gledatelji svih slojeva još uvijek voljeli zapadne takozvane *high end* serije (visoke produkcijske vrijednosti [vidi: Nelson, 2007]) i narativno sve složenije QTV serije (usp.: Newman i Levine, 2012). Latinoameričke telenovele bile su popularne kao inovacija, svojevrsna zamjena za dnevne sapunice koje na ovim prostorima nikada nisu zaživjele. Emitirane su u svakodnevno, no ne u udarnom večernjem terminu nakon glavnih informativnih emisija (HRT, interni uvid u programsku shemu). Zapadne *primetime* sapunice u udarnom večernjem terminu nakon glavnih informativnih emisija u svakodnevnom ritmu emitirane su samo tijekom ljeta. Primjerice, ljestvica Top 10 serija u sezoni 2003/2004 izgledala je ovako:[15]

(1.) Visokoproducirana QTV američka ratna miniserija *Združena braća* ([*Band of Brothers*] HBO, 2001; vidi: Bowen, 2020).

(2.) Talijanska bolnička *primetime* sapunica *Čarolija* ([*Incantesimo*] RAI, 1998-2008) producirana u tradiciji američkih *primetime* sapunica (vidi: Lombardi, 2009) emitirana tijekom ljetnih mjeseci nakon središnje informativne emisije.

[15] Domaći popularni televizijski ukus s početka 21. stoljeća ilustramo pregledom najgledanijih serija u sezoni 2003/2004, prvoj u kojoj agencija Nielsen mjeri TV gledanosti u Hrvatskoj Navedeni podatci odnose se na gledanosti (AMR %) kod odrasle populacije u večernjim terminima od 19:00 do 22:30, a ustupljeni su za potrebe glavnog istraživanja. Za detaljnija pojašnjenja metode kojom smo analizirali Nielsenove podatke vidi 10. poglavlje.

(3.) Britanska QTV akcijska špijunska serija *Obavještajci* ([*Spooks*] BBC, 2002-2011; vidi: Erickson, 2008; Izgarjan i Djurić, 2016).

(4) Njemačka kriminalistička policijska dramedija *Inspektor Rex* ([*Kommissar Rex*] ORF, 1994-2004; vidi: Jagodzinski i Hipfl, 2002; C. Jones, 2000).

(5.) Domaća situacijska komedija *Zlatni vrč* (HRT, 2004), prilagodba provincijskom mentalitetu situacijske komedije *Kafić uzdravlje* ([*Cheers*] NBC, 1982-1993; vidi: Grozdanić, 2005).

(6.) Britanska kriminalistička detektivska period drama *Pravi Sherlock Holmes* ([*Murder Rooms: Mysteries of the Real Sherlock Holmes*] BBC, 2000-2001) o Arthuru Conanu Doylu i forenzičnom patologu Josephu Bellu koji mu je poslužio u kreiranju kultnog fikcionalnog detektiva Sherlocka Holmesa (Guardian, 2000).[16]

(7.) Američki kriminalistički forenzički procedural *Ekipa za očevid/CSI Las Vegas* ([*CSI: Crime Scene Investigation/CSI Las Vegas*] CBS, 2000-2015) koji popularizira podtip forenzičkih serija i uvodi niz inovacija u policijski procedural pa autori govore o „CSI efektu" u daljnjem razvoju tih serija (M. Allen, 2007; Beyers i Johnson, 2009; Dobson, 2009; Kompare, 2010).

(8.) Kultna američka postfeministička QTV situacijska komedija *Seks i grad* ([*Sex and the City*] HBO, 1998-2004) koja revolucionarizira žanr *sitcoma* uvodeći kinematografske i elemente *high end* drame (Akass i McCabe, 2004; Creeber, 2004).[17]

(9.) Američka *prime time* hibridna sapunica *Pasadena* (Fox, 2001), pomalo mračan i ciničan hibrid misterije, trilera i sapunske opere (Variety, 2001).

(10.) Američka postfeministička *soap* drama *Gilmoreice* ([*Gilmore Grils*] Worner Bross Television, 2000-2007), kulturno relevantna osobito zbog načina prikaza romanse, spolnih uloga i obitelji (Calvin, 2008; Gamber, 2008; Rawlins, 2010; Stache i Davidson, 2019).

QTV serije (vidi: 6.2.4.) postupno su se usložnjavale od 1990-ih do danas (Newman i Levine, 2012). Njihova publika, upravo zbog postupne izloženosti sve složenijim narativima (usp.: Shafer i Raney, 2012), tijekom vremena sve uspješnije usvaja 'znanje' iščitavanja kompleksnih kôdova

[16] U radu ćemo ponekad rabiti atribuciju 'kultni' u opisu serija ili njihovih junaka. Televizijski teoretičari Jimmie E. Reevs, Mark Rogers i Michael Epstein (1996) takozvanu kultnu televiziju (eng.: *Cult TV*) povezuju s razvojem QTV metažanra i raslojavanjem televizijske publike do kojeg dolazi usponom nišnih kabelskih kanala. Reeves i sur. (1996: 27) smatraju da kultne serije razlikuje od onih tipičnih to što relativno veliki postotak njihovih gledatelja pripada 'strastvenim obožavateljima', o čemu svjedoče aktivnosti poput arhiviranja serija, korištenja omiljenih serija kao „glavnog izvora samodefiniranja" i pridruživanja zajednicama obožavatelja da bi se o tim serijama raspravljalo (Reevs i sur., 1996: 26). Teoretičar filma i televizije Matt Hills (2002: Preface) smatra da obožavateljstvo kultnih serija (eng.: *cult fandom*) odlikuje i dimenzija njegova „trajanja", odnosno postojanje aktivnih obožavatelja ili obožavateljskih skupina serija i desetljećima nakon prvih emitiranja određene serije.

[17] Tania Modleski (2014) i Charlotte Brunsdon (2005: pogl. 7) pojam postfeminizma upotrebljavaju u značenju šireg suvremenog kulturnog koncepta koji odražava napore da se rasvijetli niz rodnih pitanja. Dok je raniji pokret za oslobođenje žena naglašavao borbu za društvenu i ekonomsku jednakost, podizanje svijesti i žensku solidarnost, postfeministkinje su istraživale proturječnosti koje je proizveo ovaj raniji model.

(Bordwell, 1985: 30-35) i prihvaća sve kompleksnije priče i karaktere (Mittell, 2015a). Na ljestvici Top 11-20 sezone 2003/2004 još su tri američke kultne QTV takozvane *long running* serije (većeg broja emitiranih sezona). Prva je akcijska *24* (Fox, 2001-2014), inovativan generički hibrid vesterna, akcijskog žanra i *noir* trilera temeljem koje se razvijaju kasnije QTV antiterorističke akcijske serije obrađujući složena pitanja straha suvremene zapadne civilizacije i borbe protiv terorizma (Peacock, 2007, Simpach, 2010; vidi i: Moïsi, 2016). Druga je bolnička drama *Hitna služba* ([*ER*] NBC, 1994-2009), također prijelomna u okviru svog žanra jer realizam i napetost kriznih situacija hitne medicinske pomoći kombinira s prikazom kompleksnih karaktera (Jacobs, 2003; R. Thompson, 1996, Turow, 2010). Treća je *Newyorški plavci* ([*NYPD Blue*] ABC, 1993-2005; vidi: R. Thompson, 1996; Spiedel, 2015). Serija usložnjava policijski procedural i donosi slojevite prikaze policijskih istražitelja (npr.: Yeates, 2001) kao jedna od prethodnica kompleksnih kriminalističkih QTV serija poput kasnije kultne mračne serije *Žica* ([*The Wire*] HBO, 2002-2008; vidi: Kelleter, 2014; Vest, 2010; L. Williams, 2014). Sudeći prema naslovima popularnih serija sezone 2003/2004 dade se zaključiti da su hrvatski gledatelji ostali skloni zapadnoj televizijskoj estetici. Odnosno, i dalje su prihvaćali mješavinu ukusa uglađene zapadnjačke srednje i više srednje klase, o kojoj su govorili Pušnik i Starc (2008), a unutar te formule prihvatili su usložnjavanja igranih žanrova. Serije izraženo niže ili više kulturne legitimacije privlačile su, dakako, i različitu publiku. No, ipak su relativno ujednačeno bile zastupljene sve obrazovne skupine gledatelja koji su gledali serije raznih žanrova i stupnja složenosti (vidi: Prilog 2).

3.3. Televizija u prvim dekadama 21. stoljeća

Od kraja 20. stoljeća stupanj i brzina socioekonomskih i kulturnih promjena počinju rezultirati slabljenjem tradicionalnih institucija i istovremenom proliferacijom novih društvenih skupina i identiteta s novim interesima i specifičnim medijskim potrebama. To stvara i sve veću kompleksnost potražnje audiovizualnih sadržaja (EBU MIS [European Broadcast Union Media Intelligence Service], 2015). Medijski teoretičar James Webster (1986) već krajem 1980-ih upozorava na veću ponudu sadržaja zbog povećanja brojnosti nišnih kabelskih i satelitskih kanala te pojave uređaja za reprodukciju i snimanje televizijskih sadržaja. Kao posljedicu tih inovacija Webster (1986) na Zapadu uočava značajne zaokrete u ponašanju publike – prvenstveno njenu fragmentaciju i polarizaciju – smatrajući da će se ti trendovi intenzivirati i proširiti. Televizija prestaje biti uniformni sustav poruka podjednako dostupan svim članovima zajednice. Istovremeno počinju postojati dva televizijska krajolika, 'novi' i 'stari', dostupna različitim skupinama nekog društva (Webster, 1986: 78). U Europi tijekom 1980-ih i 1990-ih dolazi i do

liberalizacije, privatizacije, a ponegdje i izrazite komercijalizacije televizijskog tržišta (npr.: R. Collins, 2005; Havens, Imre i Lustyik, 2012; O'Donnell, 1999). Do najnovijeg zaokreta dolazi 2013. godine pojavom televizije na zahtjev. Televizija se revolucionarizira osobito u segmentu serija (Lotz, 2018). Naime, digitalna računalna tehnologija nije omogućila samo kontrolu nad time kada, gdje i kako gledamo linearnu televiziju te masovno otvorila mogućnost odgođenog gledanja linearnog programa, nego je otvorila mogućnost i svakodnevnog gledanja serija koje nikada nisu bile distribuirane linearno već samo putem VoD-a. Zbog suštinskih promjena televizijskog medija koje je ubrzo donijela televizija na zahtjev, televizijska teoretičarka Amanda D. Lotz (2015) 2015. godinu proglasila je „godinom koja je zauvijek promijenila televiziju".[18] Ove sve promjene dovode pred raskrižje javne televizije u Europi koje do tada gotovo monopolistički zauzimaju televizijski medijski prostor (EBU MIS 2015: 8). Stari modeli više nisu efikasni pa javne televizije trebaju pronaći novi konceptualni i strateški okvir unutar kojega mogu iskazati svoj doprinos društvu i tako legitimizirati svoje postojanje (BBC, 2004; Karuza Podgorelec, 2019a; Lowe, 2016). No, za takav su pristup potrebni ljudski i ekonomski resursi, podrška vladajućih elita i kontinuitet upravljanja (Karuza Podgorelec, 2019a) pa dio europskih javnih televizija, osobito u postkomunističkim zemljama, pada na ovom ispitu (usp.: Połońska i Beckett, 2019).

Procesi tehnoloških promjena, proliferacije publike, liberalizacije tržišta i komercijalizacije televizije specifični su za svaku nacionalnu zajednicu jer ovise o brojnim političkim, kulturološkim i ekonomskim čimbenicima. U Hrvatskoj su se počeli zbivati početkom 21. stoljeća u osjetljivom trenutku poraća i tranzicije prema uspostavi novog ekonomskog, političkog, kulturnog i nacionalnog identiteta te pridruživanja zajednici europskih država kojoj je Hrvatska željela pripadati (o 'europskom identitetu' vidi: Pavić, Đukić i Bijuković Maršić, 2014). Željena je tranzicija prema Zapadu kontradiktorno donijela promjenu simboličkog statusa važne 'razvijene', 'zapadne'/'sjeverne' sastavnice stare (jugoslavenske) zajednice, u status periferne 'jugoistočne' sastavnice nove (europske) zajednice (usp.: Mitrović, 2006; 10, 14). Kao i u slučaju drugih država bivše Jugoslavije, tranzicija prema novom kolektivnom identitetu i pripadnosti pluralističkoj građanskoj državi bila je opterećena formiranjem opozitnih vrijednosti: regresijom i retradicionalizacijom s jedne strane, i potrebom za modernizacijom, rastom i razvojem s druge strane (Mitrović, 2006: 14; Vesnić-Alujević i Simeunović Bajić, 2013: 193). Komunikologinja

[18] Lotz (2014, 2017) razvoj televizije na Zapadu od 1980-ih do danas dijeli na dvije faze. Lotz (2014: 8) govori o periodu višekanalne tranzije (eng.: *multi-channel transition*), od pojave kabelske televizije, video rekordera i DVD uređaja 1980-ih do 2000-ih te o takozvanoj *post-network* eri u kojoj je digitalna računalna tehnologija omogućila mobilno i odgođeno gledanje linearnog programa te gledanje televizijskih tekstova koji nikada nisu bili distribuirani linearno.

Lucia Vesnić-Alujević i teoretičarka kulture Nataša Simeunović Bajić (2013) napominju da su *televizijski kanali* igrali značajnu ulogu u tim procesima stvaranja „tranzicijskog identiteta“ (Mitrović, 2006: 14) kojeg obilježava rascjep između retradicionalizacije i modernizacije. Zbog ratnih prilika nakon osamostaljenja u Hrvatskoj je 1990-ih otežano odvajanje javne televizije od političkih autoriteta i ne postoji jasna strategija razvoja televizije kao kulturne industrije (vidi: Karuza Podgorelec, 2019a; Marko, 2019). Općenito, odlika poratnog razdoblja jest postavljanje institucionalnih i zakonskih demokratskih okvira, no bez emancipacije medija od politike i bez prakse kreiranja medijske strategije na načelima javnog konsenzusa i stručnih rasprava (Zgrabljić, 2003: 63-64). To javnoj televiziji onemogućuje prilagodbe revolucionarnim promjenama medija koje se dešavaju u međuvremenu. Ne razvija se raznolikost žanrova, dramski je program u kvantitativnom i kvalitativnom opadanju u odnosu na ranije godine (Rafaelić, 2016: 631), a estetika i tehnologija proizvodnje programa ne slijede suvremene trendove. U takvom medijskom krajoliku u prvim dvjema dekadama 21. stoljeća doći će istovremeno i do globalne digitalne revolucije, i do liberalizacije domaćeg televizijskog tržišta.

3.4. Promjene u domaćem medijskom sustavu

Televizija je najpopularnija večernja zabava u Hrvatskoj. Čak i danas, unatoč digitalnoj revoluciji i pojavi društvenih mreža, televiziju tijekom večeri gleda i do oko 40 % hrvatskih gledatelja (Ministarstvo kulture i medija, 2021: 18). Pritom broj gledatelja znatno varira ovisno o dobu godine (Nielsen, 2013). Danas, kao i u razdoblju kojeg proučavamo, televizija se gleda prosječno više od četiri sata dnevno. Žene televiziju gledaju više nego muškarci. Najviše je gledaju stariji, a najmanje mladi. Kako stare, građani Hrvatske sa svakih pet godina starosti više, u prosjeku provode 20 minuta više dnevno ispred malih ekrana (UMTG i AGB Nielsen, 2022). Kako starimo kao društvo, prosječna dob gledatelja linearne televizije od 2003. godine, kada je iznosila 45 godina starosti, porasla je do 2018. godine na 51 godinu starosti (Ministarstvo kulture i medija, 2021: 18). Prve dvije dekade 21. stoljeća u Hrvatskoj su televizijskoj povijesti važne jer donose četiri ključne inovacije koje stubokom mijenjaju domaći televizijski medijski sustav pretvarajući 'staru televiziju' 20. stoljeća u 'televiziju novog doba' (usp.: Roller, 2014).

(a) *Gubitak monopola javne televizije*. Početkom 2000. godine prestaje monopol Hrvatske radiotelevizije (HRT) nad zemaljskim emitiranjem s nacionalnim dosegom. Nova TV započinje s emitiranjem programa na općem kanalu 'Nova TV', a tijekom 2003. godine postiže prve uspjehe kod publike (Peruško, 2011: 64). RTL Hrvatska 2004. godine započinje s emitiranjem programa

na općem kanalu 'RTL' (Peruško, 2011: 65). 'Doma TV' i 'RTL 2' kao specijalizirani kanali ovih nakladnika za zabavu, nacionalne koncesije dobivaju u rujnu 2010. godine (Roller, 2014: 152).
(b) *Lokalizacija programa Pay TV kanala*. Krajem prve dekade 21. stoljeća počinju se na hrvatski jezik prevoditi serije inozemnih naplatnih kanala namijenjenih uskim segmentima publike, tada uglavnom kabelskih. Time postupno nestaje jezična barijera koja onemogućuje praćenje serija na tim kanalima (Nielsen istraživanje tržišta [dalje: Nielsen], osobna korespondencija). Pojavom kabelske televizije već 1980-ih *Pay* TV nišni kanali na Zapadu počinju općim zemaljskim kanalima oduzimati obrazovaniju i imućniju publiku (Newman i Levine, 2012). No, taj se proces zbog jezične barijere u Hrvatskoj sve do kraja prve dekade 21. stoljeća odvijao izuzetno sporo (usp.: HAKOM [Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti], 2011; Peruško, 2011).
(c) *Telenovele u svakodnevnim udarnim terminima zemaljske televizije*. Zemaljski komercijalni nakladnici s nacionalnom koncesijom 2009. godine na svojim općim kanalima započinju (usp.: Kasapović, 2012; Panjeta, 2014) i do danas zadržavaju (usp.: Smojver, 2021) emitiranja sapunskih opera žanra telenovele svakim radnim danom *u udarnim terminima* (najgledanijim večernjim terminima *nakon* središnjih informativnih emisija). Takva je praksa česta na pojedinim ne-zapadnim tržištima poput latinoameričkog (Tufte, 2008). No, neuobičajena je na Zapadu gdje u udarnim terminima općih kanala dominira mješavina žanrova, pretežno drama i komedija. Osim javnih televizija, na Zapadu i komercijalni nakladnici na općim kanalima u udarnim terminima njeguju raznovrsnost žanrova. Da bi zadovoljili oglašivače, programom nastoje privući publiku oba spola što veće platežne moći, orijentiranu na žanrovski raznolike srednjestrujaške serije (Jordan, 2007: 79; za Europu vidi: Prado, Delgado, García-Muñoz, Monclús i Navarro, 2020).[19]
(d) *Ekskluzivne serije televizije na zahtjev*. Četvrta ključna inovacija je početak prakse distribucije ekskluzivnih serija isključivo putem televizije na zahtjev 2013. godine. VoD u Hrvatskoj privlači pretežno mlađu i/ili obrazovaniju publiku (Karuza Podgorelec, 2020a).

Početkom 2000-ih naplatni nišni kanali u Hrvatskoj zbog ekonomskih, tehnoloških i jezičnih barijera sporo osvajaju publiku. No, takav se trend nastavlja i primjerice, 2011. godine kada se već ustaljuje praksa prevođenja stranih serija na brojnim naplatnim nišnim kanalima. *Pay* TV ima tek 39.10 % kućanstava, a 60.90 % kućanstava gleda isključivo programe zemaljske televizije (HAKOM, 2011). Glavna bitka za gledanosti tijekom prve dekade 21. stoljeća vodi se među zemaljskim kanalima (Roller, 2014). HRT na početku utakmice s novopridošlim rivalima pokušava zadržati primat gledanosti. Njegova dva opća kanala 2006. godine u *prime timeu* u općoj

[19] Valja upozoriti da se u zemljama Zapada tijekom 20. stoljeća na općim kanalima pojavljivala praksa svakodnevnog emitiranja sapunica u terminima od oko 18 sati do oko 19:30 sati (npr.: Götz, 2004), no nikako ne u udarnim večernjim terminima.

populaciji starijoj od četiri godine ostvaruju udio u gledanosti (SHR %) od 51.58 % (Roller, 2014: 155). Inspiriran relativnom popularnošću latinoameričkih telenovela, HRT u sezoni 2004/2005 u terminu prije središnje večernje informativne emisije emitira prvu domaću sapunsku operu u povijesti, telenovelu *Villa Maria* (HRT, 2004-2005; vidi: Grozdanić, 2004; Vujnović, 2008). Odmah potom domaće telenovele u tom terminu počinju emitirati i komercijalni nakladnici. HRT 2010. godine odustaje ove prakse, ali komercijalni nakladnici s njom nastavljaju (Zajović, 2014). Ubrzo nakon gubitka monopolističkog položaja na tržištu, HRT se počinje suočavati i s neprestanim krizama upravljanja (Karuza Podgorelec, 2019a), ne uvažavajući važnost interakcije s publikom i potrebu usvajanja suvremenih programskih strategija (Marko, 2017: 219-220; usp.: BBC, 2004; Karuza Podgorelec, 2019a; Lowe, 2016). Početkom druge dekade 21. stoljeća novoosnovani zemaljski komercijalni nakladnici s nacionalnom koncesijom u programskim shemama večernjeg programa svih svojih kanala izrazito povećavaju broj emitiranih nastavaka serija. Upravo serije postaju perjanice njihove večernje programske koncepcije. Prevlast fikcije u *prime timeu* europskih komercijalnih nakladnika prisutna je već od 1990-ih, no pritom udjeli fikcije u *prime timeu* nisu veći od 60 % (De Bens i de Smaele, 2005: 38). Štoviše, iako su komercijalni nakladnici poslovično više od javnih televizija usmjereni na emitiranje fikcije, njen ukupni udio na općim besplatnim komercijalnim kanalima u razvijene Europe u drugoj dekadi 21. stoljeća tijekom *prime timea* i kasne večeri ne dosiže do 50 % udjela (Prado i sur., 2020: 6). U Hrvatskoj komercijalni nakladnici tijekom *prime timea* emitiraju i po dvije serije ili više, a pritom se na svojim općim kanalima naglašeno okreću nezapadnim produkcijama (usp.: Kasapović, 2012; Panjeta, 2014). Emitiranje turskih telenovela započinje 2010. godine serijom *1001 noć* ([*Binbir Gece*], Kanal D, 2006-2009; vidi: Habijan, 2011). U drugoj dekadi 21. stoljeća komercijalni zemaljski kanali preuzimaju prevlast u gledanostima nad javnom televizijom (Karuza Podgorelec, 2019a; Peruško, 2011; Roller, 2014).

Tijekom druge dekade 21. stoljeća publika serija nastavlja se fragmentirati. Dio gledatelja raspršen je na brojnim naplatnim nišnim kanalima (AEM, n.d.) gdje se mahom nude strane serije srednjeg i visokog kulturnog legitimiteta (usp.: Padovani, 2007; Schlütz i sur., 2018). No, udio domaćinstava koja gledaju isključivo zemaljsku televiziju (takozvane digitalne zemaljske platforme: televiziju slobodnu za prijam i naplatnu zemaljsku televiziju [Vlada Republike Hrvatske, 2020: 7]), u 2018. godini još uvijek iznosi visokih 49.59 % (televizija slobodna za prijam

43,93 % + naplatna zemaljska televizija 4.72 % [HAKOM, 2019]).[20] Dakle, tek 51.41 % domaćinstava koriste satelitske, kabelske i IPTV *Pay* TV usluge s programima nišnih kanala. Manji dio gledatelja raspršen je i na digitalnim platformama televizije na zahtjev (Karuza Podgorelec, 2020) gdje se još uvijek strane serije rijetko jezično prilagođavaju domaćem gledatelju. Stoga tijekom 2018. godine tek 18 % osoba od 18 do 60 godina starosti u Hrvatskoj gleda sadržaje putem SVoD biblioteka poput Netflixa (Ipsos, 2019). Najkompaktnija i u društvu najvidljivija ostaje skupina gledatelja zemaljske televizije (Karuza Podgorelec, 2019a; Peruško, 2011). Sve do danas se zadržava niska penetracija priključaka satelitske, kabelske i IPTV.[21] Ipak, raste broj korisnika televizije na zahtjev, za oko 10 % svake dvije godine. [22]

3.5. Hrvatska javna televizija u prvim dekadama 21. stoljeća

Zbog liberalizacije europskog televizijskog tržišta već tijekom 1990-ih fikcija se počinje izdvajati kao najvažnija programska kategorija općih kanala javnih i komercijalnih televizija razvijenih zemalja Europe ostvarujući prosječno 37 % udjela u ukupnom vremenu televizijskog emitiranja. Pri tome se u manjim zemljama 40-45 % fikcije emitira u *prime timeu* (de Bens i de Smaele, 2005: 38-39, 41). Početkom 21. stoljeća serije doživljavaju dodatnu globalnu eksploziju popularnosti, utjecaja i opsega proizvodnje (npr.: Esquenazi, 2013; Moïsi, 2016; Stoll, 2021a, 2021b) pa u drugoj dekadi 21. stoljeća fikcijom na općim televizijskim kanalima razvijene Europe dominira serijalna fikcija (Prado i sur., 2020). I u Hrvatskoj od kraja 20. stoljeća naglo raste ukupni broj sati emitirane fikcije (Peruško i Čuvalo, 2014: 142). Druga promjena koju u Europi donose liberalizacija tržišta, povećanje broja nišnih kanala i fragmentacija publike, odnosi se na potrebu promjene strategija kreiranja programskih shema. Naime, dizajn programske sheme ključni je element realizacije programskih politika televizijskih nakladnika (Prado i sur., 2020: 1). John Ellis (2000b: 25) opaža da kreiranje programske sheme nalikuje kreiranju narativne strukture djela, nazivajući ovaj proces televizijskom kreacijom „na olimpijskoj razini“. Brojne europske televizije krajem 20. i početkom

[20] Primjerice, u susjednoj Sloveniji penetracija *Pay* TV 2017. godine iznosi 78.2 % (Pekic, 2018), a u susjednoj Srbiji 2016. godine iznosi 66.87 % domaćinstava (RATEL, 2017: 109).
Digitalna tehnologija krajem 2. dekade 21. stoljeća omogućava i novi oblik emitiranja zemaljske televizije – tzv. 'zemaljsku naplatnu televiziju'. Riječ je o digitalnim platformama naplatne televizije koje omogućuju praćenje programa zemaljske televizije, obično u područjima s lošim TV signalom (RATEL, 2017: 107; Vlada Republike Hrvatske, 2020: 6-7).

[21] U 2021. godini udio priključaka isključivo zemaljske televizije neznatno se smanjio; iznosio je 48.0 % (televizija slobodna za prijam 41.0 % + naplatna zemaljska televizija 7.0 % [HAKOM, 2021]). Tek 52 % domaćinstava koriste satelitske, kabelske i IPTV *Pay* TV usluge s programima nišnih kanala. U susjednoj Mađarskoj, primjerice, penetracija *Pay* TV usluge 2021. godine iznosi oko 90 % domaćinstava (Dziadul, 2021).

[22] Tek od 2019. do 2023. godine značajnije raste broj korisnika televizije na zahtjev u dobi od 16 do 64 godine: od 29-30 % u 2019. godini (mjerenja se provode dva puta godišnje) do 42 % u prvih šest mjeseci 2023. godine (Ipsos, 2023 [oba istraživanja provode se digitalno na reprezentativnom uzorku]). Riječ je o periodu u kojemu polako dolazi do jezične prilagodbe serija na najpoznatijoj VoD platformi Netflixu.

21. stoljeća za svoje zemaljske kanale počinju kreirati multikanalne strategije. Tako i HRT uvodi dva specijalizirana kanala, HTV3 za kulturu, umjetnost znanost i obrazovanje te informativni kanal HTV4. Međutim, multikanalna strategija diktira precizno profiliranje *svih* kanala istog nakladnika na način da ti kanali ciljaju kompaktne i preferencijama povezane skupine. Televizijski se kanali temama, formatima, ukupnom estetikom i režimom adresiranja prilagođavaju određenim skupinama gledateljskih preferencija i *komplementarno se projektiraju* tako da se preferencije lojalnih gledatelja različitih kanala istog nakladnika što manje preklapaju (Karuza Podgorelec, 2018b: 53). Sami kanali se projektiraju tako da kombinacija raznolikih sadržaja djeluje kao harmonična cjelina dijelovi koje se međusobno podržavaju i teku 'glatko', zadržavajući istu skupinu gledatelja što duže pred ekranom (Ellis, 2000b: 25). Na taj se način zadovoljava važna odlika programske isporuke u digitalno doba, a to je *profiliranje kanala kao samostojnih brendova* koji su istaknuto i konzekventno različiti jedan od drugih s obzirom na ciljane publike i njihove žanrovske/tematske/stilske preferencije. Ne samo na Zapadu, nego i na uspješnim javnim televizijama Istočne Europe (npr.: Češka televizija, 2015) taj suvremeni model zamjenjuje koncept stare javne televizije koja ranije *zbog oskudice kanala* nudi model 'za svakog pomalo' odnosno 'svakome njegovu emisiju' u okviru istog općeg kanala ili istog odsječka vremena (takozvanog *slota*). Naime, starim modelom u multikanalnom okružju dolazi do preklapanja publike kanala pa ti kanali nemaju jasno izgrađene identitete, a multikanalni nakladnik sam sebi oduzima gledanost (više kanala stalno dijeli istu publiku). Pri tome se gubi krug potencijalne publike jer se nova publika preferencijalno vezuje za kompaktne kanale-brendove (Karuza Podgorelec, 2018b: 53).

U Hrvatskoj Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji iz 2010. godine uvodi obavezu postojanja Ugovora između HRT-a i Vlade RH kojim se definira javna obveza HRT-a. Ugovor se usredotočuje na kvantitativno mjerenje isporuke programa prema određenim žanrovskim skupinama i sklapa se na prijedlog HRT-a, naslanjajući se na raniju HRT-ovu praksu kreiranja sheme (npr.: Ugovor između Hrvatske radiotelevizije i Vlade Republike Hrvatske za razdoblje od 1. siječnja 2013. do 31. prosinca 2017 [dalje u tekstu: Ugovor s Vladom], 2013). Ugovor na taj način onemogućuje dinamične promjene u kreiranju programske sheme HRT-a sukladne promjenama na europskom televizijskom tržištu i ne prepoznaje važnost interakcije s publikom (Marko, 2017: 219-220; Thompson, 2006: 13). HRT nema obavezu mjerenja programom *stvarno isporučene* javne vrijednosti (usp.: Coyle i Woolard, 2010) koje bi pokazalo dojam u javnosti o HRT-ovim javnim uslugama (Ministarstvo kulture i medija, 2021: 17). Prvi opći kanal (HTV1), određen je kao onaj 'ozbiljniji'. Opis njegova programa ističe svrhu pružanja slike hrvatske stvarnosti koja će se graditi nizom dnevnih i tjednih emisija uživo (Ugovor s Vladom, 2013: čl. 17.). Unatoč postojanju kanala

za kulturu, znanost i obrazovanje (HTV3) namijenjenog svim dobnim skupinama, HTV1 „ima važnu ulogu u promoviranju obrazovanja za sve dobne skupine, a tu funkciju ispunjavat će emisijama znanstvenog programa, programa za kulturu, dokumentarnog programa, programa za djecu i mlade te spektrom emisija religijskog programa koje prate život vjerskih zajednica u Hrvatskoj“. Obaveza HTV1 je i „praćenje svih važnih kulturnih manifestacija u Hrvatskoj“. Iako HRT ima informativni kanal (HTV4), HTV 1 zadržava kvantitetu informativnih emisija (6.6 % ukupnog vremena emitiranja od 24 sata otpada na vijesti, a 29 % na druge informativne sadržaje). U opisu programa prikazivanje filmova i serija se ne spominje čak ni u okviru zabave, iako kanal ima obavezu igrani program emitirati u udjelu od 35.1 % od ukupnog dnevnog emitiranja koje traje 24 sata. Drugi opći kanal (HTV2) je 'ležerniji', ali je i on strukturiran po modelu 'za svakog po malo'. Terminski je podijeljen na način da je ujutro namijenjen djeci i mladima, a gledatelja u večernji program uvode „emisije regionalnog i informativnog programa, uz koje se vežu najkvalitetniji igrani i glazbeni sadržaji, od ozbiljne do suvremene glazbe“. Iako je igrani program propisan udjelu od 45 % ukupnog vremena emitiranja od 24 sata, HTV2 ima istovremeno obavezu prenositi sportske i društvene događaje te humanitarne priredbe (Ugovor s Vladom, 2013: čl. 17.). Riječ je o izvanshematskim događajima koji kontinuirano remete stabilnost programske sheme, presudnu za uspostavu navike, tjedne ili dnevne vezanosti gledatelja za neki sadržaj i važnog preduvjeta ukupnog uspjeha serija na linearnoj televiziji (npr.: Allen, 1995a: 2; Gledhill, 1992: 113-114; Neale i Krutnik, 2001: 227; usp.: Esquenazi, 2013; Geraghty, 2005). Istodobno s ovim programskim ograničenjima koja onemogućuju kreiranje jasnih identiteta općih kanala, *udio vlastitih djela* na tim kanalima treba biti najmanje pet sati dnevno, od čega najmanje dva i pol sata vlastitih djela treba biti emitirano od 16 do 22 sata (Ugovor s Vladom, 2013: čl. 17.). HRT se financira mješovitim modelom javnih i komercijalnih prihoda. Nova regulativa u cilju olakšavanja tržišne utakmice komercijalnim kanalima, javnoj televiziji ograničava prikazivanje reklama na opće kanale, i to u periodu od 18:00 do 22:00 sata u trajanju od četiri minute (Ugovor s Vladom, 2013: čl. 17.). Zbog komercijalnih ograničenja i pojave komercijalnih takmaca HRT-u komercijalni prihodi tijekom vremena znatno opadaju (usp.: Ministarstvo kulture i medija, 2022: 11, Vlada RH, 2014). Istovremeno s padom komercijalnih prihoda, od 2012. godine više ne dolazi do povećanja mjesečne pristojbe kao jedinog izvora javnih prihoda (HRT, n.d.). U takvim okolnostima HRT-ov potencijal proizvodnje novih domaćih serija opada iz godine u godinu pa je izuzetno nizak njihov udio u vlastitim djelima emitiranima u *prime timeu*.

Dok komercijalni nakladnici počinju izrazito prioritizirati emitiranje serija, na HTV1 u *prime timeu* serije općenito nisu značajnije zastupljene. Na HTV2 se nove domaće serije u *prime timeu*

nikako ne emitiraju. Ujednačeni ritam emitiranja stranih serija kontinuirano ometaju brojni izvanshematski događaji. HTV2 stoga tijekom druge dekade 21. stoljeća umjesto serija u *prime timeu* počinje svakodnevno emitirati dokumentarce i igrane filmove, prikazivanje kojih je lakše uskladiti s izvanshematskim događajima.[23] Taj koncept HTV2 zadržava do danas. Čak ni HTV3 kao kanal specijaliziran za kulturu, obrazovanje i znanost, za razliku od drugih europskih kanala tog profila (npr.: Arte, n.d.), u *prime timeu* ne njeguje prikazivanje (dominantno zapadnih) QTV serija, iako ovim kompleksnim serijama televizija kao medij „dolazi do svog punog ostvarenja, konačno pronalazeći sebe kao sposobnu proizvesti ozbiljnu, iskrenu i postojanu umjetnost“ (Shuster, 2017: 2). Tim kanalom dominiraju arhivski filmovi, a narativno sve kompleksnije i sve snažnije okrenute nišnoj publici (usp.: Schlütz, 2015), serije 'kvalitetne televizije' HRT emitira kasnije navečer na općim kanalima, zajedno s malobrojnim srednjestrujaškim naslovima.

Europska suvremena praksa nalaže da je barem prvi opći kanal javne televizije uvijek 'hitoidan', namijenjen *najširoj publici*, a da je drugi opći kanal namijenjen općoj populaciji s nešto istančanijim korpusom zahtjeva prema mediju televizije (suprotno od HRT-ovog koncepta). Pritom javni servis napušta dugogodišnju dihotomiju između 'individua' i 'građana' (BBC, 2004: 28). Odnosno, gubi se razdioba na medijskog *potrošača* i *građanina*, a istodobno raste potreba međusobnog povjerenja i kontinuirane aktivne suradnje između javnih medija i pojedinaca koji sačinjavaju građanstvo, a kojima su javne usluge namijenjene (Coyle i Woolard, 2010: 7; vidi: Lowe, 2016). Sukladno tome u *prime timeu* prvog općeg kanala njeguje se koncept čestog prikazivanja atraktivnih srednjestrujaških serija i drugih publici privlačnih zabavnih i zabavno-edukativnih žanrova, a ti se sadržaji izdvajaju od komercijalnog okružja ukupnom *kvalitetom* i korespondiranjem s preokupacijama i preferencijama društva kojemu se obraćaju (usp.: BBC, 2004; Češka televizija, 2015; ORF, n.d.; za televizijsku kvalitetu vidi: Mulgan, 1990). Takvim konceptom u dobu proliferacije publike javne televizije nastoje da ista određena emisija ili serija njihovih općih kanala služi *okupljanju različitih publika* (npr.: Štenclová, 2014: 60; BBC One, n.d.), prateći stvarni ritam života neke prosječne obitelji i njenog društvenog okruženja te nudeći sadržaje za 'obiteljsko gledanje' (eng.: *family viewing*), umjesto da svakome iz te obitelji svakih sat vremena ponudi zasebnu porciju sadržaja. Općenito, suvremena europska javna televizija na svojim općim kanalima nastoji proizvoditi i emitirati *gledane programe koji su kvalitetni i kvalitetne programe koji su gledani* (Perišin, 2010: 49-50) jer na taj način ostvaruje svoju javnu vrijednost (usp.: Coyle i Woolard, 2010; Češka televizija, 2015). Inzistiranje na publici privlačnom

[23] Od 2014. do 2016. godine autorica je obavljala poslove glavne urednice HRT-ovog kanala HTV2 pa ima uvid u programsku shemu.

visoko kvalitetnom programu najprije postaje kredo BBC-ja (BBC, 2004; Thompson, 2006). Suprotno takvim tendencijama, kao i druge post-socijalističke javne televizije u okružju, HRT u to doba zadržava stare modele i njeguje praksu „patronizirajućeg elitizma“, kojeg odlikuje odnos u kojemu same javne televizije (njihovi upravljači, urednici itd.) ili drugi dionici poput političara, odlučuju u ime publike što je vrijedno, dobro i relevantno (Marko, 2017: 219–220), a pri tome pitanje kvalitete programa često "legitimira i prikriva uske sklonosti i predrasude malobrojne gradske kulturne elite“ (Mulgan, 1990: 5).

3.6. Telenovela u Europi

U Europi su razvijene brojne lokalne inačice sapunica i telenovela te njihovi hibridi (Liebes i Livingstone, 1998; O'Donnell, 1999) koji se svrstavaju ili u sapunice, ili u telenovele, ovisno o tome koji žanr je dominantan (vidi: Cardini, 2017; O'Donnell, 2000, 2004, 2007). Telenovela je nezapadni žanr sapunske opere (Havens: 2005: 271; vidi: R. Allen, 1995b; Artz, 2015) kreiran uglavnom iz odgojnih i/ili ideoloških pobuda (npr.: Abu-Lughod, 2008; Cai, 2017; Gillespie, 1995; Gibson i Teer-Tomaselli, 2020; Kraidi i Al-Ghazzi, 2013; O'Donnell, 2000; Panjeta, 2014; Rofel, 1995). Iako je u dijelu europskih zemalja latinoamerička telenovela 1980-ih odigrala značajnu ulogu u potrazi za 'domaćom' sapunskom operom kao izrazom kulturnog i nacionalnog identiteta (Biltereyst i Meers, 2000: 400-402; De Bens i de Smaele, 2005: 46), u razvijenim zemljama zapada i sjevera Europe latinoamerička telenovela bila je tek prolazni hir (Biltereyst i Meers, 2000: 403) i može se reći da je ovaj žanr tamo gotovo nepoznat (O'Donnell, 2000: 295). Za razliku od njih, određene zemlje južne Europe poput Portugala (Damásio i da Costa, 2019: 17; O'Donnell, 2004) i Španjolske (O'Donnell, 2000, 2007) pod utjecajem bliske im latinoameričke kulture započinju proizvoditi i lokalne inačice telenovele, a realiziraju se i koprodukcije lokalnih i latinoameričkih producenata telenovela (Biltereyst i Meers, 2000; O'Donnell, 2000, 2004). Kao i u Portugalu (O'Donnell, 2004: 210), i u Španjolskoj je telenovela bila jedan od simbola tranzicije društva iz diktature u demokraciju (O'Donnell, 1999: 159-178). U Portugalu, Italiji i Španjolskoj razvijaju se medijski giganti koje raznovrsne izvedenice telenovela i sapunica izvoze na međunarodno tržište sapunskih opera (vidi: Birkinbine, Gómez i Wasko, 2017). Portugalska telenovela prema broju izvezenih sati programa stoji rame uz rame s britanskom televizijskom fikcijom (Damásio i da Costa, 2019: 16). Takve europske lokalne izvedenice telenovele televizijski teoretičari Paul Mohr i Hugh O'Donnell (1996, prema Liebes i Livingstone, 1998: 158) nazivaju 'maksi-mini' serijama jer od samih početaka laviraju u broju nastavaka, obično između trideset i stotinu epizoda. Iz ove su se tradicije kasnije razvile i hibridne drame kombinirane s kôdovima

telenovele, osobito popularne u Španjolskoj.[24] No, za razliku od Španjolske i Portugala, već u Italiji izraz 'telenovela' u javnosti vrlo brzo postaje podrugljivi sinonim za neuvjerljivu, teatralnu i sporu priču pa, iako talijanski medijski divovi uspješno izvoze telenovelu na inozemna tržišta (Brevini i Swiatek, 2017), već 1990-ih u samoj Italiji pada popularnost latinoameričke telenovele, a niti domaća telenovela namijenjena večernjem emitiranju nije široko prihvaćena (Buonanno, 2012.: pogl. 4). U Grčkoj pak nakon sloma vojnog režima 1974. godine (Frangou, 2002: 65-67), najprije inozemne, a potom tijekom 1990-ih i domaće fuzije telenovele i američke večernje sapunice postaju pop-kulturni simboli nove televizijske neoliberalne retorike (Frangou, 2002: 72, 76-78; O'Donnell, 1999: 88-99). No, ekonomska kriza početkom 21. stoljeća dovodi do značajne stagnacije njihove proizvodnje pa turske telenovele preuzimaju primat u Grčkoj (Mihalakopoulos, 2013: 186).

Uzlet latinoameričke telenovele na prijelazu stoljeća zbiva se i u gotovo svim postkomunističkim televizijskim tržištima istoka i jugoistoka Europe (Biltereyst i Meers, 2000: 401; Vujnović, 2008: 431). Demonopolizacija televizije europskih postkomunističkih zemalja donosi izrazitu prevlast komercijalnih televizija nad javnim servisima (Jakubovicz, 2005: 7) pa je postkomunistička Europa na prijelazu iz 1990-tih u 2000-te jedno od glavnih tržišta za izvoz latinoameričkih telenovela. Primjerice, 1999. godine postkomunističke zemlje obuhvaćaju 40 % ukupnog svjetskog izvoza latinoameričkih producenata (Medina i Baron, 2011: 130). Kulturni i medijski teoretičari Daniël Biltereyst i Philippe Meers (2000: 407-408) utvrđuju da je popularnost latinoameričkih telenovela 1990-ih u tom dijelu Europe jasno povezana ekonomskim segmentom, odnosno s usmjerenošću televizijskih tržišta postkomunističkih zemalja prema komercijalnim politikama te posljedičnom velikom potražnjom za jeftinom televizijskom zabavom. No, Biltereyst i Meers (2000: 407-408) već tada upozoravaju i na to da će *budućnost* popularnosti telenovele u postkomunističkoj Europi biti ipak i *kulturno determinirana* pa će u nekim zemljama manje, a u nekima više ovisiti o zapadnoeuropskim programskim tendencijama jer je telenovela distinktivno nezapadni žanr (Havens: 2005: 271). Na valu popularnosti latinoameričkih, a kasnije i turskih telenovela, u pojedinim se postkomunističkim zemljama kreiraju „nacionalne 'telenovelističke' produkcije“ (Dragota, 2012: 117), koje u nekima od njih, među ostalima i u Hrvatskoj (Zajović,

[24] Visokoproducirane španjolske televizijske melodrame 21. stoljeća izrasle su iz naslijeđa španjolske telenovele (npr.: M. Davis, 2020) koja se često hibridizira s određenim odlikama britanske *heritage* drame u kreiranju dojma 'kvalitete' (vidi: Oliete-Aldea, 2015). Pri tome se melodrama može hibridizirati s različitim žanrovima. No, čak i kada priče smješta u različita vremenska razdoblja suvremeni „španjolski melodramski modus“ (Lacalle i sur., 2020: 268), uz hibridizaciju žanrova i dominaciju ženskih glavnih protagonista, odlikuje prikazivanje emocionalne dimenzije kao središta života likova, dok je javna sfera sporedna ili nepostojeća – što je naslijeđe tradicije telenovele. No, za razliku od tradicionalne telenovele, sukob dobra i zla nije toliko očit, a likovi obično nisu u potpunosti moralno konfrontirani (Lacalle i sur., 2020: 268-269).

2014), postaju dominantni segment ukupne nacionalne industrije televizijske fikcije (Brookers, 2008). Ipak, nakon početne popularnosti latinoameričke telenovele tijekom 21. stoljeća ne dolazi u svim ovim nacionalnim zajednicama do prevlasti žanra telenovele, čak ni u okviru sapunske opere. Neke su zemlje, poput Mađarske, u domaćoj proizvodnji sapunskih opera već na prelazu iz 1980-tih u 1990-te preuzimale zapadne modele sapunice (Hammer, 2012) ili su, poput Češke, sapunicu već 1990-ih hibridizirale s komedijom i nefikcionalnim žanrovima (Reifová, Gillárová i Hladík, 2012) da bi kreirale lokalni stil produkcije niza žanrova (Pehe, 2015). U Poljskoj se, kao izraz pop-kulturnog „povratka Europi" (Szostak, 2012) na zemaljskim kanalima razvija domaća proizvodnja šire lepeze fikcionalnih TV žanrova (Szostak, 2012, 2014; vidi i: Havens i sur. 2012).

3.7. Turska telenovela u Europi i Hrvatskoj

Hrvatska je jedna od zemalja u kojima popularnost telenovele ne opada. Naprotiv, nova lokalna inačica žanra, turska telenovela, u drugoj dekadi 21. stoljeća postaje popularnija od latinoameričke telenovele (usp.: Panjeta, 2014; Okmus, 2020). Za ovaj lokalni podtip telenovele rabi se i turski naziv *dizi* (mn. *diziler* [npr.: Acosta-Alzuru, 2021; Gül, 2021; Milovanović, 2023; Öztürkmen, 2018]). Prva turska telenovela izvezena izvan zatvorenog svijeta turskih satelitskih kanala za dijasporu (usp.: Aksoy i Robins, 2000) prodana je 1997. godine kazahstanskoj državnoj televiziji za 30 američkih dolara po epizodi, a na prijelazu u 21. stoljeće te su se serije prodavale uglavnom Kazahstanu i Uzbekistanu (Yesil, 2015: 43-44). Godine 2005. turska telenovela probija se u Grčku (Mihalakopoulos, 2013), no u tom trenutku još ne dolazi do snažne ekspanzije u drugim zemljama jugoistočne Europe. Drugi val internacionalizacije turskih telenovela inicira eksplozija njihove popularnosti na arapskim *satelitskim kanalima* 2008. podine (Kaynak, 2015: 237; Yanardağoğlu i Karam, 2013). Turske serije svoj uspjeh na Bliskom istoku duguju i sinkronizaciji na sirijski dijalekt arapskog jezika, kapitalizirajući ranije uspostavljenu dominaciju Sirije u tamošnjoj televizijskoj industriji (Kaynak, 2015: 239; vidi šire: Berg, 2023). Val internacionalizacije turskih telenovela koji zahvaća zemlje Balkanskog poluotoka i šire regije jugoistoka Europe započinje 2010. godine (Yesil, 2015: 44) i za razliku od Bliskog istoka zahvaća *zemaljsku televiziju*. Taj se val dijelom prelijeva i na istočnoeuropske zemlje i zemlje srednje Europe, ali tamo turske sapunice, unatoč svojoj popularnosti, nisu u potpunosti preplavile televizijske ekrane zemaljske televizije kao na Balkanu i šire na jugoistoku Europe (usp.: Celikkol i Kraidy, 2023; Mihalakopoulos, 2013; Panjeta, 2014; Rusnáková, 2014: Introduction). Fenomen popularnosti turskih telenovela *na općim zemaljskim kanalima* u Europi druge dekade 21. stoljeća u glavnim crtama zahvaća granice nekadašnjeg Osmanskog carstva (Beğendik, 2019, Kaynak, 2015; Kraidi i Al_Ghazzi, 2013;

Panjeta, 2014). Bedrudin Brljavac (2011) upravo 'balkanska vrata' ističe kao turskoj važan geostrateški most za prodor u Europu. Turski su producenti najmanje uspješni u izvozu telenovela na zapadnoeuropsko i sjevernoameričko tržište (Baran, 2017: 44). Iako se ponekad spominje da su turske telenovele popularne i na Zapadu, riječ je o nišnoj publici, uglavnom geokulturno povezanoj s Turskom, Bliskim istokom i jugoistočnom Europom (Aksoy i Robbins, 2000; Rahte, 2022: 56).

Odmah nakon prodora na opće zemaljske kanale komercijalnih nakladnika 2010. godine, turske telenovele u Hrvatskoj počinju činiti važan segment svakodnevnog emitiranja programa zemaljskih televizija s nacionalnom koncesijom (Panjeta, 2014: 138). „Preplavile su kanale dviju privatnih televizijskih kuća s nacionalnom koncesijom. U programu od 7 do 22 sata, dakle u rasponu od 15 sati, Nova TV emitira ili reprizira šest sati turskih sapunica (...). U regiji je veću okupaciju svog programa tim turskim žanrom dopustio, valjda, samo posve nezahtjevni bosanskohercegovački OBN“ (Kasapović, 2012). Istraživanja recepcije turskih telenovela u Turskoj i zemljama Bliskog istoka (npr.: Berg, 2017, 2023; Hamasaeed, 2011; Yanardağoğlu i Karam, 2013) te na Balkanu (npr.: Aydos, 2017; Gündüz, 2020; Pothou, 2020), ukazuju na kulturnu bliskost s Turskom (Kraidi i Al-Ghazzi, 2013). Svega nekoliko istraživanja bavi se recepcijom turskih telenovela u Hrvatskoj, a njihovi su rezultati proturječni. Preliminarni rezultati kvalitativnog pilot istraživanja sociologa Mirka Petrića (2019a, 2019b; vidi i: Petrić, citiran u Ivanac, 2019), sugeriraju da razlog popularnosti turskih telenovela osim u žanrovskoj bliskosti leži u tome što su zbog *kvalitete* i *kulturne udaljenosti*, ove serije atraktivan i poticajan predložak za učenje o svijetu *medijski pismenoj publici*. I rezultati istraživanja komunikologa Samija M. Okumusa (2020) provedenog na 40 korisnika internetskog foruma ‘www.forum.hr’ ukazuju na motive žanrovske bliskosti i kvalitete turskih telenovela, a ne na kulturnu bliskost. Ti su rezultati u svojevrsnom proturječju s nalazima sociologa Krešimira Krole i suradnika (2020). Oni kod mlade publike u Hrvatskoj na uzorku od 2 649 ispitanika nalaze polarizaciju televizijskog ukusa na način da su upravo strane sapunske opere (poput turskih telenovela), jedini strani sadržaj kojeg preferiraju oni s nižom akumulacijom kulturnog kapitala.

Balkan je "put u križarske ratove i mjesto povijesnog sukoba između kristijanizirane Europe i Osmanskog carstva", podsjeća povjesničarka Maria Todorova (2009: ix). Granični položaj Hrvatske između Europe i Balkana (npr.: Razsa i Lindstrom, 2004) nameće pitanje tendiraju li hrvatski gledatelji kulturološki Balkanu. Vezano uz samodefiniranje pojedinaca u Hrvatskoj u smislu pripadnosti kulturno-prostornim konstruktima 'Balkana' (Todorova, 2009) i 'Europe', Jansenova (2001) analiza pokazuje da je u Zagrebu sredinom 1990-ih biti 'na Balkanu' značilo biti nižeg kulturnog statusa. Iako se 'Balkan' tada za građane Zagreba odnosio i na „autoritarnog

predsjednika, raširenu korupciju, ceremonijalni kič i, naročito, Hercegovce-tvrdolinijaše u predsjednikovom okruženju“ (Jansen, 2001: 46), upravo je slogan „Tuđman, ne Balkan“ tadašnji predsjednik RH Franjo Tuđman 1997. godine odabrao za svoju novu uspješnu predsjedničku kampanju (Razsa i Lindstrom, 2004: 639). No, koliki su stvarni efekt imale proklamirane 'nebalkanske' politike? Dvadeset godina kasnije rezultati istraživanja sociologa Alistaira Rossa, Saše Puzića i Karin Doolan (2016) među tinejdžerima u Hrvatskoj ukazuju na složene identitetske konstrukcije vezano za pripadnost 'Balkanu'. Hrvatski tinejdžeri pokazuju aspiraciju prema europskom identitetu, “osjećaju se gotovo Europljanima, da nisu još sasvim Europljani, da su 'Balkanci'“ (Ross i sur., 2016: 125). Karla Mršan u kasnijem istraživanju (2019: 29) metodom semantičke analize otkriva da se među prvih deset najjačih kolokacija (sekvencija ili kombinacija riječi koje se češće pojavljuju zajedno nego što je to očekivano) povezanih s Balkanom, u hrvatskom javnom prostoru nalazi sintagma *mi Balkanci*. U svojoj studiji balkanizma književna i kulturna teoretičarka Katarina Luketić (2013: 399) napominje da se postjugoslavenska i šira balkanska zajednička kultura i 'mapa' zajedničkih vrijednosti, medija, fenomena i zvijezda najsnažnije očituje u kulturi neofolka koja tijekom vremena postaje sve raširenija i u Hrvatskoj. Neofolk je „nesumnjivo najsnažnija balkanska kulturna poveznica“ (Luketić, 2013: 401). Neofolk kultura je populistička 'novokomponirana' kultura (Dragićević-Šešić, 1994:14, 22; Luketić, 2013: 399) nastala na prostorima bivše Jugoslavije i šire na Balkanu temeljno na podlozi *lowbrow* narodnjačke kulture iz vremena Jugoslavije. Širi populistički kulturni model neofolka, kako napominje Luketić (2013: 400-401), počeo se snažno razvijati 1990-ih, najprije u Srbiji kao pop-kulturni plašt tadašnjeg režima Slobodana Miloševića. No, neofolk ubrzo prelazi granice Srbije i popularizira se u Bosni i Hercegovini, a kasnije i u Hrvatskoj te na širem prostoru Balkana. U svojoj studiji srpske neofolk kulture 1990-ih sociologinja Milena Dragićević-Šešić (1994: 14) „populistički (novokomponirani) kulturni model“ s glazbe proširuje među ostalim i na *lowbrow* 'domaću' komediju i 'ljubiće', *lowbrow* fikciju s temom ljubavnih odnosa. Dragićević-Šešić (1994: 14, 32, 36, 40, 54) neofolk kulturni model dominantno pronalazi kod onih s manje uglednim zanimanjima koji veliki dio slobodnog vremena provode pred malim ekranima, a ne zanima ih čitanje knjiga – kod pripadnika radničkog stila života, niže srednje klase, ugostitelja, zanatlija i dijela seoske populacije. Opisuje ga kao model kojeg odlikuje istovremena težnja ka ostvarenju statusnog stila života i usmjerenost prema obiteljskom životu te doživljajno-potrošačka orijentacija okrenuta prema zabavi, pasivnosti, imitaciji i identifikaciji s vlastitom referentnom stvaralačkom grupom. Kulturni obrazac i kulturne potrebe te publike vezane su za tradiciju i tradicionalno, za lokalno i regionalno te za razumijevanje jednostavnih umjetničkih kôdova i 'funkcionalnu' recepciju umjetnosti (Dragićević-Šešić, 1994: 56). U najkraćem, dok su hrvatske političke elite

proklamirale težnju za udaljavanjem Hrvatske od Balkana kao 'negativnog' fizičkog i kulturnog prostora Istoka i za integracijom u 'pozitivni' kulturni i geografski prostor srednje Europe (Zapada), istovremeno na razini popularne kulture dolazi do široke popularizacije 'balkanske' *lowbrow* kulture neofolka kao simplificiranog agensa kulturne integracije 'balkanskog prostora' koji u sebe apsorbira i Hrvatsku (Luketić, 2013).

Sociologinja Ferhan Gündüz (2020) i politologinja Ana Frank (2016) temeljem analize medijskih i akademskih izvora sugeriraju kulturnu bliskost turskih telenovela i s publikom u Hrvatskoj, smještajući je na *kulturnu* kartu Balkana. Gündüz (2020) smatra da je popularnost turskih serija na Balkanu povezana s društvenom i kulturnom bliskošću s turskom kulturom.[25] To područje dijelom baštini socijalnu i kulturnu ostavštinu Osmanskog carstva na polju kulture, načina života, navika i tradicije (Gündüz, 2020: Balkan countries and Turkey). Vrijednosti, teme, motivi i kulturni obrasci predočeni u turskim telenovelama slični su „oblicima ljudskih odnosa koji su uobičajeni u balkanskoj geografiji“ (Gündüz, 2020: Reasons for popularity). Fokus na važnosti obiteljskih odnosa te isticanje povezanosti između tradicije i modernosti kao i sekularizma i religije također kreiraju osjećaj bliskosti gledatelja sa Balkana (Gündüz, 2020: Conclusion). No, prema Gündüz (2020: Reasons for popularity) pri tome ne valja smetnuti s uma fuziju obiteljskih vrijednosti i glamuroznosti prikazane Turske reprezentirane kroz suvremeni, bogat i uzbudljiv životni stil privlačan mnogim gledateljima. Gündüz (2020: Reasons for popularity) ukazuje na povezanost ekonomskih i političkih kriza u zemljama Balkana sa željom mnogih tamošnjih žitelja da pobjegnu od poteškoća i nevolja svakodnevnog života u svijet turskih serija koje je lako pratiti i u kojima ima mnoštvo likova s kojima se gledatelj na Balkanu može poistovjetiti.

[25] Popularizacija turskih telenovela u zemljama Balkanskog poluotoka i jugoistočne Europe često se u literaturi označava kao 'prodor na Balkan' (usp.: Beğendik, 2019; Kaynak, 2015; Kraidi i Al-Ghazzi, 2013; Panjeta, 2014; Yesil, 2015).

4. SPECIFIČNOSTI TELEVIZIJE U ODNOSU NA FILM

Filmska i televizijska teoretičarka Jane Feuer (1986: 111) ističe da se televizija razlikuje od filma „u gotovo svakom značajnijem pogledu“.[26] Na linearnoj televiziji izmjenjuju se fikcija, činjenični žanrovi i reklame. Svi oni tvore jedinstveni *supertekst* (Browne, 1984). Stoga je *planirani protok* (eng.: *Flow*) televizijskih tekstova „definirajuće iskustvo“ televizije (R. Williams, 2004: 95, vidi i: 77-120).[27] Planiranim protokom tekstova ostvaruje se snažna vremenska ciklička povezanost televizijskog i vremena stvarnog svijeta. Ona utječe na ukupni televizijski odnos prema stvarnome i uspostavlja kod gledatelja osjećaj da televizija prati njegov stvarni život (Silverstone, 1981, 1994). Uklopljen u supertekst, pojedinačni tekst nije 'čist'. Na stvaranje njegova značenja utječu čimbenici i izvan njega samoga (Browne, 1984).[28] Za razliku od filma, linearnu televiziju gledamo u „programskim dozama“ (Turković, 2008a: 173), odnosno „dionicama gledanja“ (eng.: *viewing strip* [Newcomb i Hirsch 1983: 50]) – u kontinuitetu koji obuhvaća susret s brojnim žanrovima tijekom jedne sesije gledanja. Pregovarajući s televizijskom ponudom gledatelj tijekom te sesije od niza tekstova emitiranih možda i na raznim televizijama kreira 'vlastiti televizijski tekst' (Newcomb i Hirsch 1983: 50). Rodovi, žanrovi i vrste koji su unutar istog medija u tako bliskom međuodnosu, u praksi lako poprimaju međusobne odlike i hibridiziraju se. Teoretičar kulture Graeme Turner (2008: 8) podsjeća da upravo neprekidne mutacije, preuzimanje određenih odlika drugih rodova, žanrova i vrsta kao i neprekidno stvaranje hibridnih rodova (poput dokumentarne drame), žanrova (poput dramedija) i vrsta (poput fleksibilnih serija), predstavljaju važnu odliku televizije kao medija.

Teoretičar filma Rick Altman (1986: 40) napominje da planirani protok valja razumijevati i u značenju *kućnog protoka* (eng.: *household flow*). Za razliku od filma koji se prikazuje u kinima, televizija je „esencijalno kućni fenomen“ (Ellis, 1992: 113), blizak i intimni dio obiteljskih rituala i svakodnevice (Silverstone, 1994). Televizor je središnje mjesto okupljanja obitelji i obiteljski prozor u svijet (Staiger, 2000: xiii; Ellis, 1992; Spigel, 1992). Ta činjenica ima mnogobrojne implikacije na razvoj televizijskih žanrova. Televizija kao okvir režima adresiranja osim atributa

[26] Kulturni i televizijski teoretičar Horace Newcomb (1974: 256) govoreći o serijama ističe da „pravi odnos televizije s drugim medijima“ ne leži u odnosu prema filmu ili radiju, već prema romanu. Ovu ideju kasnije preuzima medijski i kulturni teoretičar Robert Thompson (1996) govoreći o QTV serijama, a tijekom 21. stoljeća i brojni drugi autori (npr.: Maxwell i Tefertiller, 2019; Moïsi, 2016; Winckler i Huertas-Martín, 2021b).
[27] Za planiranje protoka tekstova koristi se engleski industrijski naziv *scheduling*, a uključuje izradu dugoročne programske sheme i planiranje programa na dnevnoj, tjednoj, mjesečnoj i tromjesečnoj osnovi (Browne, 1984).
[28] Na primjer: kada bi domaća politička serija *Novine* (HRT, 2016-2021) koja naturalističkim stilom govori o nemoralu, kriminalu i beskrupuloznosti domaćih političara tijekom političke kampanje – bila emitirana tik uz vijesti koje prate stvarnu političku kampanju – došlo bi do snažnog značenjskog suodnosa serije i vijesti, iako je riječ o suodnosu fikcije namijenjene zabavi i činjeničnog teksta namijenjenog informiranju.

istodobnosti (posebno istaknutog u njenoj informativnoj dimenziji, ali eksploatiranog i u fikciji), koristi i atribut *neposrednosti* (eng.: *immediacy*) i njeguje *osjećaj prisutnosti* (eng.: *sense of presence*). Sve te atribute valja shvatiti u najširem smislu kao dio teksture svakodnevnog života gledatelja (Ellis, 1992: 134-135). Televizija reproducira određeni pogled na svijet i modificira žanrove upravo uvažavajući svoju prirodu obiteljskog i kućnog medija, kod gledatelja svjesno proizvodeći *osjećaj intimnosti*. Ona povezuje gledateljevu koncepciju sebe (ili željenu koncepciju sebe) i program kojega kreira. Na taj način proizvodi odnos *simpatije* i *familijarnosti s gledateljem* – svojevrsnu, kako kaže John Ellis (1992: 137), „bliskost podijeljenu sa svima“. Takav odnos prema mediju izravno potpomaže prepoznavanje gledateljevih vlastitih osjećaja u odnosima i položaju likova, kreiranje osobnog relativno dugoročnog afektivnog odnosa prema protagonistima i izgradnju dojma autentičnosti. Ukupno gledano, televizijski kontakt s gledateljem njega poziva na bliskost, simpatiju, prepoznavanje i, kako to uobličava Ellis (1992: 136-137), kontinuiranu *su-prisutnost* događajima koje promatra (eng.: *co-presence*). Fikcionalni žanrovi djeluju unutar tog okvira su-prisutnosti i neposrednosti. Osim očiglednog primjera sapunskih opera svakodnevno uključenih u gledateljevu sadašnjicu, sve serije linearne televizije naginju formiranju osjećaja neposredne prisutnosti u gledateljevu životu tijekom određenog perioda. One odgađaju finalne završetke da bi postale dio gledateljeve intimne svakodnevice. U informativnim žanrovima televizija njeguje neposrednost modelom direktnog adresiranja ('ja' se izravno, gledajući u kameru, obraća gledatelju kao 'tebi' [Ellis, 1992: 132]). U fikcionalnim žanrovima neposrednost se tom metodom rjeđe postiže (iako je ovaj način adresiranja sve prisutniji). Češće se ona postiže tako da se odabiru teme neposredno važne i privlačne za obitelj te protagonisti u kojima se na nekoj ravni članovi obitelji mogu ogledati i razviti određeni odnos prema njima (Ellis, 1992: 139). Pri tome žanrovi i formule doživljavaju neprekidne promjene sukladno ukupnim promjenama u društvu (Fiske, 2001: 221).

4.1. Specifičnosti televizijske fikcije

John Ellis (1992) kao specifičnost televizije na razini strukture narativa izdvaja *segmentiranost*. Segment je relativno samostalno jedinstvo slike i zvuka maksimalnog trajanja do oko pet minuta, snažne unutarnje koherencije. S drugim je segmentima organiziran u grupe na *repetitivan* način, imanentan televizijskom mediju. Neki tipovi segmenata su samostalni, poput reklame ili reportaže u vijestima. Pojavljuju se pored sličnih segmenata s kojima nemaju nikakvih poveznica osim možda općih sličnosti. No, segmenti poput dokumentarne ekspozicije neke situacije ili fikcionalnog prikaza likova sadržavat će određene veze narativnog karaktera. Serije tendiraju

repetitivnosti segmenata povezanih na način da im je omogućen kontinuitet i narativna progresija. K tome, serije imaju tendenciju repeticije osnovnog problema ili dileme umjesto njihovih finalnih razrješenja (Ellis, 1992: 112, 145-151). Pri tome epizodne serije primjenjuju istu formulu i repeticiju istih narativnih segmenata. Filozof i semiotičar Umberto Eco (1990: 86) ističe da upravo u tome i leži njihova popularnost: „osoba vjeruje da uživa u novîni priče (koja je uvijek ista), dok zapravo uživa u njoj zbog ponavljanja narativne sheme koja ostaje konstantna“. Filmski teoretičar David Thorburn (1987) pokazuje da televizijska fikcija bogato iskorištava *segmentiranost*, *repetitivnost* i oslanjanje na *formule* (usp.: Cawelti, 1977) – te imanentne odlike televizijskog medija.[29] Usavršava se segmentirana dramska struktura posebno prikladna za repetitivnu priču-formulu „čiji je kraj predviđen (liječnik će spasiti pacijenta, policajac će uhvatiti kriminalca) i čija sposobnost da iznenadi ili na drugi način angažira svoju publiku mora upravo stoga uvelike ovisiti o lokaliziranoj živosti i snazi manjih cjelina ili epizoda koje čine cjelinu“ (Thorburn, 1987: 599). Serija kreira segmente koji i neovisno o drugim segmentima imaju težinu i bude interes, obično u minijaturi dočaravajući veće obrasce i emocionalne ritmove cijele drame. Svaki segment prikazuje likove koji se suočavaju s određenom poteškoćom do neke vrste klimaksa ili razrješenja. Taj se obrazac ponavlja u sljedećim segmentima (Thorburn, 1987: 599). Ponavljanje sličnih segmenata prikladnih za priču-formulu dovodi do kreiranja opće poznatih formula u karakterizacijama i zapletima. A serije upravo *iskorištavaju* ove zahtjeve medija. Thorburn (1987) to naziva *načelom višestrukosti* (eng.: *multiplicity principle*). Formule koje su se prije ere serija morale iscrpno i pojedinačno razvijati, sada se tretiraju *eliptično* u zapletu koji istovremeno kombinira *mnoge od njih*. Serije tako iskorištavaju golemu zalihu priča i situacija gledateljima poznatih iz ranijih serija. K tome, gledateljeva upoznatost s osnovnom formulom omogućuje i nove kombinacije odnosno dramaturški razvoj serija nove generacije (Thorburn, 1987: 601). Minimiziranjem potrebe za dugotrajnim uspostavljanjem osnovnih kôdova ili za izlagačkim sekvencama, načelo višestrukosti omogućuje da priča ostavi po strani pitanje *kako* se došlo do nekih zapleta i da se narativna energija usmjeri na njihovu vjerodostojnost i snagu te na sama zbivanja. Ova i slične strategije omogućuju kontinuiranu promjenu, obogaćivanja i usložnjavanja serija temeljeno na sjećanju 'univerzalne publike' jer je intimno druženje masovne publike s karakterima protegnuto na mjesece i godine

[29] Thorburn (1987) upotrebljava izraz 'TV melodrama'. Pritom ima na umu preuzimanje alegorije dobra i zla, transponiranje formalnih i tematskih konvencija melodrame u razne žanrove, preuzimanje moralnih simplifikacija i moralnih poruka, sretan kraj i središnju ulogu protagonista u liku glumca u ukupnoj percepciji priče. Ovaj je termin sukladan taksonomiji žanrova filmskih teoretičara Thomasa i Vivian Sobchack (1980: 203-240) aktualnoj 1980-ih koji fikciju dijele na komediju i melodramu. Naime, od 1980-ih melodrama se sagledava i kao *modus izražavanja prisutan u brojnim suvremenim žanrovima* (Brooks, 1995). Thorburn (1987: 597) među TV melodrame ubraja „većinu televizijskih filmova, sapunske opere, sve odvjetnike, kauboje, policajce i doktore, bjegunce i avanturiste, bratije i sinovske drugove koji su ispunili udarne programe tolikih američkih večeri u posljednjih trideset godina“.

(Thorburn, 1987: 602). Televizija ima stalnu milijunsku publiku pa njena fikcija ima sposobnost kreirati koherentan svijet poznatih lica, sustav pretpostavki i vjerovanja i preokupacija, cijeli fond prepoznatljivih i zamjenjivih zapleta, likova, vrsti dijaloga i mizanscena. Publika poznaje zvijezde, formule, karaktere i razvoj određenog žanra kojeg prati „sa samopouzdanom, neopterećenom intimnošću koja će možda postati jedinstvena u povijesti popularne umjetnosti“ (Thorburn, 1987: 602).[30]

Ellis (1992) ukazuje i na to da televizija daleko više od filma značenjski ovisi o zvuku i govoru. U slučaju serija su ponajprije dijalog, a potom glazba, osnovni nositelji kontinuiteta pažnje i značenja, doprinoseći i osjećaju familijarnosti s oslikanim događajima (Ellis, 1992: 137). Zbog veličine TV ekrana i slabije kvalitete slike televizija razvija estetiku drugačiju od filmske. Iako se televizija kao 'mali ekran' u prvo vrijeme sagledava kao „patuljasto dijete filma, smanjeno i sputano na mnogo načina“, veličina ekrana pokazala se i kao prednost kada je riječ o razvoju serija (Thorburn, 1987: 604). Dimenzije kinematografske slike veće su od prirodnih pa dolazi do učinka povećanja (Thorburn, 1987: 604). Primjerice krupni plan u kojemu lice zaprima gotovo cijelu veličinu ekrana na filmu je izuzetno ekspresivan (usp.: Peterlić, 2018: 77) pa postoji opasnost da se manje nepravilnosti na licu transformiraju u deformacije ili da bliži planovi djeluju previše začudno, spektakularno ili 'značajno'.[31] Za televiziju taj je plan prirodan i zajedno s blizim planom čini jedan od najkorištenih planova (Thorburn, 1987). Televizijski odabir bližih planova i kada je u pitanju akcija (čak i u eksterijeru), dijalog i čest odabir zatvorenih prostora – Thorburn (1987: 604) to naziva „*televizijskim smanjenim vidnim poljem*“ – pruža veći potencijal za raznolikost uvjerljivog prikaza psihološki nijansirane izvedbe nego filmsko platno. Televizija može zabilježiti „one prisne male fizičke i vokalne geste“ i omogućuje „poštivanje individualne izražajnosti običnog ljudskog lica“ (Thorburn, 1987: 604).

[30] Danas zbog sustava repriza i suvremenih mogućnosti gledanja televizijske fikcije iz raznih biblioteka sadržaja, televizija ima sposobnost „svoju povijest kontinuirano činiti dostupnom“ (Thorburn, 1987: 602), što dodatno ojačava snagu i fleksibilnost uspostavljenih sustava.

[31] Začudnost, očuđenje ili oneobičavanje (Stamać [1998: 578]; eng.: *defamiliarisation,* [Shklovsky, 2004: 16-18], *estragement* [Attebry, 1992: 308; Suvin, 2016: 15]); rus.: *ostranienie* [Stamać, 1998: 578]), književni je postupak kojim se postiže novo viđenje ljudi, stvari i pojava o kojima govori određeno djelo (usp.: Stamać, 1998). Izraz je skovao književni teoretičar Viktor Shklovsky (2004: 16-18) za razlikovanje poetskog od praktičnog jezika.

5. TEORIJA TV ŽANRA

Žanr je u medijima toliko važan „razgraničavajući fenomen“ (Gledhill, 2000: 110) da su „medijske kulture presudno oblikovane žanrovskim strukturama“ (Ritzer, 2021: 1). Televizija je komunikacijski, ekonomski, društveno i kulturno esencijalno zasnovana na žanrovskoj podjeli.[32] Žanrovi su kôdovi koji determiniraju značenja unutar djela (Fiske i Hartley, 1992), kompleksni „skupovi očekivanja“ (Leutrat, 1973, prema: Neale, 1980: 51) i diskurzivni činovi s različitim funkcijama i efektima (uključujući i užitke) koji egzistiraju unutar recepcijskih, ekonomskih i produkcijskih praksi (Neale, 1980: 50-52). Filmski i televizijski teoretičar John Caughie (1991: 128) stoga napominje: „žanrovska pitanja (…), čini se, fundamentalna su za televiziju“, a medijske teoretičarke Zinjka Peruško i Antonija Čuvalo (2014: 136-137) naglašavaju da se u makro-analizama medijskih kultura televizijski žanr nerijetko sagledava kao kulturni indikator.

Tri su osnovna teorijska pogleda na žanr (Feuer, 1992: 109). *Estetski pristup* žanr sagledava kao skup pravila i očekivanja koji upravlja određenim generičkim 'svijetom' (Gledhill, 2000: 113). Obuhvaća definiranje žanra u smislu sustava konvencija, izrade žanrovskih taksonomija i procjene odnosa konkretnog teksta i žanra (Gledhill, 2000: 113; Feuer, 1992: 109). *Ritualni pristup* sagledava žanr kao razmjenu između industrije i publike putem koje progovara kultura sama (Feuer, 1992: 109), odnosno „kao način kulturalnog 'mišljenja'“ (Altman, 2000: 8). Pri tome popularnost određenog žanra odražava i vjernost publike vrijednostima koje emanira (Neale, 2008a: 4). *Ideološki pristup* sagledava žanr kao svojevrsni instrument kontrole. Žanrovi osiguravaju publiku važnu oglašivačima i istovremeno naturaliziraju ideologije izražene u tekstu (Feuer, 1992: 109). U okviru estetskog pristupa žanr se dugo promatrao isključivo kao *tekstualna kategorija* (Mittell, 2004). No, takvo je određenje žanra „teorijsko minsko polje“ (Chandler, 1997: The problem; vidi: Pavličić, 1983). U slučaju televizije problemi isključivo tekstualnog razvrstavanja žanrova vrlo su složeni. Televizija je kao medij rezistentna na rigidne kategorizacije (Stempel Mumford, 1995: 20). TV žanrovi svoje porijeklo vuku iz raznih izvora, a uslijed ogromne produkcije kontinuirano se intenzivno mijenjaju i hibridiziraju (Neale, 2008a: 4). Nije rijetkost da u smislu teksta „nova serija mijenja granice žanra i zahtijeva razvoj i dopunu njegove definicije“ (Fiske, 2002: 110; vidi i: Bordwell, 1989: 146-151).[33] Iz tih razloga teorija TV žanra ne pokušava

[32] TV industrija upotrebljava žanrovske podjele u financijskom i operativnom planiranju produkcije, izradi programskih shema, prodaji oglasnog prostora, promidžbi, organizaciji proizvodnih odjela i programskom definiranju nišnih kanala (Edgerton i Nicholas, 2005).

[33] Fiske se ovdje nadovezuje na filmskog teoretičara Thomasa Schatza (1981) koji žanr sagledava kao formalizirani sustav znakova čija su pravila asimilirana putem (često nesvjesnog) kulturnog konsenzusa. Shatz (1981) razlikuje duboku strukturu (temeljnu, u lingvistici je to jezik [franc.: *language*] kao sustav) koju zove *filmski žanr* i

žanrove sagledavati samo temeljem tekstualnih konvencija. Žanrovi se analiziraju kao *višeslojni sustavi organizacije* otvoreni za promjene (Creeber, 2008a: 1); pristupi žanru se ujedinjuju i on se definira kao *višeslojna kulturna kategorija* kojoj je tekst *primarna, ali ne i jedina* sastavnica (Mittell, 2004).

5.1. Tekstualne žanrovske taksonomije

Semiotičar Daniel Chandler (1997: Appendix 2; usp.: Lacey, 2000: 137) sumira glavne konvencije žanra povezane s tekstom: (a) *narativ*, odnosno formulaičan ili sličan zaplet i narativne strukture, predvidive situacije, sekvence, konflikti, prepreke i razrješenja; (b) *karakterizacija* – slične vrste likova (ponekad stereotipi), uloge koje likovi imaju u priči, njihove osobne kvalitete, motivi, ciljevi i ponašanje; (c) *teme* – slične osnovne teme i slične perspektive njihovog sagledavanja (socijalno, kulturno, psihološki, politički, moralno), slične vrijednosti i ono što filmski teoretičar Stanley J. Solomon (1995: 456) naziva ponavljajućim „značenjskim obrascima"; (d) šire shvaćeni *prostor i vrijeme radnje*; (e) *ikonografija* – poznata zaliha prizora ili motiva (prvenstveno, ali ne nužno vizualnih) čija su konotativna značenja postala fiksna, uključujući dekor, kostim i predmete, tipove glumaca, poznate obrasce dijaloga, karakterističnu glazbu i zvukove te odgovarajuću fizičku topografiju; (f) *filmske tehnike* – stilske ili formalne konvencije snimanja, osvjetljenja, snimanja zvuka, upotrebe boja, montaže i slično (gledatelji su često manje svjesni takvih konvencija od onih koje se odnose na sadržaj). Međutim, nisu sve ove konvencije konstitutivne za sve žanrove, a za neke nije konstitutivna niti jedna od njih (Mittell, 2004: 8).[34] K tome, brojni su tekstovi žanrovski hibridi kojima određeni žanr *dominira*, a sami žanrovi kao kategorije osciliraju od preširokih do suviše uskih (Stam, 2000: 128-129).

Noviji teoretičari žanrove promatraju i kao skupine djela unutar kojih postoje određeni isti/slični modaliteti (modusi) sagledavanja svijeta, odnosno „estetski organizirani oblici iskustva i percepcije svijeta" (Gledhill, 2000: 227) koji ne obuhvaćaju toliko pravila organizacije narativa koliko „sustave adresiranja, modeliranja i razlikovanja iskustava" (Grotkopp i Kappelhoff, 2012: 31). Teoretičari filma Matthias Grotkopp i Hermann Kappelhoff (2012: 31-32) kao specifične elemente takve organizacije izdvajaju (a) vremensku i prostornu organizaciju percepcije, (b) tijelo

površinsku strukturu (izvedbenu, poput govora [franc.: *parole*] u lingvistici) koju zove *žanrovski film*. Filmski žanr predstavlja prešutni ugovor između filmske industrije i publike, a žanrovski film predstavlja događaj (iskaz) koji poštuje taj ugovor. Žanr je stoga, kao i jezik, i statičan i dinamičan sustav. Međutim, za razliku od jezika, pojedinačne izjave ovdje imaju sposobnost mijenjati pravila (Schatz, 1981: 15-20).

[34] Primjerice, dok je uvijek isto šire okružje ključno za vestern, *sitcom* se može postaviti u različito vrijeme i prostor, čak i u svemir (Mills, 2009: 37). Postoje i žanrovi poput *film noira* (žanrovskog hibrida za kojeg su distinktivni raspoloženje i ton [vidi: Dickos, 2002]), koji uopće nisu nastali prema ovim konvencijama (Chandler, 1997).

i lice, što uključuje izvedbu u cijelosti, ali i geste i spektar akcijskih potencijala između aktivnosti i pasivnosti, (c) emocionalne registre i načine njihovog adresiranja i modeliranja, (d) jezik i govor, uključujući način izvedbe i vrednote govornog jezika te igre riječi, te (e) društvene korelacije, odnosno ideje o društvu otjelovljene u karakterima i njihovim odnosima, govoru tijela, jeziku, strukturi organizacije 'stvarnosti' i slično.[35]

No, žanrovi nisu statični i jednostavno 'dâti' od strane kulture „već su u kontinuiranom procesu pregovora i promjene“ (Buckingham, 1993: 137), prilagođavajući se društvenom kontekstu, ukusu publike te tehnološkim i kreativnim inovacijama (vidi: Schatz, 1981: 37-38). Pri tome žanrovi na brojnim razinama međusobno utječu jedni na druge pa ih treba razmatrati sagledavajući *žanrovsku matricu određenog perioda* (Altman, 1989: 114). Ionako fluidne, tekstualne granice žanra sve brže se pomiču i mijenjaju, kao i kriteriji prema kojima se tekstovi ujedinjuju u istu žanrovsku skupinu (npr.: Altman, 2000: 7). No, istovremeno se žanrovi *prepoznaju iz prakse* svakodnevnog druženja s medijima (Altman, 2012: 27; Chandler, 1997) i rabe kao alat organizacije iskustva medijske komunikacije. To je stoga što žanrovi postoje i kao *odnosi* između tekstualnih struktura i sociokulturnog konteksta (Frow, 2006: 13), i kao kontinuirani *procesi ususatavljivanja* – a ne kao gotovi sustavi (Neale, 1980: 51). Teoretičar književnosti Tzvetan Todorov (1990: 17-18) među prvima opisuje žanrove istovremeno iz dvaju stajališta: empirijskim promatranjem i apstraktnom analizom. „U danom se društvu ponavljanje određenih diskurzivnih svojstava institucionalizira, a pojedinačni se tekstovi proizvode i percipiraju u odnosu na normu koju konstituira ta kodifikacija. Žanr, bio on književni ili ne, nije ništa drugo do kodifikacija diskurzivnih svojstava“. Žanrovi posredno komuniciraju s društvom u kojem djeluju upravo kroz svoju institucionalizaciju te oni, kao i svaka druga institucija, „iznose na vidjelo konstitutivne značajke društva kojemu pripadaju“ (Todorov, 1990: 19). Upravo se stoga žanrovi u svakoj epohi mijenjaju, izumiru i rađaju, a formiraju se u odnosu na kontekst koji ih okružuje. Svaka epoha odnosno kultura razvija svoj sustav žanrova pa Todorov (1990: 19) ističe potrebu kombiniranja „povijesne stvarnosti“ odnosno povijesno potvrđene kodifikacije nekih diskurzivnih odlika, s „diskurzivnom stvarnošću” (načinima, registrima, oblicima, manirama, stilovima). Odnosno, žanrovi se pojavljuju kao

[35] Grotkopp i Kappelhoff (2012) teoriju o žanrovskim modalitetima razvijaju temeljem uvida teoretičara književnosti Petera Brooksa (1995) i filmske i televizijske teoretičarke Christine Gledhill (2000). Brooks (1995) u književnu i kulturnu teoriju uvodi koncept *melodramatskog modusa* odnosno *melodramatske imaginacije* kao jednog od „modusa koncipiranja i ekspresije“ svijeta, odnosno „sustava kreiranja smisla“, smatrajući da su različiti modusi „povezane, ali znakovito različite verzije realnosti“ (Brooks, 1995: vxiii). Gledhill (2000: 223) nastavno na Brooksa (1995) govori o „konceptu modaliteta kao održivog medijatora unutar kojeg funkcionira žanrovski sustav“. Ovakva dodatna sagledavanja žanra bila su nam korisna u razumijevanju kulturne prepoznatljivosti akcijsko-avanturističke 'pop' serije, presudne za kulturnu prepoznatljivost televizijskog akcijsko-avanturističkog žanra tijekom razvoja televizije, ali i za bolje razumijevanje žanra *soap* drame.

promjenjivi skupovi kulturnih konvencija pa ih kao takve valja i sagledavati, priznajući „dinamičnu fluidnost žanrova bez da se konačno pogazi žanr kao interpretativni okvir“ (Chandler, 1997: Problem).

5.2. Promjena perspektive: Rick Altman i Steve Neale

Žanr će postojati kada se neka interpretativna zajednica suglasi u prepoznavanju njegove semantike i sintakse, odnosno kada se uspostavi komunikacijska formula koju su gledatelji u stanju prepoznati i koja na različitim razinama povezuje tekstove (Altman, 1999; usp.: Moine, 2006: 66-67). Stoga teoretičar žanra Rick Altman (1999) ukazuje na to da je pri analizi žanrova uz tradicionalne teme generičke stabilnosti i strukture važno razmotriti obrasce generičkih promjena – žanrovsko podrijetlo i procese redefiniranja i prenamjena žanra. K tome, Altman dolazi do zaključka da „žanr servira granice slobodne igre značenja i ograničava kreiranje značenja“ (Feuer, 1992: 108). Sagledava žanr i kao stanovito obećanje producenata o tome kamo će gledatelje tekst odvesti (Altman, 2000: 6), i kao alat predviđanja reakcija i iščitavanja značenja od strane publike (Altman, 1989: 4) kojim industrija manipulira kao formulom iščitavanja značenja (Altman, 1999). Time Altman otvara i pitanja o širim mehanizmima uspostavljanja obrazaca žanrovskog komuniciranja i interpretacije. Ta pitanja iz druge perspektive otvara i teoretičar žanra Steve Neale (1980), razmatrajući čemu služe žanrovi i koji raspon elemenata izvan samog teksta utječe na žanr. Neale (1980) kao i Altman smatra da *žanrovi kreiraju značenja* i da ta značenja nisu sadržana samo u tekstu. Neale (1980: 19) definira žanrove kao „sustave orijentacije, očekivanja i konvencija koji cirkuliraju između industrije, teksta i subjekta“. Žanrove sagledava kao ustavljene oblike artikuliranja značenja i odnosa među značenjima koji djeluju kao komponenta šire filmske/televizijske „mentalne mašinerije“ kao kontinuirane fluktuacije značenja i procesa reguliranja poretka značenja (Neale, 1980: 19).[36]

No, filmska i televizijska industrija istovremeno sudjeluju i u *kontinuiranom procesu promjene percepcije žanra*. Neale (2005a: 27-43), polazeći od toga da je žanr višedimenzionalan i da je zapravo „ono što se u određenom trenutku kolektivno vjeruje da jest“ (2005a: 39), kao *dimenzije žanra* razmatra: (a) čimbenike koji utječu na očekivanja publike; (b) industrijske aspekte pri izgradnji generičkih korpusa; (c) procese označavanja i imenovanja žanrova; (d) procese koji utječu na same tekstove. John Ellis (1992: 30) kao središnju holivudsku praksu izdvaja kreiranje

[36] I književni teoretičar Hans Robert Jauss (1982) u okviru teorije recepcije razmatra žanrove kao sustave orijentacije. Svako djelo u osnovi pripada nekom žanru, „pri čemu mislim ni više ni manje od toga da za svako djelo mora biti spreman unaprijed stvoreni horizont očekivanja (on se može shvatiti i kao 'pravila igre') koji usmjerava razumijevanje čitatelja (javnosti) i omogućuje recepciju koja kvalificira djelo“ (Jauss, 1982: 79).

'narativne predodžbe' (eng.: *narrative image*) za svaki pojedinačni film, u značenju unaprijed osmišljenog odgovora filmske industrije na pitanje: „Kakav je film?“. Institucionalizirani javni medijski diskurs često igra važnu ulogu u izgradnji takvih predodžbi. No, Neale (2005a: 35-36) izdvaja ključnu ulogu industrije, *osobito u najranijim fazama javne promidžbe* djela. Žanrovska etiketa je važan element projektirane narativne predodžbe o djelu. Pri kreiranju te predodžbe dolazi i do povezivanja s drugim tekstovima pa promotivna žanrovska određenja utječu na modifikacije gledateljeve predodžbe o žanru i njegovih očekivanja (Neale, 2005a: 35-39).

5.3. Jason Mittell: televizijski žanrovi kao kulturne kategorije

Jason Mittell (2004; vidi kraće: 2005) u okviru teorije TV žanra proširuje i televiziji prilagođava Nealovo i Altmanovo sagledavanje žanra (vidi: 2004: 17). Polazi od toga da su TV žanrovi primarno zasnovani na tekstu, no konstituiraju ih i vanjski procesi interpretacije i evaluacije pa je žanr *kulturna kategorija*. Ta su teorijska polazišta imanentna temeljnim postavkama televizijskih studija (pregled: J. Gray i Lotz, 2004), razvijenih na integriranom sagledavanju odnosa industrije, publike, teksta i ukupnog šireg kulturnog, medijskog i društvenog konteksta. Mittellova ideja žanra kao kulturne kategorije ima širok utjecaj na teoriju TV žanra (Edgerton i Rose, 2005; J. Gray, 2006; Jenner, 2016; Keeler, 2010; Piper, 2015; Turnbull, 2014).[37]

Da bi postojao žanr, mora postojati i skupina srodnih tekstova. Ali, tekstovi se u zajedničke žanrovske skupine ne povezuju sami nego se to događa kroz kulturne prakse poput proizvodnje i recepcije. Žanrovi se oblikuju pod utjecajem određene kulture i preuzimaju se od strane druge kulture pri čemu se modificiraju. Često su žanrovske promjene i inovacije posljedica i produkcijskih odluka. K tome, skupine tekstova unutar nekog žanra razlikuju se i zbog perioda dana u kojem se emitiraju, a u okviru žanra mogu postojati i brojni podžanrovi i mikrožanrovi (Mittell, 2004: 9-10; Creeber, 2015d). Mittell (2004: 11) predlaže da se u slučaju kreiranja televizijske žanrovska matrice najprije pokušaju utvrditi kulturno prepoznate šire skupine (žanrovske skupine) pa potom uže generičke skupine (žanrovi) te onda eventualno još uže skupine: podžanrovi odnosno podtipovi. Pri tome uz tekstualne odlike uvijek valja razmatrati i operativnu koherentnost kategorija. „Ono što je danas podžanr lako bi moglo postati žanr sutrašnjice kroz raširenu kulturnu cirkulaciju (poput evolucije tinejdžerske drame iz obiteljskih drama) ili postati

[37] Mittell (2004) kao rad koji izravno utječe na razvoj njegove teorije žanra kao kulturne kategorije izdvaja studiju kulturne i medijske teoretičarke Julie D'Acci (1994) o američkom policijskom proceduralu *Cagney i Lacey* (CBS, 1982-1988) i autore kulturalnih studija (Hall, 1980; Du Gay, Hall, Janes, Mackay i Negus, 1997; Johnson, 1987).

zaboravljena kategorija koja odlazi u televizijske arhive“ (Mittell, 2004: 11). Na ovaj smo način i mi pristupili žanrovskoj klasifikaciji serija.

5.3.1. Žanrovi kao diskurzivne formacije

Mittell (2004) žanr definira temeljem poststrukturalističkih razmatranja diskurzivnih formacija filozofa Michela Foucaulta. Iako se može činiti da su kulturni konstrukti brojnih koncepata i pojmova 'prirodni', zapravo je riječ o povijesno specifičnim sustavima mišljenja, o diskurzivnim formacijama izgrađenima odozdo prema gore od različitih mikro-instanci. Iako su diskurzivne formacije često obilježene određenim diskontinuitetima, one slijede sveukupne pravilnosti, uklapajući se u širi društveni 'režim istine' (Foucault, 1971, 1972, 1988, 2012). Foucault (1984) postojanje i cirkuliranje diskurzivnih formacija povezuje i s *autorskom funkcijom* (eng.: *author function* [1984: 107]). Time ne ukazuje na stvarnu osobu već proširuje ideju 'autora' na diskurzivne prakse, na *kulturno aktiviranu funkciju* tekstova koja ih putem šire kontekstualne cirkulacije povezuje s određenom *figurom* i *sustavom znanja* nazvanim 'autor'. Na primjer, kad kažemo Shakespeare, Aristotel ili slično, ta imena imaju širu diskurzivnu i klasifikacijsku funkciju (Foucault, 1984: 107). 'Autor' djeluje kao načelo objašnjenja i točka dosljednosti značenja u odnosu na one tekstove koji cirkuliraju povezano s njegovim 'imenom' (Foucault, 1984: 111). Neminovno, autorska funkcija zahvaća i elemente izvan samih tekstova – poglede na život, ukuse i preferencije te djeluje kao stanoviti *vrijednosni označitelj* (Foucault, 1984). Teoretičari kulture i medija Tony Bennett i Janet Woollacott (1987: 46-47) 'autorsku funkciju' primjenjuju na područje medijskih tekstova, razmatrajući njena tri aspekta: (a) kao *sustava klasifikacije*, (b) kao mjesta *dosljednosti interpretacije* i (c) kao označitelja *kulturne vrijednosti*. Mittell (2004: 15) ove uvide primjenjuje na proučavanje žanra i govori o *generičkoj funkciji*, ukazujući na to da se sva tri atributa autorske funkcije koja izdvajaju Bennett i Woollacott (1987) odnose i na žanr, odnosno da svi oni strukturiraju pojedine žanrovske kategorije. Generičke kategorije emaniraju određene kulturne vrijednosti i služe kao točke interpretacijske dosljednosti (primjerice policijski procedurali kao rituali stjecanja sigurnosti i zadovoljenja pravde i slično), a ta središnja značenja su generički distinktivna. Slijedeći Foucaulta, Mittell (2004) polazi od toga da se temeljem brojnih mikro-instanci generičkih diskursa na makro-razini mogu izdvojiti obrasci općenitijih generičkih definicija, značenja i hijerarhija. Među generičkim pretpostavkama se mogu pojaviti diskontinuiteti i rupture, no da bi se osigurala stabilnost pojavnosti žanra, ukupno gledano generički diskursi slijede operativnu koherentnost (Mittel, 2004: 14).

Diskurzivne prakse koje strukturiraju žanrove Mittell (2004: 16) dijeli na tri osnovna tipa: (a) *definiciju* („ova je serija situacijska komedija jer sadrži snimljeni smijeh“); (b) *interpretaciju* („situacijske komedije odražavaju i jačaju obiteljske vrijednosti”); (c) *evaluaciju* („situacijske komedije su bolja zabava od sapunskih opera“). *Ti diskurzivni iskazi i sami su sastavni dio žanra.* „Kulturne prakse definiranja, interpretacije i evaluacije tri su primarna načina na koji žanrovi cirkuliraju i postaju kulturološki manifestirani; stoga bi ove prakse za žanrovsku analizu trebale biti središnji predmet proučavanja“ (Mittell, 2004: 16). Da bi uravnotežio ideju žanra kao aktivnog procesa i kao stabilne formacije, Mittel (2004: 17) žanrove sagledava kao *diskurzivne klastere* „s određenim definicijama, interpretacijama i evaluacijama koje se u bilo kojem trenutku okupljaju kako bi se predložilo koherentan i jasan žanr“, a može ih se proučavati i kao aktivne procese, i kao stabilne proizvode.

5.3.2. Manipulacije žanrovskom predodžbom: primjer telenovela u Hrvatskoj

Svaku tematsko-narativnu formulu valja sagledavati i kao „način uređenja i definiranja svijeta“, kao specifičnu vrstu stvarnosti (Newcomb, 1974: 28; vidi: Cawelti, 1977). Koristeći elemente koji se mogu pronaći i u drugim formulama, no uvodeći novi ton, fokus, teme i strukturu, nova formula kreira svoja nova specifična značenja, strukturu i sustav vrijednosti. Kada dolazi do kršenja nekom formulom uspostavljene 'stvarnosti', ujedno dolazi i do kreiranja nove formule (Newcomb, 1974: 28). A nešto što je u jednom trenutku formula, stil ili podžanr, može prerasti u žanr (Mittell, 2004). Kada je riječ o žanrovima koji su doživjeli svježe generičke preformulacije ili o novim formulama, može doći i do različitog žanrovskog sagledavanja istih tekstova od strane različitih skupina gledatelja (Altman, 1989). Stoga, dok nova formula ili generička inovacija još nisu dovoljno poznate gledateljima, može se pokušati upravljati žanrovskom etiketom nove skupine tekstova. Žanr je, naime, važan element projektiranja narativne predodžbe o seriji. U izgradnji takvih predodžbi važan je javni medijski diskurs, pri čemu osobito u najranijim fazama javne promidžbe djela *industrija* igra ključnu ulogu (Ellis, 1992; Neale, 2005a). Za žanrovsko prepoznavanje serija linearne televizije od strane publike bitno je i *vrijeme emitiranja*. Zbog prirode planiranog protoka televizijskih tekstova (R. Williams, 2004: 95) gledatelji ponavljanjem iskustva gledanja istih generičkih kategorija u isto doba dana kreiraju (neosvješteni) osjećaj o tome koja se skupina žanrova emitira u određeno doba dana (Caughie, 1991: 149; Mellencamp, 1992: 240). To nakladnici mogu koristiti i s ciljem promjene percepcije o tome kojem žanru pripadaju neke hibridne ili serije kakve se nisu ustalile na tržištu. Uzmimo kao primjer telenovelu u Hrvatskoj. [38]

[38] I Seiter, Borchers, Kreutzner i Warth (1991) među ostalim se bave percepcijom sapunice kao žanra.

Telenovele su bile žanrovski od strane domaćih nakladnika obilježavane kao 'telenovele' sve dok se nisu počele prikazivati u udarnom večernjem terminu *nakon* središnjih vijesti, desetljećima rezerviranome za serije iz skupina drama i komedija. Tada se najprije redefiniraju *domaće* telenovele predviđene za emitiranje u udarnom večernjem terminu. One dijelom mijenjaju formulu: unose se i lokaliziraju ruralni i motivi tenzija između 'ruralnog' i 'urbanog' tipični već za latinoameričke telenovele (usp.: Straubhaar, 2007: 202). Od strane nakladnika dodjeljuje im se žanrovska oznaka 'dramske serije', što prenose TV vodiči i drugi medijski izvori. Prva domaća telenovela emitirana nakon večernjeg Dnevnika, *Najbolje godine* (Nova TV, 2009-2011), žanrovski je imenovana kao „dramska serija“ (Nova TV, n.d.a) odnosno „obiteljska serija“ (dnevnik.hr, n.d.; usp: IMDb, n.d.a). Ta je praksa osnažena industrijskim žanrovskim redefiniranjem za naše tržište nove formule – *turske telenovele*. Riječ je o podžanru telenovele koji unosi niz inovacija u latinoameričku formulu blisku hrvatskom gledatelju. Uvode se i elementi tragedije (tragičke krivnje/pogreške [grč.: *hybris*]).[39] Po uzoru na američke večernje sapunice osnažuje se ukupna razina produkcije pa dolazi do takozvanog kinematografskog efekta (vizualno serije djeluju više 'filmski'), do izraženije nijansiranosti karaktera i do osnaživanja ukupne uvjerljivosti priče u odnosu na latinoameričke telenovele poznate hrvatskom gledatelju (Panjeta, 2014).[40] Nakladnik već prvu tursku telenovelu *1001 noć* emitira u udarnom večernjem terminu i određuje je kao „dramsku seriju“ (RTL, 2010). Takvu praksu žanrovske preformulacije telenovela oba komercijalna nakladnika zadržavaju do danas (Pavlić, 2017a). A upravo *publika tih serija* prati njihovu medijsku promociju i izložena je navedenim žanrovskim (pre)kvalifikacijama. Televizijski kritičari stoga ponekad upozoravaju da u Hrvatskoj komercijalni nakladnici redefiniraju žanr telenovele u okviru strategije osiguranja njene kulturne vrijednosti u očima publike (npr.: Pavlić, 2017a). Iz tih su nas razloga i zanimale razlike između žanrovske predodžbe telenovela između njihovih hrvatskih gledatelja i onih u Hrvatskoj koji za te serije nisu zainteresirani.

[39] U grčkoj tragediji *hybris* označava ohol, drzak, gord (Lešić, 2005: 486), opsjednut ili uznošljiv duh koji dovodi do moralnog sloma i propasti tragičkog junaka (Frye, 1979: 238). I za Aristotela junak tragedije posjeduje *hybris*, ali on nije ni zločinac, ni sveti pravednik, već čovjek koji zbog svoje drskosti mora stradati (Lešić, 2005: 486).

[40] Filmski i televizijski teoretičar John Thoronton Caldwell (1995) vezano za televizijske stilske vizualne strategije (eng.: *televisuality*) napominje da od 1980-ih serije laviraju između 'kinematografske' (eng.: *cinematic*) i videografske (eng.: *videographic*) estetike. Ovaj odabir uvelike ovisi i o žanru (Caldwel, 1995: 17-19). Jedan dio serija u većem opsegu prisvaja stil „filmskog izgleda“ koji donosi „spektakl, visoke produkcijske vrijednosti i stil dugometražnog igranog filma“ (Caldwel, 1995: 12). Druge serije u većem opsegu koriste estetiku koja porijeklo vuče iz „elektroničke manipulacije“, a koja je osobito izražena u nefikcionalnim žanrovima (Caldwel, 1995: 12). Danas se za serije više produkcijske vrijednosti, 'istovremeno kvalitetne i popularne' (eng.: *high-end*) često se kaže da imaju takozvani kinematografski efekt (Nelson, 2007). Kinematografski efekt možda je najbolje razumjeti „kao poboljšani vizualni stil“ (Nelson, 2007: 11) jer su moderne tehnologije donijele veću kvalitetu slike i efektniji zvučni zapis pa se to u visokoproduciranim serijama rabi za osnaživanje ukupne atraktivnosti vizualnog dojma (Nelson, 2007: 119).

6. RECEPCIJSKE TEORIJE

6.1. Teorija kulturnog kapitala

Teorija kulturnog kapitala antropologa i sociologa Pierrea Bourdieua (1984) izlaže ideju kulture kao mehanizma klasne stratifikacije (vidi i: Bourdieu, 1987). Prema toj teoriji veća akumulacija kulturnog kapitala omogućuje višim slojevima iskazivanje kulturne superiornosti i rafiniranog ukusa. No, kulturni kapital igra značajnu ulogu u ukupnom suvremenom društvu pa ga je moguće sagledavati i kao „samu paradigmu funkcioniranja ekonomije, politike i kulture društva“ (Paić, 1995: 172). Izravno je povezan s ukupnim tehnološko-kulturnim razvitkom i kreiranjem 'društva znanja' (Drucker, 1968: 258-260), a djeluje i kao ekonomski temelj nove 'klase', visokoobrazovanih profesionalaca različitog ekonomskog statusa kao nove, kulturne buržoazije (Gouldner, 1979). Teorija kulturnog kapitala odnosno „Bourdieuova teorija ukusa“ (Holt, 1997: 93), zanimljiva je istraživačima masovnih medija jer donosi ideju kulturnog kapitala kao važnog sukreatora *habitusa* (a time i ukusa) pojedinca i određene društvene skupine.

Habitus pojedinca internalizirani je sustav „trajnih prenosivih dispozicija, strukturiranih struktura predisponiranih da funkcioniraju kao strukturirajuće strukture“ (Bourdieu, 2013: 72) koji „integrirajući prošla iskustva, u svakom trenutku funkcionira kao matrica opažanja, vrednovanja i djelovanja“ (Bourdieu, 2013: 82-83). Habitus se formira pod utjecajem društvene okoline (Bourdieu, 2013), a sukreira ga kulturni kapital pojedinca kao njegova svojevrsna „kognitivna stečevina“ (Bourdieu, 1984: 3) koja mu omogućuje tankoćutno opažati, odnosno osjećati, cijeniti ili biti kompetentnim iščitavati kulturne odnose i kulturne artefakte (R. Johnson, 1993: 7). Kulturni kapital pojedinca povezan je s ekonomskim i društvenim uvjetima socijalizacije, a akumulira se dugotrajnim procesom koji uključuje pedagoško djelovanje obitelji, obrazovanih članova određene društvene formacije i društvenih institucija (Bourdieu, 1984). Tri su pojavna oblika kulturnog kapitala (Bourdieu, 1986). Temeljni je *otjelovljeni oblik* (eng.: *embodied state*). Riječ je o trajnim kulturnim dispozicijama kao sastavnom dijelu habitusa osobe – o usvojenim znanjima i kulturnim kompetencijama, društvenim vještinama i slično (Bourdieu, 1986: 17-19). Drugi je objektivirani oblik (eng.: *objectified state*). Riječ je o materijalnim objektima i medijima za koje pojedinac, da bi ih konzumirao ili ovladao njima, mora posjedovati otjelovljeni kulturni kapital (Bourdieu, 1986: 19-20). Treći je institucionalizirani oblik (eng.: *institutionalized state*). Riječ je o objektivizaciji kulturne kompetentnosti pojedinca u formi akademskih kvalifikacija (Bourdieu, 1986: 20-21). Habitus pojedinca konstituirat će njegov ukus odnosno životni stil i ukupni način na koji sagledava društveni svijet (Bourdieu, 1984: 169-170). Stoga, „iako je kulturni kapital artikuliran u svim

društvenim poljima kao važan statusni resurs, on djeluje na poljima potrošnje kroz posebnu pretvorbu u ukuse i prakse konzumiranja“ (Holt, 1997: 98). No, s obzirom na to da je osobni habitus proizišao iz određenih ekonomskih i društvenih uvjeta koji pretpostavljaju različite načine odnošenja prema stvarnosti, određeni će habitus biti karakterističan za određene društvene skupine ili klase (Bourdieu, 1984: 5-6).

Nejednako dostupan različitim društvenim slojevima, kulturni kapital će utjecati na ukupne ukuse i prakse kulturne potrošnje (Bourdieu, 1984) te na opću kulturnu otvorenost i kozmopolitizam (Prieur i Savage, 2013). U tom smislu početnu Bourdieovu ideju o jasnoj podjeli kulturnog kapitala najprije nadopunjuje i aktualizira teorija kulturnih svejeda, odnosno kulturne svestranosti (eng.: *Cultural Omnivorism* [Peterson, 1992; Peterson i Simkus, 1992; Peterson i Kern, 1996]) prema kojoj je došlo do zaokreta od elitističke isključivosti do kulturne svestranosti viših slojeva pa se u suvremenom društvu kulturne razlike između klasa više ne uspostavljaju samo poznavanjem ili nepoznavanjem elitne kulture, nego elitni ukus, za razliku od ranijih rigidnih pravila i zatvorenosti, sada odlikuje otvorenost i želja za poznavanjem i razumijevanjem širokog spektra kulturnih oblika i praksi (eng.: *omnivorism*) nasuprot poznavanja samo jedne od njih (eng.: *univorism*). Na dnu kulturalne hijerarhije, među nižim radničkim slojevima sociolozi Richard A. Peterson i Albert Simkus (1992) nalaze nižu incidenciju prema svim slobodnim aktivnostima, uključujući i provođenje vremena pred televizijskim ekranima (srednja klasa pokazala se superiornom u tom smislu), ali i tendenciju prema uskom odabiru jedne ili samo nekoliko estetskih tradicija. Globalizacija medijatizirane komunikacije, transnacionalni mediji (Straubhaar, 2007) i mobilnost (Prieur i Savage, 2013) dovode do globalizacije kulture i jačanja kozmopolitskih stavova, a to dodatno remeti klasne odnose kakve opisuje Bourdieu (1984). Sociolozi Annicke Prieur i Mike Savage (2013: 246), primjerice, smatraju da osobito u Europi dolazi do pojave 'kozmopolitskog kulturnog kapitala', a teoretičar kulture i medija John Hartley (2001: 25) smatra da se upravo suvremena (globalna) televizija koristi za formiranje nadnacionalnog kulturalnog građanstva (eng.: *cultural citizenship*). No, gledatelji niže i srednje klase skloniji su lokalnim i nacionalnim medijskim odabirima temeljenima na kulturnoj bliskosti od gledatelja iz viših srednjih slojeva i elite (Straubhaar, 2007: 203), pri čemu će deficit kulturnog kapitala biti povezan i s razumijevanjem kulturnog proizvoda tek prema gledateljevim moralnim prosudbama i usporedbama iz vlastitog života (Bourdieu, 1984: 2-5).

6.1.1. Televizija i kulturni kapital

Pierre Bourdieu (1984) istraživanja kulturnog kapitala provodi u Francuskoj 1970-ih. Tada se televizija, ta „'kvintesenca' postmoderne kulture“ i medij koji unosi relativizam i eklekticizam ('Sve može!' [J. Collins, 1992: 246, vidi i: 243-254]), u akademskim krugovima te u društvenoj visokoj i višoj srednjoj klasi Zapada smatra niže rangiranim medijem za mase koji ugrožava visoku kulturu (J. Gray i Lotz, 2019; Quellette i Lewis, 2000). A kada bi se na televiziji pojavila kvalitetna fikcija, uobičajeno bi bilo označiti je kao „suviše dobru za televiziju“ (Thompson, 1997: 20). No, pojavom QTV serija odnosno 'prestižnih serija' [Mittell, 2020]) krajem 20. stoljeća na Zapadu se uvelike mijenja kulturni status televizijske fikcije (McCabe i Akass, 2007; Newman i Levine, 2012; Schlütz, 2015; Schlütz i sur., 2018). Općenito, popularna se kultura krajem 20. stoljeća mijenja na globalnoj razini, a producentima, publici i medijskim teoretičarima postaje važno sve eksplicitnije dijeliti serije na tekstove s *highbrow*, *middlebrow* i *lowbrow* kulturnom etiketom (Jenner, 2022: 60; Newman i Levine, 2012). S jedne strane dolazi do popularizacije 'dobrog ukusa' i toga kako ga steći (J. Collins, 2002: 1) te do globalnog rasta popularnosti elitnih kulturnih oblika poput opere i književne fikcije. Kreira se takozvana *high-pop* kultura (široko popularizirana visoka kultura [J. Collins, 2002: 7]). Dolazi do zamagljivanja granica visoke i popularne kulture (npr.: Friedman, 2011: 351; Hassler-Forest, 2014: 163-164) i proširivanja granica *middlebrow* kulture na područja popularizacije visoke kulture (npr.: Driscoll, 2014: 9). Opći medijski kontekst konvergencije narativnih medija početkom 21. stoljeća doprinosi i stvaranju „kinematografsko-literarne kulture“ (J. Collins, 2010: 33): dolazi do međuovisnosti izdavačke, filmske i televizijske industrije i nestajanja starih kulturnih hijerarhija među njima. Ovi su trendovi dijelom reakcija na agresivnu masovnu zabavu (Collins, 2002: 1) i popularnost *lowbrow* žanrova. Naime, na prijelazu stoljeća u usponu je *reality* TV (Roy Morgan, 2019), televizijska faktografska žanrovska skupina koja hibridizira i spektakularizira dokumentarizam, natjecanje, javnu ispovijed i sapunsku operu (npr.: Dovey, 2000, 2008; A. Hill, 2007, 2008; Shattuc, 2008, 2014). Pod tim utjecajima formira se „*reality* kultura“: populariziraju se slični *lowbrow* medijski sadržaji (Domazet i Nikolić, 2020: 1355-1356), a medijski spektakli počinju oblikovati ukupnu društvenu stvarnost (Kellner, 2003; van Zoonen, 2005, 2007). Izvan zapadnog kulturnog kruga dolazi i do izrazitog porasta popularnosti i opsega produkcije lokalnih inačica sapunske opere (R. Allen, 1995b, 1996). Nasuprot tome, pojavom nišnih kanala i usponom *reality* TV-ja na Zapadu popularnost sapunskih opera značajno opada (Seiter i Wilson, 2005).

Kao objektivirani indikator kulturnog kapitala televizor nikada nije bio 'prazan' objekt. „On je ujedno i kućni namještaj i odašiljač specifičnih kulturnih proizvoda putem kojih se uspostavljaju

klasni odnosi“ (Skeggs i Wood, 2011: 941). Tradicionalni televizor ima simbolički značaj upadljive oznake potrošnje gledatelja radničke klase (za kratki pregled vidi: Skeggs i Wood, 2011). No, preobrazbom televizora u audiovizualnu digitalnu opremu slike visoke razlučivosti (Newman i Levine, 2012: pogl. 6) te proširenjem koncepta televizora s 'crne kutije' na računalnu i mobilnu komunikacijsku opremu (Tryon, 2012: 290), dolazi do snažnog pomaka u kulturnoj vrijednosti ovog objekta. Filmska i televizijska teoretičarka Charlotte Brunsdon (1998b) uspoređuje prikaze televizora kao označitelja društvene pozicioniranosti likova u filmovima. U novom valu 1960-ih televizor je prikazivan kao 'loš objekt' koji asocira na komercijalizam i konzumerizam, nedostatak autentičnosti te na destrukciju obiteljskog života i tradicionalnih vrijednosti radničke klase. „Ako bi televizor bila osoba, bila bi plavuša, kućanica, opsjednuta kupovanjem, jedno od mnogih feminiziranih utjelovljenja masovne kulture“ (Brunsdon, 1998b: 128). I četrdeset godina kasnije televizor je u filmovima označitelj identiteta i ukusa. No, ovoga puta poželjne i dobrostojeće obrazovane urbane osobe koja živi sama i kojoj medijska tehnologija omogućuje strukturiranje slobodnog vremena i odabir kulturnih proizvoda prema vlastitim željama (Brunsdon, 1998b: 128). Naime, najprije su se krajem 20. stoljeća pojavili VHS (eng.: *Video Home System*), a potom i DVD (eng.: *Digital Video Disc*) uređaji povezani s televizorom. Jason Mittel (2009, citiran u: Nilsson, 2013) naziva ih „izdvojenim kulturalnim objektima“ (eng.: „*discrete cultural objects*“) koji unose promjenu „u naš odnos prema televizijskim programima“. Od trenutka uvođenja VHS i DVD uređaja dolazi do kontinuiranog „rasta neformalnosti“ u konzumaciji fikcije pokretnih slika (Acland, 2009: 149) u korist televizora. Pojavom nišnih kanala specijaliziranih za filmove i serije poput američkog Home Box Office-a (HBO [vidi šire: Edgerton i Jones, 2008]) 1980-ih te potom razvojem VoD mrežnih platformi 2010-ih (Jenner, 2021; Robinson, 2017), dolazi do izražene promjene percepcije filma i televizije kao medija te do promjene socijalnih i kulturnih normi povezanih sa svakim od njih (Tryon, 2012: 289). Da parafraziramo filmskog teoretičara Davida Bordwella („film je postao *file*“ [Borwell, 2012: 8; kurziv je naš]), audiovizualni kulturni proizvodi pohranjuju se u virtualne biblioteke, odnosno datoteke (eng.: *file*) povezane s televizorom, baš kao što je književnost, tradicionalni indikator akumulacije kulturnog kapitala, smještana u fizičke biblioteke u našim domovima. Promjene odnosa prema televizoru se nastavljaju, a osobito su izražene danas kada potrebu za fizičkim posjedovanjem kolekcija (nosača zvuka, filmova ili kultnih serija), zamjenjuje potreba za „platformskom mobilnošću“, neograničenim mobilnim pristupom širokom spektru mogućnosti kulturne konzumacije (Tryon, 2013: 4). Platformska mobilnost omogućuje neometani individualni pristup kulturnim proizvodima poput filmova i serija i mnogim neovisnim producentima otvara vrata direktne komunikacije s *highbrow* publikom (Tryon, 2013: 4).

Osim što tako remeti tradicionalne ideje o televizoru i objektiviranom kulturnom kapitalu, televizija danas izaziva i ideju institucionaliziranog kulturnog kapitala. Bourdieu je u obrazovnom sustavu vidio jedan od ključnih mehanizama pomoću kojega se reproducira dominantna kultura i nagrađuje njezino posjedovanje (Bourdieu i Passeron, 1990). Teoretičar kulture i medija John Hartley (2001) izaziva ideju institucionalnog obrazovanja kao jedinog kulturno relevantnog u današnjem medijatiziranom svijetu i nudi koncept suvremene televizije kao *transmodernog učitelja*. Televizija je na neki način primarni medij putem kojeg upoznajemo i razumijevamo svijet oko nas. Ona pruža znanja koja definiraju nas same i vrijeme u kojemu živimo, igrajući važnu ulogu u ukupnom korpusu znanja svakog pojedinca (Hartley, 2001; vidi i: 2008b). Teoretičar kulture Jim Collins (2010: 8), osvrćući se na fundamentalne promjene koje je donijela digitalna revolucija upozorava: „pojam rafiniranog ukusa ili informacija potrebnih da bi se uživalo u sofisticiranim kulturnim proizvodima, danas su lako dostupni izvan područja formalne edukacije". No, u ovakvim raspravama ipak valja imati na umu prizmatičnu prirodu televizijskog medija i izrazitu proliferaciju televizijskih sadržaja, pri čemu televizija više nije samo masovni, već i *masivni nišni medij* (Robinson, 2017: 4). Pogotovo danas, kada svjedočimo istovremenom usponu širokog spektra televizijskih sadržaja od *highbrow* QTV serija do *lowbrow* žanrova, „nije moguće zamisliti 'televiziju' kao singularni objekt" (Hartley, 2001: 25), a upravo rasprave o televizijskim serijama pružaju sve više dokaza o televiziji kao mjestu novih praksi razlikovanja u društvu povezanih s kulturnim kapitalom (Bennett, 2006: 196).

6.1.2. Povezanost kulturnog kapitala s televizijskim žanrovskim preferencijama

Kulturni kapital gledatelja povezan je s njegovim žanrovskim preferencijama. Tony Bennett i suradnici (2009) u UK-u nalaze preferencije prema sapunicama kod osoba najnižeg stupnja sklonosti konzumiranja kulturnih proizvoda više i visoke kulturne vrijednosti (poput muzeja i galerija, kina, kazališta, ozbiljne glazbe, jazza, čitanja knjiga), kao i preferencije prema filmu i serijama iz žanrovske skupine drama (osobito prema književnim adaptacijama i povijesnim serijama) kod osoba srednje i visoko izražene sklonosti konzumiranja kulturnih proizvoda više i visoke kulturne vrijednosti. Bennett (2006; vidi i Bennett i sur., 2009) TV žanrove prema kulturnom legitimitetu dijeli na: *lowbrow* (*game show* programe, sapunice, *reality* TV i govorno-estradne emisije); *middlebrow* (klasične komedije i *sitcome* poput onih britanskih, sport, policijske i detektivske serije, popularne kino filmove te britanske emisije o kuhanju, vrtlarenju i uređenju doma); *highbrow* (vijesti, umjetničke programe, dokumentarce o povijesti i prirodi, književne adaptacije, kostimirane drame, seriozne drame i zahtjevne kino filmove). Medijski teoretičar Dejan Jontes (2012) u Sloveniji nalazi tri skupine žanrovskih ukusa: *domaći ukus* (govorno-estradne

emisije, domaće serije, kvizovi/igre (*game show* programi), telenovele, *reality* TV, kuharske i emisije o opremanju doma), *informativni ukus* (vijesti, informativni dokumentarci i kultura/umjetnost) i *strani ukus* (dokumentarni program i strane serije/filmovi). U kontekstu Bennetove (2006) kategorizacije žanrova Jontes (2012) primjećuje da je kod telenovela i slovenskih domaćih serija (*lowbrow* tekstova u slovenskom slučaju) te ostalih u skupini 'domaći' (također *lowbrow*), očita izrazita obrnuto proporcionalna povezanost preferencija i stupnja obrazovanja. Kod *middlebrow* žanrova te razlike nisu značajne. Kod *highbrow* žanrova za informativne žanrove porast obrazovanja donosi niže preferencije, a za dokumentarne i programe o kulturi i umjetnosti, više preferencije. U Hrvatskoj kod mladih sociolog Željko Pavić i kulturna i medijska teoretičarka Marina Đukić (2014) nalaze da je kulturni kapital povezan sa svestranošću u izboru TV žanrova. Sociolog Krešimir Krolo sa suradnicima u dvama istraživanjima (2020, 2023), nalazi polarizaciju televizijskog ukusa kod domaće publike: lokalni *lowbrow* ukus (domaće *reality TV* te domaće i strane sapunske opere) kod onih s nižom akumulacijom kulturnog kapitala i zapadni/'kozmopolitski' *middlebrow* i *highbrow* ukus (QTV i druge 'prestižne' strane serije i filmovi) kod onih s višom akumulacijom kulturnog kapitala.

Kada je riječ o metažanru kvalitetnih serija (QTV) Bennett (2006) i medijske teoretičarke Daniela Schlütz i Beate Schneider (2014) nalaze izraženu sklonost prema QTV serijama svih žanrova kod mladih i obrazovanih gledatelja. Schlütz i suradnici (2018) sugeriraju da favoriziranje QTV serija može funkcionirati i kao prepoznatljiv označitelj sklonosti visokoj kulturi, a Brett Mills (2009: 134) u tom smislu QTV *sitcome* naziva „komedijama distinkcija“. Naime, kod komedija gledateljev kulturni kapital igra značajnu ulogu u gledateljskim preferencijama (Bennett, 2006; Bennett, i sur., 2009; Claessens i Dhoest, 2010; Friedman, 2011, 2014; Friedman i Kuipers, 2013; Jontes, 2012; Kuipers, 2006a, 2006b, 2009). Sociolozi Sam Friedman i Giselinde Kuipers (Friedman, 2011, 2014; Friedman i Kuipers, 2013; Kuipers, 2006a, 2006b, 2009) u nizu radova istražuju odlike *highbrow* i *lowbrow* komedije i u najkraćem ovako opisuju ta dva suprotstavljena pola unutar komedije: *highbrow* komedija sklona je ironiji, sarkazmu i crnoj komediji, često je intertekstualna i sadrži društvene komentare. Pruža užitak koji nadilazi humor jer je višeslojna, intelektualno izazovna i društveno važna. *Lowbrow* komedija je jednostavna, predvidljiva, opuštajuća i u njoj se uživa zbog humornog elementa. Kuipers (2006b) nalazi da manje obrazovani ne razumiju *highbrow* stil komedije, dok visokoobrazovani razumiju *lowbrow* komediju, ali ju uglavnom ne gledaju/čitaju zbog niske kvalitete. Tako i komedija uspostavlja simboličke granice povezane s kulturnim kapitalom gledatelja (usp.: Kuipers, 2009; o komediji i kulturnoj vrijednosti

vidi: Mills, 2004, 2009; Mundy i White, 2012: pogl. 9). Pri tome oni s višim obrazovanjem mogu biti svestranijeg ukusa (Claessens and Dhoest, 2010).

6.2. Teorija kulturne bliskosti

Proučavanje tokova međunarodne prodaje televizijskih sadržaja (eng.: *Television Flows*) služi kao način razumijevanja dinamike moći među zemljama na globalnom televizijskom tržištu. Teorije kulturnog imperijalizma (npr.: Boyd-Barrett 1977; Roach 1997) uočavaju tokove televizijskih sadržaja iz takozvanih *središnjih zemalja*, onih Zapada, u ostale, takozvane *periferne zemlje*. Tumače ih kao dokaz zapadne hegemonije i novi oblik kolonijalizma koji zamijenjuje političko-vojne oblike dominacije (usp.: Lechner i Boli, 2015: 363). No, u novije doba dolazi do uspona produkcijskih središta poput Brazila, Meksika, Izraela, Južne Koreje, Kine i Turske. Pokreću se višesmjerni tokovi televizijskog sadržaja pa se razvija i teorijski model koji na drugačiji način sagledava njihovu globalnu mobilnost (Baran, 2017: 45). Novi val istraživanja toka (eng.: *flow*; od središta) i kontra-toka (eng.: *contra-flow*; od periferije), analizira *kulturu, jezik i sam narativ* kao parametre koji utječu na globalnu prodaju televizijskih tekstova (vidi više: Thussu 2007). Te su analize temeljene na konceptu kulturne bliskosti kojeg uvodi televizijski teoretičar Joseph D. Straubhaar (1991), smatrajući da globalna televizijska publika aktivno traga za kulturnom bliskošću s kulturnim proizvodima kojima je izložena. Općenito, publika domaće programe voli više od inozemnih. Kod potonjih je umanjena kulturna privlačnost (eng.: *Cultural Discount* [Hoskins i Mirus, 1988]). Dvije skupine inozemnih serija izbjegavaju ovu prepreku: serije iz kulture dugo prisutne na nekom tržištu i bliske publici (Straubhaar, 2007: 200) te serije s tržišta prema kojima gledatelji osjećaju kulturnu bliskost (Straubhaar, 1991, 2007, 2010).[41]

Pri analizi kulturne bliskosti kulturni se kapital (Bourdieu, 1984) razmatra kao čimbenik aktivan u strukturiranju habitusa (Bourdieu, 2013, 72, 82-83) koji usmjerava interese i odabire publike. Zbog različitih habitusa gledatelja realna kulturna blizina ne mora nužno donijeti zadovoljstvo programom, dok istovremeno može postojati vrijednosna kulturna rezonancija i pozitivna identifikacija sa stranim serijama koje se doimaju privlačno, poželjno, a time i 'slično', 'blisko' (Iwabuchi, 2002: 133-135). Stoga unutar jedne nacionalne zajednice stupanj kulturne bliskosti s istim sadržajem varira od jedne skupine do druge (npr.: Straubhar i sur., 2022). Kulturna se bliskost razmatra kao višeslojna (eng.: *Multiple Cultural Proximities* [La Pastina i Straubhaar, 2005]).

[41] Kulturna bliskost može djelovati šire ili uže od granica nacionalne države – poput hispanske televizije u SAD-u (Ksiazek i Webster, 2008: 485–503), katalonske televizije u Španjolskoj (Castelló, 2010: 207–223), indijske televizije u Nepalu (Burch, 2002: 571–579) i tako dalje.

Osim geografske, lingvističke i povijesne bliskosti razmatra se i vrijednosna bliskost s kulturom iz koje serija dolazi i koju emanira, žanrovska, tematska i estetska bliskost te kulturna djeljivost sadržaja, uključujući narativnu 'propusnost' teksta te stupanj njegove delokalizacije.

6.2.1. Žanrovska bliskost

Žanrovska bliskost odnosi se na pogodnost žanra za angažiranje publike u različitim geografskim ili kulturnim područjima (La Pastina i Straubhaar, 2005: 275). Popularnu serijalnu fikciju Zapada odlikuje žanrovska raznolikost (Creeber, 2001, 2008c, 2015d; Edgerton i Rose, 2005), no najpopularnije su situacijske komedije (Rose, 1985a: 11; Staiger, 2000: 2; vidi i: Marketing Charts, 2019) i kriminalističke serije (Blakley, Watson-Currie, Shin, Trotta Valenti, Saucier i Boisvert, 2018: 26; Rose, 1985a: 11; vidi i: Jenner, 2016; Turnbull, 2014). Izvan Zapada najpopularnije su lokalne izvedenice sapunske opere (usp.: R. Allen, 1995b; Straubhaar, 2007).

Ukupno su na Zapadu u okviru žanrovske skupine drame popularni takozvani *žanrovi pravde* (eng.: *justice genres* [Pribram, 2011]) koji problematiziraju pitanja zakonitosti, društvenog poretka i pravde. Kriminalističke su serije najpopularnije među njima. Pogodne su za prodaju na globalnom tržištu, dijelom zbog prepoznatljivih i često formulaičnih narativa, a dijelom i stoga što se s njihovim i pričama i junacima lako povezuje publika i izvan nacionalnih granica. Situacijsku komediju odlikuje široko prihvaćanje publike bez obzira na ostale njihove žanrovske preferencije (J. Gray, 2006: 86). No, *sitcom* je kulturno specifičniji od kriminalističkih serija. Iako sve kulture dijele duboke strukture onoga što 'prolazi kao komično' (usp.: Klaviknes, 2011), gledateljske preferencije vezano za komediju ne ovise samo o njegovom kulturnom kapitalu, o čemu smo već pisali; one su i geokulturno specifične. Na recepciju humora i kreiranje značenja u komediji utječe kulturna bliskost sa sredinom na koju se komedija referira i iz koje potječe (Bielby i Harrington, 2008: 53; vidi i: Mundy i White, 2012: 209; Medhurst, 2007).[42] Postoji i geokulturno određena stereotipna predodžba o pojedinim sredinama koja utječe na „sposobnost proizvodnje, korištenja i uvažavanja humora“ povezanog s njima (Pavić i Krivokapić, 2020: 115; vidi i: Pavić, Krivokapić i Kovačević, 2021), pa tako i s komedijama koje proizvode. Dok u popularnoj kulturi Zapada još od kraja 20. stoljeća kontinuirano pada interes za serije žanrovske skupine sapunske opere (Ford,

[42] Helena Popović (2011) uspoređuje percepciju *Da Ali G Show-a* (Channel 4, 2000, HBO, 2003-2004) Sashe Barona Cohena u UK-u i u Hrvatskoj. Uočava temeljno drugačiji medijski pristup ovom tekstu. U UK-u su se mediji vezano uz seriju bavili rasom, multikulturalizmom i grupnim identitetima, a u Hrvatskoj je prevladavao diskurs povezan s Hrvatskom kao nacijom i s pripadnošću istočnoeuropskim bivšim komunističkim zemljama. No, širi društveni kontekst utječe i na percepciju serije od strane publike. U UK-u je serija bila vrlo popularna, gotovo obligatorna za široku mladu, urbanu publiku srednje klase, a u Hrvatskoj je publiku činila mala niša urbanih, modernih, liberalnih, obrazovanih nekonvencionalnih osoba koje su poznavale engleski jezik. Također, reakcije britanske i hrvatske publike na viđeno bile su različite (Popović, 2011: 5-7).

de Kosinik i Harrington, 2011; Seiter i Wilson, 2005), u kulturama izvan Zapada njihova popularnost je golema (usp.: Abu-Lughod, 2008; R. Allen, 1995b; Havens, 2005; Stavans, 2010; Yesil, 2015). Riječ je o *žanrovima žudnje* (usp: Doane, 1988), melodramatskoj žanrovskoj skupini primarno namijenjenoj ženama koja potencira bazične emocije široko čitljivim narativnim strategijama shematiziranja i polariziranja (Martín-Barbero, 1993: 116). Priče u sapunskim operama „strukturirane su oko stvaranja, razvoja i rastakanja sve kompliciranijih društvenih, obiteljskih i romantičnih odnosa“ (Bielby i Harrinton, 2010: 82). Česte su lokalne izvedenice sapunske opere, a sve one dijele brojne zajedničke generičke odlike (Slade i Beckenham, 2005: 338). Televizijski teoretičar Robert C. Allen (1996: 112) sugerira da sapunske opere „rutinski prelaze kulturne, političke i društvene granice kao predstavnice nove vrste globalne medijske kulture“. Pri tome su sapunice u užem smislu komercijalni proizvod Zapada, a telenovele „distinktivno nezapadni žanr“ (Havens: 2005: 271) s izraženom namjerom „kulturne relevantnosti na domaćem tržištu“ (Havens: 2005: 274).

6.2.2. Tematska bliskost

Publika sadržaj kojeg gleda mora smatrati relevantnim, bliskim i prikladnim (Rohn, 2011: 633). Tematska je bliskost usko povezana sa žanrom jer svaki žanr ocrtava neki osobit svijet i obrađuje specifičan spektar tema (Straubhaar, 2007: 138). No, u različitim kulturama žanrovi će se drugačije razvijati vezano za to koje to 'relevantne' i gledatelju 'bliske' teme odabiru i na koji ih način predstavljaju, reflektirajući preokupacije i kulturu svoje publike (Moïsi, 2016: 18).

(a) *Zapadni kulturni krug*. Televiziju Zapada u večernjim terminima presudno odlikuju obiteljski i *sitcomi* radnog mjesta (Hartley, 2008a; vidi: Neale i Krutnik, 2001]) te *profesijske drame* raznih žanrova (franc.: *fiction à substrat professionnel*, FASP [Petit, 1999]) koje tematiziraju profesionalnu stvarnost određenog zanimanja (Isani 2004, 2018; Laudisio, 2018). U 21. stoljeću, u okviru profesijske drame, ali i šire, s jedne se strane kreira *'post 11/9 televizija*' koja tematizira borbu protiv terorizma (S. Lacey i Paget, 2015), nesigurnost i strah za budućnost svijeta (Moïsi, 2016: 23) i podvojenost heroja u suvremenom društvu (van Tourhout, 2017). S druge strane, kreira se i protuteža takvim narativima, a intenzivno se unutar drame počinje tematizirati i osobna sfera (Creeber, 2004). Geopolitičar Dominique Moïsi (2016) u tom smislu serijalne drame Zapada s početka 21. stoljeća raznih žanrova svrstava u dvije temeljne skupine. Prvu skupinu čine *serije straha*. One napuštaju svijet ideala, donose kaos, relativizam, cinizam, mračno viđenje svijeta i oštru kritiku društva (Moïsi, 2016: 19). Intenzivno tematiziraju odnose dobra i zla pri čemu je

sasvim moguće da pobjedi zlo.[43] Drugu skupinu čine „serije koje strah pobjeđuju nadom“ (Daković, 2016: 153). *Serije nade* donose red i nadu da svijet u kojemu pobjeđuje dobro nije izgubljen (Moïsi, 2016). Dijelom su to 'serije bijega' nostalgično smještene u prošlost i s karizmatičnim osobnostima, rekli bismo – 'ljudima kakvih je nekad bilo' (usp.: H. Davis, 2001: 137; Thomas, 1995), a dijelom su smještene u sadašnjost. No, sve reflektiraju svijet ideala, odaju „neku nesvjesnu potrebu za strogim pravilima igre“ i služe kao „svojevrsno utočište u prostoru i vremenu“ (Moïsi, 2016: 19) pa se uz njih može iskusiti „obnavljanje nevinosti“ i privremeni osjećaj smirenosti unutar svijeta u kojemu živimo (Bergin, 2012: 86).[44]

(b) *Azija*. U panarapskom medijskom prostoru dugo su bile iznimno popularne edukativne telenovele zvane *musalsalat*, za vrijeme svetog muslimanskog mjeseca ramazana prikazivane svake večeri. Snažnog su melodramatskog diskursa, a obrađuju prošlost i suvremeno doba. U osnovi tematiziraju potragu za individualnim uspjehom i prepoznavanjem u društvu pa često iz njih izvire žudnja za novcem, ali i kontrastiranje bogatih (iskvarenih) i siromašnih (dobrih). Pri tome se gledatelji kontinuirano izlažu prikazima luksuznog stila života (Abu-Lughod, 2008). Danas su turske telenovele, sličnog diskursa, u ovom kulturnom prostoru po popularnosti nadmašile *musalsalat* (Kraidy i Al-Ghazzi 2013). Manje su popularne povijesne (Çevik, 2019), a više one s obiteljskim temama (Kraidy i Al-Ghazzi 2013). U Indiji su uz svjetovne fuzije telenovele i sapunice (Munshi, 2020) popularni takozvani religiozni serijali (eng.: *devotional serials* [Harrington i Bielby, 2022: 1]) odnosno 'svete sapunice' (eng.: *sacred soaps* [Gillespie, 1995: 357]), didaktičke telenovele tematski zasnovane na religioznim tradicijskim mitovima (Gillespie, 1995; Lutgendorf, 1995). U istočnoj i jugoistočnoj Aziji dominiraju suvremene i povijesne lokalne izvedenice sapunske opere usmjerene na romansu (ponekad i fuzije s romantičnom komedijom), tematizirajući osobni emocionalni svijet i romantične odnose između pojedinaca diskursom koji proizlazi iz kulturnih specifičnosti izraslih iz budizma, konfucionizma

[43] Moïsi (2016) ne govori o strahu kao o emociji dramskog zapleta “već prati realne strahove brižljivo upisane i kodirane u TV serijama“ (Daković, 2016: 153). Ovoj skupini pripadaju globalno popularne serije: *fantasy* QTV serija *Igra prijestolja* ([*Game of Thrones*] HBO, 2011-2019), politička QTV drama *Kuća od karata* ([*House of Cards*] Netflix, 2013-2019), distopijska SF QTV serija *Sluškinjina priča* ([*The Handmaid's Tale*] Hulu, 2017-) ili akcijski 'antiteroristički' QTV triler *Domovina* ([*Homeland*] Showtime, 2011-2020; vidi: Echart i Castrillo, 2016). U Hrvatskoj su domaće serije straha rijetke. Tu su tek QTV politička drama *Novine* (vidi: Karuza Podgorelec, 2022; Pavičić, 2020) i QTV kriminalistička serija *Počivali u miru* (HRT, 2013-2018; vidi: Polimac, 2018a, 2018b), a njihova je publika pretežno visokoobrazovana (Karuza Podgorelec, 2022).

[44] Ovoj skupini pripadaju primjerice globalno popularne serije: kostimirana drama *Opatija Abbey* ([*Downton Abbey*] ITV, 2010-2015; vidi: Egner, 2013; Chapman, 2014; Moïsi, 2016), kriminalistička serija *Ubojstva u Midsomeru* ([*Midsomer Murders*], ITV, 1997-; vidi: Bergin, 2012) ili politička serija *Zapadno krilo* ([*West Wing*] NBC, 1999-2006; vidi: Moïsi, 2016; O’Connor i Rollins, 2003: 13). Od domaćih serija ovoj skupini primjerice pripadaju *Crno-bijeli svijet* (HRT, 2015-2021; vidi: Ajduk, 2016), *Dnevnik velikog Perice* (HRT, 2021; vidi: Milla, 2021) i *Područje bez signala* (HRT, 2022), ali i serije starijeg datuma poput *Našeg malog mista* (HRT, 1970).

i taoizma (usp.: Chua i Iwabuichi, 2008; Iwabuchi 2002, 2004a; Rofel, 1995; Zhu, Keane i Bai, 2008; o 'azijskim vrijednostima' vidi: Lončar, 2020). Pri tome se primjerice u Kini nastoji utjecati na harmonizaciju društva (Cai, 2017: 40; za kineske serije vidi i: Rofel, 1995; Zhu, Keane i Bai, 2008; Xueping, 2010). U južnokorejskim K-dramama (eng.: *K-dramas*), uglavnom manjeg broja nastavaka, obično je središnja tema ljudska naklonost (kor.: *jeong* [Korean Culture and Information Service, 2011: 42; Kim i Wang, 2012]). U Japanu je najpopularnija takozvana urbana romansa koja bez izražene melodramatičnosti tematizira ljubavne odnose, prijateljstvo i svakodnevni poslovni život mladih u urbanim sredinama (Iwabuchi, 2004b: 9).

(c) *Južna Amerika*. Na ovom kontinentu bez konkurencije dominira snažan melodramatski diskurs, a industrija telenovela je najlukrativnija legalna industrija (Benavides, 2008: 5). Latinoamerička telenovela je toliko sveprisutna da funkcionira kao nadžanr unutar kojeg se razvijaju tematski različiti lokalno prepoznatljivi žanrovi poput povijesne ili komedijske telenovele (Tufte, 2008: 72-73), tradicionalnije *telenovele rosa* s jednodimenzionalnim karakterima fokusirane na romansu i tragičku ljubavnu patnju, *telenovele ruptura* koja tematizira društvena pitanja i uvodi kompleksne karaktere (Acosta-Alzuru, 2003: 271), narkonovele koja tematizira stvarnost života uz narko-kartele (Benavides, 2008: 1-24; Matković, 2019: 253) i drugih. Brojni tematski podtipovi telenovele predstavljaju i nacionalne specifičnosti (Artz, 2015: 200-201; vidi šire: Benavides, 2017; Jonas Aharoni, 2015; Lopez, 1995; Trinta, 1989).

(d) *Afrika*. U Južnoj Africi dominira lokalna fuzija telenovele i sapunice (Gibson, Dyll i Teer-Tomaselli, 2020: 142; vidi i: Marx, 2007), koja pledira istovremeno biti barometar društva, pokretač promjena i ogledalo društvene raznolikosti (Gibson sur., 2020: 142, 144). Tematiziraju se lokalne zajednice i njihove osobitosti i tako se nastoji utjecati na kreiranje post-apartheidovskog nacionalnog identiteta i kulture (Gibson i sur., 2020). U područjima Zapadne Afrike do 1990-ih godina dominira latinoamerička telenovela kao izraz ideologije modernosti i instrument odašiljanja moralnih poruka (Dénommée, 2018: 1, 4). No, popularnost melodramatskog diskursa slabi i gledane postaju sapunske opere iz Obale Bjelokosti koje „prestaju biti moralne lekcije“ i vedrim diskursom mješavine telenovele i situacijske komedije tematiziraju svakodnevicu i obiteljske odnose moderne Afrike (Dénommée, 2018: 4). Te su serije kao žanr Obale Bjelokosti (eng.: *Ivorian genre*) popularne u cijeloj frankofonskoj Africi (Dénommée, 2018).

6.2.3. Vrijednosna bliskost

Vrijednosna bliskost može se očitovati kao privrženost tradicionalnim vrijednostima (npr. La Pastina i Straubhaar, 2005), ali i kao „želja da se napokon bude moderan" (Iwabuchi, 2002: 118).

Riječ je ponajprije o percepciji *kulturne sličnosti* (Iwabuchi, 2002: 133-135) u smislu bliskosti mentaliteta, osobnih vrijednosti i preokupacija te percipiranih (odnosno bitnih/bliskih/željenih) odnosa u društvu (Iwabuchi, 2002; La Pastina i Straubhaar, 2005; Rohn, 2011; Straubhaar, 2007). Ovakva vrijednosna kulturna rezonancija povezana je s percepcijom *privlačnosti* (Iwabuchi, 2002: 133-135) situacija i protagonista priče, ali i kulture koju određene serije prikazuju. Vrijednosna bliskost osim o kulturnom kapitalu gledatelja ovisi i o kulturnom odnosno društvenom kontekstu njegove komunikacije s narativom. Primjer turskih telenovela pokazuje da isti tekst u smislu vrijednosne bliskosti može imati dva *posve drugačija* sociokulturna čitanja unutar dva različita konteksta. Vrijednosna „žuđena bliskost s modernosti“ (Straubhaar, 2007: 200) presudna je za uspjeh turskih telenovela u arapskim zemljama (Halaček, 2014; Kraidy i Al-Ghazzi, 2013). U ovim serijama 'emancipirana' junakinja nastoji promijeniti arapske patrijarhalne vrijednosti prema kojima je potlačenost supruge način iskazivanja odanosti suprugu i njegovoj obitelji, a diskriminacija žena se ogleda u favoriziranju rađanja muške djece, otežanim mogućnostima obrazovanja, poslovnoj diskriminaciji te u nasilju nad ženama (Halaček, 2014: 38-39). Za arapskog gledatelja turske telenovele „gledaju u budućnost i obraćaju se umu gledatelja u 21. stoljeću“ (Kraidy i Al-Ghazzi, 2013: 21). Obiteljska su previranja temelj sapunske opere, no iznose se samo problemi „koji se mogu tolerirati i u konačnici oprostiti“ (Modleski, 1979: 32). O kojem je spektru problema riječ, ovisit će o društvu kojega tekst reflektira. U slučaju turskih telenovela usprkos pokušaju naglašavanja za arapsku kulturu liberalnih ideja, ipak ostaju izražene patrijarhalne vrijednosti (Gündüz, 2020; Halaček, 2014). Narativi turskih telenovela naglašavaju željenu bliskost bogatstva i uspjeha postignutog u patrijarhalnoj kulturi i ističu obiteljske vrijednosti na način da stariji i religiozni likovi pružaju moralno sidro (Kaynak, 2015: 241), ljubav je isključivo heteroseksualna, a žena u slabijoj poziciji i nižeg statusa od muškarca (Halaček, 2014: 40-41). Iako individualna čitanja turskih telenovela (kao i ostalih tekstova) mogu biti vrlo kompleksna (Halaček, 2014; Petrić, 2019a, 2019b), ekspertne analize sugeriraju da je u kontekstu hrvatske kulture i društvenih vrijednosti vrijednosna bliskost ovih serija *obrnutog*, *konzervativnog predznaka* (Halaček, 2014: 42, 48). Politologinja Mirjana Kasapović (2012) turske telenovele naziva „nezapadnjačkim i neliberalnim protuindividualizmom“, a medijska teoretičarka Selcan M. Kaynak (2015: 238) sugerira njihovu recepciju na Balkanu kao regresivno konzervativno isticanje tradicionalnih vrijednosti. Komunikolozi Marwan Kraidy i Omar Al-Ghazzi (2013), vrstu 'modernosti' koju donose turske telenovele nazivaju *Neo-Ottoman Cool* ('nova otomanska privlačnost'). Riječ je o ironičnom poimanju otomaniziranog hibridnog modernog društva kasnog kapitalizma u državama rođenima iz propasti Otomanskog carstva posredstvom globalnih medija (Kraidy i Al-Ghazzi, 2013: 18, 25). *Neo-Ottoman Cool* koncept utemeljen je na medijski

projektiranoj turskoj 'modernosti' privlačnoj susjedima „jer uspijeva kombinirati razne dotad odvojene i naizgled kontradiktorne političke, ekonomske i sociokulturne elemente u jedan zavodljiv 'paket'“ europske, islamske, svjetovne i kapitalističke Turske (Kraidy i Al-Ghazzi, 2013: 26). Prema tom konceptu Turska i njeni susjedi iz bivšeg Otomanskog carstva „dijele zajedničku povijest i sjećanja pa će stoga gravitirati prema sličnim oblicima modernosti“ (Kraidy i Al-Ghazzi, 2013: 25).

Konzervativna vrijednosna bliskost pokazala se važnim elementom privlačnosti turskih telenovela i u geografski udaljenijim područjima poput Latinske Amerike, kontinenta u kojemu je telenovela rođena. Da bi se snažno kulturno približile tamošnjoj publici, kao i na Bliskom istoku, turske se telenovele u Latinskoj Americi delokaliziraju na lingvističkoj razini – one se sinkroniziraju, obično na španjolski jezik (Berg, 2023: 122-123). No uz takvu snažnu delokalizaciju, vrijednosna je bliskost ta koja povezuje latinoameričku publiku s turskim dizi pričama. Proučavajući fenomen popularnosti turske telenovele u Argentini, komunikolozi María Celeste Wagner i Marwan Kraidy (2023) pronalaze bliskost konzervativne turske telenovele (usp.. Berg, 2023: 123) sa 'željenom blizinom' konzervativnih vrijednosti koje dizi donosi, kao i žal publike turskih telenovela za 'nekadašnjom' (konzervativnom) latinoameričkom telenovelom i prošlim društvom koje je u njoj prikazano. Slično u Čileu ustanovljuje teoretičarka medija Miriam Berg (2023). U latinoameričkim zemljama turske su telenovele kritizirane zbog projiciranja mizoginije, mačističkog ponašanja i nasilja nad ženama (Berg, 2023: 123). No, njihovi gledatelji, doživljavaju ih kao realistički prikaz turskog društva (Berg, 2023: 64), a osim sinkronizacije na španjolski, glume i divnih lokacija koji utječu na percepciju realizma i autentičnosti, gledatelje privlače upravo prikazane konzervativne romanse i tradicionalne vrijednosti (Berg, 2023: 139-142). “Oni se mogu identificirati i povezati s pričama i karakterima“ u tim serijama (Berg, 2023: 141-142). Dok se same latinoameričke telenovele tijekom vremena moderniziraju i hibridiziraju s brojnim žanrovima (npr.: narkonovele ili društveno angažirane slobodoumne brazilske telenovele [vidi: Matković, 2019], ili pak telenovele redizajnirane za televiziju na zahtjev [vidi: Jenner, 2018: 227]), turske telenovele u Latinskoj Americi „uspijevaju kombinirati različite elemente zapadnih drama i latinoameričkih telenovela, iako s turskim prizvukom, ispunjavajući vakuum koji su zapadne, lokalne i regionalne serije (napuštajući konzervativne formule, op. a.) ostavile nepopunjenim“ (Berg, 2023: 142-143).

6.2.4. Estetska bliskost

Bliskost s gledateljem povezana je i s estetskom dimenzijom, podudaranjem načina iznošenja priče s onima na koje je publika navikla i u kojima uživa. U tom smislu televizijski teoretičar Şebnem

Baran (2017: 45) u razmatranja kulturne bliskosti uvodi aspekt *estetske bliskosti.* Kao opozitne u estetskoj dimenziji Baran (2017) izdvaja sapunske opere (Allen, 1985, 1995b; C. Geraghty, 1981; Gledhill, 1992) i nasuprot njima QTV serije (npr.: Feuer, Kerr i Vahimagi, 1984; Jancovich i Lyons, 2003; McCabe i Akass, 2007; R. Thompson, 1996; Schlütz, 2015) odnosno 'kompleksne serije' (Dunleavy, 2018; Mittell, 2015a) ili 'prestižne serije' (Mittell, 2020).[45] Koncept 'prestižne serije' dio je konstrukcija ukusa i vrijednosti utjelovljenih unutar širih kulturnih hijerarhija povezanih s rodom, društvenom klasom i obrazovanjem. Taj se koncept na Zapadu javlja upravo u distanciranju od tradicionalnih 'ženskih' žanrova kao što su melodramatski žanrovi sapunske opere i u prigrljivanju filmskih i literarnih označitelja 'ozbiljne drame'. Stoga sapunske opere, ma koliko ulagale u 'kvalitetu' u smislu *produkcijskih ulaganja* te tako kreirajući 'velike' priče (vidi: Olson, 1999) u okviru svoje poetike i tematskog korpusa, nikada nisu bile etiketirane kao 'prestižne serije' (Mittell, 2020: 15-16).

Estetika QTV serija[46]

Dio serija u okviru drame, a potom i komedije, izraženo rearltikulira i hibridizira poznate formule. Njihov broj raste krajem 1980-ih kada se opći i nišni kanali počinju natjecati u privlačenju publike viših primanja (Hassler-Forest, 2014; vidi: Feuer i sur., 1984; Jancovich i Lyons, 2003; R. Thompson, 1996). Distribucija putem VoD-a omogućuje im direktnu komunikaciju s globalnom publikom (Schlütz, 2015: 101; vidi šire: Dunleavy, 2018) pa dolazi do izrazitog povećanja ulaganja u QTV produkciju (npr.: Ryan i Littleton, 2017). Danas su QTV serije kulturno prepoznate kao 'metažanr' i funkcioniraju kao brend (Schlutz, 2015: 98) koji kreira status kanala/platforme koji ih emitira (Newman i Levine, 2012: 21). Taj je status opozitan komercijalnoj linearnoj televiziji koja favorizira sapunske opere i ostale serije *lowbrow* kulturne etikete (Schlutz, 2015: 97). Najranije se u tom smislu brendirao HBO (vidi: Edgerton i Jones, 2008).

Izraz QTV prije svega se odnosi na skupinu uglavnom narativno kompleksnih (Mittell, 2015a, 2015b) *drama* koje odlikuju kontroverznost tema, isticanje vrijednosnih i emocionalnih

[45] Na Zapadu se uz QTV ponekad izdvajaju i: (a) 'postmoderne serije', svojevrsna antiteza naturalizmu tradicionalnih serija – to su serije poput *Twin Peaksa* (ABC, 1990-1991 [vidi: Page, 2008]); (b) 'post-postmoderne serije' koje promoviraju 'metamoderni senzibilitet' (vidi: Cooper 2017; Eshelman, 2008; Vermeulen i van den Akker, 2010, 2015; van den Akker, Gibbons i Vermeulen, 2017) – to su naslovi poput prve sezone serije-antologije *Pravi detektiv* ([*True Detective*] HBO, 2014-).

[46] Pojam *kvalitete* od samih početaka QTV-a odnosi se podjednako na sam tekst kao i na kvalitetu gledatelja. Ove serije prvenstveno privlače obrazovaniju publiku koja odmah nakon pojave prvih QTV serija u SAD-u aktivno i organizirano lobira kod nakladnika općih kanala za osnaživanjem QTV produkcije unatoč nižim rejtinzima kod slabije obrazovanih gledatelja (Brower, 1992).

podvojenosti, estetska inovativnost, dublji razvoj višeslojnih likova, intertekstualnost, složenost u načinu i strukturi pripovijedanja, dojam autentičnosti i snažan potencijal za uživljenost gledatelja u priču (Schlütz, 2015). Njihova upečatljivost osnažena je produkcijskim 'potpisom' kreiranim visokim produkcijskim standardima, prepoznatljivim vizualnim stilom i njegovanjem refleksivnosti (Schlütz, 2015). Takve serije slojevito izlažu priču sastavljenu od mnogo različitih dijelova (eng.: *puzzle plots*), nerijetko su kompliciranе i ponekad zbunjujuće (Buckland, 2009: 3). Snažno se razvijaju unutar kinematografsko-literarne kulture (Collins, 2010: 33). Medijski teoretičar Dan Hassler-Forest (2014: 163-164) naziva ih 'kinematografsko-literarnim iskustvom' jer je jedna od njihovih odlika istovremena prilagodba televizijske naracije kinematografskoj estetici i prisvajanje narativnih struktura i stilskih postupaka iz književnosti (npr.: Bolter i Grusin, 2000; Keller, 2015; Kelleter, 2014; Klarer, 2014; Vermeulen i Rustad, 2013). U QTV serije ubrajaju se i neke suvremene *situacijske komedije*. Televizijski teoretičar Brett Mills (2009) u tom smislu izdvaja dvije glavne suvremene podvrste *sitcoma* prepoznatljive estetike. Prvi je *realistički/naturalistički sitcom* koji uspostavlja odnos s formama i estetikom inače različitima od komedije uglavnom putem usvajanja elemenata dokumentarne estetike i estetike lažnog dokumentarca (Mills,, 2004; Hight, 2010; E. E. Thompson, 2007). Drugi je *sitcom distinktivnog vizualnog stila* koji se oslanja na to da 'izgled' programa postaje vitalan za njegovo značenje i užitke koje nudi (Mills, 2009: 129). Eksplicitno se poigrava upotrebom slike, djeluje „tekstualno bogato“ (Mills, 2009: 130) i kreira inovativnu vizualnu estetiku zamjetno različitu od tradicionalnog *sitcoma*. Putem visokih produkcijskih vrijednosti i usložnjavanja narativa „pokušava se kategorizirati kao srodan 'kvalitetnoj' televizijskoj drami“ (Mills, 2009: 130). Pojava oba tipa suvremenih QTV *sitcoma* usko je povezana s iskazivanjem kulturnog kapitala putem potrošnje pop-kulturnih proizvoda (Mills, 2009: 133-134). Oni su 'komedije distinkcija', simboličke hijerarhije među konzumentima popularne kulture (Mills, 2009: 133).

Estetika sapunske opere

Već i sam izraz 'sapunska opera' način je označavanja melodramatske estetike prenaglašenih emocija te shematiziranih i pojednostavljenih pretjerano dramatičnih ekscesa i obrata (McCarty, 2008: 60; vidi: Allen, 1985). „Tajna dobre sapunice je u tome što su tu sve ljudske radosti i nevolje obično veće od života“ (Matthews, 2011). Riječ je o jedinoj žanrovskoj skupini u cijelosti na Zapadu nisko kulturno valoriziranoj (Feuer, 1997: 91; Mittell, 2020: 15-16). Teoretičar kulture Jesus Martín-Barbero (1993) upozorava na to da se već kazališnom melodramom početkom 19. stoljeća etablira anakroni jezik izražavanja na način da se obiteljski i rodbinski odnosi pojavljuju kao osnova iskonske vjernosti te da se inzistira na simboličkom anakronizmu, odnosno na retorici

ekscesa, na „jeziku retoričke pretjeranosti“ (Martín-Barbero, 1993: 118). Sapunska opera se nastavlja na 'realističnu melodramu' književne 'domaće' ('sentimentalne') fikcije (Gledhill, 1992).[47] Danas obuhvaća tekstove različitog stupnja melodramatičnosti (Gledhill, 1992: 104), smještene u raznolika okružja i namijenjene različitim publikama, no kreirane za potrebe specifične, često ekstremne serijalizacije (vidi: Allen, 1985; Gledhill, 1992; Modleski, 1979). „Uključite se sutra, ne da biste saznali odgovore, već da biste vidjeli koje će daljnje komplikacije odgoditi rješenja i uvesti nova pitanja“ (Modleski, 1979: 29), slogan je univerzalno primjenjiv na ovu skupinu tekstova (R. Allen, 1995b). Prateći sapunsku operu gledatelj mora vježbati strpljenje i toleranciju, suočen s beskrajnim nevoljama i kreirajući užitak prvenstveno iz vlastitih poriva za suosjećanjem i tješenjem, a ne (tek) iz očekivanja konačnog rješenja (Allen, 1994: 245; usp.: Modleski, 1979). Naime, sapunska opera perpetuira izazivanje patosa pa se patos sâm, više nego li razrješenje do kojeg dovodi, izdvaja kao istaknuti komunikacijski element priče i motiv njenog praćenja (usp.: Allen, 1994; Modleski, 1979).

Patos je učinak tipičan za melodramatski *način pripovijedanja* (za melodramu kao *narativni modus* [Neale, 1986]). Povezan je s time da gledatelji posjeduju znanja koja nisu dostupna junacima (Gledhill, 1986; Neale, 1986). Melodramatske priče su obilježene slučajnostima, iznenadnim obratima, otkrićima u zadnji čas i rješenjima *deus ex machina*. Melodramatsko pripovijedanje uključuje stalna iznenađenja i senzacionalna zbivanja, odnosno stalna kršenja utvrđenog smjera razvoja događaja pa je slabo izražen realistični uzročno-posljedični tijek događaja (Neale, 1986). Efekt pretjerano dominira nad uzrokom, izvanredno nad uobičajenim. „Otuda se rađaju pojave poput Kobi, Slučaja i Sudbine“ pa melodramatske priče možemo sagledavati kao *esencijalno nerealističke* (Neale, 1986: 7). Ova narativna logika ključno označava „moć nad životima protagonista“ (Neale, 1986: 7). Pri tome i gledatelj sâm također posjeduje stanovitu 'moć' nad protagonistima, ali takvu koja u njemu proizvodi osjećaje nemoći, suosjećanja i ganuća. Naime, gledatelj znade ono što protagonisti ne znaju, a upravo zbog diskrepancije između gledateljevog znanja i gledišta (njegove 'moći') i znanja i stajališta likova, rađaju se i osnažuju ovi osjećaji. Jer,

[47] Melodramatski modus izražavanja u 19. stoljeću preuzima takozvana domaća/sentimentalna/ženska fikcija fuzionirajući kôdove kazališne melodrame i realizam klasičnog realističnog romana (vidi: D. Campbell, 2017; Doane, 1988: 3). Na taj je način melodrama prilagođena ženskoj publici i sagledavanju domaće sfere po kojemu se samopožrtvovnost i ustrajnost nude kao praktični načini suočavanja žena sa svijetom oko njih (Gledhill, 1992: 110-112). Na kulturnoj tradiciji 'domaće fikcije' tijekom 20. stoljeća izrastaju i popularni 'ženski žanrovi' pokretnih slika: na velikom ekranu takozvani ženski film, a na malom – sapunska opera (Gledhill, 1992: 110-111; vidi: Allen, 1985; Modleski, 1979). Engleski izraz *domestic fiction*, ponekad: sentimentalna fikcija (eng.: *sentimental fiction*) ili ženska fikcija (eng.: *woman's fiction*), razvio se za imenovanje uglavnom melodramatskih romana popularnih među ženama u 19. stoljeću koji se bave osobnim i obiteljskim temama, ističu vrlinu i moć osjećaja, a mogu imati didaktičku ulogu (D. Campbell, 2017). Ovi su se izrazi prenijeli i na filmska djela istog tematskog korpusa i sentimentalnog diskursa (Doane, 1988: 3; o ženskom filmu vidi i: Graves i Engle, 2006: 279-306).

ako protagonist apelira na našu simpatiju zahvaljujući intenzitetu kojim su njegova iskustva prikazana (a mi znamo više od njega) – „mi ne samo da rasipamo sažaljenje nad likom koji pati (…), već i stalno aktivno procjenjujemo patnju lika u smislu našeg privilegiranog znanja o njezinoj prirodi i uzrocima“ (Gledhill, 1986: 46). Te osjećaje osnažuju neprekidna „neprepoznavanja i prepoznavanja u nekom drugom svjetlu“ (Gledhill, 1986: 46) tijekom kojih protagonist pati. Nesporazumi, kobne slučajnosti, propušteni susreti i slično koji dovode do pogrešnog prepoznavanja prirode ili namjera protagonista, intenziviraju patos jer publika znade „pravu istinu“ (Gledhill, 1986: 47). Sapunska opera od melodrame preuzima ove narativne mehanizme kreiranja patosa, ali dok klasična melodrama izaziva patos uz imperativ da na kraju dobri moraju biti nagrađeni, a zli kažnjeni (Brooks, 1995; Cawelti, 1977), sapunska ga opera perpetuira i raspršuje na brojne protagoniste. Tako produžava interes za priču i šalje latentnu poruku da ne mogu svi istovremeno biti sretni bez obzira koliko dobri i/ili zaslužni bili (Modleski, 1979: 30). Estetiku sapunske opere snažno određuje i njeno utemeljenje na dijalogu te uporaba *glasine* za uvođenje novih informacija i pojašnjenja razloga događaja, za pružanje informacija o idejama i spekulacijama koje mogu bitno utjecati na protagoniste te za povezivanje brojnih zapleta i karaktera (C. Geraghty, 1981: 24). Prisutne su i stalne spekulacije izvan samoga teksta u brojnim paratekstovima koji ga okružuju, od novinskih objava do razgovora gledatelja o tome što se zapravo zbilo u prošloj epizodi i što bi to moglo značiti za budućnost likova (C. Geraghty, 1981: 25; vidi: Hobson, 1991).[48]

6.2.5. Kulturna djeljivost i srodni koncepti

Koncept kulturne djeljivosti (eng.: *Cultural Shareability;* [Singhal i Svenkerud, 1994; Singhal i Udornpim, 1997]) odnosi se na prisutnost arhetipova (tipskih modela osoba, osobnosti ili ponašanja), koji publici u različitim kulturnim kontekstima olakšavaju razumijevanje priče i identifikaciju s likovima (La Pastina i Straubhaar, 2005: 278; Singhal i Svenkerud, 1994). Komunikolozi Arvind Singhal i Kant Udornpim (1997: 174) izdvajaju tako arhetipove telenovela: (a) arhetip „individue u potrazi za samom sobom“ odnosno u potrazi za odlučnošću, upravljanjem vlastitim životom, izdržljivošću i snagom; (b) arhetip glavne junakinje kao „neposlušne žene“, one koja se suprotstavlja represivnim društvenim ograničenjima; (c) arhetip „herojske borbe“ i otpora protiv neprijatelja, siromaštva i nesreće sve dok heroina na kraju ne uspijeva. Straubhaar (2007: 201) ovoj skupini arhetipova dodaje i „pokretljivost pojedinca ili obitelji prema gore od siromaštva

[48] Termin *paratekst* uvodi Gerard Genette (1991) za sve likovno i verbalno što okružuje goli pisani tekst. Taj je koncept potom prenesen i na audiovizualne i digitalne narative i ukupnu mrežu tekstova (promotivnih, kritičkih itd.) koji okružuju neki medijski tekst. U digitalno doba paratekstove u velikoj mjeri kreira publika (Jenkins, 2005).

do materijalnog uspjeha“ (vidi i: Abu-Lughod, 2008; Martín-Barbero, 1993, 1995). Identifikacija s takvim tipskim karakterima djelotvoran je alat u uvjeravanju publike telenovela da prihvate određene vrijednosti (Singhal i Svenkerud, 1994).[49]

Narativna propusnost

Ideju kulturne djeljivosti medijski teoretičar Scott Robert Olson proširuje teorijom narativne propusnosti (eng.: *Narrative Transparency Theory* [Olson, 1999]; vidi i: Singhal, Chitnis i Sengupta, 2005; S. Tan, 2011; Xiaying, 2020). Prema ovoj teoriji uporaba određenih narativnih alata i medijskih strategija kreira narativno 'propusan' tekst koji olakšava globalnoj publici projiciranje svojih „autohtonih vrijednosti, vjerovanja, obreda i rituala“ (Olson, 1999, 5-6) na prikazani sadržaj. Potencijal 'propusnog' teksta osnažuje potom sinergija koordiniranih marketinških aktivnosti u raznovrsnim medijima (Olson, 1999, 18). Olson (1999) polazi od ranijih uvida o polisemičnosti televizijskog teksta i aktivnoj publici prema kojima je iščitavanje značenja teksta sociokulturno determinirano (Hall, 1980; Fiske, 2001; Morley, 1980). No, ne samo da unutar iste kulture postoje različite 'interpretativne zajednice' (Radway, 1991), nego i ljudi *u različitim kulturama* „ne posjeduju iste načine čitanja značenja“ medijskog teksta (Olson, 1999: 6). Upravo stoga što se strani tekst tumači iz pozicije vlastitog kulturnog konteksta, globalno prihvaćeni postaju tekstovi koji svojom narativnom 'propusnošću' omogućavaju stvaranje autohtonih značenja. Inspiriran sagledavanjem prisutnosti elemenata mita u suvremenoj kulturi filozofa Hansa Blumberga (1985[vidi i: Karuza Podgorelec, 2019c]), Olson (1999) uvodi pojam *mitotipova* kao univerzalnih *afektivnih* nositelja narativne propusnosti ikoničkih medija. Iako su mitovi kulturno različiti, njihova je temeljna struktura, misaona logika i afektivna premisa ista, što olakšava autohtono dekodiranje stranih tekstova (Olson, 1999: 93). Olson (1999) identificira deset mitotipova. Dva mitotipa djeluju u kontaktu s širim kontekstom unutar kojega se tekst pojavljuje. *Sveprisutnost* teksta izaziva zanimanje, čuđenje i strahopoštovanje prema tekstu te kreira osjećaj uključenosti i sudjelovanja. *Produkcijske vrijednosti* imaju slične efekte jer nadahnjuju publiku i pospješuju zadovoljenje emotivne žudnje gledatelja za 'velikim' pričama pa publika ostaje

[49] Prisutnost arhetipova tipična je za narativne kulturne proizvode u cjelini (npr.: Al-Jaf, 2005; vidi šire: J. Campbell, 2004; Cawelti, 1977; Frye, 1979), a njihova lepeza i kombinacije kulturno su i žanrovski determinirani (npr.: Cawelti, 1977; Frye, 1979; za filmove i serije vidi npr.: Barrett, 1989; Iacino, 1998; Fitch, 2005). Uporaba arhetipova razlikuje se i prema tome koliko su korišteni kodovi široko čitljivi, jesu li pretvoreni u stereotip te prema njihovoj ulozi u narativu (npr.: Hockley, 2001; Young, 2012: 28-30).

zadivljena i puna poštovanja prema priči. Osam mitotipova prisutno je u strukturama narativa; među njima su i već spominjani *arhetipski likovi* (Olson, 1999, 105-106).[50]

Delokalizacija sadržaja

Globalni tijek televizijskih tekstova doveo je do hibridizacije univerzalnih i lokalnih odlika žanrova, odnosno do potrebe da se lokalni sadržaji prilagode globalnom tržištu i istovremene potrebe da se inozemni žanrovi prilagode za potrebe lokalnih produkcija. Dolazi do *glokalizacije* i *globalizacije* žanrova. Sociolog Roland Robertson (1995) pojam glokalizacije primjenjuje na televiziju kada nacionalne kulture i institucije nastoje apsorbirati i lokalizirati strani utjecaj (vidi i: Kraidy, 1999: 472). U tom smislu teoretičar kulture Koichi Iwabuchi (2002) govori o japanizaciji (selektivnoj lokalizaciji američke kulture), a Joseph Straubhaar (1984) o brazilizaciji (apsorbiranju američkih utjecaja primjerice u telenoveli). Istovremeno s glokalizacijom dolazi i do procesa globalizacije koje politički filozof John Gray (1998: 57) poistovjećuje s procesima *delokalizacije* kao „iskorjenjivanja aktivnosti i odnosa koji izviru iz lokalnog podrijetla i kulture". Procesi delokalizacije serija usmjereni su na minimiziranje određenih kulturnih specifičnosti da bi se sadržaj prilagodio regionalnoj ili globalnoj publici (Straubhaar, 2007: 169-171). Narativi turskih telenovela (Özalpman i Sarikakis, 2018; Yesil, 2015) i onih latinoameričkih (Havens, 2005), primjerice, postupcima delokalizacije očišćeni su od kulturnih specifičnosti koje bi ometale distribuciju na druga tržišta. No, jednom kada kulturni izvozni proizvod dosegne određenu razinu prepoznavanja i prihvaćanja, njegove kulturne osobitosti smatraju se poželjnima. Zapravo, žanrovi i njihove zemlje porijekla postaju kombinirani brend u međunarodnoj televizijskoj trgovini (Harrington i Bielby, 2005; Straubhaar, 2007: 171).

6.3. Teorija koristi i zadovoljenja i teorija zabave

Teorija koristi i zadovoljenja relativno je širok teorijski koncept u okviru proučavanja masovnih medija koji, odgovarajući na pitanja o motivima i efektima izlaganja medijima, obuhvaća brojne različite pretpostavke, pristupe i metode (Vorderer, Klimmt i Bryant, 2021: 8). Iz teorije koristi i zadovoljenja se razvijaju i uži teorijski koncepti poput *teorije zabave* (Vorderer i Klimmt, 2021) koja nastoji definirati zabavu i razjasniti prirodu iskustva zabave posredovane medijima (eng.:

[50] Nabrojat ćemo i ostalih sedam mitotipova koje izdvaja Olson (1999), bez opisa narativnih tehnika kojima se postižu. *Osjećaj uključenosti* kreira afektivni osjećaj dijeljenja, pripadanja i sudjelovanja. *Vjerodostojnost* pruža privid stvarnosti i kreira iluziju prirodnosti, osiguravajući gledatelju osjećaj neposrednog prisustvovanja. *Virtualnost* kreira psihološki uvjerljivo okružje zbog kojeg dolazi do 'hiperrealnih odnosa' i intimnosti s likovima. N*egentropija* (negativna entropija) kreira osjećaj reda putem emitiranja u redovitom ritmu ili putem ponavljanja i korištenja formula i konvencija. *Kružni karakter priče* pruža radost i sigurnost gledatelju uvijek iznova uspostavljajući ravnotežu (iako se ona onda može i narušiti). *Otvorenost narativa* poziva na daljnje gledanje jer gledatelj i dalje žudi za osjećajem završetka. *Eliptičnost* dozvoljava gledatelju da u vlastitom umu 'dovršava' određenu sliku.

entertainment experience) te istražiti motive i efekte izlaganja zabavnim sadržajima, veliku pozornost poklanjajući recepciji filmova i serija (Bryant i Miron, 2002; Bryant i Vorderer, 2011; Vorderer, 2003; Vorderer i Klimmt, 2021; Zillmann i Vorderer, 2000). Sociolog i komunikolog Elihu Katz i psiholog David Foulkes (1962) pioniri su rasprava o temeljnim iskustvenim procesima kojima se kasnije bavi teorija zabave, poput identifikacije s medijskim karakterima, eskapizma i slično (Vorderer i Hartman, 2009; vidi i: Zillman, 2000). Empirijska istraživanja zabave počela su se razvijati 1970-ih, no, tek 1980-ih dolazi do uspostave znanstvenih temelja koji omogućuju sustavan i teorijski utemeljen istraživački rad (Vorderer i Hartman, 2009: 533).[51]

Teorija koristi i zadovoljenja konceptualizira korist i zadovoljenje kao osjećaj satisfakcije kada određene medijske tehnologije, usluge ili sadržaji odgovaraju očekivanjima i potrebama pojedinca (Katz, Blumler i Gurevitch, 1973; 1974). Polazeći od ideje da ljudi aktivno i s određenim ciljem traže i odabiru poruke upućene od strane medija, ova teorija opisuje i objašnjava razloge, funkcije i učinke (eng.: *media effects*) tih odabira, a samoprocjene publike smatra pouzdanima (Katz, Blumler i Gurevitch, 1973: 510-511, 1974: 14). Denis McQuail, Jay G. Blumler i J. R. Brown (1972; usp.: McQuail, 2010: 424) izdvajaju četiri glavne skupine motiva pojedinca za interakciju s televizijom: (a) *preusmjeravanje* (bijeg od rutine ili problema te emocionalno o[t]puštanje), (b) *kreiranje osobnih odnosa* (od družbeništva, do određenih socijalnih koristi poput komunikacije o viđenome), (c) *preispitivanje i kreiranje osobnog identiteta* (od odnosa prema samome sebi do istraživanja stvarnosti ili osnaživanja određenih vrijednosti), te (d) *nadzor* (što uključuje sve oblike potrage za informacijama). Odnosno, ljudi televiziju gledaju radi opuštanja, zabave, da bi pobjegli od svakodnevnih pritisaka, da bi nešto naučili, da bi se povezali s drugima, radi uzbuđenja, da im televizija pravi društvo, iz navike i da bi prekratili vrijeme (A. Rubin, 1981). Svaki medij nudi jedinstvenu kombinaciju sadržaja, tipičnih atributa i situacija u kojima smo mu izloženi pa različiti mediji, ali i različiti žanrovi unutar istog medija, zadovoljavaju različite potrebe pojedinca (kratki pregled: McQuail, 2010: 425-426; Perse i Lambe, 2017: 226; vidi: Katz, Gurevitch i Haas, 1973). Te su potrebe determinirane pojedinčevom osobnošću i neposrednim okolnostima uporabe medija, ali i njegovim sociokulturnim obilježjima te društvenim kontekstom (vidi: McQuail, 2010: 395-

[51] Teorija koristi i zadovoljenja jedna je od najčešće primjenjivanih teorija u istraživanjima masovnih medija (npr.: Bryant i Miron, 2004: 673; Chung, Barnet, Kitae i Lackaff, 2012: 991, 995). Iako se kao širi koncept ova teorija bavi i proučavanjem zabave (Perse i Lambe, 2017: 225; vidi: Bryant i Miron, 2004; Potter i Riddle, 2007), u pregledima literature sve češće se teorija zabave izdvaja kao zasebna (usp.: Perse i Lambe, 2017: 228-236 vs. Vorderer, Klimmt i Bryant, 2021: 9-12 ili šire: Ruggiero, 2000 vs. Vorderer i Klimmt, 2021). Naime, teorija zabave tijekom zadnjih desetljeća produbljuje temeljne uvide teorije koristi i zadovoljenja, ali donosi i nove koncepte, razvijajući se u novo „dinamično područje komunikacijskih znanosti“ (Vorderer, Klimmt i Bryant, 2021: 3). Zbog njihove povezanosti, ove dvije teorije predstavljamo zajedno. Pozornost najviše pridajemo istraživanjima recepcije melodramatske fikcije, osobito sapunskih opera.

450). Na osobnoj razini motivi gledanja serija mogu biti raznoliki, a ovisni su i o žanru. No, ipak se raspoznaju neki opći obrasci. Komunikolozi Maèva Flayelle, Natale Canale, Claus Vögele, Laurent Karila, Pierre Mauragee i Joël Billieux (2019) izdvajaju četiri dominantna složena faktora kao *motive gledanja serija općenito*. To su: (a) dovijanje stvarnosti (eng.: *coping*) i bijeg od stvarnosti (eng.: *escapism*), (b) osobno obogaćivanje (eng.: *enrichment*), (c) emocionalni napredak (eng.: *emotional enhancement*) i (d) socijalni motivi.

Teorija koristi i zadovoljenja polazi od toga da *motivi* konzumiranja određenog medijskog sadržaja te ostvarena *zadovoljenja*, imaju utjecaja na *učinke* tog sadržaja (pregled: A. Rubin, 2002; vidi i: Oliver, Raney i Bryant, 2020; Perse, 2001). Medijski su učinci lakše ostvarivi kod aktivnije publike, dublje involvirane u medijski tekst jer aktivniji gledatelji iskazuju više vrijednosti zadovoljenja i više su pod afektivnim utjecajem medija (Rubin i Perse, 1987: 248-249, 262-265). A aktivnost publike povezana je pak s motivima izlaganja medijskom sadržaju. Komunikolog i psiholog Alan M. Rubin (1984; vidi i A. Rubin i Perse, 1987) identificira dvije temeljne vrste uporabe medija (dva temeljna motiva): *intencionalnu uporabu* (eng.: *instrumental use*) i *ritualnu uporabu* (eng.: *ritual use*). Intencionalna uporaba je selektivno izlaganje točno određenom medijskom sadržaju i odlikuje ju involviranost u sadržaj (eng.: *involvement*). Ritualna uporaba izrasta iz navike i motiva prikraćivanja vremena. Obično ju prati i slabija involviranost u sadržaj jer je često neselektivna i ne ovisi o sadržaju. *Involviranost u sadržaj* Alan Rubin i komunikologinja i psihologinja Elizabeth Perse (1987: 247) konceptualiziraju kao afektivnu, kognitivnu i bihevioralnu participaciju tijekom i zbog medijske izloženosti primatelja. *Afektivna involviranost* uključuje povezanost s medijskim karakterima (identifikaciju i parasocijalne kontakte) te ukupnu 'uživljenost u priču' (vidi: Moyer-Gusé, 2008). *Kognitivna involviranost* uključuje razmišljanje o poruci tijekom i nakon izloženosti istoj, a potiče ju percepcija relevantnosti za primatelja, umjerene doze uzbuđenja i afektivna valencija (vidi: Bartsch i Oliver, 2011; Oliver i Bartsch, 2010). *Bihevioralna involviranost* uključuje razgovore o poruci. Ona može osnažiti motiv za daljnjom izloženošću poruci/temi. Istovremeno su upravo najinvolviraniji oni gledatelji koji razgovaraju s drugima o sadržaju kojega gledaju (Rubin i Perse 1987: 248).

6.3.1. Zadovoljenja filmovima i serijama

Teorija zabave *užitak* (eng.: *enjoyment*) izdvaja kao središnji intrinzični motiv konzumiranja zabavnih sadržaja (Vorderer i sur., 2004). Taj se užitak postiže putem *emocionalnog doživljaja* (Bartsh, Magnold, Vierhoff i Vorderer, 2006; Bryant i Miron, 2002; Sherry, 2004; Zillman i Bryant, 1994; Vorderer, Steen, i Chan, 2011). Tako i serije na publiku djeluju primarno putem

emocija (Oatley, 2002; 2011; vidi i: Nabi, 2020). Emocionalno iskustvo *samo po sebi* izvor je zadovoljenja, no pobuđene emocije ujedno djeluju i kao *stimulus – katalizator* koji može potaknuti ostale oblike zadovoljenja (Bartsch, 2012: 269).

Ideju da zadovoljenje može proizlaziti iz iskustva doživljaja nekog raspoloženja i osjećaja *per se* donosi već *teorija upravljanja raspoloženjem* (eng.: *Mood Management Theory*). U njenom kreiranju komunikolog i psiholog Dolf Zillmann (1988: 328-329) polazi od toga da ljudi pri odabiru zabavnih sadržaja uvijek nastoje maksimalizirati ugodne osjećaje, a minimalizirati one neugodne. Jedna od bitnih postavki ove, kasnije vrlo istraživane teorije (vidi: Oliver, Raney i Bryant, 2020), jest to da ljudi uglavnom srednju razinu uzbuđenja doživljavaju kao ugodnu (Zillmann, 1988: 331-333), a ugoda pak može biti derivirana iz bilo koje emocije (Zillmann, 1988: 336-338). Pri tome osobe pod stresom uglavnom preferiraju nešto mirnije, a oni koji se dosađuju – nešto uzbudljivije priče (Bryant i Zillman, 1984). Nešto je starija također Zillmannova teorija koju je razvio s komunikologinjom i psihologinjom Joanne Cantor (1977), *teorija afektivne dispozicije* (eng.: *Affective Disposition Theory* [vidi i: Zillman, 2011]). Ova teorija pozornost usmjerava na gledateljeve moralne prosudbe predstavljenih karaktera i s tim povezane emocije i uzbuđenje. Nalaz Zillmanna i Cantor (1977: 163-164) pokazuje najveći stupanj pozitivnog afekta i užitka kod gledatelja u narativima u kojima su portretirani ishodi i karakteri bili ispravni ili korektni (za užitak u 'antiherojima' QTV serija vidi: Oliver, Bilandzic, Cohen, Ferchaud, Shade, Bailey i Yang, 2019; Shafer i Raney, 2012).[52] Treća Zillmannova utjecajna teorija je *koncept transfera ekscitacije* (eng.: *Excitation Transfer Concept*). Značajna je po tome što pojašnjava da zadovoljenju potrebe za zabavom također može doprinijeti i iskustvo neugodnog osjećaja koje publika proživljava dok strahuje za ishod povezan s omiljenim karakterom (Zillmann, 2009). Koncept polazi od postojanja iskustva suosjećajne tuge, emocije koja doživljava novo, promijenjeno uokvirivanje (eng.: *re-freaming*) pozitivnim mislima i osjećajima kada dođe do sretnog ishoda. Tuga se tada transferira u pozitivne osjećaje, a sam transfer pojačava euforične emocije (Zillmann, 2009: 388-389). Općenito, obrasci promjene emocija tijekom gledateljevog napredovanja kroz priču (eng.: *Emotional Flow* [Nabi i Green, 2015]) jedno su od temeljnih obilježja fikcije. Te se promjene kreću ili u zaokretima: pozitivno-negativno i obratno, ili u zaokretima od jedne do druge emocije istog predznaka, primjerice od straha do ljutnje. Te emocionalne promjene povećavaju uživljenost u priču i njen utjecaj na gledatelja (Alam i So,

[52] Dispozicijske teorije medijskog užitka (eng.: *disposition-based theories of media enjoyment*) danas istražuju brojne žanrove i u osnovi se dijele na dispozicijske teorije humora, dispozicijske teorije drame i dispozicijske teorije sporta. No, budući da se dispozicijske teorije oslanjaju na procjenu ishoda sukoba između likova – razmatranje pravde i/ili morala nužna je komponenta ovih teorija (pregled: Raney, 2011).

2020). Sapunske opere ekstremno se poigravaju zaokretima od pozitivnih prema negativnim ishodima: stalno se potiče želja za pravednim razrješenjima, no ta su razrješenja tek privremena (Modleski, 179: 32), što kontinuirano potencira pobuđene emocije i uživljenost u priču.

Daljnja istraživanja produbljuju Zillmannov koncept transfera ekscitacije. Tako medijska teoretičarka Mary Beth Oliver (1993) istražuje *koncept meta-emocija* (vidi: Mayer i Gashke, 1988), odgovor samog gledatelja na vlastitu emocionalnu reakciju. Oliver (1993) nalazi da tužne osjećaje izazvane gledanjem melodramatskih sadržaja (eng.: *tearjerkers*) mnogi gledatelji smatraju ugodnima. Suosjećajna tuga povezana je i s pozitivnim osjećajima o sebi jer je pozitivno moralno evaluirana (Oliver, 1993: 336). Preferencije prema žanrovima koji se uglavnom bave odnosima, ljubavlju i romantikom (eng.: *chick flicks*) ili prema melodramatskim žanrovima, stabilna su matrica korištenja medija, daleko prisutnija kod žena nego kod muškaraca, a upravo su osjećaji tuge ono što ljubitelji ovih sadržaja najviše cijene (Oliver, 1993: 337). Tužni su osjećaji za ženu zadovoljavajući jer su pozitivno ocjenjivani tijekom njene socijalizacije i povezivani s pozitivnim atributima pri kreiranju slike o samoj sebi (Oliver, Weaver i Sargent, 2000: 296-297). No, serijom ili filmom pobuđeni tužni osjećaji nisu jednodimenzionalni. Osjećaji sreće i tuge su istovremeni, a prisutna su i afektivno-misaona stanja (eng.: *meaningful affect*) poput samilosti, inspiriranosti, introspekcije i kontemplativnosti (Oliver, 2008). Doživljene emocije mogu biti povezane i sa samorefleksijom i izazivati nove složene i višeznačne osjećaje (Bartsch, 2012; Oliver i Bartsch, 2010, 2011; Oliver i Hartman, 2010; Oliver i Raney, 2011). Ovi nalazi dovode do zaključka da osim iz hedonističkih i eskapističkih motiva ljudi filmove i serije gledaju i zbog eudamoničkih sklonosti – oni im služe i kao „sredstvo potrage za odgovorom na pitanja o životnoj svrsi i ljudskoj smislenosti“ (Oliver i Raney, 2011: 984; vidi: Vorderer i Reinecke, 2015). Kontemplativna iskustva, vikarijsko (pričom posredovano) otpuštanje emocija, suosjećajna tuga, emocionalni angažman povezan s likovima i dijeljenje emocija s drugima (tijekom i nakon gledanja serije), mogu biti motivi gledanja serija baš kao i dobar provod (eng.: *fun*) i napeto uzbuđenje (eng.: *thrill* [Bartsch, 2012]). Zabava je višedimenzionalni konstrukt u kojemu se „užitak i bol, baš kao i uzbuđenje i relaksacija, međusobno ne isključuju niti se nalaze na suprotstavljenim polovima“ (Sherry, 2004: 330; vidi i: Karuza Podgorelec, 2020a).

Emocionalna i kognitivna iskustva gledanja serija mogu poslužiti i zadovoljenju socijalnih potreba. Sociolog James Lull (1990) je proučavajući obiteljske odnose i televiziju otkrio da zabavni sadržaji, uključujući i sapunske opere, olakšavaju komunikaciju, pomažu gradnji osjećaja pripadanja, sudjeluju u učenju o međuljudskim donosima i donose uloge koje se oponašaju i analiziraju od strane članova obitelji pri iznošenju nekih unutarnjih pitanja. Jedan od motiva

konzumiranja fikcije mogu biti i negativne socijalne usporedbe. Pojedinci, osobito oni usamljeni, mogu naći utjehu u sadržaju koji pokazuje da je drugima gore nego njima samima (Mares i Cantor, 1992). S druge strane, zajedničko gledanje određenih žanrova može doprinijeti i procesu udvaranja (npr.: Zillmann, Weaver, Mundorf i Aust; 1986: 586). I socijalna uključenost može biti dodatni motiv gledanja serija, od užitka u raspravama o viđenim pričama s obitelji, prijateljima, kolegama ili susjedima (Hobson, 1991), do želje za osiguravanjem položaja unutar određene socijalne skupine definirane kulturnim kapitalom pripadnika te skupine (usp.: Tryon i Dawson, 2014). Gledanje serija može utjecati i na kulturalnu unifikaciju tijekom svakodnevne spontane komunikacije s ljudima oko nas (eng.: *water cooler talk*), „zbližavajući ljude putem zajedničkog medijatiziranog iskustva“ (Matrix, 2014: 120). Osobito danas, ono se pojavljuje i kao katalizator snažnijeg sudjelovanja u digitalnoj društvenoj konverzaciji (Matrix, 2014: 127).

6.3.2. Pozadina užitka u gledanju serija

Iza užitka u filmovima i serijama leže dublji spoznajni mehanizmi (vidi: Bartsch i Oliver, 2011, Sherry, 2004). Razmatranja *narativnog angažmana* (eng.: *Narrative Engagement Model* [Busselle i Bilanzic, 2009]) pružaju uvid u ove mehanizme povezujući eskapizam, intenzitet narativnog angažmana, užitak i zabavu (Busselle i Bilanzic, 2009: 326). Narativni angažman temelji se na procesu kreiranja mentalnih modela, neophodnih da bi gledatelji mogli komunicirati s narativom (Busselle i Bilandzic, 2008). Narativni angažman obuhvaća četiri složena faktora: (a) narativnu razumljivost – lakoću razumijevanja narativa, (b) fokusiranost pažnje – gledateljevu usredotočenost ili distrakciju pažnje, (c) emocionalni angažman – osjećaje prema protagonistima i one pobuđene sagledavanjem događaja iz perspektive likova i (d) narativnu prisutnost – čine ga intenzivni fokus nastao kao posljedica mentalnog strukturiranja svijeta djela, gubitak osjećaja za sebe i okolinu te senzacija svojevrsnog 'prisustva' u drugom prostoru i vremenu (Busselle i Bilandzic, 2009). Narativna razumljivost moguća je tek kada postoji ravnoteža između osobnih kognitivnih sposobnosti i izazova koje pred gledatelja postavlja određeni film ili serija (Sherry, 2004). No, ukoliko ta ravnoteža postoji, za ukupni užitak bit će najvažnija dva elementa: (a) uživljenost u priču konceptualizirana kao *transportacija* u svijet priče (eng.: *Transportation* [Green i Brock, 2000, 2002; vidi i: Bilandzic i Busselle, 2008; Green, 2004; Green, Brock i Kaufman, 2004]) i (b) povezanosti s fikcionalnim likovima (Moyer-Gusé, 2008), osobito *identifikacija* (eng.: *Identification* [Cohen, 2001, 2011; vidi i: Cohen i Tal-Or, 2017; Davis, Hull, Young i Warren, 1987; de Graaf, Hoeken, Sanders i Beentjes, 2012; Igartua, 2010; Slater i Rouner, 2002]) i *parasocijalni kontakti* (vidi: Dibble, Hartman i Rosaen, 2016; Klimmt, Hartmann i Schramm, 2011). Riječ je o međusobno isprepletenim istaknutim elementima narativnog

angažmana (vidi: de Graaf i sur., 2012: 803-804; Tal-Or i Cohen, 2015) koji temeljno doprinose pobuđivanju osjećaja (eng.: *affective induction*) i užitku u pričama, ali i utjecaju priče na razmišljanja o stvarnosti.[53] Naime, upravo užitak u priči i uživljenost u nju olakšavaju utjecaj fikcije na stavove, vjerovanja i ponašanja unatoč svijesti gledatelja da su te priče plod mašte (Bilandzic i Busselle, 2011; Fitzgerald i Green, 2017). Persuazivna snaga priče ovisi o njenoj privlačnosti, kvaliteti produkcije, „neupadljivosti persuazivnog podteksta" (Slater i Rouner, 2002: 178; vidi i: Slater, Rouner i Long, 2006) te o transportiranosti gledatelja u svijet priče i njegovoj povezanosti s fikcionalnim likovima (Moyer-Gusé, 2008).

Transportacija u svijet priče

Komunikolozi i socijalni psiholozi Melanie C. Green i Timothy C. Brock (2000, 2002) razvijaju koncept transportacije u značenju afektivnog, kognitivnog i imaginativnog uranjanja čitatelja/gledatelja u svijet fikcionalne priče.[54] Osobe u stanju visoke transportiranosti u potpunosti su uronjene u svijet djela i gube doticaj s informacijama iz stvarnog svijeta. Transportacija narativno iskustvo čini nalik realnom, a za gledatelje narativ privremeno postaje referentni okvir (Green i Brock, 2002; Strange, 2002). Ostavljajući iza sebe stvarni svijet, *gledatelji iza sebe ostavljaju i svakodnevne brige.* Green i Brock (2002: 325) smatraju da eskapistički aspekt transportacije „može pružiti ključno objašnjenje individualnih motiva potrage za transportivnim iskustvima: ulazak u svijet priče može označavati oslobođenje od stresa, osobnih briga i ukupnog realnog konteksta“. Ovo imerzivno iskustvo nije pasivno (Gwenllian-Jones, 2004: 84), a kreira snažne afektivne odnose prema protagonistima i vodi prema većoj simpatiji prema njima (Green i Brock, 2000: 702). Ne čudi stoga da je transportacija pozitivno povezana s užitkom (Busselle i Bilandzic, 2008; Hall i Bracken, 2011). Nekoliko je međusobno isprepletenih efekata transportiranosti u priču: smanjena kritičnost prema narativu, povezanost s likovima, formiranje živopisnih mentalnih slika, emocionalna angažiranost i pojačana subjektivna percepcija realizma priče (Fitzgerald i Green, 2017). Na razinu transportiranosti mogu utjecati žanr (McKinley, 2013; Slater i Rouner, 2002), prethodna iskustva vezana uz narativ (Green, 2004), kvaliteta samog djela

[53] Danas se utjecaj filmova i serija na stavove o stvarnom svijetu proučava u okviru dvaju teorijskih koncepata koji se sve češće povezuju. Jedan od njih je usmjeren na dublje mehanizme koji dovode do persuazivnih efekata (eng.: *Narrative Impact; Narrative Persuasion, Narrative Effects* [pregled: Green, Bilandzic, Fitzgerald i Paravati, 2020; vidi i: Dal Cin, Zanna i Fong, 2004; Green, Strange i Brock, 2002; Fitzgerald i Green, 2017; Oliver i Raney, 2014; Shrum, 2004]. Drugi pristup analizira postupne i kumulativne utjecaje televizije u dužem periodu, usmjeravajući se u 21. stoljeću i na zasebne analize utjecaja pojedinih igranih žanrova (eng.: *Cultivation* [Bilandzic i Busselle, 2008; vidi i: Bilandzic i Busselle, 2012; Bilandzic i Rössler, 2004; Busselle, Rybavolova i Wilson, 2004; vidi šire: Morgan, Shanahan, i Signorielli, 2012]).

[54] Koncept transportacije odnosi se i na audiovizualne narative, a termin *čitatelj* uključuje gledatelje i slušatelje (Green i Brock, 2002: 323).

(Busselle i Bilandzic, 2009; Slater i Rouner, 2002) te duljina vremena provedenog u gledanju (Warren, 2016). Kada je riječ o audiovizualnom djelu, s transportacijom je povezana *virtualna prisutnost* ili *teleprezentnost* (eng.: *Telepresence* [Biocca, 2002; Bracken, 2005; Kim i Biocca, 1997; Lee, 2004; Lombard i Ditton, 1997]). Riječ je o gledateljevoj senzornoj uvučenosti u audiovizualnu medijatiziranu informaciju koja dovodi do subjektivne senzacije 'prisutnosti' u artificijelnom okružju (Kim i Biocca, 1997).

Iskustvo transportacije dodatno pojašnjava teorija optimalnog iskustva odnosno 'protoka' (eng.: *Optimal Experience*; *Flow* [Csikszentmihalyi, 1975, 1997, 2008; Csikszentmihalyi i Selega Csikszentmihalyi, 1988; Nakamura i Csikszentmihalyi, 2002]). Ova se teorija izvorno bavi zadovoljstvom (eng.: *pleseaure*) koje nastaje udubljivanjem (eng.: *immersion*) u svakodnevne aktivnosti (tada dolazi do vrlo ugodnog 'stanja protoka'). Medijski teoretičar John L. Sherry (2004) teorijom protoka objašnjava naizgled kontradiktornu senzaciju pri uronjenosti u film ili seriju – užitak u bijegu od svakodnevnih problema postignut je *istovremenom* emocionalnom *stimulacijom i relaksacijom* tijekom njihova konzumiranja. Stanje protoka je samo-motivirajuće iskustvo koje prate intenzivna i fokusirana usredotočenost, spajanje djelovanja i svijesti, gubitak osjećaja o sebi (eng.: *self-consciousness*), gubitak osjećaja o protoku vremena te zadovoljstvo i užitak, odnosno osjećaj intrinzične nagrade (Nakamura i Csikszentmihalyi, 2002: 90). Transportacija u priču nalikuje stanju protoka: gledatelji mogu „izgubiti pojam o vremenu, ne uspijevati detektirati događaje koji se zbivaju oko njih i osjećati da su potpuno uronjeni u svijet priče“ (Green, 2004: 247). Koncept protoka ukazuje na to da je transportacija intrinzično zadovoljavajuće i ugodno iskustvo (eng.: *pleasurable and rewarding* [Green i Brock, 2002]). Stanje protoka izaziva želju da se određeno iskustvo doživi ponovno (Nakamura i Csikszentmihalyi, 2002), što objašnjava činjenicu da ljudi planiraju i štite iskustva u kojima očekuju transportaciju (Green i Brock, 2002: 326).

Identifikacija i parasocijalni kontakti

Teorija afektivne dispozicije (Zillman i Cantor, 1977) prva postavlja kasnije široko prihvaćenu hipotezu da je *emocionalna povezanost s protagonistima priče* osnova užitka u fikciji (Raney, 2011). U tom se smislu najčešće izdvajaju identifikacija i parasocijalni kontakti s likovima.

(a) *Identifikaciju* komunikolog i psiholog Jonathan Cohen (2001: 251) konceptualizira kao emocionalni i kognitivni proces u kojemu gledatelj „privremeno (ali obično opetovano) usvaja perspektivu lika“ pa je ona mehanizam „putem kojeg pripadnici publike doživljavaju recepciju i interpretaciju teksta iznutra“ (Cohen, 2001: 245). Cohen (2001: 256) razlikuje četiri dimenzije identifikacije: (1) emocionalnu empatiju – sposobnost da se osjeća ono što osjećaju likovi te da se

tako posredno biva involviranim u priču, (2) kognitivnu empatiju – sposobnost usvajanja stajališta lika ili sposobnost postavljanja sebe na mjesto likova, (3) sposobnost dijeljenja ili internaliziranja ciljeva lika, te (4) apsorpciju, privremeni gubitak osjećaja o sebi i doživljavanje priče iz perspektive likova. Istraživanja potvrđuju da je identifikacija, kao i transportacija, povezana s gledateljevim užitkom (Igartua, 2010), ali i da je prediktor ukupne afektivne uronjenosti u fikciju te da je povezana sa snažnijom kognitivnom elaboracijom, kompleksnijim refleksivnim procesima tijekom gledanja filma ili serije te da potiče veći stupanj učenja iz poruke (Green i Brock, 2000; Cohen, Weimann-Saks i Mazor-Tregerman, 2017; Igartua, 2010; Slater i Rouner, 2002). Gledanje serijalnih narativa osnažuje identifikaciju jer se kreira ukupni duži vikarijski kontakt s likovima (Igartua, 2010; Oliver, Weaver i Sargent, 2000).

(b) *Parasocijalni kontakti* su pseudorelacije između gledatelja i medijskih protagonista, oni su 'intimnost ostvarena na daljinu' (Horton i Wohl, 1956). Najprije sociolozi Donald Horton i Richard Wohl (1956: 215) uvode koncept *parasocijalnih interakcija* (eng.: *Parasocial Interaction*, PSI) kao interakcije između gledatelja i izvođača „nalik susretu licem u lice“ ostvarenih tijekom gledanja medijskog proizvoda. Te interakcije imaju slična obilježja kao i tradicionalni međuljudski odnosi, osim što su jednosmjerne (Giles, 2002; vidi i: Hoffner, 1996; A. Rubin, Perse i Powell, 1985). Koncept parasocijalnih interakcija dopunjuje se kasnije konceptom *parasocijalnih odnosa* (eng.: *Parasocial Relationship*, PSR), u smislu ponavljanja parasocijalnih interakcija tijekom dužeg vremena i proširenja odnosa prema protagonistima i izvan sesije gledanja filma ili serije (Hartmann i Goldhoorn, 2011). Parasocijalni kontakti igraju aktivnu ulogu u kreiranju užitka i uživljenosti u priču, a duže trajanje parasocijalne povezanosti s protagonistima pozitivno je povezano sa snažnijim utjecajem na gledatelje (npr.: Klimmt, Hartmann i Schramm, 2011; Sood i Rogers, 2000). Parasocijalni kontakti mogu biti toliko intenzivni da kada lik umre, bude izbačen iz serije ili je serija neočekivano otkazana, kraj te veze – to jest „parasocijalni prekid“ – može izazvati iste negativne emocije kakve se javljaju i kada prekinemo stvarna prijateljstva (Cohen, 2004; npr. za *sitcom* Prijatelji vidi: Eyal i Cohen, 2006).

Identifikacijom i parasocijalnim kontaktima može se potaknuti *osjećaj osobne relevantnosti* priče (Busselle i Bilandzic, 2009; Igartua, 2010), a fikcionalni likovi mogu funkcionirati i kao *modeli* koji gledateljima prenose „znanje, vrijednosti, kognitivne vještine i nove stilove ponašanja“ (Bandura, 2004: 78). Stoga, kada je u pitanju televizija, i komedije mogu utjecati na promjenu razmišljanja o stvarnom svijetu putem uspostavljene dugotrajne povezanosti s protagonistima (npr.: Schiappa, Gregg i Hewes, 2006). Jedna od najčešće primjenjivanih psiholoških teorija koje objašnjavaju ulogu fikcionalnih karaktera i njihovih međusobnih odnosa kao modela je *socijalno-*

kognitivna teorija (eng.: *Social Cognitive Theory* [Bandura, 1986, 2002, 2004]). Iako fikcionalni likovi mogu funkcionirati kao modeli, socijalno-kognitivna teorija prepoznaje da u gledateljima može postojati otpor prema određenoj poruci – odnosno, prepoznaje da se ljudi ne izlažu medijima kao 'prazna ploča'. U interakciju s medijima unose se već postojeće vrijednosti, norme i stavovi koji utječu na prihvaćanje poruke (Moyer-Gusé, 2008: 412). Uvid u način na koji narativi prevladavaju možebitni otpor prema iznesenome u priči donio je psihološki *prošireni model vjerojatnosti razrade* (eng.: *Extended Elaboration Likehood Model*, E-ELM; [Slater, 2002; Slater i Rouner, 2002]). U osnovi E-ELM polazi od toga da su *angažirani gledatelji* (duboko involvirani u priču) manje kritični prema porukama koje narativ odašilje, a to olakšava utjecaj priče na vjerovanja, stavove i ponašanje (Shrum, 2002).

Povezanost s fikcionalnim likovima uključuje i željenu identifikaciju, percipiranu sličnost (homofiliju) i sviđanje. *Željena identifikacija* se događa kada gledatelj želi biti poput lika. To je iskustvo aktivne „želje za oponašanjem lika'" (Giles, 2002: 12), i ugledanjem na lik (Lonial i Van Auken, 1986). Željena identifikacija se razlikuje od identifikacije jer pri identifikaciji gledatelj preuzima perspektivu lika kojeg gleda, a ne želju učiniti sebe što sličnijim liku. *Percipirana sličnost* je subjektivno opažanje sličnosti liku vezano za fizičke atribute, demografske varijable, uvjerenja, osobnost ili vrijednosti (vidi: Eyal i A. Rubin, 2003; Hoffner i Cantor, 2009). Riječ je također o konceptu zasebnom od identifikacije (Eyal i A. Rubin, 2003); ovdje se tijekom donošenja prosudbi o liku zadržava vlastita perspektiva, dok identifikacija zahtijeva doživljavanje događaja iz perspektive lika (Cohen, 2001; vidi: Cohen i sur., 2017). *Sviđanje* se odnosi na pozitivnu evaluaciju lika (Cohen, 2001; Giles, 2002; Hoffner i Cantor, 2009). Ovaj se koncept povezuje s društvenom privlačnošću i osobnim afinitetima, a često se mjeri jednostavnim upitnicima poput: „Volio bih biti prijatelj s tom osobom." (Moyer-Gusé, 2008: 411). Sviđanje je koristan konstrukt za razumijevanje gledateljevog doživljaja likova s kojima se prvi put susreću, prije nego što se stignu uspostaviti parasocijalne veze (Moyer-Gusé, 2008). Iako percipirana sličnost i sviđanje mogu biti pozitivno povezani sa snagom parasocijalnih kontakata, po definiciji oni nisu nužne komponente procesa parasocijalnih kontakata (R. Rubin i McHugh, 1987; J. Turner, 1993).

6.3.3. Motivi i efekti gledanja sapunskih opera

Motivi i efekti gledanja sapunskih opera tijekom 20. stoljeća su bili istaknuti predmet interesa teorije koristi i zadovoljenja. Najprije komunikologinja Herta Herzog otkriva da su *zabava, emocionalna stimulacija i subjektivno percipirani 'realizam'* glavni privlačni atributi dnevnih sapunica na radiju. Herzog (1944: 24-25) navodi tri glavna razloga slušanja radijskih sapunica: (a)

otpuštanje emocija – slušatelji dobivaju priliku suosjećati i plakati (dijelom tako kompenzirajući i svoje probleme), ali dobivaju i priliku ponekad se osjećati bolje tek znajući da i drugi imaju problema ili osjećajući superiornost u odnosu na likove; (b) *maštanje* (eng.: *wishful thining*) – slušatelji osobito uspjesima svojih heroina ili prikazanim sretnim događajima popunjavaju praznine u vlastitim životima ili kompenziraju osobne neuspjehe; (c) *objašnjenja* – slušatelji zaplete doživljavaju kao izvor savjeta za obrasce ponašanja korisne pri suočavanju s različitim životnim situacijama. Tijekom 1980-ih intenziviraju se istraživanja motiva i efekata gledanja televizijskih sapunskih opera (Babrow, 1990; Whetmore i Kielwasser, 1983). Jedna grupa istraživanja nastoji detektirati temeljne motive. Dob je determinirajući faktor kada je riječ o motivima odabira televizijskih sadržaja (npr.: A. Rubin i R. Rubin, 2009). No, određeni su motivi gledanja sapunskih opera prisutni bez obzira na dob. To su: *bijeg od stvarnosti, navika, učenje o društvu i uzbuđenje* (Greenberg i Woods, 1999: 250-251).[55] Druga grupa istraživanja (npr.: Ang, 1985; Livingstone, 1988, 1989; Katz i Liebes, 1990; Press, 1991; Seiter, Borchers, Kreutzner i Warth, 1991; Rubin i Perse 1987; Whetmore i Kielwasser, 1983) usmjerava se na produbljivanje i proširivanje temeljnih uvida o prirodi odnosa gledatelja i sapunskih opera.[56] Analizira se percepcija sapunskih opera kao 'realističnih' (npr.: Ang, 1985), priroda odnosa prema protagonistima priča (npr.: Livingstone, 1989; vidi i: 1990), aspekti involviranosti gledatelja (npr.: Katz i Liebes, 1990 [vidi i: Liebes i Katz, 1990]; Seiter i sur., 1991), pa i seksualni sadržaji kao istaknuti motiv gledanja sapunskih opera (Greenberg i Woods, 1999). Ponekad takva razmatranja pružaju širi komunikološki kritički uvid u recepciju ove žanrovske skupine (npr.: Gripsud, 1995).

Različiti žanrovi filmova i serija mogu izazvati različit stupanj involviranosti publike (usp.: Bartsch i Oliver 2011). Sapunska opera izaziva *visoku angažiranost*. Već analize koje provode Rubin i Perse (1987) utvrđuju snažnu orijentaciju ka afektivnoj, kognitivnoj i bihevioralnoj involviranosti u priču sapunica (Rubin i Perse 1987: 262). Rubin i Perse zaključuju i da motivi gledanja sapunica imaju sličnosti s motivima čitanja ljubavnih romana koje je proučavala Janice

[55] Medijski teoretičar Ronald J. Compesi (1980) kao primarno zadovoljenje televizijskim sapunskim operama izdvaja potragu za životnim savjetima. Greenberg, Neuendorf, Buerkel-Rothfuss i Henderson (1982: 530) kao primarne motive izdvajaju uzbuđenje, opuštanje, utrošak vremena i družbeništvo, a kao osnovni motiv pasioniranih gledatelja: sapunsku operu kao izvor informacija o tome kako izlaziti na kraj s životnim problemima. Alan M. Rubin (1985) provodi istraživanje na studentima i izdvaja četiri složena faktora: (a) orijentaciju odnosno intencionalno istraživanje stvarnosti; (b) određene taktike izbjegavanja (eng.: *avoidance*) stvarnih problema odnosno eskapizam, oslobađanje napetosti i utrošak vremena; (c) odvraćanje pozornosti ili potragu za zabavom, razonodom i opuštanjem; (d) socijalnu korist odnosno želju za društvenom interakcijom. Druga istraživanja provedena 1980-ih na studentima proširuju ovaj skup motiva na naviku, voajerizam i stjecanje društvenog statusa u određenoj skupini (Carveth i Alexander, 1985; Lemish, 1985; Perse, 1986; Perse i Rubin, 1988; Babrow, 1987, 1989, 1990).

[56] Jedno od takvih istraživanja je i etnografsko istraživanje socijalne psihologinje i komunikologinje Sonie M. Livingstone (1988) koje rezultira širim pregledom motiva opće populacije za gledanje sapunskih opera. To je istraživanje i nama bilo temelj za formiranje upitnika o motivima gledanja turskih telenovela.

Radway (1991). Ova autorica dolazi do uvida da žene čitaju ljubavne romane: (a) da pobjegnu od dnevne rutine i imaju 'vrijeme za sebe', (b) jer misle da su seksualni sadržaji privlačni, (c) jer osjećaju da su nešto naučile, (d) jer smatraju da su prikazi radnje i karakteri realistični i (e) jer su duboko involvirane u živote svojih heroina. No, za razliku od čitanja ljubavnog romana, gledanje sapunske opere svakodnevni je ritual je koji se proteže mjesecima ili godinama, što kreira naviku i produbljuje parasocijalne kontakte. „Nakon nekog vremena, likovi postaju stvarni ljudi i mi smo zabrinuti za njihovu dobrobit baš kao što smo zabrinuti za naše prijatelje i kolege“ (Livingstone, 1990: 58). McQuail i suradnici (1972) podcrtavaju važnost uspostavljanja parasocijalnih kontakata za ostvarenje užitka u sapunskoj operi jer ti kontakti kreiraju osjećaj družbeništva (eng.: *companionship*) i gledatelju služe u promišljanjima o osobnom identitetu.[57]

Različiti će se žanrovi usmjeravati na različite segmente društvene stvarnosti, a sudjelovat će i u kreiranju različitih ideja o svijetu, osobito kod pasioniranih ljubitelja žanra (Cohen i Weimann, 2000). Nalazi istraživanja Elihua Katza i komunikologinje Tamar Liebes (1990), sugeriraju da razlozi popularnosti sapunske opere upravo leže u tome što je gledatelji koriste kao *'forum' za razmišljanje o svom identitetu*. Sapunska opera dominantno je ženski sadržaj, usmjeren na osobnu sferu (Lemish, 1985; Rubin, 1985) na način da je svijet kojeg kreira iskrivljen u odnosu na stvarnost (Perse, 1986: 176; vidi šire: Cantor i Pingree, 1983; Cassata i Skill, 1983). Komunikolozi Rodney Carveth i Alison Alexander (2009) sugeriraju to da će upravo oni koji *dugo i često* gledaju sapunske opere, biti *osjetljiviji na poruke* ovih narativa. Vezano za kreiranje slike svijeta, istraživanja sugeriraju da je gledanje sapunskih opera kod pasioniranih gledatelja povezano sa smanjenjem povjerenja u druge, dok primjerice gledanje komedija ima suprotne efekte (Cohen i Weimann, 2000: 108, 111; za primjer vidi: *Knjaz kod vatrenih,* epizoda *Borna Sosa* (HRT, 2022; pregledaj na: *Knjaz TV*, 5:51-8:42). Istraživanja sugeriraju da produljeno izlaganje sapunskim operama ne osnažuje samo *povezanost* s likovima nego i *polarizaciju* sklonosti prema njima vezano za prosudbu njihove moralne ispravnosti, što osnažuje emocionalnu reakciju i užitak gledatelja kao 'moralnog monitora' (Tamborini, Weber, Eden, David Bowman i Grizzard, 2010). Gledatelj sapunske opere konstituiran je kao neka vrsta „savršene majke“, osobe koja posjeduje veću mudrost od svih protagonista (Modleski, 1979: 30-31).

[57] Osim odraslih sapunske opere gledaju i djeca te mlađi tinejdžeri. Te serije strukturiraju njihov svakodnevni život, kreirajući i teme razgovora s vršnjacima (Götz, 2004: 67-69). Služe im kao zabava, izvor informacija i savjetnik, te dopunjuju ili prikrivaju ono što nedostaje u njihovim vlastitim životima (Götz, 2004: 69-73).

Sapunske opere su narativno redundantne te usmjerene na dijalog i međusobne odnose, a ne na sâm razvoj radnje (vidi: 10.4.). Za razliku od drugih žanrova gledatelji u sapunskoj operi kao ključno ne postavljaju pitanje „Što će se dogoditi?“, nego: „Kakva je to osoba?“ (Brunsdon, 1981: 36). Dugotrajno ritmično emitiranje ovako „porozne“ (Martín-Barbero, 1993: 132) priče temeljene na dijalogu, dovodi do toga da se drama, emocije i intriga koje se odvijaju u obiteljskim ili drugim zajednicama unutar svijeta priče gledatelju doimaju kao da se pojavljuju u istom ritmu kao i njegov svakodnevni život (McCarty, 2008: 60-61; vidi: C. Geraghty, 1981; Martín-Barbero, 1993: 131). A upravo takav suživot sa sapunskom operom kod gledatelja osnažuje subjektivni dojam realizma priče (Gledhill, 1992: 113-114) i jedan je od razloga popularnosti tih serija (usp.: C. Geraghty, 1981: 10-12; Martín-Barbero, 1993: 132). Drugi razlog realističnog dojma kojeg ostavljaju na gledatelje unatoč tome što je njihova narativna logika u osnovi nesvodiva na konvencionalne oblike socijalne i psihološke motivacije (usp.: Neale, 1986: 7) pa ne djeluju 'stvarno' (Ang, 1985: 43-41) – fenomen je kojeg teoretičarka kulture Ien Ang (1985: 41-50) naziva *emocionalnim realizmom*. Ova autorica ustanovljuje da gledatelji sapunskih opera, unatoč njihovoj nerealističnosti na denotativnoj ravni – u njima na konotativnoj ravni subjektivno 'prepoznaju' „istinu života“ (Ang, 1985: 44). Gledatelji sapunsku operu kao realističnu doživljavaju na emocionalnoj ravni; oni smatraju da u njoj mogu prepoznati subjektivno emocionalno iskustvo svijeta i simboličku reprezentaciju općih životnih iskustava (Ang, 1985: 44-45). Pri tome izvanjska nerealističnost ne ometa ovu psihološku stvarnosnost sapunske opere (Ang, 1985: 47). Upravo suprotno, stilizacija stvarnosti doprinosi užitku u priči čineći je atraktivnijom svojim gledateljima pa Ang (1985: 50) smatra da se ukupni užitak u sapunskoj operi ostvaruje u prostoru kojeg kreiraju tenzije između fikcionalnog i stvarnog, između identifikacije s fikcionalnim svijetom i distanciranja od njega. K tome, više nego bilo koja druga televizijska fikcija, sapunska opera potiče da se užitak gledanja proširi na užitak razgovora o viđenome (Allen, 1995b: 4). Takvi su razgovori važan aspekt njene privlačnosti (Giles, 2003: 256; vidi i: Rubin i Perse 1987). Medijska i kulturna teoretičarka Dorothy Hobson (1991) dokumentira užitke u raspravama o sapunskim operama: što se dogodilo, što bi se moglo dogoditi, kakve bi posljedice ono što se dogodilo moglo imati na zamršeni skup odnosa u seriji i slično. Upravo je svakodnevni razgovor o likovima i događajima u sapunskoj operi kontekst u kojemu se još snažnije formiraju parasocijalni kontakti i u kojem tvorevine fikcije dodatno oživljavaju, povezujući se sa stvarnim iskustvima i ukupnom slikom svijeta gledatelja (Giles, 2003: 256).

7. CILJEVI ISTRAŽIVANJA I HIPOTEZE

Istraživački problem od kojega se polazi u radu odnosi se na to da se gledatelji serija razlikuju u svojim kulturnim ukusima. No, ti se ukusi oblikuju u okviru određenog medijskog sustava, u dodiru s konkretnim medijima i žanrovima o kojima publika akumulira znanje i stavove. Domaći se televizijski medijski sustav u prvim dvjema dekadama 21. stoljeća stubokom mijenja pa se u radu istražuje jesu li se i u kojem smjeru u segmentu serija te tektonske promjene televizije reflektirale na promjene ukusa publike različitih sociokulturnih odlika. Predmet glavnog istraživanja su promjene vezane za popularne serije i njihovu publiku na zemaljskim kanalima nacionalnog dosega u Hrvatskoj. Da bi se obuhvatio ukupni proces promjena medijskog sustava, analizira se period od 2003. do 2018. godine. Cilj je istražiti trendove povezane s popularnim televizijskim serijama emitiranima na linearnim zemaljskim televizijskim kanalima u Hrvatskoj: (a) u smislu žanrovske pripadnosti tih serija, (b) u smislu obrazovne strukture njihove publike i (c) u smislu pripadnosti zemlje porijekla tih serija zapadnom svijetu. Temeljem teorijskih uvida strukturirane su tri hipoteze (H1, H2, H3).

Nakon što su prvi preliminarni rezultati glavnog istraživanja ukazali na dominaciju turskih telenovela u drugoj dekadi 21. stoljeća u Hrvatskoj, provodimo i pomoćno istraživanje svrha kojega je dublje razumijevanje rezultata glavnog istraživanja. Predmet istraživanja su sociokulturne odlike i ukusi gledatelja serija, njihovi motivi gledanja određenog žanra i percepcija pripadnosti određenog korpusa serija nekom žanru. Tri su glavna cilja istraživanja.

(a) Prvi je cilj bila usporedba triju sociokulturnih odlika (kulturni angažman; medijski ukus; kulturna bliskost s Turskom) kod dviju skupina odrasle hrvatske televizijske publike: gledatelja turskih telenovela i negledatelja turskih telenovela. Željeli smo usporediti ove dvije skupine gledatelja u tri dimenzije: (1.) u dimenziji kulturne bliskosti s Turskom u segmentu vrijednosne bliskosti (prema: Iwabuchi, 2002; Rohn, 2011; Straubhaar, 2007), (2.) u dimenziji odlika njihovog kulturnog kapitala povezanih sa znanjem stranih jezika i ukusima u kulturnoj potrošnji (prema: Bourdieu, 1984; Peterson i Kern, 1996; Prieur i Savage, 2013), te (3.) u dimenziji njihova ukusa vezano za druge televizijske žanrove, klasificirane prema kulturnom statusu i povezanosti s kulturnim kapitalom gledatelja (prema: Bennett, 2006; Jontes, 2012; Krolo i sur. 2020). Temeljem teorijskih uvida strukturirane su H4, H5 i H6.

(b) Drugi je cilj bila usporedba percepcije žanrovske pripadnosti turskih telenovela (prema: Altman, 1989, 1999; Ellis, 1992; Neale, 1980, 2005a; Seiter, Borchers, Kreutzner i Warth, 1991) kod ove dvije skupine gledatelja. Temeljem teorijskih uvida strukturirana je H7.

(c) Treći je cilj bio istražiti istaknute razloge gledanja turskih telenovela kod gledatelja turskih telenovela (prema: Livingstone, 1988).

Hipoteze ukupnog istraživanja strukturirane su na ovaj način:

Hipoteza 1 (H1): Došlo je do promjena u produkcijskom porijeklu popularnih TV serija na način da su zemlje Zapada izgubile primat, a preuzela ga je Turska.

Hipoteza 2 (H2): Došlo do promjena u žanrovskoj distribuciji popularnih TV serija na način da je raznovrsnost žanrova ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru.

Hipoteza 3 (H3): Došlo do promjene strukture gledatelja popularnih TV serija u smislu odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja.

Hipoteza 4 (H4): Postoje statistički značajne razlike u percepciji kulturne bliskosti s Turskom u segmentu vrijednosne bliskosti između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji Tursku percipirati kulturno bliskijom od negledatelja.

Hipoteza 5 (H5): Postoje statistički značajne razlike u kulturnom angažmanu između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji iskazivati niži kulturni angažman od negledatelja.

Hipoteza 6 (H6): Postoje statistički značajne razlike u televizijskim žanrovskim preferencijama između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će žanrove niskog kulturnog statusa gledatelji više voljeti od negledatelja.

Hipoteza 7 (H7): Postoje statistički značajne razlike u percepciji žanrovske pripadnosti turskih telenovela između gledatelja i negledatelja turskih telenovela.

8. METODA, TIJEK ISTRAŽIVANJA I OPERATIVNA ODREĐENJA

8.1. Glavno istraživanje

Naše je glavno istraživanje dijakronijsko i retrospektivno. Teoretičar medija Arthur Asa Berger (2011: 17-18) napominje da unutar medijskih istraživanja dijakronijska istraživanja pripadaju istraživanjima temeljno povijesne orijentacije, za razliku od sinkronijskih istraživanja koja su temeljno poredbeno usmjerena. U glavnom istraživanju primjenjujemo kombinirani kvantitativni i kvalitativni metodološki pristup (usp.: Berger, 2011: 22-23, 25; Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić i Pološki Vokić, 2010: 16-19, 22-23). „Između kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja postoji čvrsta interakcijska sprega, jer se ona međusobno isprepliću, nadopunjavaju“, a pri tome „kvantitativna istraživanja nastoje odgovoriti na pitanje: koliko?“ (Zelenika, 2000: 151). U našem je istraživanju riječ o kvantitativnom sekundarnom 'desk' istraživanju koje se sastoji od deskriptivne statističke analize longitudinalnih primarnih podataka makro-razine (usp.: Tkalac Verčić i sur., 2010). Primarni podatci o gledanostima serija prikupljeni su u petnaestogodišnjem periodu od 2003. do 2018. godine u sklopu longitudinalnog dnevnog istraživanja gledanosti linearnog televizijskog programa u Hrvatskoj od strane agencije Nielsen putem uređaja *peoplemetera*. Ispitivani uzorak „reprezentativno predstavlja strukturu hrvatske televizijske populacije s obzirom na demografske, geografske i tehničke karakteristike, te svi parametri odgovaraju parametrima populacije dobivenim popisom stanovništva“ (Roller, 2014: 153-154). Stoga se dobiveni rezultati mogu generalizirati. Mjerenja gledanosti TV programa putem *peoplemetra* provode se u oko 80 zemalja (Bourdon i Méadel, 2020: 121). Nielsen je međunarodna kompanija koja prednjači u ovom načinu istraživanja gledanosti. Mjerenja gledanosti putem *peoplemetra* u svijetu provodi od 1975. godine (Bourdon i Méadel, 2020: 123), a u Hrvatskoj od 2003. godine. Iako ova metoda ima nedostatak u tome što će *peoplemetar* „bilježiti gledanje čak i onda kada je osoba prisutna, ali ne obraća pozornost na televizijski program“ (Pavić i Šundalić, 2021: 315), globalno se koristi u industrijskim, marketinškim i akademskim istraživanjima. Akademska uporaba podataka o gledanostima prikupljenih putem *peoplemetra* dugo je bila ograničena uglavnom na SAD, no osobito u istraživanjima ekonomije medija i upravljanja medijima te istraživanjima koje uspoređuju gledanosti na nacionalnoj i međunarodnoj razini, globalno raste broj znanstvenih analiza koje koriste podatke prikupljene putem *peoplemetra* (Bourdon i Méadel, 2020: 121; o mjerenjima gledanosti TV programa u okviru istraživanja publike vidi i: Webster, Pahalen i Lichty 2006). Nielsenovi primarni podatci o gledanostima televizijskog programa prikupljeni putem *peoplemetra* u koriste se u hrvatskoj akademskoj istraživačkoj praksi

za analize makro-razine (npr.: Peruško, 2009, 2011; Roller, 2014). U Prilogu 1 donosimo opsežnije podatke o metodi Nielsenovog primarnog istraživanja gledanosti TV programa u Hrvatskoj.

Kvalitativna se istraživanja bave utvrđivanjima svojstava, osobitosti, vrednota, relevantnih značajki ili obilježja pojava, predmeta ili odnosa (Zelenika, 2000: 151), odnosno ona pokušavaju što detaljnije opisati specifične situacije (Pavić i Šundalić, 2021: 76). U slučaju našeg glavnog istraživanja kvantitativno istraživanje dopunjeno je kvalitativnim pristupom: (a) pri žanrovskom određenju svih naslova izdvojenih kvantitativnim analizom; (b) pri sintezi relevantnih značajki pojedinih žanrova i žanrovskih skupina kojima pripadaju naslovi izdvojeni kvantitativnim analizom. Na taj je način kreirana žanrovska matrica serija popularnih u Hrvatskoj tijekom ispitivanog petnaestogodišnjeg razdoblja. Matrica uključuje kvalitativni segment (sintezu osobina određenog žanra) i kvantitativni segment (podatke o popularnosti žanra i strukturi njegove publike). S obzirom na to da je cilj kvalitativne metode dubinski ispitati i razumjeti pojavu (Pavić i Šundalić, 2021: 74), Ratko Zelenika (2000: 151-152) napominje da se u kvalitativnim istraživanjima „rabe prije svega nekvantitativne metode (i tehnike)“. Mi smo primjenjivali induktivne i deduktivne postupke: postupke kvalitativne analize (kao raščlanjivanja kvalitativnih osobina) i sinteze (kao kreiranja jedinstvene cjeline od uzajamno povezanih dijelova), postupke apstrakcije (i kao odvajanje općeg, i kao odvajanje posebnog) i konkretizacije (i kao određivanje apstraktno-općeg u posebnom, i apstraktno-posebnog u općem), postupke generalizacije i specijalizacije te postupke dokazivanja i opovrgavanja, kompilacijske, deskriptivne i klasifikacijske postupke (vidi: Zelenika, 2000: 323-339). Naime, da bismo serije mogli žanrovski odrediti i grupirati valjalo je obaviti u osnovi deskriptivno i klasifikacijsko kvalitativno istraživanje. Ono obuhvaća analizu osobina pojedinih žanrova (svaki je žanr valjalo teorijski proučiti kao zasebnu 'studiju slučaja' analizirajući i sintetizirajući uvide iz akademskih izvora), a potom obuhvaća određivanje pripadnosti konkretnih serija određenom žanru te izradu žanrovske matrice kao cjelovitog prikaza žanrova serija popularnih u Hrvatskoj u prvim dekadama 21. stoljeća. Pri žanrovskoj analizi konkretnih serija služili smo se sekundarnim izvorima, a ne analizom teksta samih serija kao primarnih izvora (usp.: Mittell, 2004). Već i primarno Nielsenovo istraživanje serije dijeli u žanrovske razrede. Međutim, pri prvom pregledu Nielsenovog žanrovskog određenja serija utvrdili smo da nslovima žanr nije uvijek određen sukladno teoriji TV žanra. Stoga je bilo neophodno sukladno teoriji TV žanra iznova odrediti žanrovsku pripadnost istraživanih serija.

8.1.2. Dizajn kvantitativnog segmenta glavnog istraživanja

Obrađivani su podaci za populaciju stariju od 18 godina, a korišten je računalni program za proračunske tablice Microsoft Excel. Računate su frekvencije i aritmetičke sredine. U istraživanju nisu analizirane kalendarske godine nego su sukladno televizijskoj industrijskoj praksi godine operativno uobličene u televizijske sezone, i to od sezone 2003/2004 do sezone 2017/2018. Sukladno praksi u televizijskoj industriji odredili smo da svaka sezona započinje 1. rujna i završava 31. kolovoza iduće godine. Statistički su zasebno analizirani i potom uspoređivani podatci za krovni uzorak odrasle opće populacije (*Total*), za uzorak sa završenim osnovnoškolskim obrazovanjem i bez (*OŠ i bez*), za uzorak sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem (*SSS*), za uzorak sa završenim višim i visokim obrazovanjem (*VŠS i VSS*), za uzorak žena (*Žene*), za uzorak muškaraca (*Muškarci*), za uzorak stanovništva koje živi u naseljima do 5 000 stanovnika (*Ruralni*), za uzorak stanovništva koje živi u naseljima od 5 000 stanovnika i većima (*Urbani*), za uzorak stanovništva u dobi od 18 do 30 godina (*18-30*), za uzorak stanovništva u dobi od 31 do 45 godina (*31-45*), za uzorak stanovništva u dobi od 46 do 60 godina (*46-60*) te za uzorak stanovnika starijih od 60 godina (*60+*).

Analizirane su *gledanosti* (rejtinzi) serija izražene mjerom prosječnog minutnog rejtinga (eng.: *Average Minute Rating*) koja označuje prosječnu gledanost pojedine serije u istraživanom uzorku kao apsolutnu vrijednost (AMR) ili postotak (AMR %). *Za svaki od uzoraka kao glavna mjera sagledavao se AMR % po naslovu*. Temeljem te mjere sačinjene su i rang ljestvice gledanosti. Pojednostavljeno rečeno, AMR % predstavlja postotak pripadnika mjerenog uzorka gledatelja koji su gledali određeni naslov. Kao pomoćna mjera analiziran je i AMR % po emitiranju (nastavku, epizodi). Ova je mjera korištena za dodatni izračun prosjeka gledanosti žanrova kod kojih dolazi do većih oscilacija u broju emitiranja po naslovu. Kao dodatna mjera analiziran je i SHR (eng.: *Share*) koji označava udio osoba koje su gledale određeni program u ukupnom broju gledatelja mjerenog uzorka koji su u tom trenutku pratili bilo koji od programa linearne televizije u Hrvatskoj (zemaljske programe i *Pay* TV kanale). Mjeren je SHR % po naslovu i SHR % po emitiranju.

Najprije su analizirane *gledanosti za krovni uzorak Total* (za opću odraslu populaciju), i to *za svaku sezonu zasebno*. Naslovi su rangirani prema visini postignutog AMR-a % i za daljnju analizu izdvojeno je *dvadeset naslova* po sezoni koji su ostvarili najviši AMR % u općoj populaciji starijoj od 18 godina. Ti naslovi su kreirali *temeljne ljestvice* naslova koje smo nazvali *Top 20.* Svakom od naslova temeljne ljestvice Top 20 pridruženi su podatci o zemlji proizvodnje i ostvarenim gledanostima u pojedinim istraživanim obrazovnim i drugim sociodemografskim uzorcima te o

broju nastavaka, a nakon kvalitativne analize, svakom od naslova određena je i žanrovska pripadnost. Izraz *naslov* operativno je definiran kao svaki naslov serije koja se pojavi u analiziranoj sezoni. To znači da se ista serija svake sezone iznova bilježi kao naslov, ukoliko je emitirana više sezona ili ako je nakon nekoliko sezona emitirana iznova. Kada je ista serija emitirana iste sezone od strane dvaju nakladnika, ona se bilježi kao jedan naslov (što je također bio slučaj – dva nakladnika u istoj sezoni emitirala su različite sezone iste serije).

Ukupno je izdvojeno 300 naslova koji su predstavljaju 20 najpopularnijih naslova po sezoni u općoj populaciji. U svrhu testiranja hipoteza ljestvica Top 20 podijeljena je u dvije uže ljestvice: *Top 10* i *Top 11-20*. Smatrali smo da uža ljestvica Top 10 značenjski preciznije odražava ideju 'popularnih serija' od šire ljestvice Top 20. Gledanosti naslova na ljestvici Top 11-20 osobito su u posljednjim analiziranim sezonama relativno niske. Primjerice u sezoni 2017/2018 gledanosti na toj ljestvici mogu biti i niže od 3.50 % AMR-a. Stoga smo smatrali da pripadnost serije ljestvici Top 10 preciznije značenjski odražava pojam popularne serije i *za testiranje hipoteza koristili smo podatke s ljestvice Top 10*. Za potrebe dodatnih analiza iz ljestvice Top 10 derivirane su i dvije uže ljestvice: ljestvica tri najgledanije serije sezone (*Top 3*) i ljestvica pet najgledanijih serija sezone (*Top 5*). Također, izdvojeni su i najgledaniji naslovi pojedine sezone (*Hit sezone*). Da bismo predočili i širu sliku prisutnosti pojedinih žanrova, dodatno smo analizirali i ljestvicu Top 11-20. Ljestvica je dodatno podijeljena na uže ljestvice Top 11-15 i Top 16-20. Naslovi s ljestvice Top 20 i njihove ostvarene gledanosti u istraživanim sociodemografskim skupinama tablično su (razvrstani po sezonama) prikazani u Prilogu 2.

Kao što smo prvoj iteraciji temeljem ostvarenog AMR-a % serija u općoj populaciji (Total) za svaku sezonu kreirali glavnu ljestvicu Top 20, tako smo u drugoj iteraciji ponovili istraživanje i za svaku sezonu kreirali tri dodatne ljestvice 20 najgledanijih naslova po sezoni. Riječ je o ljestvicama naslova *s najvećim ostvarenim AMR-om % u svakoj obrazovnoj skupini zasebno.* To su ljestvice: *Top 20 OŠ i bez* (iz nje derivirane: Top 10 OŠ i bez; Top 11-20 OŠ i bez i pripadajuće uže ljestvice); *Top 20 SSS* (iz nje derivirane: Top 10 SSS; Top 11-20 SSS i pripadajuće uže ljestvice); *Top 20 VŠS i VSS* (iz nje derivirane: Top 10 VŠS i VSS; Top 11-20 VŠS i VSS i pripadajuće uže ljestvice). Izdvojeni naslovi ljestvice Top 20 poslužili su za izradu *početne žanrovske matrice* serija popularnih u Hrvatskoj u istraživanom razdoblju. Naslovi s ljestvica 20 najpopularnijih naslova godišnje u pojedinoj obrazovnoj skupini korišteni su za proširenje početne žanrovske matrice i kreiranje *finalne matrice serija* popularnih u istraživanom periodu. Naslovi s ljestvica Top 20 OŠ i bez; Top 20 SSS; Top 20 VŠS i VSS te njihove gledanosti u matičnim obrazovnim skupinama (razvrstano po sezonama) tablično su prikazani u Prilogu 3.

Analizirani petnaestogodišnji period podijeljen je u *tri kraća petogodišnja perioda* da bi se mogle usporediti odlike svakog od tih perioda vezano za ukupne gledanosti serija, za njihovu zemlju proizvodnje, žanr, obrazovnu strukturu publike te broj emitiranih nastavaka određenog žanra (kao indikatora izloženosti gledatelja određenom tipu narativa). Tako su se osim godišnjih analizirale i petogodišnje frekvencije serija prema zemlji proizvodnje i žanru, te petogodišnji prosječni AMR % (dodatno i SHR %) u krovnom uzorku Total te u drugim već spomenutim uzorcima ispitanika. Nakon uvida u širi kontekst povezan sa emitiranjem serija (pojava novih žanrova na tržištu, pojava novih kanala, pojava novih zemalja proizvodnje, pojava nelinearnih kanala na zahtjev, odluke nakladnika o promjenama u pozicioniranju sapunskih opera unutar dnevnog rasporeda programa i slično [vidi: pogl. 3]), analizirani petnaestogodišnji period operativno smo podijelili na ova tri petogodišnja perioda:

(a) Prvi period, onaj od sezone 2003/2004 do sezone 2007/2008 nazvali smo *Staro doba*. Sezona 2003/2004 prva je sezona u kojoj Nielsen mjeri gledanosti TV programa u Hrvatskoj. U tom periodu završava era u kojoj linearnom zemaljskom televizijom dominira jedan televizijski nakladnik (HRT) i u kojoj se ne proizvode domaće sapunske opere, a inozemne se sapunske opere još uvijek ne emitiraju cijele godine u udarnim večernjim terminima. Staro doba obilježavaju tek prvi uspjesi novoosnovanih komercijalnih općih televizijskih kanala, dok inozemni nišni kanali zbog jezične barijere još uvijek ne privlače širu publiku serija.
(b) Period od sezone 2008/2009 do 2012/2013 nazvali smo *Doba promjene*. U tom periodu s jedne strane na općim zemaljskim komercijalnim linearnim kanalima započinje svakodnevno emitiranje domaćih i turskih telenovela u udarnim večernjim terminima. S druge strane inozemni nišni *Pay* TV kanali započinju s prevođenjem igranih serija i počinju privlačiti domaću publiku. Koncesije dobivaju i zemaljski nišni kanali domaćih nakladnika, usmjereni na inozemne serije.
(c) Period od sezone 2013/2014 do sezone 2017/2018 nazvali smo *Novo doba*. Taj period s jedne strane obilježava nastavak uspona telenovela na linearnim općim kanalima komercijalnih televizija. S druge strane obilježava ga intenziviranje globalne proizvodnje kompleksnijih serija sve češće ekskluzivno namijenjenih VoD bibliotekama sadržaja i polagano okretanje dijela publike tim serijama. U tom periodu dolazi i do proširenja ponude serija s prijevodom na hrvatski jezik na inozemnim nišnim *Pay* TV kanalima.

Operativno smo odredili da hipoteze testiramo tako da na ljestvici Top 10 usporedimo prvo petogodišnje razdoblje (Staro doba; 50 naslova) sa zadnjim petogodišnjim razdobljem (Novo doba; 50 naslova).

To znači da se H1 (*došlo je do promjena u porijeklu popularnih TV serija na način da su zemlje Zapada izgubile primat, a preuzela ga je Turska*) testira tako da se testira: (a) je li ukupno na razini perioda u Starom dobu više od 50 % naslova proizvedeno u zemljama Zapada (je li točno da je Zapad imao primat); (b) je li ukupno na razini perioda u Novom dobu više od 50 % naslova proizvedeno u Turskoj (je li točno da je Turska je preuzela primat).

H2 (*došlo do promjena u žanrovskoj distribuciji popularnih TV serija na način da je raznovrsnost žanrova ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru*) testira se tako da se testira: (a) je li točno da u Starom dobu nije istaknut niti jedan žanr kojemu bi ukupno na razini perioda pripadalo više od 50 % naslova (je li točno da je postojala raznovrsnost žanrova); (b) je li točno da u Novom dobu ukupno na razini perioda više od 50 % naslova pripada žanru telenovele (je li točno da je telenovela dominantni žanr).

H3 (*došlo do promjene strukture gledatelja popularnih TV serija u smislu odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja*) se testira tako da se testira je li ukupno na razini perioda postotak gledatelja serija uvrštenih na ljestvicu Top 10 u uzorku više i visoko obrazovane publike (AMR % VŠS i VSS) u Novom dobu dvostruko manji od onog u Starom dobu (došlo je do odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja) ili ne (nije došlo do odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja).

Pri analizi pripadnosti zemlje proizvodnje određene serije zapadnom svijetu, vodili smo se podjelom Samuela Huntingtona (2011: 27-30) na devet suvremenih civilizacija: zapadnu, latinoameričku, pravoslavnu, islamsku, kinesku, budističku, japansku, hindusku i afričku. Zemljama Zapada prema toj podjeli pripadaju europske i sjevernoameričke zemlje te Australija i Novi Zeland. Iako napominje da granice civilizacija nikako ne mogu biti oštre, Huntington (2011) okvirno određuje da je granica Europe kao dijela zapadnog svijeta ondje gdje završava zapadno kršćanstvo te počinju pravoslavlje i islam. Hrvatska je prema toj podjeli jedna od rubnih zemalja Zapada. Za potrebe istraživanja operativno smo ju sagledavali kao neutralnu u smislu pripadnosti ili nepripadnosti zapadnom svijetu. Ukoliko je serija koproducirana (producirana od strane više producenata iz raznih zemalja), kao zemlju proizvodnje bilježili smo zemlju glavnog producenta. Formirali smo tri glavne kategorije: *Hrvatska*; *Zapad; Ne-Zapad*. Kategorija Zapad raščlanjena je na tri potkategorije: *Europa; SAD; Kanada, Australija i Novi Zeland*. Kategorija Ne-Zapad raščlanjena je također na tri potkategorije: *Bivša Jugoslavija*; *Turska; Ne-Zapad ostali*. Potkategorija Bivša Jugoslavija podijeljena je na dvije mikrokategorije: *Bosna i Hercegovina; Srbija i Crna Gora*. To nam je omogućilo kreiranje i dviju dodatnih kombiniranih potkategorija: *Turska i bivša Jugoslavija; Turska i Bosna i Hercegovina*. U skupinu zemalja bivše Jugoslavije

ubrojene su Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Srbija jer tijekom istraživanog perioda nisu emitirane serije porijeklom iz drugih država koje su nekada bile u sastavu Jugoslavije. Tablica 1 donosi pregled kategorija.

Tablica 1. Kategorije serija s obzirom na zemlju proizvodnje

<table>
<tr><th colspan="6">Kategorije serija</th></tr>
<tr><th>Hrvatska</th><th colspan="3">Zapad</th><th colspan="2">Ne-Zapad</th></tr>
<tr><td></td><td>Europa</td><td>SAD</td><td>Kanada, Australija, Novi Zeland</td><td>Bivša Jugoslavija
▪ Bosna i Hercegovina
▪ Srbija i Crna Gora
▪ Turska i bivša Jugoslavija
▪ Turska i Bosna i Hercegovina</td><td>Turska</td><td>Ne-Zapad ostali</td></tr>
</table>

Da bismo kreirali i dodatnu ordinalnu mjernu ljestvicu koja služi za dodatne grube početne usporedbe postignutog AMR-a % serija, uveli smo *deset kategorija gledanosti* (deset vrijednosti) naslova s obzirom na njihov postignuti AMR %. Sve gledanosti iznad 35 % AMR-a obuhvaćale su jednu vrijednosnu kategoriju (kategorija 1). Gledanosti od 10 % AMR-a do 35 % AMR-a kategorizirali smo tako da raspon od 4.99 % AMR-a obuhvaća jednu vrijednosnu kategoriju (kategorije 2 do 6). Gledanosti niže od 10 % AMR-a kategorizirali smo tako da je jednu vrijednosnu kategoriju obuhvaćao raspon od 2.99 % AMR-a (kategorije nižih gledanosti bilo je potrebno prilagoditi jer bi u protivnom raspon unutar kategorije bio nerazmjeran visinama gledanosti koje obuhvaća; riječ je o kategorijama 7 do 10). Dodatna ordinalna ljestvica tako sadrži slijedeće vrijednosne kategorije gledanosti (KaG):

(a) 1. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 35 % AMR-a i više;
(b) 2. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 30 % do 34.99 % AMR-a;
(c) 3. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 25 % do 29.99 % AMRA;
(d) 4. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 20 % do 24.99 % AMR-a;
(e) 5. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 15 % do 19.99 % AMR-a;
(f) 6. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 10 % do 14.99 % AMR-a;
(g) 7. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 7 % do 9.99 % AMR-a;
(h) 8. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 5 % do 6.99 % AMR-a;
(i) 9. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 3 % do 4.99 % AMR-a;
(j) 10. KaG: serije koje su dosegle gledanosti od 0 % do 2.99 % AMR-a.

Podjele na kategorije gledanosti rabili smo u dodatnim analizama žanra situacijske komedije. Vezano za odnos stupnja obrazovanja i gledateljskih preferencija razmotrili smo gledanosti *sitcoma* izdvojenih na ljestvicu Top 10 u obrazovnim skupinama Total, OŠ i bez i VŠS i VSS. Da bismo dobili grubu orijentacijsku mjeru razlika u postignutim rejtinzima vezano za stupanj obrazovanja gledatelja, zanimale su nas razlike između skupina OŠ i bez i VŠS i VSS. Podijelili smo naslove na tri skupine razlike vezano za pripadnost nekoj od kategorija gledanosti (KaG): na one kod kojih ne postoji razlika u kategorijama gledanosti (= nema razlike), one kod kojih ta razlika iznosi jednu kategoriju (= razlika postoji) i one kod kojih ta razlika iznosi dvije kategorije i više (= razlika je znatna).

Na *Pay TV* kanalima serije ostvaruju daleko niže gledanosti po naslovu nego na zemaljskim kanalima (Nielsen, 2013) pa jedino analizom gledanosti zemaljskih kanala mogu biti izdvojene popularne serije linearne televizije. Kao zemaljski linearni kanali analizirani su: (a) opći kanali Hrvatske radiotelevizije: HTV1 i HTV2. Kanal HTV3 je izostavljen iz analize jer je riječ o kanalu specijaliziranom za kulturu izrazito niske gledanosti; (b) kanali Nove TV: opći kanal Nova TV i specijalizirani obiteljski kanal Doma, namijenjen prikazivanju igranih serija i filmova; (c) kanali RTL televizije: opći kanal RTL i specijalizirani kanal za zabavu RTL2, u večernjem terminu namijenjen prikazivanju igranih serija i filmova. RTL-ov specijalizirani zemaljski kanal Kockica je izostavljen jer je riječ o kanalu specijaliziranom za djecu. Nadalje, iako serije teoretski mogu biti strukturirane od najmanje dvije epizode, uspostava navike, tjedne ili dnevne vezanosti gledatelja za neki sadržaj jedno je od bitnih obilježja serijalnosti. Miniserije kao najkraće serijalne forme uobičajeno sadrže četiri do šest epizoda. Stoga su u istraživanje pojedine sezone uvršteni naslovi s minimalno četiri emitirana nastavka po sezoni. S obzirom na to da nakladnici u ljetnom periodu vrlo niskih gledanosti nerijetko repriziraju naslove već prikazivane tijekom gledanog dijela sezone, u proces analize nisu uvrštene serije koje su nakladnici *deklarirali* kao reprize (uključujući i takozvani *2nd run* odnosno prvu reprizu). No, to ne znači da su analizirana isključivo prva emitiranja određenog naslova od strane istog nakladnika. Naime, tijekom istraživanog perioda definicije premijernog emitiranja u Hrvatskoj su se mijenjale i bile su vrlo fleksibilne (nakon nekoliko sezona pauze serija se nije morala deklarirati kao repriza i slično).[58] Analizirane su *prime time* serije odnosno one emitirane u večernjem terminu kao odsječku dana s najvećim gledanostima; operativno su kao *prime time* serije određene serije emitirane od od 19:00 do 22:30

[58] Tek 2022. godine Vijeće za elektroničke medije (VEM) objavljuje Pravilnik o kriterijima određivanja i označavanja repriznih emisija, kojim se premijera određuje kao „prvo, izvorno emitiranje emisije, odnosno audiovizualnog ili radijskog djela koje prije nije bilo emitirano na televiziji ili radiju od strane pružatelja medijske usluge sa sjedištem u Republici Hrvatskoj“ (VEM, 2022: čl. 2).

sati (usp.: Ministarstvo kulture i medija RH, 2022). Zbog nejednakih trajanja serija i njihovog nejednakog početka emitiranja neminovno su u ovu skupinu uvrštene i serije koje ponekad svojim trajanjem manjim dijelom prelaze i u susjedne odsječke dana. Značenjski uži izraz od izraza *prime time*, izraz *udarni večernji termin* rabimo za najgledaniji period večeri *nakon* glavne večernje informativne emisije, otprilike od 20:00 do 22:00 sata.

8.1.3. Dizajn kvalitativnog segmenta glavnog istraživanja

U postupku žanrovskog određenja serija, izrade žanrovske matrice i sinteze osnovnih osobitosti pojedinih žanrova i žanrovskih skupina korišteni su sekundarni izvori. Postupak je podijeljen na dvije glavne iteracije, a u obje je klasifikacija obavljana induktivno-deduktivno. Pri analizi i sintezi odlika pojedinih žanrova i žanrovskih skupina konzultirana je znanstvena literatura. Pri određivanju žanrovske pripadnosti serija nije korištena metoda analize teksta, nego su konzultirani prvenstveno znanstveni, a potom stručni radovi te industrijski i medijski izvori (usp.: Mittell, 2004). Tako su primjerice učinili i politolozi i komunikolozi Liesbet van Zoonen i Dominic Wring (2012) u analizi britanskih političkih serija u periodu od 1965. do 2009. godine. Zapadna znanstvena produkcija i produkcija enciklopedijskih djela s temom televizijskih i filmskih igranih žanrova od strane akademske zajednice vrlo je bogata. Brojni žanrovi su teorijski obrađeni, a konkretne serije žanrovski opisane. Osim znanstvenih radova kao glavnih sekundarnih izvora, pri žanrovskom određenju serija konzultirani su televizijski leksikoni i enciklopedije u izradi kojih sudjeluju akademski istraživači te leksikografska izdanja televizijskih nakladnika. Dodatno su konzultirani i industrijski ili medijski izvori koji donose informacije o temama, zapletima, karakterima, broju epizoda, mizansceni i sličnim elementima proučavanih serija. Dvije su vrste takvih izvora: mrežne stranice proizvođača i distributera serija te digitalizirani časopisi i mrežni portali specijalizirani za filmove i serije ili za TV program.

Prva je iteracija podijeljena u dva dijela. (a) Prvi je dio obuhvatio proučavanje znanstvene literature koja se odnosi na teorijske pristupe definiranju i podjeli žanrova (vidi: pogl. 5). Drugi je dio obuhvatio prvi pregled i grubo žanrovsko grupiranje naslova izdvojenih kvantitativnom analizom. Odabran je model klasifikacije britanskog teoretičara TV žanra Glena Creebera i njegovih suradnika. Početkom 2000-ih šira skupina zapadnih teoretičara TV žanra okupljenih oko Creebera započinje kontinuirani projekt izdavanja i periodičke dopune zbirke kratkih akademskih radova o popularnim televizijskim fikcionalnim i faktografskim žanrovima *The Television Genre Book*, a do sada su objavljena tri izmijenjena i dopunjena izdanja (Creeber, 2001, 2008c, 2015d). Zbirka osim pregleda glavnih fikcionalnih i faktografskih žanrova i žanrovskih skupina, donosi i niz

kratkih osvrta na serije koje reprezentiraju pojedine žanrove. Sukladno Creeberovoj (2001, 2008c, 2015d) podjeli televizijske fikcije na žanrovske skupine, u prvoj smo iteraciji odredili i tri glavne skupine žanrova: *sapunsku operu*, *komediju* i *dramu*. Druga je iteracija također bila podijeljena na dva dijela. (a) Prvi je dio uključivao analizu znanstvenih uvida u razvoj i specifičnosti svakog od žanrova uočenih pri prvoj gruboj klasifikaciji. Za svaki je žanr konzultiran novi korpus znanstvene literature. Pritom su rađene ekstenzivnije bilješke o svakom od istraživanih žanrova. Tijekom tog dijela istraživanja korigirana je i dopunjena početna žanrovska klasifikacija naslova izdvojenih kvantitativnom analizom, što je uključivalo i analizu znanstvenih uvida u razvoj i specifičnosti svakog od 'novopridošlih' žanrova. (b) Drugi je dio uključivao sintezu odlika žanrova uvrštenih u matricu te provjeru provedene žanrovske klasifikacije i ispravljanje eventualnih pogrešaka.

8.2. Pomoćno istraživanje

Pomoćno je istraživanje jednokratno primarno sinkronijsko istraživanje, temeljno poredbeno usmjereno (usp.: Berger, 2011: 17-18). Riječ je o kvantitativnom istraživanju gledatelja televizijskih serija u Hrvatskoj putem anketnog upitnika. Metodološki gledano ono polazi od premise da je publika dovoljno svjesna svojih želja, potreba i preferencija da može o njima izvijestiti pa se samoprocjene publike smatraju pouzdanima (usp.: Katz, Blumler i Gurevitch, 1973: 510-511). Anketa je najčešće korištena tehnika prikupljanja podataka u društvenim istraživanjima (Tkalac Verčić i sur., 2010: 103), a mi smo je koristili za opisne i poredbene analize kojima smo željeli steći dublji uvid u fenomene povezane s glavnim istraživanjem.

8.2.1. Sudionici i tijek istraživanja

Istraživanje smo 2021. godine proveli među građanima Hrvatske starijima od 18 godina distribuirajući anketni upitnik putem društvene mreže Facebook. Zamolili smo građane da anketu proslijede dalje, uz sugestiju da uz njihovu pomoć upitnik ispune i njihovi bližnji koji vole serije, a nisu vješti u ispunjavanju digitalnih anketa. Pristup odabiru prigodnog uzorka ima odlike metode grude snijega. Patrick Biernacki i Dan Waldorf (1981: 141) ističu da je ova metoda uzorkovanja pogodna u situacijama koje zahtijevaju takozvano 'insajdersko' poznavanje i lociranje osoba koje su pogodne za sudjelovanje u istraživanju, poput ljubitelja nekih određenih sadržaja i žanrova. Ankete provedene putem Interneta rezultiraju niskom vjerojatnošću iskrivljavanja ili kontaminacije odgovora te davanja socijalno poželjnih odgovora jer ispitanik nije u kontaktu niti s ispitivačem, niti s drugim sudionicima istraživanja (Tkalac Verčić i sur., 2010: 104). Društvena mreža Facebook, ponajviše stoga što su njeni korisnici povezani s osobama sličnih interesa i karakteristika, može poslužiti kao izvrstan alat uzorkovanja populacije koju je teže naći

tradicionalnim metodama (Brickman-Bhutta, 2009). Stoga uzorkovanje metodom grude snijega putem Facebooka može biti izuzetno dobar nadomjestak za prikupljanje podataka znatno skupljim metodama (Baltar i Brunet, 2012). Na našu je anketu odgovorilo 1208 ispitanika. Zbog nedostajućih odgovora ili neispravnog popunjavanja upitnika u obradu je uključeno 1185 sudionika, podijeljenih u dvije skupine temeljem pitanja „Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?“. Gledatelja turskih telenovela bilo je 316, a negledatelja 869. Većinu uzorka sačinjavaju žene, a među negledateljima čak 71.2 % ispitanika je srednje dobi. U obje skupine udio osoba s osnovnoškolskim obrazovanjem i studenata manji je od 10 %. Dok u skupini gledatelja turskih telenovela obrazovne polarizacije nisu izražene, one su primjetne u skupini negledatelja. U potonjoj je skupini izrazito mali udio ispitanika s osnovnoškolskim obrazovanjem (0.6 % vs. gledatelji turskih telenovela: 6.3 %), a mali je i udio ispitanika sa završenom trogodišnjom strukovnom školom (3.2 % vs. gledatelji turskih telenovela: 25.0 %). S druge strane, značajan je udio ispitanika s fakultetskim obrazovanjem (50.1 % vs. gledatelji turskih telenovela: 22.2 %). Tablica 2 donosi podatke o demografskom sastavu uzorka.

Tablica 2. Demografski sastav uzroka (N = 1185)

	Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?			
	Da (n = 316)		Ne (n = 869)	
	n	%	n	%
Spol				
Muškarci	29	9.3%	198	22.8%
Žene	279	89.7%	664	76.6%
Ne žele se izjasniti	3	1.0%	5	0.6%
Dob				
18 do 35	90	28.5%	153	17.6%
36 do 59	142	44.9%	617	71.2%
60 i više	84	26.6%	97	11.2%
Obrazovanje				
Osnovna škola	20	6.3%	5	0.6%
Srednja jednogodišnja, dvogodišnja ili trogodišnja strukovna škola	79	25.0%	28	3.2%

Srednja četverogodišnja ili petogodišnja strukovna škola; gimnazija	91	28.8%	264	30.5%
Student	22	7.0%	36	4.2%
Viša škola; kratki stručni studij; preddiplomski studij; specijalistički diplomski stručni studij	34	10.8%	99	11.4%
Fakultet; akademija; sveučilišni diplomski i poslijediplomski studij	70	22.2%	433	50.1%

8.2.2. Dizajn istraživanja, mjerni instrumenti i operativna određenja

Statistička obrada podataka provedena je u programu SPSS, verzija 28.0 (2021, IBM Corp.). Da bismo testirali postoje li razlike u vrijednosnoj kulturnoj bliskosti s Turskom između gledatelja i negledatelja turskih telenovela (H4), analizirana je ljestvica od osam izjava. Prve četiri izjave odnosile su se na percepciju *sličnosti* (Iwabuchi, 2002: 133-135) s turskom kulturom u smislu bliskosti mentaliteta, osobnih vrijednosti i preokupacija te odnosa u društvu, kao indikatora vrijednosne kulturne bliskosti (Iwabuchi, 2002; La Pastina i Straubhaar, 2005; Rohn, 2011; Straubhaar, 2007). Formirane su izjave: (1) „Blizak mi je mentalitet ljudi u Turskoj (sličan je našemu).“; (2) „Bliski su mi odnosi u društvu u Turskoj (slični su našima).“; (3) „Ljudi u Hrvatskoj i Turskoj dijele iste preokupacije.“; (4) „Ljudi u Hrvatskoj i Turskoj dijele iste vrijednosti.“. Ovakva vrijednosna kulturna rezonancija povezana je s percepcijom *privlačnosti* (Iwabuchi, 2002: 133-135). Stoga su se druge četiri izjave odnosile na subjektivnu procjenu privlačnosti Turske. Privlačnost određene zemlje (osim u privlačnosti investiranja) ogleda u tome žele li ljudi tamo živjeti, trajno se ili privremeno preseliti u tu zemlju ili ju posjetiti (Kotler, Haider i Rein, 1993). Formirane su stoga izjave: (5) „Mislim da bih se lako prilagodio/prilagodila na život u Turskoj.“; (6) „Mislim da je Turska privlačna zemlja.“; (7) „Rado bih posjetio/posjetila Tursku.“; (8) „Rado bih živio/živjela neko vrijeme u Turskoj.“.

Slaganje s izjavama mjereno je petostupanjskom Likertovom ljestvicom. Kao mjeru istaknute vrijednosne kulturne bliskosti odredili smo vrijednosti veće od 3. Faktorskom analizom ljestvice metodom glavnih osi uz oblimin rotaciju ekstrahirana su dva faktora, svaki od po četiri čestice. Dobiveni su faktori *Bliskost turske kulture* i *Privlačnost Turske* (χ^2_{Bartlett} (36) = 4260.21, $p < .001$, KMO = .843) kojima je objašnjeno 57.9 % varijance u manifestnim varijablama. Unutarnja konzistencija zadovoljavajuća je i za faktor Bliskosti turske kulture ($\alpha = .85$) i za faktor Privlačnost Turske ($\alpha = .82$). Rezultati faktorske analize prikazani su u Tablici 3.

Tablica 3. Rezultati faktorske analize ljestvice bliskosti turske kulture i privlačnosti Turske s oblimin rotacijom (r_{F1-F2} = 0.546)

Čestica	F1	F2	h^2	Δα
2.	**0.82**	0.01	0.68	0.79
3.	**0.78**	-0.05	0.57	0.81
1.	**0.74**	0.11	0.64	0.81
4.	**0.71**	-0.02	0.49	0.83
6.	0.00	**0.80**	0.63	0.76
7.	-0.10	**0.76**	0.50	0.80
8.	0.18	**0.63**	0.55	0.74
5.	0.37	**0.49**	0.57	0.75
λ	3.79	0.85		
%	47.34%	10.64%		
α	0.85	0.82		

Legenda: λ – karakteristični korijen, % - postotak objašnjene varijance, α – Cronbachov alpha, Δα –promjena u Cronbachovom alphi ako se izbriše čestica; odnosi se samo na čestice pojedine podljestvice. Deblje su otisnuta zasićenja veća od 0.4. Linijama su odvojene čestice koje pripadaju u istu podljestvicu. Zasićenja faktora odnose se na matricu uzorka. Broj čestice odgovara ranije navedenom rednom broju pitanja.

Da bismo testirali postoje li razlike u kulturnom angažmanu između gledatelja i negledatelja turskih telenovela (H5), formirali smo ljestvicu od devet pitanja vezanih za kulturni angažman: posjedovanje, konzumiranje ili afinitete prema kulturnim proizvodima višeg i visokog legitimiteta (usp.: Bennett i sur., 2009: 266-270) te pitanje o znanju stranih jezika (usp.: Krolo i sur., 2020). Riječ je o pitanjima: (1) „Koliko često godišnje idete u kazalište (kad nema korone)?“; (2) „Koliko često godišnje idete u muzeje (kad nema korone)?“; (3) „Koliko volite klasični balet, operu ili klasičnu glazbu?“; (4) „Imate li kućnu biblioteku (ne računajte kuharice, priručnike za vrtlarenje ili druge slične praktične priručnike)?“; (5) „Koliko volite orkestralnu, zborsku ili jazz glazbu?“; (6) „Koliko ste knjiga pročitali u zadnjih godinu dana (ne računaju se priručnici, kuharice i slično)?“; (7) „Na koliko stranih jezika u originalu možete pratiti filmove i serije ili čitati knjige?“; (8) „Koliko često godišnje idete u kino (kad nema korone)?“; (9) „Volite li u stanu/kući imati moderne umjetničke slike ili dizajnerske predmete?“. Faktorska analiza ljestvice metodom glavnih osi rezultirala je jednim faktorom od osam čestica, operativno: *Kulturni angažman* ($\chi^2_{Bartlett}$ (36) = 4008.71, $p < .001$, KMO = .889) kojim je objašnjeno 46.9% varijance rezultata. Unutarnja pouzdanost zadovoljavajuće je visoka (α = .87). Sedmo pitanje nisko je zasićivalo glavni faktor pa je zasebno razmatrano (operativno: *Strani jezici*). Tablica 4 donosi rezultate faktorske analize Kulturnog angažmana.

Tablica 4. Rezultati faktorske analize ljestvice Kulturnog angažmana

Čestica	F1	h^2	Δα
3.	0.81	0.57	0.84
4.	0.79	0.48	0.84
2.	0.76	0.63	0.85
8.	0.70	0.33	0.85
6.	0.68	0.35	0.85
1.	0.59	0.65	0.86
5.	0.58	0.47	0.86
9.	0.51	0.26	0.87
λ	3.75		
%	46.86%		
α	0.87		

Legenda: λ – karakteristični korijen, % - postotak objašnjene varijance, α – Cronbachov alpha, Δα –promjena u Cronbachovom alphi ako se izbriše čestica; odnosi se samo na čestice pojedine podljestvice. Linijama su odvojene čestice koje pripadaju u istu podljestvicu. Zasićenja faktora odnose se na matricu uzorka. Broj čestice odgovara ranije navedenom rednom broju pitanja.

Na svako su pitanje ponuđena četiri odgovora tako da njihov odabir odražava četiri stupnja kontakta s ispitivanim indikatorima kulturnog angažmana ili poznavanja stranih jezika. To su: (1) *nema kontakta* (ne voli; ne posjeduje; ne posjećuje; nije čitao u posljednjih godinu dana; nema kućnu biblioteku, za mlade se može odnositi na roditeljski dom)/ne može pratiti sadržaje na stranom jeziku; (2) *kontakt postoji* (niti voli niti ne voli; posjećuje jednom godišnje ili rjeđe; čitao 1-5 knjiga; ima biblioteku do pedesetak knjiga bez priručnika)/može pratiti sadržaje na jednom stranom jeziku; (3) *srednje visok stupanj kontakta* (voli umjereno; posjećuje ponekad; čitao 6-15 knjiga: biblioteka do dvjestotinjak knjiga)/može pratiti sadržaje na jednom stranom jeziku odlično, a na drugom slabije; (4) *visok stupanj kontakta* (izuzetno voli; posjećuje često; čitao 16 i više knjiga; biblioteka veća od dvjestotinjak knjiga)/može pratiti sadržaje na dva ili više stranih jezika.

Da bismo testirali postoje li razlike u televizijskim žanrovskim preferencijama između gledatelja i negledatelja turskih telenovela (H6), istražili smo ukuse vezano za druge žanrove tako da smo žanrove najprije svrstali u kategorije prema njihovom kulturnom statusu i povezanosti s kulturnim kapitalom (operativno: *Žanrovski kulturni stil*). Sukladno uvidima Bennetta (2006), Jontesa (2012), Krole i sur. (2020) i Kuipers (2006) formirali smo tri početne kategorije (K), od kojih je svaka sastavljena od po nekoliko skupina programa. K1/*niskog kulturnog statusa (lowbrow)*: domaći natjecateljski *show* programi; domaći *reality* programi; domaće telenovele. K2/*srednjeg kulturnog statusa (middlebrow):* američke policijske serije; klasične britanske serije prema literarnim predlošcima; filmovi laganijeg sadržaja; klasične situacijske komedije. K3/*visokog kulturnog statusa (highbrow)*: moderne američke situacijske komedije, moderne zahtjevne serije

sa Zapada; domaće serije koje obrađuju ozbiljne i teške teme; zahtjevni i umjetnički filmovi. Da bismo izbjegli nedoumice kod ispitanika, naveli smo primjere emitirane na zemaljskoj televiziji u Hrvatskoj. Na svako pitanje ponuđena su tri odgovora koja odražavaju tri stupnja privlačnosti programa: (1) ne voli; (2) umjereno voli; (3) jako voli. Pri analizi ljestvice Žanrovskog kulturnog stila korištena je analiza glavnih sastavnica. Odluka o ekstrahiranom broju faktora odnosno komponenata donesena je temeljem kombinacije Kaiser-Guttman kriterija, Cattellovog kriterija, smislenosti dobivenih faktora te prisutnosti visokih zasićenja samo na jednom faktoru ili komponenti. Analiza je rezultirala modelom s tri komponente ($\chi^2_{Bartlett}$ (55) = 2987.87, $p < .001$, KMO = .788) kojima je objašnjeno 55.6 % varijance rezultata. Ekstrahirani Žanrovski kulturni stil kojeg smo nazvali *Stilom niskog kulturnog statusa (Lowbrow stil)* u potpunosti odgovara početnoj K1 (α = .74). Žanrovski *Stil srednjeg kulturnog statusa (Middlebrow stil)* većinom odgovara početnoj K2 (α = 0.59), ali ne sadrži klasične britanske serije, a sadrži moderne američke situacijske komedije. Žanrovski *Stil visokog kulturnog statusa (Highbrow stil)* većinom odgovara početnoj K3 (α =0.70), ali ne sadrži moderne američke situacijske komedije, a sadrži klasične britanske serije. Cronbachov alfa K2 granično je zadovoljavajuće veličine (α = 0.59). Tablica 5 donosi rezultate analize glavnih komponenti ljestvice Žanrovskog kulturnog stila.

Tablica 5. Rezultati analize glavnih komponenti ljestvice Žanrovskog kulturnog stila

Čestica	K1	K2	K3	h^2	Δα
1. Domaći natjecateljski *show* programi	**0.82**	0.11	0.06	0.64	0.71
2. Domaći *reality* programi	**0.77**	0.01	-0.12	0.67	0.57
3. Domaće telenovele	**0.74**	-0.18	-0.06	0.64	0.67
4. Moderne američke situacijske komedije	-0.14	**0.79**	-0.03	0.66	0.41
5. Klasične situacijske komedije	-0.06	**0.71**	0.07	0.56	0.46
6. Američke policijske serije	-0.05	**0.56**	0.05	0.35	0.58
7. Filmovi laganijeg sadržaja	0.29	**0.56**	-0.03	0.35	0.61
8. Domaće serije koje obrađuju ozbiljne i teške teme	0.21	-0.15	**0.91**	0.70	0.66
9. Zahtjevni i umjetnički filmovi	-0.17	0.07	**0.62**	0.51	0.62
10. Moderne zahtjevne serije sa Zapada	-0.19	0.18	**0.58**	0.54	0.61
11. Klasične britanske serije prema literarnim predlošcima	-0.16	0.18	**0.57**	0.51	0.63
λ	3.43	1.59	1.09		
%	31.22%	14.49%	9.91%		
α	0.74	0.59	0.70		

Legenda: λ – karakteristični korijen, % – postotak objašnjene varijance, α – Cronbachov alpha, Δα – promjena u Cronbachovom alphi ako se izbriše čestica; odnosi se samo na čestice pojedine podljestvice. Deblje su otisnuta

zasićenja veća od 0.4. Linijama su odvojene čestice koje pripadaju u istu podljestvicu. Zasićenja komponenti odnose se na matricu uzorka.

Povezanosti Kulturnog angažmana, Stranih jezika i obrazovanja sa Žanrovski kulturnim stilovima te pojedinim skupinama sadržaja unutar njih provjerene su Pearsonovim koeficijentima korelacije. Razlike u snazi povezanosti Kulturnog angažmana sa Žanrovskim kulturnim stilovima provjerene su Steigerovim Z testom. Usporedbe rezultata čestica i ukupnih rezultata ljestvica između gledatelja i negledatelja turskih telenovela provedene su Welchovim t-testovima za nezavisne uzorke. Usporedbe skupina u izraženosti Bliskosti turske kulture i Privlačnosti turske te Kulturnog angažmana i Stranih jezika, provedene su i uz kontrolu obrazovanja analizom varijance za nezavisne uzorke. Miješanom analizom varijance uz kontrolu obrazovanja utvrđeno je i razlikuju li se gledatelji turskih telenovela od negledatelja po tome koje Žanrovske kulturne stilove preferiraju. Korištena je Greenhouse-Geisser korekcija zbog odstupanja od sfericiteta (χ^2 (2) = 354.23, $p < .001$, $\varepsilon = .79$).

Da bismo testirali postoje li razlike u žanrovskoj percepciji turskih telenovela između gledatelja i negledatelja turskih telenovela (H7), istražili smo kojoj skupini serija prema mišljenju ispitanika pripadaju ove serije (sapunica, obiteljska serija, melodrama, telenovela, ljubavna serija, dramska serija). Usporedba je provedena hi-kvadrat testom nezavisnosti uz *post hoc* analizu prilagođenih standardiziranih reziduala.

Da bismo istražili istaknute razloge gledanja turskih telenovela sačinili smo upitnik temeljen na istraživanju britanske publike o motivima gledanja britanskih i američkih sapunica koje je provela Sonia M. Livingstone (1988). U tom su istraživanju redoviti gledatelji sapunica slobodno odgovarali na pitanje: „Zašto su sapunice toliko popularne?“. Analizom sadržaja autorica je izdvojila objašnjenja gledatelja i sažela ih tablično u obliku natuknica, pri čemu su navedene frekvencije odgovora na pojedinu natuknicu (nije rađena faktorska analiza već je tablica jednostavno sažela dobivene odgovore). Motivi gledanja sapunskih opera istraživani su pomoću različitih skala no istraživanje Livingstone (1988) specifično je po tome što njeni rezultati na primjeru sapunske opere zahvaćaju i sažimaju brojne psihološke mehanizme u pozadini užitka u serijama. Tako se njene natuknice dotiču transportacije, identifikacije i parasocijalnih kontakata (vidi: 6.3.2.), mehanizama koji se obično istražuju temeljem nešto dužih skala (npr.: Karuza Podgorelec, 2020a) pa ih zbog dužine upitnika nije moguće kombinirati s drugim eventualnim motivima. Kod Livingstone (1988) ovi mehanizmi naznačeni su manjim brojem natuknica u odnosu na kasnije izrađene specijalizirane skale i kombinirani su s ranije prepoznatim motivima

gledanja sapunica, poput uloge sapunica u sagledavanju osobnih problema, njihove percipirane društvene relevantnosti ili maštanja o svijetu koji je gledatelju nedostupan i slično (vidi: 6.3. 3.).

Temeljem natuknica koje je izdvojila Livingstone (1988) formirali smo 27 izjava koje u anketnom upitniku odgovaraju na pitanje: „Zašto volite gledati turske serije?“, na način da smo zbog opsega upitnika suzili broj izjava u odnosu na izvorni broj natuknica, sažimajući redundantne natuknice u jednu izjavu te nismo uvrstili natuknice koje se odnose na kritičke opservacije poput onih povezanih s kvalitetom serija. Slaganje s izjavama mjereno je petostupanjskom Likertovom ljestvicom (1: nikako se ne slažem 2: uglavnom se ne slažem 3: niti se slažem, niti ne slažem; 4: uglavnom se slažem; 5: apsolutno se slažem). Kao istaknute razloge gledanja turskih telenovela odredili smo one kod kojih je ostvarena vrijednost slaganja s ponuđenim izjavama veća od neutralne vrijednosti 3. Provedena je faktorska analiza ljestvice s oblimin rotacijom. Rezultirala modelom s osam komponenata ($\chi^2_{Bartlett}$ (36) = 6445.68, p < .001, KMO = .946) kojima je objašnjeno 69.3% varijance. Dobiveni su faktori: *Percipirana sličnost* (α = .90) s tri čestice, *Ugodno imerzivno iskustvo* (α = .87) s pet čestica, *Bijeg u svijet bogatih* (r_{kk} = .91) s dvije čestice, *Gledanje serija kao dio svakodnevice* (r_{kk} = .72) s dvije čestice, *Rješavanje problema* (α = .88) s četiri čestice, *Razvijen odnos prema likovima* (α = .85) s četiri čestice, *Percipirana društvena relevantnost* (α = .83) s tri čestice te *Percipirana bliskost s likovima* (α = .92) s četiri čestice. Tablica 6 donosi rezultate faktorske analize s oblimin rotacijom ljestvice motiva gledanja turskih serija.

Tablica 6. Rezultati faktorske analize ljestvice motiva gledanja turskih telenovela s oblimin rotacijom

Čestica	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	h^2	Δα
1.	**0.72**	0.02	0.04	0.12	0.05	0.07	0.01	0.10	0.86	0.80
2.	**0.59**	-0.02	-0.02	0.15	0.16	0.09	0.11	0.00	0.72	0.87
3.	**0.47**	0.05	0.07	-0.09	-0.02	0.16	0.17	0.24	0.73	0.88
4.	-0.02	**0.82**	0.00	0.04	0.05	-0.05	0.02	0.09	0.75	0.82
5.	-0.09	**0.77**	-0.04	-0.02	0.19	0.03	0.05	-0.04	0.68	0.83
6.	0.01	**0.62**	0.03	0.06	-0.04	0.12	0.11	0.06	0.65	0.83
7.	0.13	**0.54**	0.14	0.03	-0.07	0.02	-0.03	-0.09	0.39	0.87
8.	0.02	**0.53**	-0.03	0.07	-0.06	0.11	0.14	0.16	0.58	0.84
9.	0.03	0.04	**0.95**	-0.01	-0.04	0.01	0.02	-0.01	0.93	-
10.	-0.09	-0.01	**0.76**	0.07	0.14	0.05	-0.01	0.10	0.79	-
11.	0.00	-0.05	0.06	**0.76**	0.05	-0.05	0.04	-0.02	0.60	-

12.	0.07	0.15	-0.05	**0.64**	-0.06	0.11	-0.01	0.07	0.62	-
13.	-0.08	0.05	0.08	0.14	**0.61**	0.03	0.02	0.09	0.64	0.87
14.	0.15	0.04	0.09	0.00	**0.52**	0.06	0.10	0.12	0.69	0.83
15.	0.20	0.11	0.05	-0.01	**0.49**	0.22	0.01	0.00	0.66	0.85
16.	0.18	0.05	0.11	0.02	**0.48**	0.05	0.15	0.07	0.70	0.83
17.	-0.03	-0.05	0.05	0.02	0.03	**0.93**	0.05	-0.03	0.89	0.76
18.	0.08	0.09	0.06	0.00	0.02	**0.65**	0.03	-0.03	0.62	0.82
19.	0.09	0.03	0.06	0.01	0.07	**0.45**	0.11	0.18	0.63	0.81
20.	0.07	0.12	-0.06	0.05	0.05	**0.44**	-0.04	0.12	0.41	0.86
21.	0.03	0.03	0.03	0.00	0.00	-0.04	**0.88**	-0.04	0.77	0.72
22.	-0.05	0.03	-0.03	0.07	0.01	0.11	**0.72**	0.01	0.67	0.76
23.	0.24	0.10	0.06	0.01	0.11	-0.09	0.39	0.24	0.66	0.83
24.	0.02	0.00	0.08	0.10	0.08	0.02	0.03	**0.75**	0.86	0.87
25.	0.10	0.05	0.14	0.05	0.05	0.02	-0.02	**0.66**	0.76	0.89
26.	0.21	0.11	-0.04	0.03	0.17	0.10	0.09	**0.48**	0.81	0.88
27.	-0.01	-0.09	0.06	0.07	0.05	0.29	0.16	**0.42**	0.64	0.91
λ	13.18	1.52	1.20	0.72	0.58	0.55	0.54	0.41		
%	48.80	5.62	4.46	2.65	2.16	2.02	2.00	1.54		
α/r_{kk}	0.90	0.87	0.91	0.72	0.88	0.85	0.83	0.92		

Legenda: λ – karakteristični korijen, % - postotak objašnjene varijance, α/r_{kk} – Cronbachov alpha ili Spearman-Brown koeficijent u slučaju komponenti s dvije čestice, Δα –promjena u Cronbachovom alphi ako se izbriše čestica; odnosi se samo na čestice pojedine podljestvice. Deblje su otisnuta zasićenja veća od 0.4. Linijama su odvojene čestice koje pripadaju u istu podljestvicu. Zasićenja faktora odnose se na matricu uzorka. Izjave povezane s pojedinim rednim brojem čestice prikazane su u Tablici 40 u podpoglavlju 13.5.

9. REZULTATI GLAVNOG ISTRAŽIVANJA: TESTIRANJE HIPOTEZA

9.1. Zemlja porijekla serija

Da bi se testirala H1 (*došlo je do promjena u produkcijskom porijeklu popularnih TV serija na način da su zemlje Zapada izgubile primat, a preuzela ga je Turska*), mjeren je udio pojedinih zemalja porijekla serija na ljestvici Top 10. U Starom dobu (sezone 2003/2004 do 2007/2008) prosječni udio naslova sa Zapada iznosi 56 %. Na ljestvicu su ti naslovi uvrštavani svake sezone. Tijekom Doba promjene (sezone 2008/2009 do 2012/2013) udio naslova sa Zapada opada na 16 %, a na ljestvici zemlje Zapada sudjeluju tri sezone. U periodu Novo doba (sezone 2013/2014 do 2017/2018) nastavlja se pad prisutnosti zemalja Zapada na ljestvici Top 10. Zapadni naslovi uvršteni su na ljestvicu u četiri sezone, a njihov udio opada na 10 %. Tijekom vremena osim broja naslova opada i broj emitiranih nastavaka – od 130.4 emitiranja prosječno po sezoni u Starom dobu na 23 emitiranja u Novom dobu (28.75 emitiranih nastavaka u aktivnim sezonama emitiranja). Podatke o prisutnosti naslova sa Zapada donosimo u Tablici 7.

Tablica 7. Ljestvica Top 10: prisutnost naslova sa Zapada od 2013. do 2018. godine

	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu
Naslova godišnje		5.6	2.67	1.6	1.25	1
AMR % po naslovu godišnje		13.21%	10.25%	6.15%	10.52%	8.41%
Godišnje emitiranja		130.4	53.67	32.2	28.75	23
AMR % po emitiranju godišnje		13.72%	10.30%	6.18%	10.65%	8.52%
Ukupno naslova	28		8		5	
Postotni udio naslova	56%		16%		10%	
Broj godina s prisutnim naslovima	5		3		4	

Od zapadnih su zemalja na ljestvici Top 10 europske zemlje i SAD prisutni u sva tri istraživana petogodišnja perioda, dok su Kanada, Australija i Novi Zeland prisutni samo u Starom dobu, i to s tri naslova. U Starom dobu SAD je prisutan je sa 16 naslova (32 % udjela), a europske zemlje u s devet naslova (18 % udjela). U Dobu promjene udio naslova iz SAD-a opada na 12 %, a udio naslova iz Europe na 4 %. U Novom dobu udio naslova iz SAD-a opada, na 2 %, a udio naslova iz Europe na 8 %. Podatke o prisutnosti naslova iz SAD-a donosimo u Tablici 8, a podatke o prisutnosti naslova iz europskih zemalja u Tablici 9.

Tablica 8. Ljestvica Top 10: prisutnost naslova iz SAD-a od 2013. do 2018. godine

	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu
Naslova godišnje		3.2	3	1.2	1	0.2
AMR % po naslovu godišnje		12.59%	10.73%	4.29%	8.46%	1.69%
Godišnje emitiranja		68.2	54	21.6	22	4.4
AMR % po emitiranju godišnje		12.54%	10.86%	4.34%	8.46%	1.69%
Ukupno naslova	16		6		1	
Postotni udio naslova	32%		12%		2%	
Broj godina s prisutnim naslovima	5		2		1	

Tablica 9. Ljestvica Top 10: prisutnost europskih naslova od 2013. do 2018. godine

	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu
Naslova godišnje	2.25	1.8	1	0.4	1.3	0.8
AMR % po naslovu godišnje	14.74%	11.79%	9.87%	3.95%	11.20%	6.72%
Godišnje emitiranja	63.75	51	26.5	10.6	31	18.6
AMR % po emitiranju godišnje	15.69%	12.55%	9.87%	3.95%	11.37%	6.82%
Ukupno naslova	9		2		4	
Postotni udio naslova	18%		4%		8%	
Broj godina s prisutnim naslovima	4		2		3	

Turski naslovi prodiru na ljestvicu Top 10 u Dobu promjene i ostvaruju udio od 32 %. U Novom dobu njihov udio raste na 58 %, a prosječno se po sezoni emitira 400.6 nastavaka. Pritom ukupni rejtinzi ljestvice Top 10 opadaju (vidi: 14.4.1.). Podatci o prisutnosti turskih naslova prikazani su u Tablici 10.

Tablica 10. Ljestvica Top 10: prisutnost turskih naslova od 2013. do 2018. godine

	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu
Naslova godišnje	0	0	4	3.2		5.8

AMR % po naslovu godišnje	0.00%	0.00%	14.10%	10.62%	13.23%
Godišnje emitiranja	0	0	381	304.8	400.6
AMR % po emitiranju godišnje	0.00%	0.00%	14.26%	10.78%	13.76%
Ukupno naslova	0		16		29
Postotni udio naslova	0%		32%		58%
Broj godina s prisutnim naslovima	0		4		5

Od naslova iz nezapadnih zemalja, osim onih turskih, na ljestvici Top 10 prisutni su naslovi iz nekih od zemalja bivše Jugoslavije. Makedonski i slovenski naslovi nisu prisutni, a iz Srbije i Crne Gore prisutan je jedan naslov s četiri nastavka. Najprisutniji su naslovi iz Bosne i Hercegovine (BiH). U Starom dobu ostvaruju udio od 2 %, u Dobu promjene udio od 10 %, a u Novom dobu udio od 12 %. Podatci o prisutnosti naslova iz BiH prikazani su u Tablici 11.

Tablica 11. Ljestvica Top 10: prisutnost bosanskohercegovačkih naslova od 2013. do 2018. godine

	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu
Naslova godišnje	1	0.2	1.25	1		1.2
AMR % po naslovu godišnje	10.85%	2.17%	14.94%	11.95%		11.04%
Godišnje emitiranja	42	8.4	66.5	53.2		149.6
AMR % po emitiranju godišnje	10.85%	2.17%	15.19%	12.16%		11.21%
Ukupno naslova	1		5		6	
Postotni udio naslova	2%		10%		12%	
Broj godina s prisutnim naslovima	1		4		5	

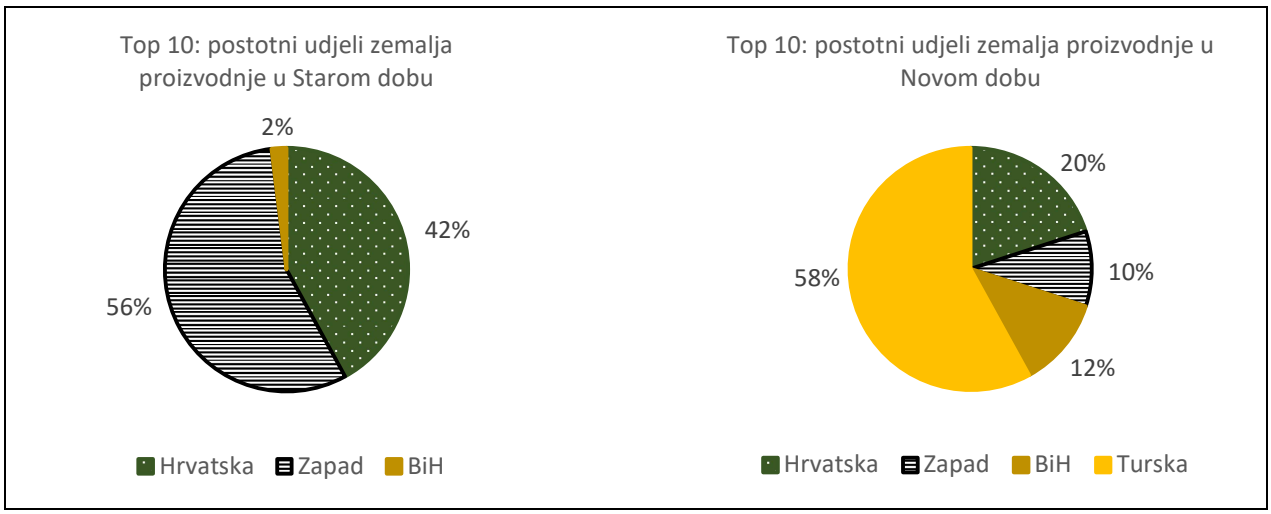
U Starom dobu hrvatski naslovi na ljestvici Top 10 sudjeluju s 42 % udjela i s prosječno 220.8 emitiranih nastavaka po sezoni. U Dobu promjene hrvatski naslovi sudjeluju s 40 % udjela i s prosječno 283.6 emitiranih nastavaka godišnje. U Novom dobu hrvatskim naslovima udio na ljestvici pada na 20 %. Ti naslovi prosječno broje 195 emitiranih nastavaka po sezoni. Podatci o prisutnosti hrvatskih naslova prikazani su u Tablici 12.

Tablica 12. Ljestvica Top 10: Prisutnost hrvatskih naslova od 2013. do 2018. godine

	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu	U aktivnim sezonama emitiranja	U periodu

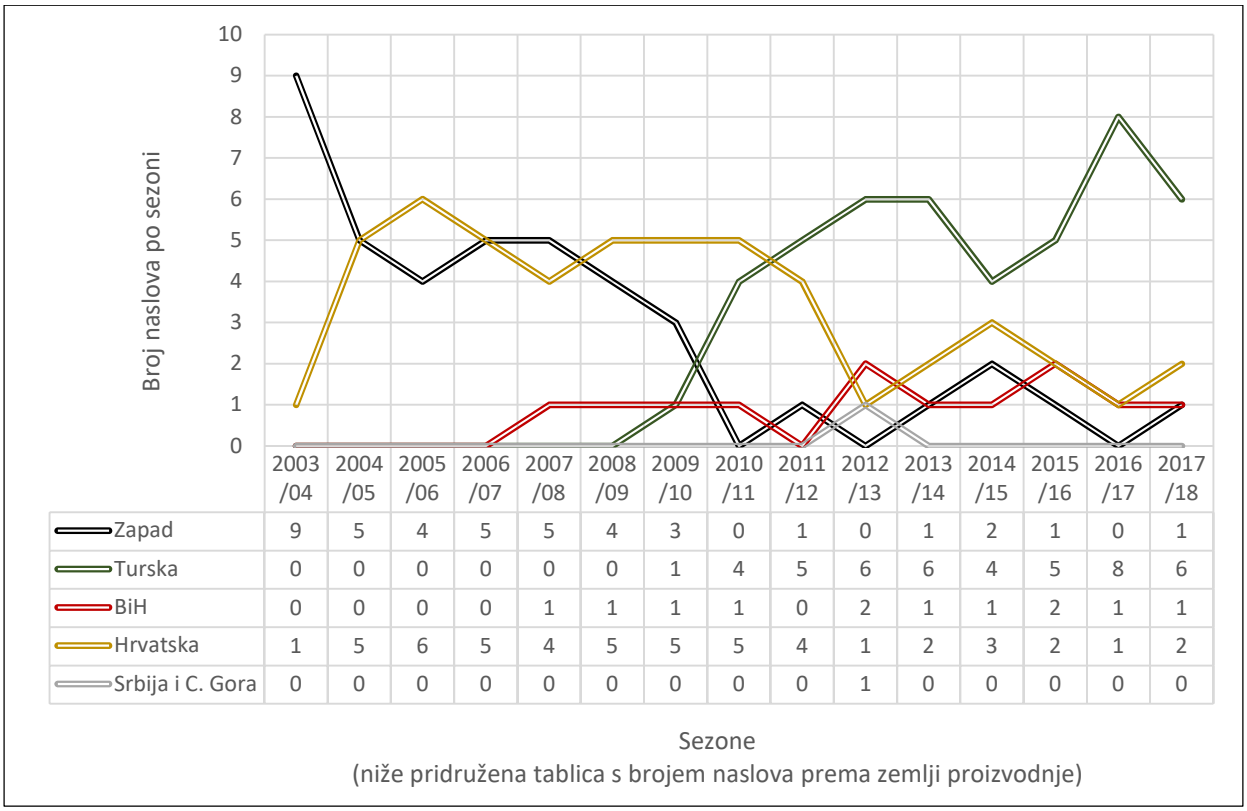
Naslova godišnje	4.2	4	2
AMR % po naslovu godišnje	17.80%	14.30%	13.46%
Godišnje emitiranja	220.8	283.6	195
AMR % po emitiranju godišnje	19.12%	15.70%	14.59%
Ukupno naslova	21	20	10
Postotni udio naslova	42%	40%	20%
Broj godina s prisutnim naslovima	5	5	5

Grafički prikaz 1 donosi usporedbu udjela naslova u Starom dobu i Novom dobu iz zemalja proizvodnje razvrstanih u kategorije: Hrvatska, Zapad i Ne-Zapad.



Grafički prikaz 1. Ljestvica Top 10 u Starom dobu i Novom dobu: prosječan udio naslova prema zemlji proizvodnje, razvrstano na: Hrvatska, Zapad te BiH i Turska (Ne-Zapad)

Grafički prikaz 2 ilustrira dinamiku promjena broja naslova na ljestvici Top 10 donoseći prosječni godišnji broj naslova za svaku sezonu istraživanog perioda. Uključene su sve zemlje proizvodnje aktivne na ljestvici, razvrstane na kategorije: Hrvatska, Zapad, Turska, Bosna i Hercegovina, Srbija i Crna Gora (posljednje četiri zemlje proizvodnje čine kategoriju Ne-Zapad).



	2003 /04	2004 /05	2005 /06	2006 /07	2007 /08	2008 /09	2009 /10	2010 /11	2011 /12	2012 /13	2013 /14	2014 /15	2015 /16	2016 /17	2017 /18
Zapad	9	5	4	5	5	4	3	0	1	0	1	2	1	0	1
Turska	0	0	0	0	0	0	1	4	5	6	6	4	5	8	6
BiH	0	0	0	0	1	1	1	1	0	2	1	1	2	1	1
Hrvatska	1	5	6	5	4	5	5	5	4	1	2	3	2	1	2
Srbija i C. Gora	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0

Grafički prikaz 2. Ljestvica Top 10: godišnji broj naslova od 2003. do 2018. godine iz zemalja razvrstanih u kategorije: Zapad; Hrvatska; Turska; Bosna i Hercegovina; Srbija i Crna Gora

Dodatno smo istražili i zemlje proizvodnje naslova uvrštenih na ljestvicu Top 11-20. Tom ljestvicom u Starom dobu i Dobu promjene dominiraju naslovi sa Zapada. No, njihov udio tijekom vremena opada i u Novom dobu Zapad gubi primat. Tijekom vremena raste udio naslova iz Hrvatske i ti su naslovi u Novom dobu najbrojniji na ljestvici. U Starom dobu nisu prisutni naslovi nezapadnih zemalja, no pojavljuju se u Dobu promjene, a tijekom vremena raste udio naslova iz Turske i BiH. Pri tome se ukupni rejtinzi ljestvice Top 11-20 izrazito smanjuju (vidi više: 9.3., 11.4). U Tablici 13 donosimo podatke o zemlji porijekla naslova s ove ljestvice. Zemlje Ne-Zapada razvrstane su u uže skupine: Turska, Bivša Jugoslavija i Ne-Zapad ostali (tu skupinu predstavlja naslov indijske telenovele).

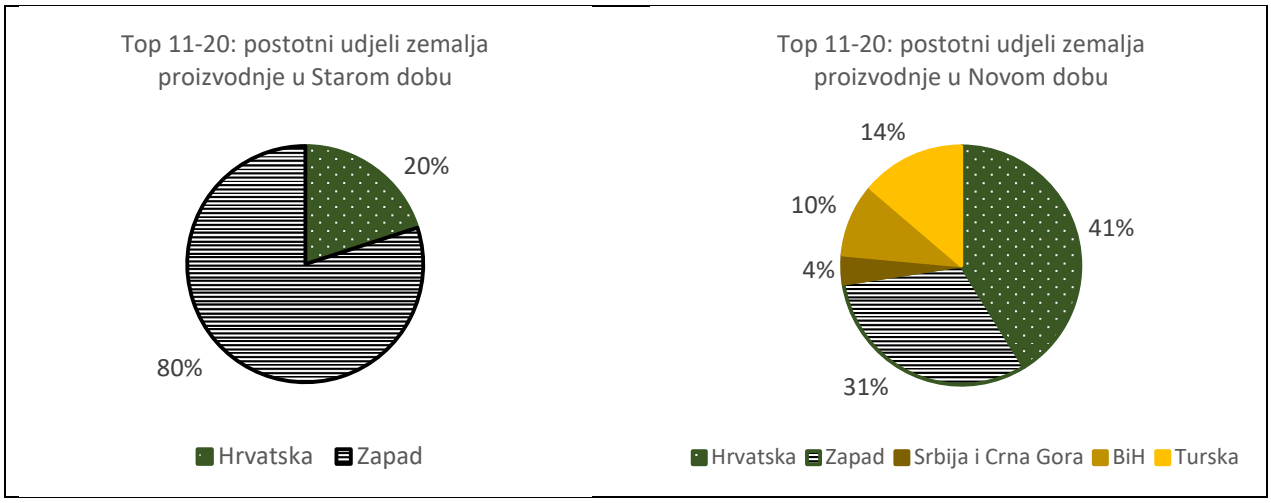
Tablica 13. Ljestvica Top 11-20: zemlje proizvodnje naslova od 2013. do 2018. godine

Zemlja proizvodnje	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Hrvatska			
Naslova u periodu	10	14	21
· prosječno naslova po sezoni	2	2.8	4.2
· prosječno emitiranja po sezoni	121	114.8	149
Broj aktivnih sezona*	4		

	· prosječno naslova po aktivnoj sezoni	2.5		
	· prosječno emitiranja po aktivnoj sezoni	151.25		
Zapad				
	Naslova u periodu	40	29	16
	· prosječno naslova po sezoni	8	5.6	3.2
	· prosječno emitiranja po sezoni	150.4	95.2	185.8
Turska				
	Naslova u periodu	0	3	7
	· prosječno naslova po sezoni	0	0.6	1.4
	· prosječno emitiranja po sezoni	0	41	58
	Broj aktivnih sezona*	0	1	3
	· prosječno naslova po aktivnoj sezoni	0	3	2.33
	· prosječno emitiranja po aktivnoj sezoni	0	205	96.66
Bivša Jugoslavija				
	Naslova u periodu	0	3	6
	· prosječno naslova po sezoni	0	0.6	1.4
	· prosječno emitiranja po sezoni	0	7.4	19
	Broj aktivnih sezona*	0	2	4
	· prosječno naslova po aktivnoj sezoni	0	1.5	1.5
	· prosječno emitiranja po aktivnoj sezoni	0	18.5	23.75
Ne-Zapad ostali				
	Naslova u periodu	0	1	0
	· prosječno naslova po sezoni	0	0.2	0
	· prosječno emitiranja po sezoni	0	11.8	0
	Broj aktivnih sezona*	0	1	0
	· prosječno naslova po aktivnoj sezoni	0	1	0
	· prosječno emitiranja po aktivnoj sezoni	0	59	0

Legenda: * podatci o aktivnim sezonama izneseni su ukoliko naslovi nisu emitirani u svih pet sezona razdoblja.

Dinamiku promjena udjela zemalja proizvodnje među naslovima s ljestvice Top 11-20 ilustrira Grafički prikaz 3. Zemlje Ne-Zapada podijeljene su na Tursku, BiH te Srbiju i Crnu goru.



Grafički prikaz 3. Ljestvica Top 11-20 u Starom dobu i Novom dobu: prosječan udio naslova prema zemlji proizvodnje, razvrstano na: Hrvatska, Zapad te BiH; Srbija i Crna Gora; Turska (Ne-Zapad)

9.2. Žanrovska distribucija serija

Da bi se testirala H2 (*došlo do promjena u žanrovskoj distribuciji popularnih TV serija na način da je raznovrsnost žanrova ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru*), mjeren je udio naslova pojedinih žanrova na ljestvici Top 10. U Starom dobu (sezone 2003/2004 do 2007/2008) u okviru ljestvice Top 10 emitirano je ukupno devet naslova sapunske opere: pet sapunica (8 % udjela) i četiri telenovele (10 % udjela). Drama je bila zastupljena s 24 naslova raspoređenih u šest žanrova. U Top 10 bilo je uvršteno: 15 kriminalističkih naslova (30 % udjela), tri akcijsko-avanturistička naslova (6 % udjela), jedan ratni naslov (2 % udjela), dva povijesna naslova (4 % udjela), dva znanstveno-fantastična (SF) naslova (4 % udjela) i jedna *soap* drama (2 % udjela). Komedija je bila zastupljena sa 34 % udjela, odnosno sa 17 naslova raspoređenih u dva žanra. U Top 10 bilo je uvršteno 16 situacijskih komedija (32 % udjela) i jedna komedija-drama sredine (2 % udjela).[59]

U Dobu promjene (sezone 2008/2009 do 2012/2013) raste broj naslova sapunske opere (24 naslova; 48 % udjela) tako da broj sapunica opada, a raste broj telenovela (23 naslova; 46 % udjela). Opada broj naslova drame (osam naslova; 16 % udjela), a u okviru ove skupine su

[59] *Soap* drama (drama o osobnoj svakodnevici) noviji je žanr u okviru drame. Bavi se osobnim pitanjima i suvremenom svakodnevicom, takozvanim 'malim stvarima' (eng.: *petty issues*), velikima i važnima iz prizme osobnog života pojedinca (Creeber, 2004: 115; usp.: R. Thompson, 1996: 134; vidi više: 10.1.; 10.2.11.). Komedija-drama sredine je lokalni žanr u okviru komedije. Riječ je o serijama koje diskursom mješavine komedije i drame plastično oslikavaju određeni mentalitet, lokalnu sredinu i vrijeme, koje se doimaju autentičnim višeslojnim prikazom određenog lokalnog miljea u nekom trenutku vremena i koje pružaju širu lepezu arhetipskih karaktera poniklih iz 'naše sredine' (vidi više: 10.1.; 10.3.2.).

najzastupljeniji kriminalistički naslovi (pet naslova; 10 % udjela). Neznatno raste broj naslova komedije (18 naslova; 36 % udjela), a najzastupljeniji je *sitcom* (15 naslova; 30 % udjela).

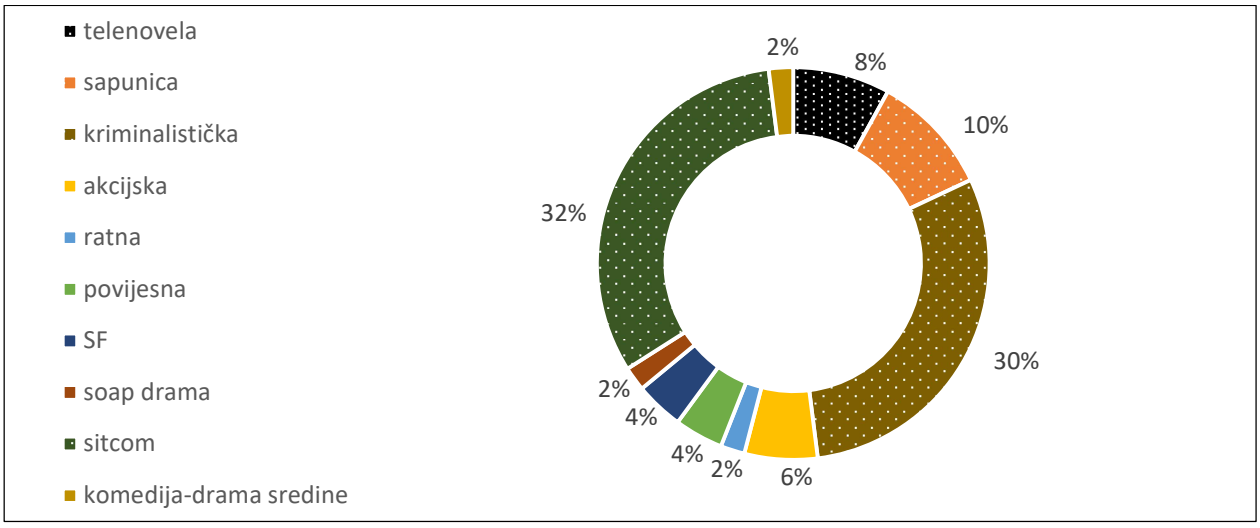
U Novom dobu (od sezone 2013/2014 do 2017/2018) telenovela ostaje jedini prisutni žanr u okviru sapunske opere, a nastavlja se trend porasta broja naslova ovog žanra (37 naslova; 74 % udjela). Nastavlja se trend opadanja broja naslova drame (pet naslova; 10 % udjela). Kriminalistički žanr i TV mjuzikl prisutni su sa po dva naslova (sa po 4 % udjela), a akcijsko-avanturistički žanr s jednim naslovom (2 % udjela). U Novom dobu opada i broj naslova komedije (osam naslova; 16 % udjela). Prisutno je sedam naslova situacijskih komedija (14 % udjela) i jedan naslov pripadan komediji-drami sredine (2 % udjela). Tablica 14 donosi podatke o broju naslova određenog žanra i pripadnoj zemlji proizvodnje u istraživanom petnaestogodišnjem periodu, podijeljenom na Staro doba, Doba promjene i Novo doba.

Tablica 14. Ljestvica Top 10: broj naslova prema žanrovskim kategorijama i zemlji proizvodnje od 2003. do 2018. godine

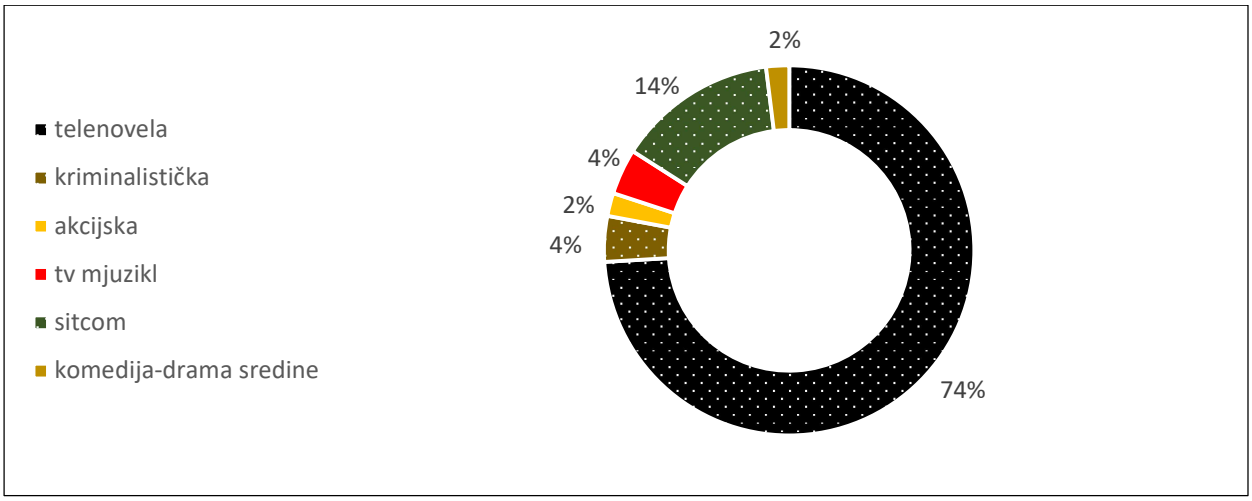
	Staro doba			Doba promjene			Novo doba		
Žanrovske kategorije	Ukupni broj naslova	Zemlja proizvodnje i broj naslova		Ukupni broj naslova	Zemlja proizvodnje i broj naslova		Ukupni broj naslova	Zemlja proizvodnje i broj naslova	
Sapunska opera	9			24			37		
Telenovela	4	Hrvatska	4	23	Hrvatska	7	37	Hrvatska	6
					Turska	16		Turska	29
								Španjolska	1
								Italija	1
Sapunica	5	Italija	4	1	Italija	1	0		
		SAD	1						
Drama	24			8			5		
Kriminalistička	15	SAD	8	5	SAD	5	2	Italija	2
		UK	2						
		Kanada	3						
		Austrija	1						
		Njemačka	1						
Akcija i avantura	3	SAD	2	1	Njemačka	1	1	SAD	1
		UK	1						
Ratna	1	SAD	1	0			0		
Povijesna	2	Hrvatska	2				0		

SF	2	SAD	2	1	SAD	1	0		
Soap drama	1	SAD	1	1	Srbija	1	0		
TV mjuzikl	0			0			2	Hrvatska	2
Komedija	17			18			8		
Sitcom	16	Hrvatska	14	15	Hrvatska	10	7	Hrvatska	1
		SAD	1		BiH	5		BiH	6
		BiH	1						
Komedija-drama sredine	1	Hrvatska	1	2	Hrvatska	2	1	Hrvatska	1
Romcom	0			1	Hrvatska	1	0		
Sapunska opera žanrova	2			2			1		
Drama žanrova	6			4			3		
Komedija žanrova	2			2			2		
Ukupno žanrova	10			9			6		

Dinamika izloženih promjena u udjelima žanrova na ljestvici Top 10 sažeta je putem dvaju grafičkih prikaza. Grafički prikaz 4 donosi podatke o udjelima u Starom dobu, a Grafički prikaz 5 podatke o udjelima u Novom dobu.



Grafički prikaz 4. Ljestvica Top 10: postotni udjeli žanrova serija u Starom dobu



Grafički prikaz 5. Ljestvica Top 10: postotni udjeli žanrova serija u Novom dobu

Tablica 15 donosi kretanje gledanosti (AMR %) naslova pojedinih žanrova na ljestvici Top 10 tijekom istraživanog petnaestogodišnjeg perioda.

Tablica 15. Ljestvica Top 10: gledanosti naslova (AMR %) prema žanrovskim kategorijama i zemlji proizvodnje od 2003. do 2018. godine

Žanrovska kategorija	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Sapunska opera			
Sapunica	16.04%	10.38%	-
Telenovela	21.75%	14.82%	12.85%
Drama			
Akcijsko-avanturistička	13.93%	9.35%	8.46%
Kriminalistička	12.49%	10.81%	11.38%
Povijesna	31.28%	-	-
Ratna	21.45%	-	-
SF	12.70%	10.35%	-
Soap drama	13.46%	12.09%	-
TV mjuzikl	-	-	14.19%
Komedija			
Komedija-drama sredine	11.38%	10.93%	12.40%
Romantična komedija	-	-	11.84%
Situacijska komedija	15.20%	14.12%	10.42%

Dodatno smo analizirali žanrovsku distribuciju serija na ljestvici Top 11-20. Na toj ljestvici dominiraju prije svega kriminalističke serije, a potom situacijske komedije i telenovele. No, tijekom vremena mijenjaju se udjeli tih žanrova: smanjuje se broj kriminalističkih naslova i

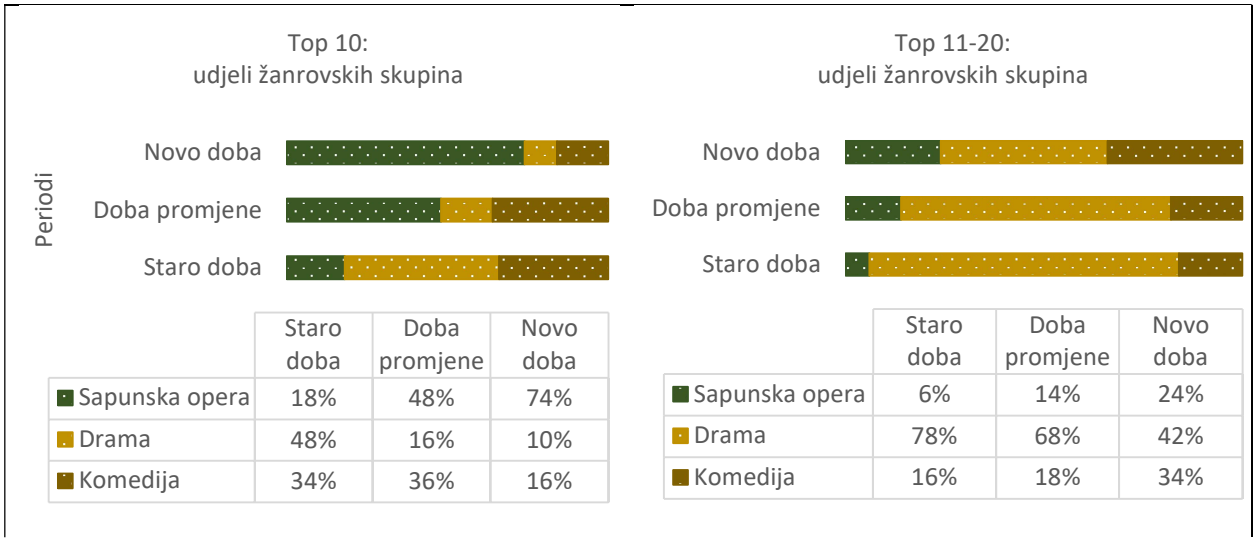
povećava se broj naslova telenovela, a broj naslova situacijskih komedija ostaje relativno stabilan. Kriminalistički naslovi doživljavaju najveći pad rejtinga u odnosu na naslove druga dva najpopularnija žanra ljestvice. U Starom dobu je na ljestvicu uvršteno 26 kriminalističkih naslova prosječnog rejtinga po naslovu od 10.51 % AMR-a. U Dobu promjene prisutno je ukupno 20 naslova prosječnog rejtinga od 7.98 % AMR-a. U Novom dobu prisutno je ukupno 12 naslova prosječnog rejtinga od 4.75 % AMR-a. Naslovi situacijske komedije ne bilježe značajan pad rejtinga. U Starom je dobu na ljestvicu uvršteno sedam naslova prosječnog rejtinga od 9.38 % AMR-a, u Dobu promjene također sedam naslova prosječnog rejtinga od 8.58 % AMR-a, a u Novom dobu 10 naslova prosječnog rejtinga od 7.16 % AMR-a. Naslovi telenovela na ljestvicu Top 11-20 dospijevaju u Dobu promjene i tijekom Novog doba uspijevaju zadržati rejtinge. U Dobu promjene na ljestvicu je uvršteno sedam naslova telenovela prosječnog rejtinga od 8.05 % AMR-a, a u Novom dobu 11 naslova prosječnog rejtinga od 7.12 % AMR-a. Tablica 16 donosi podatke o broju naslova i zemlji proizvodnje serija svih žanrova uvrštenih na ljestvicu Top 11-20 tijekom istraživanog perioda.

Tablica 16. Ljestvica Top 11-20: broj naslova i pripadna zemlja proizvodnje, prema žanrovskim kategorijama i žanrovima, od 2003. do 2018. godine

Žanrovske kategorije	Staro doba			Doba promjene			Novo doba		
	Ukupni broj naslova	Zemlja proizvodnje i broj naslova		Ukupni broj naslova	Zemlja proizvodnje i broj naslova		Ukupni broj naslova	Zemlja proizvodnje i broj naslova	
Sapunska opera	3			7			12		
Telenovela	0			7	Hrvatska	1	11	Hrvatska	5
					Turska	3		Turska	6
					Indija	1			
					Srbija	2			
Sapunica	3	Hrvatska	2	0			1	Hrvatska	1
		Italija	1						
Drama	39			34			21		
Kriminalistička	26	SAD	16	20	SAD	1	12	SAD	5
		Hrvatska	2		Hrvatska	8		UK	5
		Njemačka	7		UK	1		Australija	1
		UK	1			1		Hrvatska	1
Akcija i avantura	4	SAD	3	0			1	SAD	1
		Njemačka	1						
911	3	SAD	3	0			0		

Bolnička drama	3	SAD	3	3	SAD	3	1	SAD	1
Povijesna	1	Hrvatska	1	3	Njemačka	1	3	Turska	1
					Hrvatska	1		Hrvatska	1
					SAD	1		Italija	1
Soap drama	1	SAD	1	5	SAD	3	1	Srbija	1
					Hrvatska	1			
					Srbija	1			
Kostimirana drama	0			1	UK	1	1	Australija	1
Horor	0			1	SAD	1	0		
Dokumentarna drama	0			1	Hrvatska	1	1	Hrvatska	1
SF	1	SAD	1	0			0		
Politička	0			0			1	Hrvatska	1
Komedija	8			9			17		
Sitcom	7	Hrvatska	4	7	Hrvatska	7	10	Hrvatska	6
		UK	3					BiH	4
Komedija-drama sredine	1	Hrvatska	1	1	Hrvatska	1	5	Hrvatska	5
Mockumentary	0			1	Hrvatska	1	0		
Skeč komedija	0			0	Hrvatska		2	UK	1
								Srbija	1

Grafički prikaz 6 donosi podatke o udjelima pojedinih žanrovskih skupina tijekom istraživanog perioda podijeljenog na Staro doba, Doba promjene i Novo doba, na ukupnoj ljestvici Top 20, podijeljenoj na Top 10 i Top 11-20.



Grafički prikaz 6: Ljestvica Top 20 podijeljena na Top 10 i Top 11-20: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003. do 2018. godine

9.3. Obrazovna struktura publike

Da bi se testirala H3 (*došlo do promjene strukture gledatelja popularnih TV serija u smislu odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja*) na ljestvici Top 10 mjerene su gledanosti (AMR %) naslova ostvarene u obrazovnim skupinama OŠ i bez, SSS te VŠS i VSS. U Starom dobu prosječni rejting kojeg naslovi ljestvice Top 10 ostvaruju u skupini OŠ i bez iznosi 16.77 % AMR-a, u skupini SSS iznosi 14.87 % AMR-a, a u skupini VŠS i VSS iznosi 13.84 % AMR-a. U Dobu promjene opada gledanost u obrazovnim skupinama SSS (na 11.91 % AMR-a) te VŠS i VSS (na 10.27 % AMR-a), a raste u obrazovnoj skupini OŠ i bez (na 17.25 % AMR-a). U Novom dobu se taj trend nastavlja. Dok se prosječni rejting u obrazovnoj skupini OŠ i bez penje na 19.04 % AMR-a, u obrazovnoj skupini SSS on opada na 10.62 % AMR-a, a u obrazovnoj skupini VŠS i VSS opada na 6.58 % AMR-a. U Tablici 17 donosimo podatke o prosječnim rejtinzima (AMR %) naslova u istraživanim periodima te podatke o udjelu gledatelja naslova s ljestvice Top 10 u ukupnom broju gledatelja linearne televizije u ispitivanom uzorku u trenutku emitiranja tih naslova (SHR %).

Tablica 17. Ljestvica Top 10: postignuti rejtinzi naslova (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) u periodu od 2003. do 2018. godine u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS

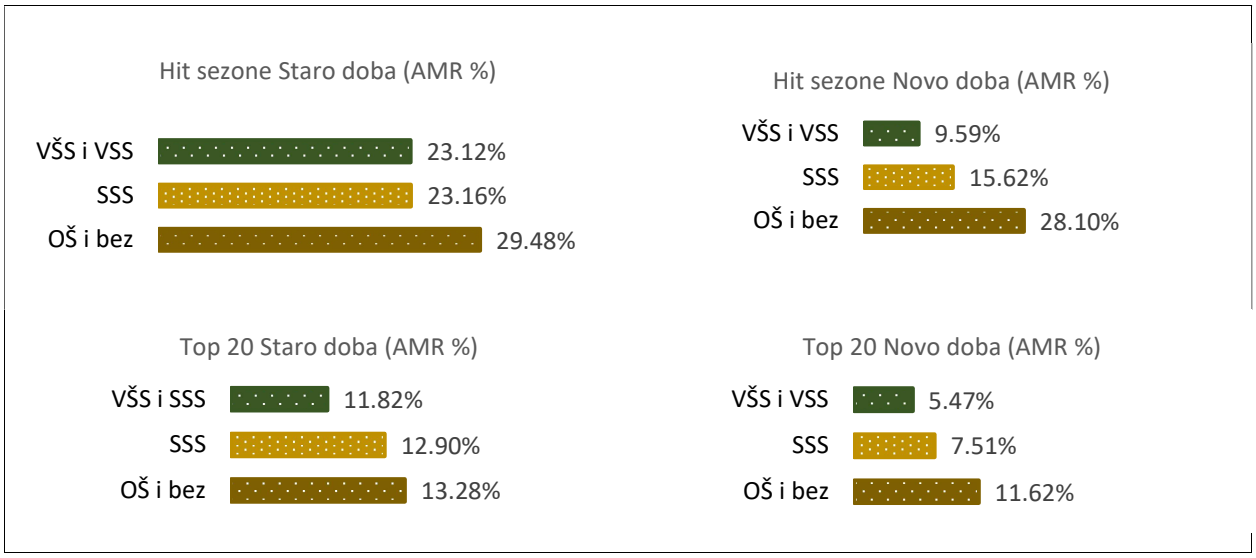
	AMR % OŠ i bez	SHR % OŠ i bez	AMR % SSS	SHR % SSS	AMR % VŠS i VSS	SHR % VŠS i VSS
Staro doba	16.77%	32.05%	14.87%	30.92%	13.84%	30.90%
Doba promjene	17.25%	33.50%	11.91%	26.93%	10.27%	26.03%
Novo doba	19.04%	41.10%	10.62%	27.21%	6.58%	17.69%

Dodatno smo ispitali i rejtinge ljestvice Top 11-20 u trima istraživanim obrazovnim skupinama. Dok u skupini OŠ i bez rejtinzi naslova u Dobu promjene blago opadaju, a potom se stabiliziraju, u drugim dvjema obrazovnim skupinama rejtinzi kontinuirano opadaju. Rejtinzi u obrazovnoj skupini VŠS i VSS u Novom dobu upola su niži nego u Starom dobu. U Tablici 18 donosimo podatke o postignutim rejtinzima (AMR %) i dodatne podatke o udjelima u gledanosti (SHR %) naslova s ljestvice Top 11-20 za sve tri istraživane obrazovne skupine.

Tablica 18. Ljestvica Top 11-20: postignuti rejtinzi naslova (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) u periodu od 2003. do 2018. godine u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS

	AMR % OŠ i bez	SHR % OŠ i bez	AMR % SSS	SHR % SSS	AMR % VŠS i VSS	SHR % VŠS i VSS
Staro doba	9.78%	21.57%	10.91%	24.81%	9.79%	22.66%
Doba promjene	7.75%	17.49%	8.35%	19.46%	8.21%	19.28%
Novo doba	7.33%	15.64%	5.61%	14.40%	4.84%	13.03%

Grafički prikaz 7 ilustrira promjene u obrazovnoj strukturi publike naslova s ljestvice Top 20 usporedbom rejtinga naslova Starog doba i Novog doba u trima istraživanim obrazovnim skupinama vezano za Hit sezone i ukupnu ljestvicu Top 20.



Grafički prikaz 7: Hit sezone i ljestvica Top 20: usporedba ostvarenih rejtinga (AMR %) u Starom dobu i Novom dobu u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS

9.4. Ukupni trendovi gledanosti serija

Ljestvice 10 najgledanijih naslova

Najprije u Tablici 19 sažimamo podatke o vrijednostima ljestvica Top 10, Top 10 OŠ i bez, Top 10 SSS te Top 10 VŠS i VSS vezano za gledanosti ljestvica i njima pripadajućih užih ljestvica, broj emitiranja po sezoni te broj hrvatskih, zapadnih i nezapadnih naslova u analiziranim periodima, a u nastavku donosimo pregled ukupnih trendova gledanosti serija na tim ljestvicama.

Tablica 19. Vrijednosti ljestvica Top 10, Top 10 OŠ i bez, Top 10 SSS te Top 10 VŠS i VSS vezano za rejtinge, broj emitiranja po sezoni, broj hrvatskih naslova, broj zapadnih naslova i broj nezapadnih naslova od 2003. do 2018. godine

	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Top 10			
AMR %	15.47%	13.65%	12.41%
Emitiranja po sezoni	360	675	768
Broj hrvatskih naslova	21	20	10
Broj zapadnih naslova	28	8	5
Broj nezapadnih naslova	1	22	35
Top 3 AMR %	21.04%	18.05%	16.66%
Top 5 AMR %	18.65%	16.24%	14.70%
Top 6-10 AMR %	12.30%	11.06%	10.11%
Top 10 OŠ i bez			
AMR %	17.44%	17.72%	19.33%
Emitiranja po sezoni	469.2	689	807
Broj hrvatskih naslova	31	26	11
Broj zapadnih naslova	18	4	3
Broj nezapadnih naslova	1	20	36
Top 3 OŠ i bez AMR %	25.55%	24.59%	25.68%
Top 5 OŠ i bez AMR %	22.45%	22.24%	22.90%
Top 6-10 OŠ i bez AMR %	12.43%	13.20%	15.58%
Top 10 SSS			
AMR %	15.08%	12.20%	10.68%
Emitiranja po sezoni	348	629	747
Broj hrvatskih naslova	18	20	11
Broj zapadnih naslova	32	12	5
Broj nezapadnih naslova	0	18	34
Top 3 SSS AMR %	18.91%	15.46%	13.81%
Top 5 SSS AMR %	17.20%	14.05%	12.55%
Top 6-10 SSS AMR %	12.96%	10.36%	8.76%
Top 10 VŠS i VSS			
AMR %	14.98%	11.66%	7.00%
Emitiranja po sezoni	321	393	490
Broj hrvatskih naslova	17	15	12
Broj zapadnih naslova	33	23	21
Broj nezapadnih naslova	0	12	17
Top 3 VŠS i VSS AMR %	18.98%	14.38%	9.54%
Top 5 VŠS i VSS AMR %	17.23%	13.16%	8.68%
Top 6-10 VŠS i VSS AMR %	12.73%	10.17%	6.64%

Ljestvica Top 10

Promjene u zemlji proizvodnje, žanrovskoj distribuciji i obrazovnoj strukturi publike serija s ljestvice Top 10 reflektiraju se na ukupni pad rejtinga te ljestvice, sa 15.47 % AMR-a u Starom dobu, na 12.41 % AMR-a u Novom dobu, pri čemu veći pad rejtinga ljestvice sprečava porast njene popularnosti kod najniže obrazovanih. Analiza obrazovne strukture ljestvice pokazuje da gledanost ljestvice najviše opada u obrazovnoj skupini VŠS i VSS (sa 13.84 % AMR-a u Starom dobu na 6.58 % AMR-a u Novom dobu), a nešto slabije u obrazovnoj skupini SSS (sa 14.87 % AMR-a u Starom dobu na 10.62 % AMR-a u Novom dobu). Istovremeno, u skupini OŠ i bez gledanost raste (sa 16.77 % AMR-a u Starom dobu na 19.04 %. AMR-a u Novom dobu).

Zbog promjena u žanrovskoj distribuciji serija tijekom vremena se udvostručuje prosječni broj emitiranja (nastavaka) po sezoni serija uvrštenih na ljestvicu (360 emitiranja u Starom dobu; 675 u Dobu promjene; 768 u Novom dobu). Povećanje broja emitiranja povezano je s povećanim uvrštavanjem telenovele na ljestvicu (vidi: 10.4.3.), a u Novom dobu manjim dijelom i s uvođenjem prakse svakodnevnog emitiranja ponovljenih epizoda *sitcoma* (po uzoru na ritam emitiranja telenovela) od strane komercijalnih nakladnika (vidi: 10.3.1.1.1.). Udio hrvatskih naslova na ljestvici se smanjuje, sa 42 % u Starom dobu na 20 % u Novom dobu. No, pri tome *broj emitiranja* ostaje relativno stabilan. Naime, na ljestvici su sve prisutniji naslovi domaćih telenovela (većeg broja nastavaka). Zapadnim serijama značajno opada i broj emitiranja, i broj naslova dok istodobno značajno raste broj naslova i broj emitiranja nezapadnih serija. Na užoj ljestvici hit naslova, Top 3, naslovi sa Zapada prisutni su tek u prvoj sezoni Starog doba; u toj sezoni zapadnoj produkciji pripadaju sva tri naslova. U Dobu promjene na toj su užoj ljestvici dva bosanskohercegovačka naslova. Od početka emitiranja turskih naslova (u posljednje tri sezone Doba promjene i u Novom dobu) na ljestvici su prisutna dva turska naslova po sezoni uz iznimku sezone 2016/2017, kada su sva tri naslova ljestvice Top 3 turskog porijekla. Ostali naslovi na ljestvici Top 3 hrvatske su proizvodnje (vidi: Prilog 2).

Sapunska opera. Tijekom analiziranog perioda na ljestvici Top 10 raste udio naslova sapunske opere, s 18 % u Starom dobu na 74 % u Novom dobu. Pri tome opada udio naslova sapunica. U Starom dobu njihov udio iznosi 10 % (8 % Italija, 2 % SAD). U Dobu promjene taj udio opada na 2 % (Italija), a u Novom dobu ovaj žanr više nije prisutan na ljestvici. U Starom dobu udio naslova telenovele iznosi 8 %, a riječ je isključivo o domaćim serijama. U Dobu promjene udio naslova telenovele penje se na 46 % (14 % Hrvatska, 32 % Turska). U Novom dobu taj udio raste na 74 % (58 % Turska, 12 % Hrvatska, 2 % Španjolska, 2 % Italija). Ukupni rejting sapunske opere u

Starom dobu iznosi 18.90 % AMR-a (zapadna sapunica 16.04 %; domaća telenovela kao inovacija na tržištu 21.75 %). S porastom broja telenovela u Dobu promjene, prosječna gledanost naslova sapunske opere opada na 12.60 % AMR-a (sapunica 10.38 %, telenovela 14.82 %). Unatoč povećanju broja naslova na ljestvici, naslovi telenovele u Novom dobu ostvaruju tek nešto niži rejting (12.85 % AMR-a). Istovremeno opada udio ostalih žanrovskih skupina.

Drama. Osobito je izražen trend pada udjela naslova drame, žanrovske skupine s najvećim brojem raznolikih žanrova. Udio drame sa 48 % iz Starog doba u Novom dobu opada na 10 %. *U Starom dobu* naslovi američke drame ostvaruju udio od 28 %. Među njima su najzastupljeniji kriminalistički naslovi sa 16 % udjela, a slijede akcijsko-avanturistički i SF naslovi sa po 4 % udjela. Američka *soap* drama i ratna serija ostvaruju po 2 % udjela. Europski naslovi ostvaruju 10 % udjela (kriminalistički 8 %, akcijsko-avanturistički 2 %). Kanada ostvaruje 6 % udjela u naslovima, također kriminalističkim žanrom. Zapadni proizvođači engleskog govornog područja ostvaruju udio u naslovima drame od 40 %. Hrvatska drama pojavljuje se s 4 % udjela; riječ je o dvama povijesnim naslovima koji ostvaruju izrazito visoke gledanosti i ukupno su gledaniji od domaće telenovele (vidi: 10.2.5.1.). *U Dobu promjene* udio drame opada na 16 %, a domaća drama nije prisutna. Udio zapadne drame opada na 14 % (12 % SAD, 2 % Njemačka), a 2 % udjela u naslovima otpada na Srbiju i Crnu Goru. Američke kriminalističke serije ostvaruju udio od 10 %, a američki SF udio od 2 %. Njemačka je prisutna s akcijsko-avanturističkim naslovom, a Srbija i Crna gora sa *soap* dramom. *U Novom dobu* udio zapadne drame opada na 6 %. Udio američke produkcije opada na 2 % (riječ je o akcijsko-avanturističkom naslovu). Američke kriminalističke naslove zamjenjuju oni talijanske produkcije i izraženog diskursa telenovele (vidi: 10.2.1.1.). Domaću dramu predstavljaju dva naslova TV mjuzikla (4 % udjela); riječ je istoj seriji kojoj je ponovljeno emitiranje. I ovaj domaći TV mjuzikl izrazito je hibridiziran s kôdovima telenovele (vidi: 10.2.13.). Gledanost drame na ljestvici Top 10 u Starom dobu iznosi 17.55 % AMR-a, u Dobu promjene 10.65 % AMR-a, a u Novom dobu 11.34 % AMR-a.

Komedija. *U Starom dobu* udio naslova komedije iznosi 34 %. Od toga 28 % otpada na domaći *sitcom,* a 2 % na domaću komediju-dramu sredine. SAD i BiH sudjeluju u naslovima *sitcoma* sa po 2 % udjela. *U Dobu promjene* udio komedije neznatno raste i iznosi 36 %. Pritom udio domaćih *sitcoma* opada na 20 %, a raste udio *sitcoma* iz BiH, na 10 %. Hrvatska u udjelima naslova komedije sudjeluje i s domaćom komedijom-dramom sredine (4 % udjela) te s romantičnom komedijom (2 % udjela). Riječ je o jedinoj romantičnoj komediji proizvedenoj u Hrvatskoj. Sve komedije-drame sredine arhivski su naslovi iz doba socijalizma (vidi: 10.3.2.1.). *U Novom dobu* udio naslova komedije opada na 16 %, a nastavlja se trend pada domaćeg i uzleta

bosanskohercegovačkog *sitcoma*. Hrvatska u naslovima *sitcoma* ostvaruje udio od 2 %, a BiH udio od 12%. Hrvatska u tom periodu u udjelima komedije sudjeluje i s komedijom-dramom sredine (2 % udjela). Riječ je o jedinoj komediji drami sredine novijeg datuma proizvedenoj u Hrvatskoj. Gledanost naslova komedije u Starom dobu iznosi 13.29 % AMR-a, u Dobu promjene 12.53 % AMR-a, a u Novom dobu 11.55 % AMR-a.

Ljestvica Top 10 OŠ i bez

Samo ljestvicu Top 10 OŠ i bez odlikuju u svim periodima viši rejtinzi od onih postignutih na ljestvici Top 10, ali i povećanje rejtinga tijekom vremena. U Starom dobu rejting ljestvice iznosi 17.44 % AMR-a (1.97 postotnih bodova više od rejtinga Top 10), a u Novom dobu iznosi 19.33 % AMR-a (6.92 postotna boda više od rejtinga Top 10). Tom je povećanju doprinijelo povećanje rejtinga naslova donjeg dijela ljestvice (Top 6-10 OŠ i bez), a da pritom nije došlo do smanjenja rejtinga na užim gornjim dijelovima ljestvice (Top 3 OŠ i bez i Top 5 OŠ i bez). Odnosno, *dolazi do proširenja lepeze gledanijih naslova*. Ljestvicu odlikuje i najveće povećanje broja nastavaka po sezoni, sa 469.2 nastavka u Starom dobu na 807 nastavka po sezoni u Novom dobu (u Novom dobu Top 3 OŠ i bez: 307.4 nastavka rejtinga 25.68 % AMR-a; Top 5 OŠ i bez 485. nastavka rejtinga 22.90 % AMR-a). Dok ljestvicom Top 10 OŠ i bez u Starom dobu dominiraju domaći naslovi (31 naslov), u Novom dobu dominiraju nezapadni naslovi (36 naslova). Broj zapadnih naslova i u Starom je dobu manji nego na ljestvici Top 10 (18 naslova vs. 28 naslova na ljestvici Top 10), a tijekom vremena broj zapadnih naslova se i dalje smanjuje (Novo doba: tri naslova vs. pet naslova na Top 10 [za udjele žanrovskih skupina vidi: 9.4.2.]).

Ljestvica Top 10 VŠS i VSS

Tu ljestvicu odlikuju niži rejtinzi od onih postignutih na ljestvici Top 10 (Staro doba: 14.98 %; Doba promjene: 11.66 %; Novo doba 7.00 % AMR-a), kao i najveći pad rejtinga u odnosu na sve analizirane ljestvice 10 najpopularnijih naslova. Tako je rejting ljestvice u Starom dobu *u odnosu na ljestvicu Top 10* manji za 0.49 postotnih bodova, a u Novom je dobu manji za 5.41 postotni bod. Pri tome je u Novom dobu rejting donje uže ljestvice Totala, Top 6-10 (10.11 % AMR-a), *viši* od uže ljestvice hitova Top 3 VŠS i VSS (9.54 % AMR-a). U odnosu pak na ljestvicu Top 10 OŠ i bez, rejting ljestvice Top 10 VŠS i VSS u Starom dobu manji je za 2.55 postotnih bodova, a tijekom vremena ta se *razlika povećava* i u Novom dobu iznosi čak 12.33 postotna boda. Na ljestvici Top 10 VŠS i VSS dolazi do relativno jednakomjernog pada rejtinga na svim dijelovima ljestvice, odnosno *dolazi do proširenja lepeze slabije gledanih naslova*. Gledanost Top 3 VŠS i VSS sa 18.98 % AMR-a iz Starog doba, u Novom dobu opada na 9.54 % AMR-a. Gledanost Top 5 VŠS i VSS opada sa 17.23 % AMR-a na 8.68 % AMR-a. Gledanost Top 6-10 VŠS i VSS opada

sa 12.73% AMR-a na 6.64 % AMR-a. Ljestvicu Top 10 VŠS i VSS u odnosu na druge ljestvice 10 najpopularnijih naslova svo vrijeme odlikuje i najmanji broj nastavaka po sezoni – 321 u Starom dobu, 393 u Dobu promjene i 490 u Novom dobu. Pri tome u Novom dobu ljestvica Top 3 VŠS i VSS broji 188.4 nastavka, a Top 5 VŠS i VSS 281 nastavak. Ljestvicu Top 10 VŠS i VSS odlikuje najmanji udio nezapadnih naslova (24 % u Dobu promjene; 34 % u Novom dobu) te najveći udio zapadnih naslova (66 % u Starom dobu; 46 % u Dobu promjene; 42 % u Novom dobu). Riječ je o jedinoj ljestvici na kojoj u Novom dobu ne dolazi do prevage nezapadnih naslova (za udjele žanrovskih skupina vidi: 9.4.2.).

Ljestvica Top 10 SSS

Kao i ljestvice Top 10 te Top 10 VŠS i VSS, i ovu ljestvicu odlikuje ukupni pad rejtinga tijekom vremena (Staro doba: 15.08 %; Doba promjene: 12.20 %; Novo doba 10.68 % AMR-a). Taj se pad rejtinga odvija na način da dolazi do opadanja gledanosti na svim dijelovima ljestvice (Top 3 SSS, Top 5 SSS, Top 6-10 SSS). No, za razliku od ljestvice Top 10 VŠS i VSS, na ovoj ljestvici dominaciju zapadnih naslova iz Starog doba (32 naslova) u Novom dobu zamjenjuje dominacija nezapadnih naslova (34 naslova). Također, broj nastavaka po sezoni na ovoj ljestvici raste sa 348 u Starom dobu na 747 u Novom dobu (u Novom dobu Top 3 SSS: 257.8 nastavaka; Top 5 SSS: 468.4 nastavka).

Ljestvice 11-20 najgledanijih naslova

Najprije u Tablici 20 sažimamo podatke o vrijednostima ljestvica Top 11-20, Top 11-20 OŠ i bez, Top 11-20 SSS te Top 11-20 VŠS i VSS vezano za rejtinge ljestvica i njima pripadajućih užih ljestvica, broj emitiranja po sezoni te broj hrvatskih, zapadnih i nezapadnih naslova u analiziranim periodima, a u nastavku donosimo pregled ukupnih trendova gledanosti serija na tim ljestvicama.

Tablica 20. Vrijednosti ljestvica Top 11-20, Top 11-20 OŠ i bez, Top 11-20 SSS te Top 11-20 VŠS i VSS vezano za rejtinge, broj emitiranja po sezoni, broj hrvatskih naslova, broj zapadnih naslova i broj nezapadnih naslova od 2003. do 2018. godine

	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Top 11-20			
AMR %	10.36%	8.13%	5.99%
Emitiranja po sezoni	271	270	412
Broj hrvatskih naslova	10	14	21
Broj zapadnih naslova	40	29	16
Broj nezapadnih naslova	0	7	13

Top 11-15 AMR %	10.89%	8.73%	6.78%
Top 16-20 AMR %	9.83%	7.54%	5.21%
Top 11-20 OŠ i bez			
AMR %	9.77%	8.06%	7.38%
Emitiranja po sezoni	220	326.8	335.18
Broj hrvatskih naslova	7	16	20
Broj zapadnih naslova	31	24	12
Broj nezapadnih naslova	2	10	18
Top 11-15 OŠ i bez AMR %	10.55%	9.03%	10.04%
Top 16-20 OŠ i bez AMR %	8.98%	7.09%	6.23%
Top 11-20 SSS			
AMR %	10.86%	8.39%	5.59%
Emitiranja po sezoni	277.4	243.4	456.6
Broj hrvatskih naslova	12	8	16
Broj zapadnih naslova	37	34	18
Broj nezapadnih naslova	1	8	16
Top 11-15 SSS AMR %	11.56%	8.95%	6.72%
Top 16-20 SSS AMR %	10.15%	7.75%	5.22%
Top 11-20 VŠS i VSS			
AMR %	10.33%	8.04%	5.36%
Emitiranja po sezoni	192	359.2	395.6
Broj hrvatskih naslova	8	12	8
Broj zapadnih naslova	42	28	25
Broj nezapadnih naslova	0	10	17
Top 11-15 VŠS i VSS AMR %	10.85%	8.49%	5.90%
Top 16-20 VŠS i VSS AMR %	9.81%	7.59%	5.23%

Ljestvica Top 11-20

Rejting te ljestvice opada još izrazitije od rejtinga ljestvice Top 10, sa 10.36 % AMR-a u Starom dobu na 5.99 % AMR-a u Novom dobu. Na ljestvici se u Novom dobu osjetno povećava broj emitiranja (271 emitiranje u Starom dobu; 270 u Dobu promjene; 412 u Novom dobu). No, to povećanje broja emitiranja ne odnosi se samo na uvrštavanja na ljestvicu naslova sapunske opere (vidi: 10.4.3.). Ono je povezano i s kriminalističkim serijama. Naime, komercijalni nakladnici uvode praksu ponovljenih emitiranja svih sezona već ranije prikazivanih dugovječnih kriminalističkih američkih detekcijskih serija u svakodnevnom ritmu radnim danom u udarnim

terminima svojih nišnih zemaljskih kanala, po uzoru na ritam emitiranja telenovela na svojim općim kanalima.[60] Tijekom vremena povećava se broj hrvatskih naslova, kao i broj emitiranih nastavaka pojedinog naslova. Značajno opada broj naslova sa Zapada, ali ne i broj emitiranja (vidi: 9.1.), što je dobrim dijelom povezano s ponovljenim emitiranjima zapadnih drama, osobito kriminalističkih serija. I na ovoj ljestvici značajno raste broj naslova i broj emitiranja nezapadnih serija, osobito telenovela (vidi: 9.1., 9.2.). Razlike u rejtinzima između gornjeg dijela ljestvice (Top 11-15) i donjeg dijela ljestvice (Top 16-20) s vremenom se tek blago povećavaju; kreću se od 1.06 postotnih bodova u Starom dobu do 1.57 postotnog boda u Novom dobu. Odnosno, *odnosi rejtinga gornjeg i donjeg dijela ljestvice relativno su ujednačeni*.

Drama. I na ovoj ljestvici, kao i na ljestvici Top 10, dolazi do pada udjela drame. Taj je pad u Dobu promjene (68 % udjela; 58 % Zapad, 8 % Hrvatska, 2 % Srbija i Crna Gora), nešto manje izražen u odnosu na Staro doba (78 % udjela; 72 % Zapad, 6 % Hrvatska). Odnosno, drama u Dobu promjene gubi na popularnosti na način da se velikim dijelom s ljestvice Top 10 seli na ljestvicu Top 11-20. No, i na toj se ljestvici pojavljuje manji broj naslova drame nego u Starom dobu. Trend pada udjela drame se u Novom dobu nastavlja na obje ljestvice, a na ljestvici Top 11-20 još je izraženiji nego u ranijem razdoblju (42 % udjela; 32 % Zapad, 8 % Hrvatska, 2 % Turska, 2 % Srbija i Crna Gora). Ukupno se na objema ljestvicama u Novom dobu nalazi 26 naslova drame, u odnosu na 63 naslova u Starom dobu. Dramom dominira kriminalistički žanr, ali se i udio naslova ovog žanra tijekom vremena prepolovljuje, sa 52 % u Starom dobu (45 % Zapad, 4 % Hrvatska), na 40 % u Dobu promjene (38 % Zapad, 2 % Hrvatska) te na 24 % u Novom dobu (22 % Zapad, 2 % Hrvatska).

Sapunska opera. Kao i na ljestvici Top 10, i na ovoj ljestvici raste udio naslova sapunske opere. U Starom su dobu na ljestvici prisutne samo sapunice s udjelom od 6 % (4 % Hrvatska, 2 % Italija), a udio sapunica u Novom dobu iznosi 2 % (Hrvatska). Telenovela, koje u Starom dobu nema na ljestvici, u Dobu promjene ostvaruje udio od 14 % (6 % Turska, 4 % Srbija i Crna Gora, 2 % Indija, 2 % Hrvatska), a u Novom dobu udio od 22 % (12 % Turska, 10 % Hrvatska). Tako se

[60] Iako drame prosječno po premijernoj sezoni sadrže dvadesetak nastavaka, primjerice u sezoni 2017/2018 na ljestvicu Top 11-20 uvršteno je 353 nastavka serije *Navy CIS* ([*NCIS*] CBS, 2003-). Uvršteno je i 160 nastavaka serije *Mentalist* ([*The Mentalist*] CBS, 2008-2015) iako je u ranijoj sezoni (2016/2017) na istoj ljestvici ovaj naslov bio uvršten sa 116 nastavaka. Ova se praksa osim na kriminalističke serije odnosi i na akcijsko-avanturističke serije (npr. u sezoni 2016/2017 emitiran je 91 nastavak serije *Škorpion* [*Scorpion*; CBS, 2014-2018];), no na ljestvici je manji broj naslova akcijsko-avanturističkog žanra. Ista praksa odnosi se i na zapadne situacijske komedije, ali gledanosti tih naslova nisu bile dovoljno visoke da bi oni bili uvršteni na ljestvicu Top 11-20. Stoga ih u radu nismo pomnije analizirali.

ukupno na ljestvici Top 20 u Novom dobu nalazi 48 naslova sapunske opere, u odnosu na 12 naslova u Starom dobu.

Komedija. Kao i na ljestvici Top 10, na ovoj ljestvici u Starom dobu (16 % udjela) i Dobu promjene (18 % udjela), komedija zadržava približne udjele. No, u Novom dobu, istodobno s padom udjela naslova komedije na ljestvici Top 10, raste njihov udio na ljestvici Top 11-20 (34 % udjela). Odnosno, komedija se (kao ranije drama) u Novom dobu dijelom s ljestvice Top 10 premješta na ljestvicu Top 11-20 (vidi: 9.2.).

Ljestvica Top 11-20 OŠ i bez

Kao što je vidljivo iz Tablice 20, riječ je o ljestvici koja u svim periodima sadrži najmanje udjele zapadnih naslova i najviše udjele nezapadnih naslova od svih ljestvica 11-20 najgledanijih naslova. Riječ je o jedinoj ljestvici na kojoj je u Starom dobu prisutna latinoamerička telenovela (vidi: Prilog 3). Kako na ljestvici Top 10 OŠ i bez opada udio hrvatskih naslova, tako udio domaćih naslova raste na ovoj ljestvici (Staro doba: 14 %; Doba promjene: 32 %; Novo doba: 40%). Za ljestvicu je specifično i to što tijekom vremena dolazi do najmanjeg smanjenja rejtinga u odnosu na ostale ljestvice, sa 9.77 % AMR-a u Starom dobu na 7.38 % AMR-a u Novom dobu. No, istovremeno su prisutne sve veće razlike u rejtinzima između užih ljestvica Top 11-15 OŠ i bez i Top 16-20 OŠ i bez. Ljestvica Top 11-15 OŠ i bez u Novom dobu zadržava raniji rejting (Staro doba: 10.55 % AMR-a; Novo doba: 10.04 % AMR-a), ali opada rejting donje uže ljestvice. Tako se razlika rejtinga između gornje i donje uže ljestvice povećava sa 1.57 postotnih bodova u Starom dobu, na 3.81 postotnih bodova u Novom dobu. Odnosno, osobito u Novom dobu dolazi do *zgušnjavanja gledatelja oko naslova s prvog dijela ljestvice*, uglavnom komedija i sapunskih opera (za udjele žanrovskih skupina vidi: 9.4.2.).[61]

Ljestvica Top 11-20 VŠS i VSS

Kao što je vidljivo iz Tablice 20, ta ljestvica sadrži najmanje hrvatskih naslova i najviše zapadnih naslova od svih ljestvica 11-20 najpopularnijih serija. Od nezapadnih naslova, osim turskih i onih s područja bivše Jugoslavije, na ljestvici je prisutna i po jedna grčka i ruska drama (vidi: Prilog 3). Na ljestvici tijekom vremena dolazi do najvećeg pada rejtinga u odnosu na druge ljestvice, sa 10.33 % AMR-a u Starom dobu na 5.36 % AMR-a u Novom dobu. Pri tome *odnosi rejtinga gornjeg i donjeg dijela ljestvice postaju sve ujednačeniji*: u Starom dobu razlika rejtinga između Top 11-15

[61] Tako u posljednjoj mjerenoj sezoni Novog doba (2017/2018) Top 16-20 OŠ i bez ostvaruje rejting od 2.95 % AMR-a (vidi: Prilog 3).

VŠS i VSS i Top 16-20 VŠS i VSS iznosi 1.04 postotna boda, a u Novom dobu iznosi 0.67 postotnih bodova (za udjele žanrovskih skupina vidi: 9.4.2.).[62]

Ljestvica Top 11-20 SSS

Kao i kod ljestvica Top 11-20 i Top 11-20 VŠS i VSS, rejtinzi ljestvice se tijekom vremena prepolovljuju (Staro doba: 10.86 %; Doba promjene: 8.39 %; Novo doba: 5.59 % AMR-a). Pri tome su *odnosi rejtinga gornjeg i donjeg dijela ljestvice relativno ujednačeni*; u Starom dobu ta razlika iznosi 1.41 postotni bod, a u Novom dobu 1.5 postotnih bodova. Vezano za zemlju porijekla u Novom dobu na ljestvici dolazi do približavanja udjela hrvatskih, zapadnih i nezapadnih naslova (Hrvatska: 32 %; Zapad: 36%; Ne-Zapad: 32 % [za udjele žanrovskih skupina vidi: 9.4.2.]).

9.4.1. Rejtinzi ljestvice Top 20 u pojedinim demografskim skupinama

Rejtinge naslova ukupne ljestvice Top 20 sagledali smo i s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta stanovanja ispitivanih gledatelja. Dolazi do opadanja rejtinga kod oba spola, no ovaj je pad izraženiji kod muškaraca nego kod žena. Nešto je izraženiji pad rejtinga kod uzorka urbane nego kod ruralne populacije. Vezano za dob u uzorcima gledatelja od 18 do 30 godina i od 31 do 45 godina dolazi do najvećeg pada rejtinga. Samo kod jedne dobne skupine ne dolazi do pada rejtinga, to su osobe starije od 60 godina. Ove su promjene prikazane u Tablici 21.

Tablica 21. Ljestvica Top 20 podijeljena na uže ljestvice Top 10 i Top 11-20: postignuti prosječni rejtinzi (AMR %) naslova u periodu od 2003. do 2018. godine kod publike podijeljene prema spolu, dobi i veličini mjesta prebivališta

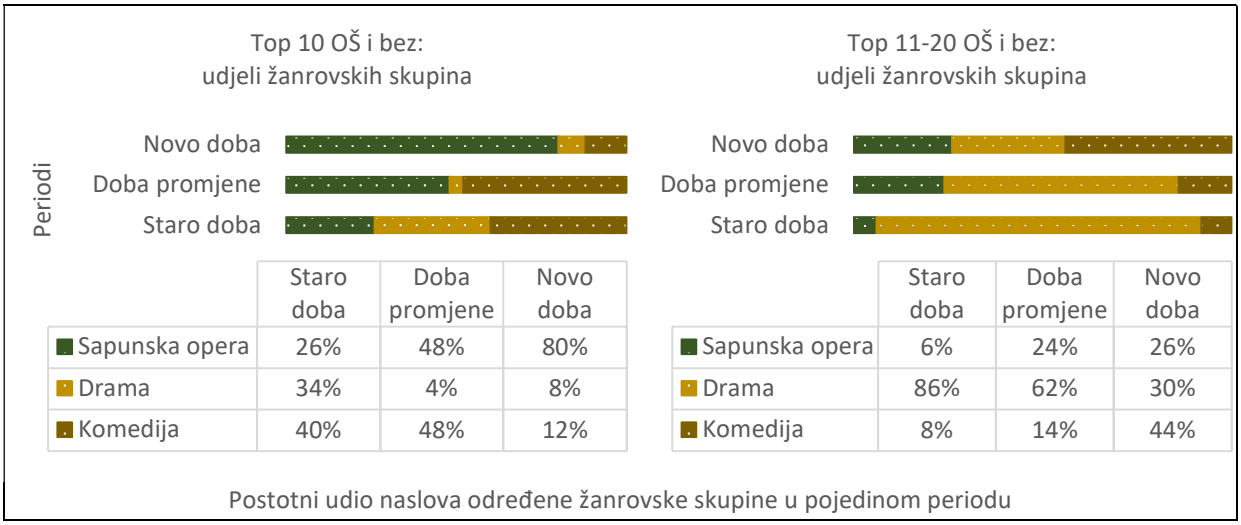
	Staro doba (AMR %)	Doba promjene (AMR %)	Novo doba (AMR %)
Ljestvica Top 10			
Žene	17.70%	15.64%	15.48%
Muškarci	14.03%	11.45%	9.01%
Urbani	15.82%	12.47%	10.68%
Ruralni	16.10%	14.82%	14.18%
Dob 18-30	9.55%	6.40%	4.23%
Dob 31-45	15.97%	11.71%	7.20%
Dob 46-60	18.24%	16.39%	14.84%
Dob 60+	19.43%	19.52%	20.66%
Ljestvica Top 11-20			

[62] Tako u posljednjoj mjerenoj sezoni Novog doba (2017/2018) taj odnos iznosi 4.47 % vs. 4.31 % AMR-a (vidi: Prilog 3).

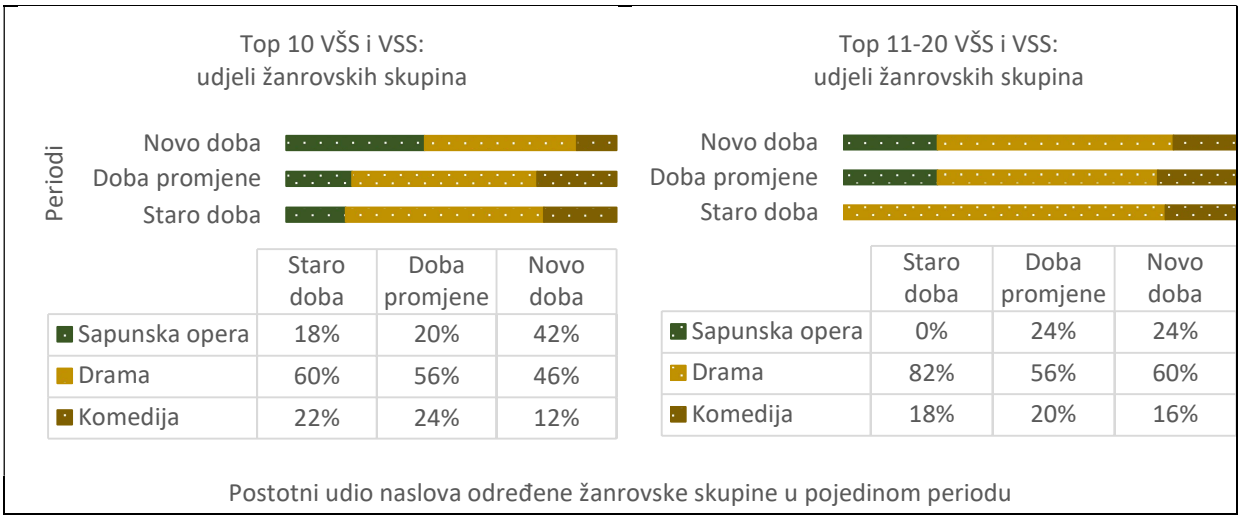
Žene	12.36%	9.14%	6.58%
Muškarci	9.88%	6.93%	5.34%
Urbani	11.86%	8.57%	5.79%
Ruralni	10.50%	7.62%	6.20%
Dob 18-30	7.71%	5.38%	2.35%
Dob 31-45	12.26%	8.44%	4.64%
Dob 46-60	11.85%	9.62%	7.72%
Dob 60+	10.55%	8.67%	8.30%

9.4.2. Udjeli žanrovskih skupina na ljestvicama obrazovnih skupina

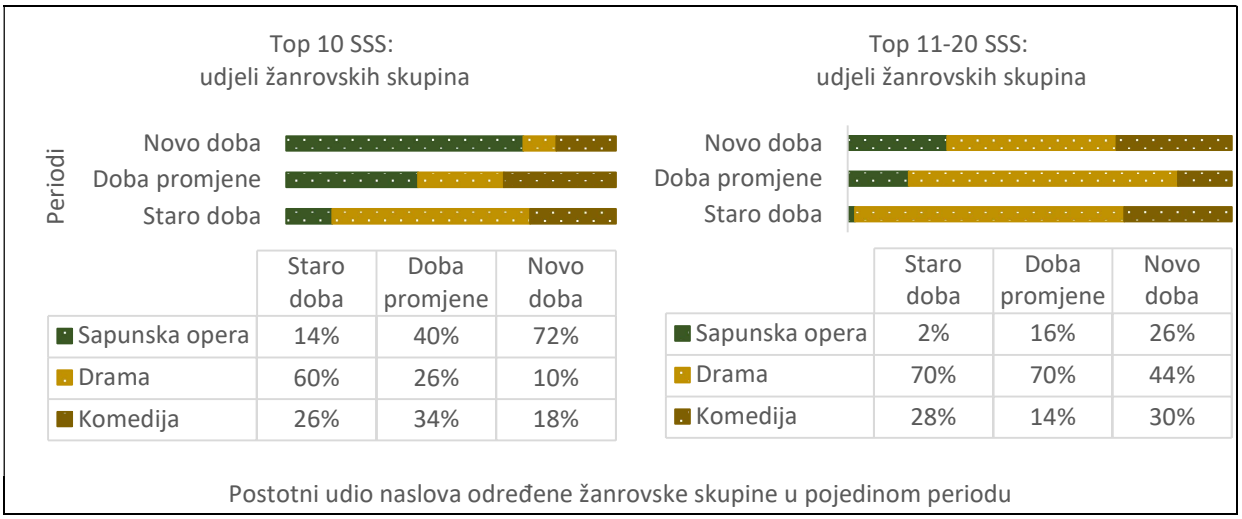
Najprije u Grafičkim prikazima 8, 9 i 10 donosimo podatke o udjelima žanrovskih skupina na ljestvicama Top 20 OŠ i bez, Top 20 SSS te Top 20 VŠS i VSS u istraživanim periodima, a u nastavku donosimo pregled trendova distribucije žanrova na ovim ljestvicama.



Grafički prikaz 8: Ljestvica Top 20 OŠ i bez podijeljena na Top 10 OŠ i bez i Top 11-20 OŠ i bez: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003 do 2018 godine



Grafički prikaz 9: Ljestvica Top 20 VŠS i VSS podijeljena na Top 10 VŠS i VSS i Top 11-20 VŠS i VSS: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003 do 2018 godine



Grafički prikaz 10: Ljestvica Top 20 SSS podijeljena na Top 10 SSS i Top 11-20 SSS: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003 do 2018 godine

Ljestvica Top 20 OŠ i bez

Ljestvica Top 10 OŠ i bez. U Starom je dobu prisutna relativno ujednačena distribucija žanrovskih skupina. Prevladava komedija sa 40 % udjela, a slijede drama sa 34 % udjela i sapunska opera sa 26 % udjela. U Dobu promjene gubi se ta ujednačenost, ali rejting ljestvice ne opada u odnosu na Staro doba (vidi: 9.4.1.). Komedija i sapunska opera prisutne su sa po 48 % udjela. Drama postaje izrazito slabo zastupljena; ostvaruje 4 % udjela. U Novom dobu dolazi do daljnje ekspanzije naslova sapunske opere. Ti naslovi ostvaruju 80 % udjela na ljestvici, a udio naslova komedije opada na 12 %. Drama ostaje najslabije zastupljena s 8 % udjela.

Ljestvica Top 11-20 OŠ i bez. U Starom dobu dominiraju naslovi drame s 86 % udjela. Slijede komedija pa sapunska opera. *U Dobu promjene* rejting ljestvice blago opada (vidi: 9.4.2.). Uočavaju se slične tendencije kao i na ljestvici Top 10 OŠ i bez – udio drame opada, a rastu udjeli komedije i sapunske opere. No, te su tendencije znatno slabije izražene nego na ljestvici Top 10 OŠ i bez: drama još uvijek zadržava primat s 62 % udjela. Odnosno, drama gubi na popularnosti na način da se većim dijelom s ljestvice Top 10 OŠ i bez seli na ljestvicu Top 11-20 OŠ i bez, ali i tamo ipak opada njen udio u odnosu na Staro doba. Istovremeno su u Dobu promjene na objema ljestvicama sapunska opera i komedija prisutnije nego li ranije. *U Novom dobu* rejting ljestvice i dalje blago opada (vidi: 9.4.2.), a opada i udio drame (na 30 %). Istovremeno rastu udjeli naslova komedije (na 44 %) i sapunske opere (na 26 %). Tako se komedija u Novom dobu (kao ranije drama) većim dijelom s ljestvice Top 10 OŠ i bez premješta na ljestvicu Top 11-20 OŠ i bez, dok udjeli sapunske opere rastu na objema ljestvicama.

Ljestvica Top 20 VŠS i VSS

Ljestvica Top 10 VŠS i VSS. U Starom dobu i Dobu promjene prisutni su relativno približni udjeli žanrovskih skupina. Dominira drama (60 % i 56 % udjela), a slijedi komedija (22 % i 24 % udjela). Sapunska opera je na trećem mjestu (18 % i 20 % udjela). Pritom već Dobu promjene dolazi do pada rejtinga ljestvice (vidi: 9.4.1.). U Novom se dobu pad rejtinga ljestvice nastavlja, a udvostručuje se udio naslova sapunske opere (42 % udjela). Prepolovljuje se broj naslova komedije (12 % udjela). Iako naslovi drame i dalje ostvaruju najveći udio na ljestvici (drama je najprisutnija žanrovska skupina), njen udio opada na 46 %.

Ljestvica Top 11-20 VŠS i VSS. Drama je najprisutnija žanrovska skupina u sva tri razdoblja. No, za razliku od ljestvice Top 10 VŠS i VSS na kojoj se najveće promjene u distribuciji žanrovskih skupina zbivaju u Novom dobu, na ovoj se ljestvici one dešavaju već u Dobu promjene. Naime, u Starom dobu ljestvicom izrazito dominiraju naslovi drame (82 % udjela). U Dobu promjene na ljestvicu prodiru naslovi sapunske opere ostvarujući 24 % udjela, ali taj se udio u Novom dobu ne povećava. Udio drame u Dobu promjene pada na 56 %, a taj se udio u Novom dobu ne smanjuje. Pri tome rejtinzi ljestvice kontinuirno padaju (vidi: 9.4.2.). Udjeli naslova komedije su svo vrijeme relativno stabilni (između 16 % i 20 % udjela).

Ljestvica Top 20 SSS

Ljestvica Top 10 SSS. Kao i na ljestvici Top 10 VŠS i VSS rejtinzi ljestvice tijekom vremena opadaju (vidi: 9.4.1.). No, prema udjelima žanrovskih skupina nakon Starog doba (kada su udjeli

bili približni), ove se dvije ljestvice počinju sve više razlikovati, da bi u Novom dobu udjeli žanrovskih skupina postali približni onima na ljestvici Top 10 OŠ i bez. Udio drame iz Starog doba od 60 %, u Novom dobu opada na 10 %. Udio komedije iz Starog doba od 26 % u Novom dobu opada na 18 %, a udio sapunske opere iz Starog doba od 14 % raste na 72 %.

Ljestvica Top 11-20 SSS. Tijekom vremena i na ovoj ljestvici dolazi do pada rejtinga, no taj je pad blaži nego na ljestvici Top 20 VŠS i VSS (vidi: 9.4.2.). Udjeli naslova drame od 70 % iz Starog doba i Doba promjene, u Novom dobu opadaju na 30 %. Time se ova se ljestvica po udjelu drame smjestila između ljestvica Top 11-20 OŠ i bez i Top 11-20 VŠS i VSS. Udjeli naslova sapunske opere rastu od 2 % u Starom dobu na 26 % u Novom dobu, a udjeli naslova komedije variraju od perioda do perioda (od 14 % do 30 %).

10. REZULTATI GLAVNOG ISTRAŽIVANJA: ŽANROVSKA MATRICA

Kreirana žanrovska matrica žanrove serija razvrstava u tri žanrovske skupine: dramu, komediju i sapunsku operu, a obuhvaća žanrove prisutne na istraživanim ljestvicama Top 20; Top 20 OŠ i bez; Top 20 SSS; Top 20 VŠS i VSS. Tablica 22 donosi prikaz žanrovske matrice.

Tablica 22. Žanrovska matrica serija popularnih na zemaljskoj televiziji u Hrvatskoj od 2003. do 2018. godine

Žanrovske kategorije		
Drama	Komedija	Sapunska opera
Akcijsko-avanturistička serija	Komedija-drama sredine	Telenovela
Bolnička drama	Lažni dokumentarac	Sapunica
Dokumentarna drama	*(mocumentary)*	
Drama o osobnoj svakodnevici	Romantična komedija	
(*soap* drama)	(*romcom*)	
Horor serija	Situacijska komedija	
Kostimirana drama	(*sitcom*)	
Kriminalistička serija	Skeč komedija	
Politička serija		
Povijesna serija		
Ratna serija		
Serija fantastike		
(*fantasy*)		
TV mjuzikl		
TV vestern		
Znanstveno fantastična serija		
(*science fiction*; SF)		
911 serija		
(spasilačka serija)		

10.1. Specifičnosti kreirane žanrovske matrice

(a) *Hrvatske specifičnosti*. Teoretičarka medija Helena Popović (2012), razmatra popularne TV žanrove kao refleksiju suvremenog društva. Uspoređuje dvije žanrovske matrice popularne televizije Zapada: 'televizijske forme' teoretičara kulture Raymonda Williamsa (2004) iz 1970-ih i suvremene žanrove Gleena Creebera i suradnika (Creeber, 2008c) iz 2000-ih. Popović (2012) uočava značajne promjene matrici žanrova: tijekom vremena pojedini tradicionalni žanrovi

nestaju, a formiraju se novi. I u našoj su matrici izuzetno slabo zastupljeni neki ranije popularni žanrovi drame poput TV vesterna. No, relativno su slabo zastupljeni i brojni žanrovi drame u 21. stoljeću vrlo popularni na Zapadu, primjerice žanr fantastike (*fantasy*). Naša matrica k tome uopće ne sadrži neke nove na Zapadu popularne kategorije poput primjerice *telefantasyja,* žanra koji obuhvaća širok raspon hibridizacija serija fantastike, horor serija i serija znanstvene fantastike, uvrštenog u treće izdanje *The Television Genre Book* (Creeber, 2015d). *Telefantasy* se na Zapadu pojavljuje kao kulturna kategorija koja ukazuje na to da je na televiziji došlo do hibridizacija i modifikacija triju tradicionalnih žanrova koje sada publika prepoznaje kao ujedinjene u istu kategoriju temeljem njihove reprezentacije nestvarnosnog (eng.: *non-verisimilitudinous*) svijeta koji djeluje uvjerljivo i na simboličkoj razini stvarno (C. Johnson, 2015: 57; Neale, 2005a: 30-31). Mi u žanrovskoj matrici odvajamo horor, znanstvenu fantastiku i fantastiku jer u istraživanom periodu kod hrvatskih gledatelja linearnih kanala popularnost nisu doživjele serije koje su potaknule ovakvo novo žanrovsko sagledavanje horora, serija fantastike i SF-a (vidi šire: C. Johnson, 2005, 2015; Short, 2011). Naša je žanrovska matrica specifična i po prisutnosti romantične komedije, žanra tijekom 20. stoljeća imanentnog filmu (Abbott i Jermyn, 2009; Grindon, 2011; Jeffers McDonald, 2007; Mortimer, 2010). Elementi romantične komedije na televiziji su se obično kao supsidijarni pojavljivali unutar situacijske komedije ili dramedijskih hibrida (vidi: Akass i McCabe, 2004; Creeber, 2004; Diffrient i Lavery, 2010). Kao televizijski žanr romantična se komedija počela formirati tek u drugoj dekadi 21. stoljeća (vidi: 10.3.3.). U našoj matrici romantičnu komediju predstavlja domaća miniserija *Vjerujem u anđele* (HRT, 2010-2011), nastala istovremeno s istoimenim igranim filmom. Naime, u Hrvatskoj i drugim zemljama bivše Jugoslavije uobičajeno je istovremeno s igranim filmom snimati i seriju kao svojevrsnu ekstenziju tog filma (vidi: Galić, 2016) pa iz ove prakse proizlazi i stanovita žanrovska specifičnost određenih serija.

(b) *Razvrstavanje dramedija*. Izraz 'dramedija' neprecizno označava mješavinu žanrovskih skupina drame i komedije, no uobičajen je u javnoj komunikaciji. Dramedija je osobito u SAD-u snažno razvijana od početka 1980-ih (vidi: Keeler, 2010). No, iako je već desetljećima prisutna u televizijskoj industriji, oko korpusa serija pripadnih dramediji nije postignut akademski konsenzus (usp.: Keeler, 2010; Lotz, 2006: 30-31, 32-33; vidi npr. za *Gilmoreice*: Lotz, 2006: 33 vs. da Ros, 2010: 57). Teorija TV žanra dramedije smješta ili u dramu ili u komediju (usp.: Creeber, 2001, 2008c, 2015d). Primjenjujući semantičko/sintaktički pristup žanru Ricka Altmana (2012), televizijski teoretičar Leah Ekdom Vande Berg (1989: 16) dramediju određuje kao skupinu serija koja se razvija kombinirajući „semantičke elemente koji su konvencionalno konstitutivni za jedan

televizijski žanr unutar sintakse koja je uobičajeno karakteristična za drugi televizijski žanr“.[63] Iako nerijetko drame i komedije pokazuju poneke značajke obje žanrovske skupine, u dramediji postoji kontinuirano stapanje elemenata karakteristično povezanih s obje različite žanrovske skupine. Pri tome mogu dominirati semantički elementi (vrste karaktera, tema i slično) nekog od žanrova ili podžanrova u okviru drame. Tada se žanrovski pridružuje drami (za ovaj tip dramedije rabit ćemo izraz *drama-komedija*). Mogu dominirati i semantički elementi komedije. Tada se žanrovski pridružuje komediji (za ovaj tip dramedije rabit ćemo izraz *komedija-drama*). No, kako napominje Robin Nelson (2001: 45; usp.: Lancioni, 2006: 19), suvremene dramedije *ne hibridiziraju samo komediju i dramu* već se ovoj osnovnoj hibridizaciji pridodaju i elementi sapunske opere i nefikcionalnih televizijskih žanrova. Da bismo zadržali načelo razvrstavanja primijenjeno u *The Television Genre Book* (Creeber, 2001, 2008c, 2015d), u skupinu komedija uvrstili smo sve komedije-drame koje revolucioniziraju i/ili hibridiziraju neki žanr komedije. Drame-komedije smo grupirali u skupinu drama tako da je svaka drama-komedija pridružena svom dominantnom žanru unutar drame.

(c) *Uvođenje operativnih naziva*. Termin koji se upotrebljava za opisivanje određenog žanra trebao bi kružiti „unutar kulturnih sfera publike, medijskih izvještaja i industrijskih diskursa“ (Mittel, 2004: 11). No, formiranje žanra je „fluidan i aktivan proces” (Mittell, 2004: 16), u suvremeno doba otežan pojavom novih i ubrzanom hibridizacijom tradicionalnih žanrova. Stoga nije rijetkost da isti hibridni naslov *u različitim sustavima kategorizacije* pripadne različitim žanrovima. U suvremenom kontekstu čest je *industrijski i medijski diskurs* u kojemu se serije (osobito one koje hibridiziraju dramu i komediju) žanrovski ne obilježavaju, nego je „neki program postao dio opisnog jezika za upućivanje na druge televizijske programe“, a to ometa jednostavnu žanrovsku komunikaciju (Keeler, 2010: 28). Naime, nije rijetkost da se hibridne serije umjesto žanrovskim terminima (pa čak i na razini mikro-žanra), predstavljaju publici *opisno i pomoću usporedbi* s drugim serijama. Takva komunikacija gledatelju otežava uspostavljanje određenih očekivanja od televizijskog teksta i može uroditi i čitavim nizom nesnalaženja i nesporazuma, a k tome ometa etabliranje žanrovskih kategorija (vidi šire: Keeler, 2010). Nadalje, kao što pokazuje analiza filmske i televizijske teoretičarke Amande Keeler (2010), u pojedinim slučajevima uvijet postojanja određenog konsenzusa oko imenovanja nekog žanra nije moguće poštovati jer *u javnoj sferi još nije došlo do dominacije niti jedne žanrovske etikete* za određenu prepoznatljivu skupinu serija. Televizijski teoretičari iz ovih su razloga često primorani prikloniti se industrijskom i

[63] Razlika između semantičkih i sintaktičkih tekstualnih obilježja, kako tumači Altman (2012: 38), „odgovara razlici između primarnih, jezičnih elemenata od kojih su sačinjeni svi tekstovi i sekundarnih tekstualnih značenja koja su ponekad izgrađena na temelju sintaktičkih veza uspostavljenih između primarnih elemenata“.

medijskom 'opiši-i-usporedi' diskursu. No, u slučaju da serije žele na neki način klasificirati, valja im pribjeći *operativnim nazivima* (npr.: Creeber, 2004; Lotz, 2006) koji će značenjski biti najbliži odlikama određene skupine serija koja se prepoznaje kao specifični kulturni klaster, ali *bez prevladavajućeg imena* za tu specifičnu skupinu. I mi smo u matricu uvrstili dva takva operativna naziva za žanrove. U žanrovsku skupinu drame kao žanr smo uvrstili *dramu o osobnoj svakodnevici* (*soap* dramu), a u žanrovsku skupinu komedije uvrstili smo *komediju-dramu sredine*. Za *neke* serije pripadne drami o osobnoj svakodnevici i *sve* serije pripadne komediji-drami sredine istovremeno je u industriji, medijima i u akademskim radovima korištena i etiketa 'drama' i etiketa 'komedija' ili je korišten izraz 'dramedija'.

(d) *Drama o osobnoj svakodnevici.* U razmatranju višeznačnosti termina 'drama' filmski teoretičar Hrvoje Turković (2004: 11) napominje da 'dramu' kao *tip priče* osim ozbiljnosti (kao kontrast razbibrige u komediji), odlikuje među ostalim i usredotočenje „na probleme koje imaju ljudi živeći svakodnevne živote“. Turković (2004: 25-27) smatra da je 'drama' u tom smislu tip priče *različit* od onog u izrazitim žanrovima, primjerice kriminalističkom, pustolovnom, hororu, SF-u i slično *te da o drami stoga možemo razmišljati i kao o zasebnom žanru*. Tako bi najsvrsishodnije bilo sve serije koje primarno obrađuju osobnu sferu, a nisu sapunske opere ili komedije, nazvati jednostavno *dramama*. No, već vezano za film Turković (2004: 1) dramu naziva i „damom koja nestaje“ jer se ovaj izraz često koristi u svakodnevnoj praksi „ali kad se prebaciš na teoriju i povijest te prakse, onda je naprosto nema“. Naime, filmska teorija izraz 'drama' ne upotrebljava kao žanrovsku ili nadžanrovsku klasifikacijsku oznaku (Turković, 2004: 1-3). Televizijska pak teorija za sada ovaj izraz koristi uglavnom kao nadžanrovsku oznaku (npr.: Creeber, 2001, 2008c, 2015c, Jacobs, 2015; Self, 1984) ili za opće označavanje igrane produkcije šire od granica određenih žanrovskih skupina (npr.: Nelson, 1997; Tulloch, 1990). Otuda i naš pleonazam 'drama o osobnoj svakodnevici'. No, kako raste broj serija o osobnoj sferi, distributeri i nakladnici već uobičajeno koriste izraz 'drama' i za užu oznaku žanra unutar drame kao žanrovske skupine.[64] Stoga bismo ovaj (novi, ovostoljetni) televizijski žanr zapravo mogli nazvati i *dramom u užem smislu*. Obiteljske teme i one povezane s osobnom, intimnom sferom tijekom razvoja televizije obrađivale su serije unutar sve tri žanrovske skupine. Ipak, dominantno su to bile ili sapunske opere ili situacijske komedije, dok se obiteljska drama nije uspjela razviti kao popularan televizijski žanr (Thompson, 1996: 131; vidi i: Glennon i Butsch, 1982; Moore, 1992; Taylor, 1989). No, kao refleksija širih društvenih i medijskih promjena povezanih s valorizacijom tema o

[64] Podatak o povećanju produkcije serija o osobnoj sferi autorica temelji na osobnom profesionalnom iskustvu selektora inozemnih serija na HRT-u.

obitelji, intimnoj sferi i životu u užoj društvenoj zajednici, formira se u okviru drame žanr novijeg datuma koji obrađuje teme iz osobne sfere, ali je ipak ukupno šireg tematskog i diskurzivnog obuhvata od ranije televizijske obiteljske drame i hibridne je naravi (na različite načine mogu se hibridizirati raznoliki elementi drame, komedije i sapunske opere [Creeber, 2004: 115]).[65] Glen Creeber (2004) prvi donosi uvid da suvremene hibridne serije unutar skupine drame usmjerene na osobnu sferu i svakodnevni život tvore novu prepoznatljivu skupinu tekstova i iznosi prijedlog naziva za ovu skupinu serija: *soap drama*. Pri tome izraz 'drama' služi kao obilježje koje usmjerava na pripadnost nadžanru, a engleski izraz *soap* (sapunica) proizlazi iz anglosaksonske uporabe tog termina šire od nadžanra sapunske opere, u smislu *tipa priče usmjerene na probleme povezane sa svakodnevicom i osobnom sferom*. *Soap* dramu Creeber ne uvrštava u *The Television Genre Book* (2001, 2008c, 2015d), ali ju opisuje u studiji *Serial Television* (2004: 113-155).

(e) *Komedija-drama sredine*. U skupini komedija pojavila se kulturno prepoznatljiva skupina pretežno domaćih komedija (dopunjena komedijama iz Srbije). Naime, u jednom segmentu komedije hrvatska i jugoslavenska se televizijska tradicija pokazala značajno različitom od međunarodne pa nisu mogle biti korištene postojeće međunarodne žanrovske klasifikacije. Od ranih 1970-ih još u sklopu JRT-a osobito hrvatski producenti njeguju komedije koje pokazuju i odlike drame (pa se često i etiketiraju i kao drame, i kao komedije [vidi: 10.3.2.]). Sve one oslikavaju određenu sredinu i mentalitete u nekom specifičnom vremenskom periodu. Riječ je o široko prihvaćenim serijama višeg kulturnog statusa poput *Našeg malog mista* (HRT, 1970) i *Velog mista* (HRT, 1980), *Mejaša* (HRT, 1970) i *Gruntovčana* (HRT, 1975) ili *Prosjaka i sinova* (HRT, 1984), popularnima i nekoliko desetljeća nakon prvih emitiranja (sve osim *Mejaša* su na ljestvicama Top 20), ali i o suvremenijim serijama koje, seleći radnju u nešto veće sredine, nastavljaju žanrovsku tradiciju u kojoj je komedija-drama slika nekog mentaliteta, sredine i vremena. S obzirom na to da ova djela u Hrvatskoj tvore kulturno prepoznatljivu skupinu serija drugačijih od ostalih televizijskih komedija, u žanrovskoj matrici je valjalo operativno imenovati tu žanrovsku kategoriju (usp.: Creeber, 2004; Lotz, 2006). Riječ je o lokalnom žanru koji nije međunarodno prepoznat. No, u žanrovskoj klasifikaciji serija to nije rijetkost. Brojne sredine razvijaju nacionalno specifične žanrove drame koji nisu međunarodno poznati. Primjerice, talijanska televizijska tradicija kao nacionalno prepoznatljiv žanr domaćih TV drama i serija

[65] Riječ je o serijama širokog diskurzivnog raspona, od primjerice pomalo mračne postfeminističke hibridne serije *Očajne kućanice* ([*Desperate Housewives*] ABC, 2004-2012) s elementima *reality* televizije (Sharp, 2006), misterije, crnohumorne komedije i sapunske opere (Lancioni, 2006; McCabe i Akass, 2006) ili već spominjane vedre obiteljske drame-komedije *Gilmoreice* (Keeler, 2010; Feuer, 2010; da Ros, 2010), do serija izraženije melodramatske note s elementima psihološkog trilera poput britanske *Doctor Foster* (BBC, 2015-2017) i drugih.

manjeg broja nastavaka temeljen na literarnim predlošcima, od 1950-ih do kasnih 1970-ih razvija *sceneggiato* koji ujedinjuje naciju, pomaže standardizaciji jezika i kojeg publika doživljava kao svojevrsnu elektroničku biblioteku literarnih djela (Buonanno, 2009, 2012, 2015). Riječ je o žanru višeg kulturnog statusa koji strukturom, jezikom, vizualnim stilom i sadržajem razvija specifičnu narativnu formulu pri adaptacijama djela klasične i popularne literature (tal.: *romanzo di consumo*), a obrađuje bližu ili dalju prošlost i naglašava elemente melodrame i sentimentalizma (Buonanno, 2012: 18-19).

10.2. Drama

U televizijskoj teoriji izraz 'televizijska drama' – ponekad kraće 'drama', kada je riječ o serijama i 'televizijska dramska serija' (npr.: Shubik, 2014) ili 'serijalna drama' (npr.: Dunleavy, 2018), *u žanrovskom smislu* dominantno se upotrebljava u značenju žanrovske skupine koja obuhvaća sve tekstove koji nisu komedije ili sapunske opere (npr. Creeber, 2001, 2008c, 2015d, Jacobs, 2015; Self, 1984). Ipak, pojedini autori, *kada se ne bave žanrovskim pitanjima*, govore i o 'televizijskoj drami' u širem smislu ukupne televizijske dramatike (npr.: Nelson, 1997; Tulloch, 1990).

10.2.1. Kriminalistička serija

Izraz *kriminalistički žanr* u književnosti (Scaggs, 2005), na filmu (Leitch, 2002; Peterlić, 2019b), pa tako i na televiziji, krovni je termin koji obuhvaća sve tekstove u kojima se kriminal ističe kao „pokretačka odlika fabule“ (Jenner, 2015: 17), odnosno koji se bave „mitologijom kriminala“ (Cawelti, 1977: 57; vidi i: S. Knight, 1980). Pri tome kriminalni čin ne mora biti u samom središtu priče (Jenner, 2016: 40).[66] Riječ je o jednom od najpopularnijih, najdugovječnijih i najraznolikijih televizijskih žanrova izrazito bogate produkcije (Turnbull, 2014: 2). Kriminalistički žanr je vrlo sklon hibridizaciji, prisvajanjima i modifikacijama odlika širokog spektra žanrova (Turnbull, 2014). Postoje i kriminalističke serije koje su hibridi s mjuziklom[67], hibridi s komedijom[68] ili hibridi sa sapunskom operom.[69] Serije ovog žanra mogu biti smještene u razna razdoblja, a

[66] Kriminalni čin nije primjerice u samom središtu priče QTV hibridne gangsterske sage *Obitelj Soprano* ([*The Sopranos*] HBO, 1999-2007 [vidi: Thorburn, 2008; Lavery, 2002, 206b]).
[67] Najpoznatiji hibrid s mjuziklom je serija *The Singing Detective* (BBC, 1986 [vidi: Creeber, 1998]).
[68] Riječ je o dramama-komedijama; prva tog tipa je *Slučajni partneri* ([*Moonlighting*] ABC 1985-1989; vidi: Ekdom Vande Berg, 1989). Situacijske komedije smještene u kriminalni milje ili policijsku postaju poput *Brooklyn 99* (Fox/NBC, 2013-2021) pripadaju žanru situacijske komedije.
[69] Kada je riječ o hibridima kriminalističkog žanra i telenovele, u telenovele se ubrajaju narko-drame ili druge telenovele koje hibridiziraju trope kriminalističkog žanra (vidi: Benavides, 2008, Matković, 2019). U kriminalističke serije ubrajaju se hibridi s melodramom koji dijelom zadržavaju estetiku telenovele, ali su izrazito manjeg broja epizoda po premijernoj sezoni emitiranja. Dvije su takve serije uvrštene u našu žanrovsku matricu: miniserija *Vendetta* ([*Un amore e una vendetta*] Canale 5, 2011), prerada argentinske telenovele *Montecristo* (Telefe, 2006

podtipovi kriminalističkih serija u rasponu su od detekcijskih i sudskih odnosno pravničkih drama (eng.: *legal drama, courtroom drama*), do gangsterskih serija, kriminalističkih socijalnih i psiholoških drama, zatvorskih serija, serija bijega i drugih (Jenner, 2015). Špijunske serije ne pripadaju kriminalističkom žanru (Creeber 2001, 2008c, 2015d) zbog izrazito naznačene političke komponente radnje (Peterlić, 2019b).

Detekcijska serija. Kriminalističke serije proizvedene u SAD-u (Jenner, 2015: 18; vidi: Catania, 2015), i u UK-u (Piper, 2015; Turrnbull, 2014) dominiraju globalnim televizijskim tržištem i presudno utječu na ukupni razvoj žanra (vidi šire: Jenner, 2016; Piper, 2015; Sabin, Wilson, Spiedel, Faucette i Bethell, 2015; Snauffer, 2006; Toft Hansen, Peacock i Turnbull, 2018; Turnbul, 2014).[70] Televizija je u SAD-u od samih početaka bila izrazito okrenuta obitelji pa se iz serija izbacivao svaki izraz ili radnja koji bi možda mogli djelovati kontroverzno. Kriminalističke priče usmjerile su se na istrage (Snauffer, 2006: 3-4; vidi i: Robards, 1985). UK-u je razvoj igranih žanrova bio snažno određen ulogom javne televizije kao one koja istovremeno informira, širi vidike i zabavlja. U okviru takve poetike na razvoj kriminalističkog žanra utječe najprije želja za dokumentiranjem djelovanja snaga reda pa su i ovdje u prvom planu istrage i ukupno djelovanje policije (Sydney-Smith, 2002). Tijekom daljnjeg razvoja žanra, osobito nakon pojave nišnih kanala, dolazi do proizvodnje kriminalističkih serija namijenjenih užim segmentima publike te do agresivnijeg prikaza kriminala, snažnijih diversifikacija unutar žanra i izraženije hibridizacije s drugim žanrovima (usp.: Dunleavy, 2018; za kritički osvrt vidi npr.: Brunsdon, 1998a, 2016). No, ipak su rane formule obilježile ukupni razvoj žanra. Kriminalističkim serijama dominiraju serije istrage zločina koje pozornost usmjeravaju na junake borbe protiv kriminala. Istražiteljski podžanrovi poznati kao *detektivska serija* i *policijski procedural* dijele veliki broj osobina, a toliko su popularni i kulturno prepoznatljivi da zajedno funkcioniraju kao etablirani diskurzivni klaster (Jenner, 2015: 17-18; vidi šire: Jenner, 2016, Nichols-Pethick, 2012; Norden, 1985; Piper, 2015; Turnbull, 2014). Riječ je o većinom formulaičnim pričama u kojima je društvo zaštićeno pomoću snaga reda (Cooke, 2008: 29). Kroz tu prizmu one funkcioniraju kao popularne moralističke priče u kojima društvo progovara o sebi i iznova se putem njih potvrđuje (Sparks, 1992). Detektivske i policijske serije zbog svoje brojnosti i popularnosti nerijetko se gotovo poistovjećuju s

[vidi: Il Sussidario, 2011; Newbery, 2007]) i serijal *Otmica* ([*Solo per amore*] Canale 5, 2015-2017 [vidi: Mediaset, n.d.]).

[70] Poslijednih desetljeća u Europi se izdvajaju i skandinavske kriminalističke serije, tzv. *Nordic noir* (Agger, 2016; Creeber, 2015c; Toft Hansen i Wade, 2017).

televizijskim kriminalističkim žanrom u cijelosti[71] ili se čak izdvajaju kao zasebne generičke kategorije i bez spominjanja kriminalističkog žanra kao krovnog klasifikacijskih pojma (npr.: Rose, 1985b). Noviji autori ipak govore o kriminalističkom žanru kao širem jedinstvenom klasteru, ali objedinjuju detektivsku i policijsku seriju i izdvajaju ih od ostalih serija žanra (npr. Jenner, 2016; Turnbull, 2014). Televizijska teoretičarka Mareike Jenner (2016) naziva ih *detekcijskim serijama*. Naime, u suvremenoj televiziji sve se formule s fokusom na istragu sve više fuzioniraju (Jenner, 2015). Spajaju se elementi klasične formule 'genijalnog detektiva', formule o takozvanim tvrdokornim (eng.: *hard boiled*) istražiteljima i formule policijskog procedurala (danas i policijsko-forenzičnog), koje govore o timskom radu policije i u kojima su metode i procedure institucionaliziranog policijskog postupanja ključni za strukturu, teme i akciju (Jenner, 2016; Scaggs, 2005; Turnbull, 2014). No i u okviru detekcijskog klastera serije se mogu međusobno znatno razlikovati s obzirom na kombinaciju formula, atmosferu, stil naracije, tipove karaktera i način izlaganja istrage zločina (Jenner, 2015; Turnbull, 2014).[72]

Sudska drama. Osim detekcijskih serija, najčešće se kao zaseban klaster kriminalističkih serija zbog svoje dugovječnosti i popularnosti izdvajaju sudske drame koje uglavnom tematiziraju odvjetničku profesiju i pravosudni sustav (Rapping, 2003; Vilez, 2010). Temeljnu formulu sudske drame sa središnjom figurom 'odvjetnika/sudca – heroja' koji je nerijetko i 'istražitelj' zločina, kreira već prva sudska američka serija *Perry Mason* (CBS, 1957-1966; vidi: Rapping, 2003: 22). Ta je formula aktualna i danas (npr.: *Goliath* [Amazon Prime Video, 2016-2021]). I unutar suvremenih detekcijskih serija popularne su policijsko-sudske žanrovske fuzije (npr. franšiza *Zakon i red* [vidi: Faucette, 2015]).[73] No, lik odvjetnika, pa time i temeljnu formulu sudske drame, obilježava kontinuirani proces tematske, stilske i diskurzivne diversifikacije (vidi: Isani, 2005; Rapping, 2003; Villez, 2010). Sudske se drame stoga danas mogu i udaljiti od kriminalističkog

[71] Primjerice Dobson (2009: 77) kriminalistički žanr opisuje u osnovi opisujući detekcijske serije. Leksikon radija i televizije (Galić, 2016) spominje kriminalistički žanr, ali ga šire ne razmatra kao jedinstveni entitet. Umjesto toga šire razmatra samo 'policijsku seriju' (Galić, 2016: 397) i 'detektivsku seriju' (Galić, 2016: 84). I u trećem izdanju Creeberovog *The Television Genre Book* (2015d) te se serije dodatno izdvajaju i opisuju kao zaseban klaster.

[72] Tzvetan Todorov (2000: 137-144) razlikuje dva glavna načina izlaganja priče o istrazi zločina: tzv. *whodunit* narativ ('tko je to učinio'; kolokvijalni izraz od eng.: *'Who [has] done it*?') i triler narativ (prisutan i u drugim žanrovima). U trileru je sve moguće, a istražitelj tijekom istrage riskira svoje zdravlje, ako ne i život (Todorov, 2000: 140) jer se ustrajno nastoji „povećati uloge u priči, intenzivirajući ili preuveličavajući neko iskustvo, pretvarajući događaje u rastuću putanju opasnosti, nasilja ili šoka“ (Glover, 2003: 137). *Whodunit* priče velikim dijelom formiraju 'krimiće zagonetke' (eng.: *mistery genre*), a oni mogu biti i posve ležerni (eng.: *cosy mistery* [Pyrhönen, 2005: 103]) i nerijetko imati „čistu geometrijsku arhitekturu“ (Todorov, 2000: 138). No, brojne suvremene *whodunit* serije uvode triler element, pogotovo u smislu mogućnosti da istražitelj bude životno ugrožen tijekom rješavanja zločina (Turnbull, 2014).

[73] Izraz *franšiza* odnosi se na produkciju više naslova slične formule unutar određenog krovnog brenda (Gillan, 2011). Globalno popularna detekcijska franšiza *Zakon i red* nastala je od istoimene serije *Zakon i red* ([*Law & Order*] NBC, 1990-2010, 2021-), a sastoji se od cijelog niza serija koji propituju pravosudni i represivni sustav (Auster, 2005: 238; Faucette, 2015; NBC, n.d.b; TV Tropes, n.d.).

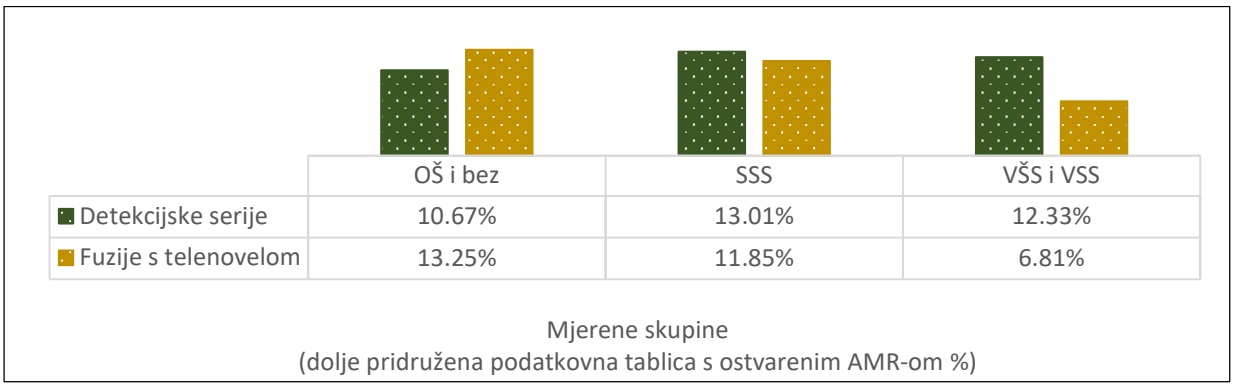
žanra. Primjerice serija *Dobra žena* [*Good Wife*] CBS, 2009-2016) snažnije pripada političkim serijama (Tryon, 2016; Coletti, 2017: 6). U hibridima s komedijom, poput *Ally McBeal* (Fox, 1997–2002; vidi: Mooney, 2006), mogu prevladati osobna pitanja odvjetničke figure, a pravni slučajevi postati tek „ekstenzije njenih osobnih problema“ (Asimow, 2014: 1) pa će snažnije pripadati drami o osobnoj svakodnevici. Takve hibridne serije koje dijelom tematiziraju odvjetničku profesiju, ali nemaju u svom središtu kriminal i s njim povezan pravosudni sustav, valja razvrstati u drugi odgovarajući žanr.

10.2.1.1. Kriminalistička serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

Kriminalističke serije na ljestvici Top 10 isključivo su proizvedene u zemljama Zapada. Riječ je o naslovima s prosječno do dvadesetak nastavaka po sezoni (Staro doba 20, Doba promjene 18, Novo doba 15 nastavaka po naslovu). U Starom dobu taj je žanr istaknut. Kriminalistički naslovi na ljestvici sudjeluju sa 30 % udjela (15 naslova s ukupno 299 nastavaka). U Dobu promjene popularnost žanru opada. Kriminalistički naslovi sudjeluju s 10 % udjela u naslovima (5 naslova s ukupno 90 sastavaka). Taj se pad udjela nastavlja u Novom dobu. Tada kriminalistički naslovi sudjeluju s 4 % udjela u naslovima ljestvice (2 naslova s ukupno 29 nastavaka). No, tijekom vremena dolazi i do promjena vezano za to kojemu podtipu kriminalističkih serija pripadaju naslovi uvršteni na ljestvicu Top 10, a dolazi i do promjena u strukturi publike. *U Starom dobu* dominiraju detekcijske epizodne serije (nerijetko kumulativni narativi; 12 naslova), u rasponu od policijskih procedurala namijenjenih svim uzrastima, akcijski orijentiranih detekcijskih naslova, do globalno popularnih američkih forenzičnih procedurala poput serija *Kosti* ([*Bones*] Fox, 2005-2017) ili franšize *CSI*.[74] Na ljestvicu su uvršteni i detekcijski serijali i miniserije koji nagovještaju suvremene trendove naglašenije serijalizacije i usložnjavanja kriminalističkih serija koje pretendiraju zainteresirati zahtjevniju publiku (usp.: Newman i Levine, 2012: 26-34). No, *u Dobu promjene* na ljestvici se zadržavaju samo epizodni američki procedurali. Riječ je o globalnim dugovječnim hitovima poput serija *Kosti*, franšize *CSI*, te serija *Mentalist* i *Zaboravljeni slučaj* ([*Cold Case*] CBS, 2003-2010). *U Novom dobu* dolazi do novog zaokreta i detekcijske serije nestaju s ljestvice. Na ljestvici se zadržavaju dva kriminalistička naslova (oba u sezoni 2014/2015). No, riječ je o hibridima kriminalističkog žanra s melodramatskim kôdovima telenovele, talijanskim naslovima *Vendetta* i *Otmica* (za rejtinge naslova s ljestvice Top 20 vidi: Prilog 2).

[74] Od serija franšize *CSI* (vidi: M. Allen, 2007; Byers i Johnson, 2009; Dobson, 2009; Kompare, 2010) osim serije *Ekipa za očevid* u istraživanom su periodu na ljestvicu Top 10 ušle su i serije *CSI New York* (CBS, 2004-2013) i *CSI Miami* (CBS, 2002-2012).

Takav se tematski, estetski i strukturni zaokret naslova na ljestvici Top 10 reflektira i na sastav publike. Detekcijske serije u Starom dobu i Dobu promjene (promatrano zajedno) ostvaruju prosječni rejting po naslovu u uzorku Total od 12.07 % AMR-a, a kriminalističke fuzije s telenovelom iz Novog doba, rejting od 11.38 % AMR-a. Detekcijske serije ostvaruju za 2.42 postotna boda više rejtinge u uzorku urbanih (13.38 % AMR-a) nego u uzorku ruralnih gledatelja (10.96 % AMR-a), te za 3.61 postotni bod više rejtinge u uzorku žena (13.79 % AMR-a) nego u uzorku muškaraca (10.36 % AMR-a). Fuzije s telenovelom ostvaruju pak za 3.02 postotna boda više rejtinge u uzorku ruralnih (12.90 % AMR-a) nego u uzorku urbanih gledatelja (9.88 % AMR-a) te za 4.86 postotnih bodova više rejtinge u uzorku žena (13.69 % AMR-a) nego u uzorku muškaraca (8.83 % AMR-a). I dobna je struktura gledatelja ovih dvaju tipova kriminalističkih serija drugačija. Detekcijske serije iz Starog doba i Doba promjene (promatrano zajedno) najviše rejtinge po naslovu ostvaruju u dobnim skupinama 31-46 (14.46 % AMR-a) te 46-60 (13.68 % AMR-a), dok u skupini 60+ ostvaruju prosječni rejting po naslovu od 10.61 % AMR-a (u skupini 18-30 rejting im prosječno iznosi 9.61 % AMR-a). U Novom dobu fuzije s telenovelom najviše rejtinge ostvaruju u dobnim skupinama 46-60 (15.71 % AMR-a) i 60+ (15.39 % AMR-a). U skupini 31-45 rejting im iznosi 8.07 % AMR-a, a u skupini 18-31 iznosi 4.58 % AMR-a. Na kraju, ta dva tipa kriminalističkih serija nisu jednako privlačna pripadnicima različitih obrazovnih uzoraka. *U uzorku OŠ i bez fuzije s telenovelom ostvaruju više rejtinge nego detekcijske serije, a u uzorku SSS te osobito u uzorku VŠS i VSS detekcijske serije ostvaruju više rejtinge od fuzija s telenovelom*. Grafički prikaz 11 donosi podatke o ostvarenim rejtinzima (AMR %) na ljestvici Top 10 detekcijskih naslova Starog doba i Doba promjene (promatrano zajedno) te fuzija s telenovelom prisutnih u Novom dobu kod triju ispitivanih obrazovnih skupina.



Grafički prikaz 11. Ljestvica Top 10: ostvareni prosječni rejtinzi po naslovu (AMR %) detekcijskih serija iz Starog doba i Doba promjene promatranih zajedno te fuzija s telenovelom iz Novog doba, u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS

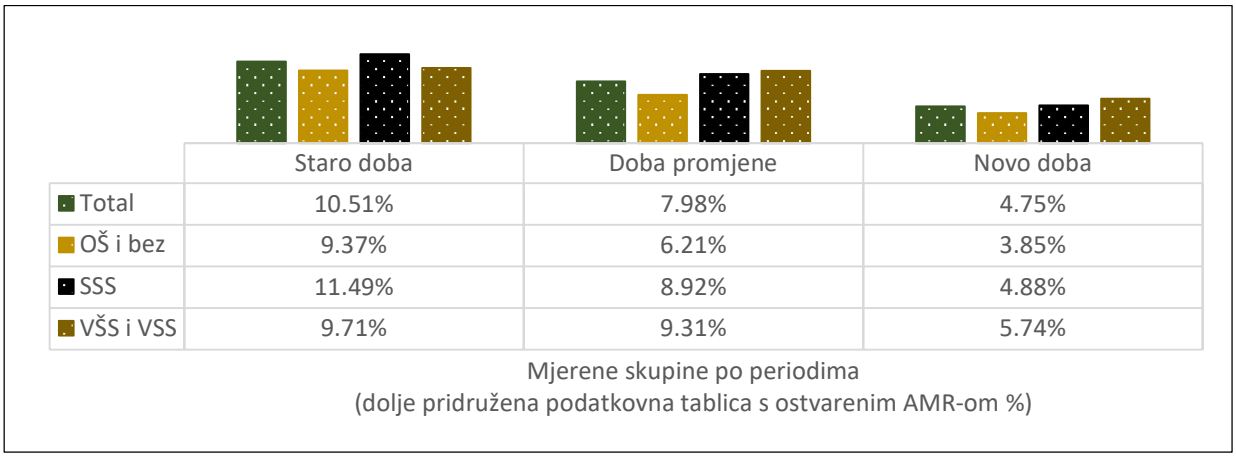
Tablica 23 donosi podatke o prosječnim ostvarenim rejtinzima (AMR %) kriminalističkih naslova od 2003. do 2018. godine na ljestvici Top 10 u svim istraživanim uzorcima.

Tablica 23. Ljestvica Top 10: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) kriminalističkih serija od 2003. do 2018. godine u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u uzorcima demografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka

AMR % u uzorcima	Staro doba (detekcija)	Doba promjene (detekcija)	Novo doba (fuzija s telenovelom)
Total	12.49%	10.81%	11.38%
OŠ i bez	11.50%	8.21%	13.25%
SSS	13.40%	11.83%	11.85%
VŠS i VSS	11.71%	14.19%	6.81%
Žene	14.26%	12.38%	13.69%
Muškarci	10.79%	9.06%	8.83%
Urbani	13.66%	12.55%	9.88%
Ruralni	11.59%	9.07%	12.90%
18-30	9.66%	9.45%	4.58%
31-45	14.84%	13.32%	8.07%
46-60	14.10%	12.42%	15.71%
60+	11.55%	7.80%	15.39%

Na ljestvici Top 11-20 u osnovi se zadržavaju zapadne detekcijske serije, najvećim dijelom globalno popularni dugovječni američki procedurali. U svakom od perioda na ljestvicu je uvrštena i po jedna domaća kriminalistička serija, no uglavnom nije riječ o detekcijskim pričama. Kontinuirano opadaju i broj naslova (Staro doba 26; Doba promjene 20; Novo doba 12), i rejting kriminalističkih serija. Iako se na ljestvici zadržavaju detekcijske priče, mijenjaju se odnosi obrazovnih skupina vezano za gledanosti tih naslova (za rejtinge naslova ljestvice Top 20 vidi: Prilog 2). Dok u Starom dobu kriminalistički naslovi u skupinama OŠ i bez i VŠS i VSS ostvaruju približne rejtinge, a prednjači skupina SSS, *u Dobu promjene i Novom dobu skupina VŠS i VSS prednjači u rejtinzima nad drugim obrazovnim skupinama*, *a u skupini OŠ i bez kriminalistički naslovi ostvaruju najslabije rejtinge*. No, u Novom dobu vidljiv je osjetan pad rejtinga kriminalističkih naslova kod svih obrazovnih skupina. Naime, u ovom periodu javni servis tek sporadično u udarnim terminima emitira kriminalističke serije (vidi: 3.5.), a komercijalni nakladnici u udarnim terminima svojih nišnih zemaljskih kanala uvode praksu *kontinuiranih repriznih emitiranja* svih sezona već ranije prikazivanih dugovječnih američkih detekcijskih serija

u svakodnevnom ritmu radnim danom (vidi: 9.4.), po uzoru na ritam emitiranja *premijernih telenovela* na svojim općim kanalima. Grafički prikaz 12 donosi rejtinge kriminalističkih serija s ove ljestvice u uzorku Total i u trima obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS. Za naslove ovog žanra uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.



	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Total	10.51%	7.98%	4.75%
OŠ i bez	9.37%	6.21%	3.85%
SSS	11.49%	8.92%	4.88%
VŠS i VSS	9.71%	9.31%	5.74%

Mjerene skupine po periodima
(dolje pridružena podatkovna tablica s ostvarenim AMR-om %)

Grafički prikaz 12. Ljestvica 11-20: rejtinzi (AMR %) kriminalističkih serija u krovnom uzorku Total te u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, od 2003. do 2018. godine

10.2.2. Bolnička drama

Bolnička drama odnosno medicinska drama (eng.: *hospital drama, medical drama* [Jacobs, 2003, 2008]) ili kako je neki nazivaju, doktorska serija (eng.: *doctor series* [Turow, 2010]), televizijski je žanr koji kao pokretač dramske radnje koristi medicinski tretman bolesnika, pri čemu je glavnina radnje smještena u bolnice (Jacobs, 2003: 1), a medicinske institucije uglavnom su prikazane putem portretiranja liječničkog zanimanja (Turow, 2010: 2). Bolničke se drame emitiraju od 1950-ih (Jacobs, 2003: 4-7). Kasnih 1980-ih i tijekom 1990-ih izrazito raste njihova popularnost i ukupni opseg njihove produkcije na Zapadu (Jacobs, 2008: 34; Turow, 2010: 5-6). Poput policajaca, zdravstveni radnici rade u ustanovama „gdje je emocijama – komičnim, tragičnim ili istovremeno objema – realno dopušteno divljati“ jer često prikazuju situacije rubu života i smrti (Turow: 2010: 1). Tijekom razvoja bolnička se drama mijenjala s obzirom na sadržaj i pogled na svijet, a promjene u tematskom fokusu, u pogledima na odnos medicine i zajednice te promjene u društvenim i osobnim temama koje te serije otvaraju, istovremeno su donosile i promjene narativnih formula unutar žanra. No, pojava novih formula, kao i u drugim žanrovima, ne znači potpuni prekid s onim starima; riječ je o uvođenju novih pristupa obradi tema i promjenama u stilu, ritmu i karakterizacijama (Jacobs, 2003: 17).

Rane bolničke drame imaju za cilj dovesti u ravnotežu realizam i točnost u prikazivanju medicinskih postupaka s elementom melodrame. U to je doba od dijela industrije uvođenje

snažnijeg melodramatskog elementa shvaćano kao kapitulacija nad trivijalnom privlačnošću sapunske opere kao žanrom koji simplificira i prenaglašava melodramatski element. Stoga je bolnička serija nastojala da melodramatski elementi budu prisutni, no ne i prenaglašeni (Jacobs, 2003: 5). Ipak, iako je element melodrame od samih njenih početaka sastavni dio bolničke drame, ovaj žanr valja razlikovati od takozvanih bolničkih sapunskih opera.[75] Serija *Dr. Kildare* (NBC, 1961-1966) već je početkom 1960-ih konsolidirala element koji postaje obrazac bolničkih drama: pacijenti (i njihove bolesti) služe kao sredstva za istraživanje određenih društvenih i intimnih tema i pitanja (Jacobs, 2008: 34). U žanr se još od 1970-ih intenzivno uključuju brojne teme o medicinskim i društvenim problemima: pobačaju, homoseksualnosti, silovanju, ovisnosti o drogama, umjetnoj oplodnji ili spolnim bolestima (Jacobs, 2003: 7). Pod utjecajem *reality* televizije i rastuće ambicije televizije da vidi, dokumentira i dramatizira sve aspekte života, 1990-ih bolničke serije još snažnije reflektiraju izraženi interes publike vezan za raznovrsne probleme svakodnevnog života, a različite sudbine, prostori i osobe u tim su serijama prikazani pod jedinstvenim „stilskim kišobranom“ neposrednosti i autentičnosti (Jacobs, 2003: 13). Liječnička figura središnja je u serijama tog žanra, no ona se mijenja tijekom njegova razvoja – od figure uspješnog liječnika, muškarca (Jacobs, 2003: 5), do sve kompleksnijih figura koje postaju krhkije i introspektivnije, a oslikavaju se kao profesionalci u rascjepu između stroge birokracije i sve prisutnijeg nasilja svakodnevnog života (Jacobs, 2003: 10-11). Istovremeno, liječnici (koji više nisu heroji, uvijek hladni i sabrani pod pritiskom bolničke rutine), postaju primarni fokus dramskog zapleta, a pacijenti dobivaju pozadinske uloge u razvoju središnjih likova liječnika (Jacobs, 2003: 10-11). Prikazi ozljeda postaju 1990-ih eksplicitniji, a unošenje elementa kaosa i složenosti rada u bolnički milje filmski i televizijski teoretičar Jason Jacobs (2003: 10) naziva „generalnom probom“ za bolničke drame brzog ritma koje se u to doba počinju snimati i koje donose veliku popularnost žanru. Medicinske drame s prijelaza na 21. stoljeće razvile su novu, apokaliptičku ideologiju zdravlja, zadržavajući neke starije narativne elemente žanra, ali donoseći brži ritam i ukupno dramatičniju atmosferu (Jacobs, 2003: 11-12), likove liječnika čineći još kompleksnijima i istovremeno u bolničke interijere uvodeći akciju i spektakl, vizualizirajući tjelesne traume kao dio radne rutine medicinskih djelatnika. Jason Jacobs (2003) ih naziva „serijama traume tijela“ (eng.: „*body trauma TV*“).[76] Elementi takvih bolničkih serija dijelom se

[75] Pogodnost 'bolničkog narativa' za razvoj melodramatskih tekstova na televiziji je u drugom smjeru razvila sapunska opera. Česte su takozvane 'bolničke' sapunice poput američke dnevne sapunice *General Hospital* (ABC, 1963- [Matković, 2019: 226; TV Series Finale, 2022]) ili talijanske *primetime* sapunice *Čarolija* (vidi: Lombardi, 2009) emitirane i u Hrvatskoj.

[76] Riječ je o serijama poput preteča QTV-a, američke *Hitne službe* i *Chicago Hope* (CBS, 1994-2000 [vidi: R. Thompson, 1996: 184-187, 188-191]) te britanske *Cardiac Arrest* (BBC, 1994-1996).

kasnije hibridiziraju i s kriminalističkim žanrom te serijama koje tematiziraju urbane vatrogasne akcije kreirajući novi žanr *spasilačkih serija* o hitnim javnim službama (vidi: 10.2.3.). Istaknuti dio novijih bolničkih serija razvija narative izrazito usmjerene na osobni život liječnika i uspostavu odnosa liječnika s pacijentima, osnažujući element melodrame.[77] Počevši od 1980-ih, melodrama je bila sve prisutnija prisutna u prikazu intenzivne osobne tjeskobe liječnika, a 1990-ih i 2000-ih ovaj je element osnažen usmjeravanjem pozornosti na osobnost i potrebe liječnika te prikazivanjem bujice ljudi koji suočavaju liječnike s potrebom za pomoći. No, istovremeno je prikaz ovih odnosa, uz isticanje melodrame, osnažio i dojam realizma bolničkih serija (Turow, 2010: 4). S obzirom na to da nakon 1990-ih dolazi do izražene proliferacije i povećanja broja bolničkih serija u ovom se popularnom žanru intenzivno kombiniraju različite formule uključujući i one iz drugih žanrova pa je danas u okviru bolničke drame teško govoriti o jasno izdvojenim podskupinama (Jacobs, 2003: 34).[78]

10.2.2.1. Bolnička drama u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

Žanr nije zastupljen na ljestvici Top 10, nego tek na ljestvici Top 11-20. Predstavljaju ga globalni američki dugovječni hitovi *Hitna služba*, *Uvod u anatomiju*, *Privatna praksa* ([*Private Practice*] ABC, 2007-2013) i *Dr. House*. Relativno mali broj naslova bolničke drame prisutan na ljestvici Top 11-20 u Starom dobu i Dobu promjene, dodatno opada u Novom dobu. Žanr nešto veće rejtinge ostvaruje u uzorcima žena i urbanih nego u uzorcima muškaraca i ruralnih. Gledanosti su relativno uravnotežene u različitim dobnim skupinama, no najslabiji su rejtinzi postignuti u dobnoj skupini 60+. Tablica 24 donosi podatke o rejtinzima bolničke drame (AMR %) na ljestvici Top 11-20 u utorcima sociodemografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka.

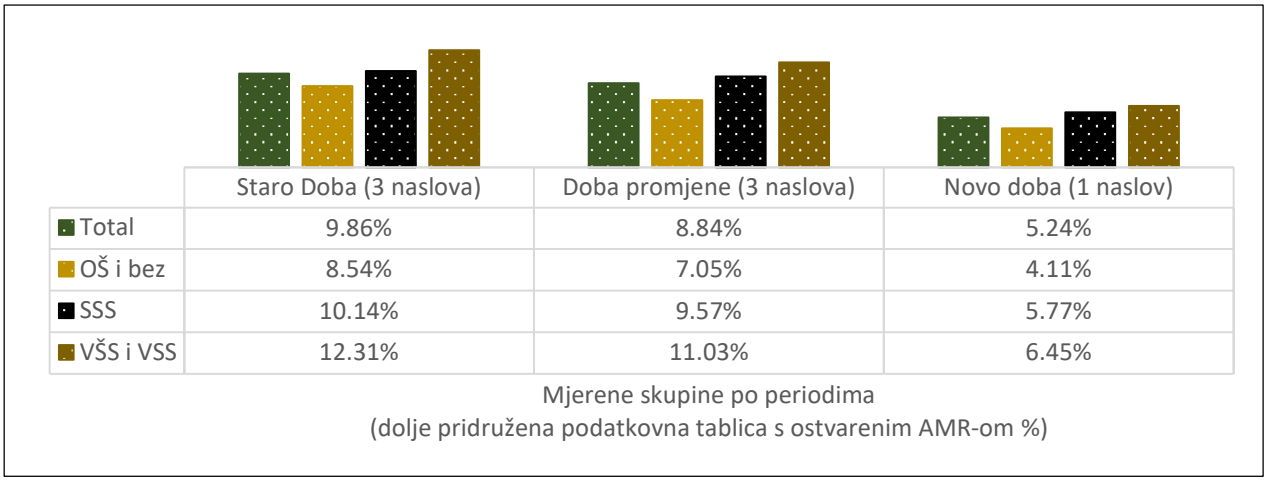
Tablica 24. Ljestvica Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) bolničke drame od 2003. do 2018. godine u uzorcima sociodemografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka

AMR % u uzorcima	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Žene	11.52%	10.98%	6.27%
Muškarci	8.00%	6.46%	4.48%
Urbani	11.00%	10.13%	6.60%
Ruralni	8.71%	7.56%	4.22%
18-30	8.47%	9.27%	5.03%

[77] Primjer suvremene bolničke serije melodramatskog izraza je *Uvod u anatomiju* ([*Grey's Anatomy*] ABC, 2005-).
[78] Tako primjerice formulu mušičavog 'genijalnog detektiva' preuzima i transponira u bolnički milje serija *Dr. House* ([*House*] Fox, 2004-2012 [vidi: Guha, 2020]).

31-45	10.67%	10.66%	6.18%
46-60	9.54%	9.23%	6.51%
60+	10.45%	6.14%	4.12%

U svim periodima naslovi bolničke drame ostvaruju *najniže rejtinge u obrazovnoj skupini OŠ i bez, a rejtinzi rastu s porastom stupnja obrazovanja publike*. Grafički prikaz 13 donosi podatke o rejtinzima postignutim na ljestvici Top 11-20 u krovnom uzorku Total te u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS. Za naslove bolničke drame uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.



Grafički prikaz 13. Ljestvica Top 11-20: rejtinzi bolničke drame (AMR %) u krovnom uzorku Total te u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS od 2003. do 2018. godine

10.2.3. 911 serija (spasilačka serija; vatrogasna serija)

Tom žanru pripadaju sve serije o (uglavnom gradskim) hitnim terenskim službama, bez obzira na to rad kojih hitnih službi na terenu pojedina serija tematizira. Riječ je o skupini hibridnih serija koje kao pokretač dramske radnje koriste svakodnevne aktivnosti pripadnika javnih službi koje prve reagiraju u najčešće opasnim hitnim situacijama. U akademskom i medijskom diskursu za njihovo su imenovanje istovremeno u upotrebi različiti nazivi, najčešće: '911 serija', 'spasilačka serija' ili 'vatrogasna serija', no ne postoji konsenzus oko naziva žanra.[79] Ponekad se još uvijek u

[79] Tako primjerice seriju *Emergency*! (NBC, 1972-1977) Yokley i Sutherland, (2008) u knjizi posvećenoj toj seriji naizmjence nazivaju vatrogasnom, spasilačkom i serijom hitne medicinske pomoći (eng.: *paramedics series*). U medijima se ove serije često nazivaju i serijama o vatrogascima (eng.: *firefighter shows*) i onda kada je riječ o serijama koje osim vatrogasaca prate policajce, dispečere i bolničare hitne pomoći [npr.: Kripena, 2021]). Mi smo ovu skupinu serija operativno nazvali 911 serijama, a dodali smo tom nazivu radi lakše orijentacije i nazive 'spasilačka serija' te 'vatrogasna serija'. Valja napomenuti da ova skupina serija koja tek u 21. stoljeću izrasta u prepoznatljiv i vrlo popularan žanr nije uvrštena u The *Television Genre Book* (Creeber, 2001, 2008c, 2015d).

javnom prostoru 911 serije tek opisno određuju, uglavnom kao priče o 'svakodnevnim herojima' (usp.: Hochbruck, 2019), običnim ljudima koji „riskiraju svoje živote da spase i zaštite građane“ (NBC, n.d.a) i slično. Serije o pripadnicima pojedinih hitnih službi povremeno su prisutne na televiziji već od 1950-ih godina. Kreiranje spasilačkih serija kakve danas poznajemo započinje 1970-ih američkom serijom *Emergency!* koja hibridizira medicinsku dramu o ekipama za pružanje prve pomoći s pričama o vatrogasnim postrojbama (Yokley i Sutherland, 2008: 15; vidi i: Bergman, 2007). No, broj tih serija do početka 21. stoljeća nije velik pa sve do tada zapravo ne dolazi do konstituiranja prepoznatljivog žanra. No, u prvim dekadama 21. stoljeća skupina serija o pripadnicima javnih hitnih službi počinje se snažno formirati u kulturno prepoznatljiv klaster. Riječ je najčešće o formulaičnim epizodnim serijama koje na različite načine hibridiziraju elemente policijskog procedurala, akcijsko-avanturističke serije i bolničke drame, prateći život i svakodnevne poduhvate vatrogasaca, gorskih spašavatelja, bolničara hitne medicinske pomoći i dispečera, a nije rijetkost da se kao protagonisti uključuju i uniformirani pripadnici policije koji izlaze na mjesto događaja u hitnim situacijama. Žanr 911 serija okuplja sve serije o svakodnevici pripadnika hitnih službi pa u ovu skupinu ubrajamo i serije koje prate pripadnike tek jedne od njih (najčešće su to vatrogasci), kao i serije koje prema istoj formuli prate pripadnike više hitnih službi. Te se serije mogu kretati od kompleksnih narativa s višeslojnim protagonistima poput serije *Vatreni dečki* ([*Rescue Me*] FX, 2004-2011; vidi: Goodman, 2011; S. Hughes, 2014), do izrazito akcijski orijentiranih serija u tradiciji kakvu započinje već prva američka serija o vatrogasnim postrojbama *Rescue 8* (SAD sindikacija, 1958-1960; vidi: Yokley i Sutherland, 2008).

Značajniji razvoj žanra započinje na prijelazu u 21. stoljeće u SAD-u međunarodno uspješnom (Yokley i Sutherland, 2008: 22) serijom *Heroji iz strasti* ([*Third Watch*] NBC, 1999-2005) koja prati svakodnevni privatni i profesionalni život skupine uniformiranih policajaca, bolničara i vatrogasaca u američkom gradu Chicagu. Serija se tijekom emitiranja mijenjala. Započela je kao hibridna inačica bolničke drame *Hitna služba*, „premještene na ulice“, a transformirala se u seriju sve više pokretanu osobnim odnosima i razvojem karaktera (intervju s Bernerom: Criminal Mind Writers, 2008). Na popularnost *Heroja iz strasti* utjecala je i činjenica da je serija prikazivana u periodu terorističkog napada na SAD 11. rujna 2001. godine (intervju s Bernerom: Criminal Mind Writers, 2008). Općenito, nakon tog događaja široko na Zapadu raste empatija prema osobama iz spasilačkih službi te interes za njihov rad i sudbine (npr.: Hochbruck, 2019; Lacey i Paget, 2015; Spigel, 2004). Tri godine nakon terorističkih napada na SAD počinje emitiranje serije *Vatreni dečki* (vidi: Zap2it, 2005), istodobno mračne i smiješne priče o njujorškim vatrogascima koji se pokušavaju priviknuti na svakodnevni život nakon 11. rujna (S. Hughes, 2014). Serija proširuje

realizam prikaza svakodnevice pripadnika hitnih službi, i to ne samo onaj 'herojski', već i 'antiherojski' aspekt karaktera glavnih protagonista i njihovih postupaka, iskazujući narušeno uvjerenje u učinkovitost 'pravog muškarca' (Schein, 2017: 163; vidi Nettleton, 2009: 90-91). Nakon što *Vatreni dečki* postaju globalno popularni, dolazi osobito u SAD-u do naglog porasta popularnosti i obujma proizvodnje serija o spasilačkim timovima, osobito vatrogascima. Naime, kao što amerikanolog Wolfgang Hochbruck (2019: Building heroic reputation) napominje, u SAD-u su pripadnici vatrogasnih postrojbi, osobito njujorški vatrogasci, već u drugoj polovici 20. stoljeća bili međunarodni kulturni fenomen, a nakon terorističkog napada 11. rujna dolazi do njihove dodatne globalne medijatizirane heroizacije. Amerikanolog Hamilton Caroll (2011: 62) simboliku vatrogastva u američkoj kulturi opisuje kao „zadnji bastion američke muževnosti", a Hochbruck (2019: An International model) ističe vatrogasnu sjekiru, kacigu i štit kao vizualne elemente koji približavaju lik vatrogasca globalno prepoznatljivom srednjovjekovnom vitezu, a funkcioniraju i kao sekundarni seksualni simboli muškosti. Još od početka 19. stoljeća u ponašanju vatrogasaca izraženi su oporost i neposlušnost, ali i iznimna predanost zadatku (Hochbruck, 2019: An International model). Ovakav imidž vatrogasaca gotovo redovito eksploatiraju narativi 911 serija, proširujući ga po potrebi i na pripadnike drugih hitnih službi. Nakon serije *Vatreni dečki* pojavljuje se cijeli niz 911 serija. No, ovim se serijama 911 žanr u velikoj mjeri vraća jednostavnijoj adrenalinskoj formuli kombinacije akcije, opasnosti i uglavnom stereotipnih oslikavanja profesionalnih i privatnih života 'svakodnevnih heroja' iz hitnih interventnih službi (npr.: Lloyd, 2012) jer se ta formula pokazala vrlo popularnom. Upravo zbog velike popularnosti, dio tih serija prerasta i u franšize koje obuhvaćaju više serija slične tematike. Pri tome su različite kombinacije raznih spasiteljskih službi pripadnici kojih se pojavljuju kao glavni protagonisti.[80]

911 serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Naslovi pripadni 911 žanru nisu prisutni na ljestvici Top 10, a na ljestvici Top 11-20 prisutni su *samo u Starom dobu*. Riječ je o prvim globalnim

[80] Serija *Rescue: Special Ops* (Nine Network, 2009-2011) tako tematizira profesionalnu i privatnu svakodnevicu medicinskih timova specijaliziranih za spasilačke operacije, a jedna od najdugovječnijih 911 serija, *Chicago u plamenu* ([*Chicago Fire*] NBC, 2012-) tematizira profesionalni i privatni život vatrogasaca i njima pridruženih bolničara hitne pomoći. Ta je serija dio franšize *Chicago* (poznate i kao *One Chicago*) koja obuhvaća procedurale o javnim službama američkog grada Chicaga, (Boone, 2021). Serija *911* ([*9-1-1*] Fox, 2018-) prati policajce, pripadnike hitne bolničke službe, vatrogasce i dispečere koji prvi reagiraju u hitnim situacijama. Temeljem popularnosti te serije razvija se i franšiza 9-1-1. Već se emitira popularna serija *9-1-1: Lone Star* (Fox, 2020-) prema istoj formuli, smještena u Austin u Teksasu. Serija *19. postaja* ([*Station 19*] ABC, 2018-) kao dominantnu priču donosi profesionalne i osobne sudbine vatrogasaca iz Seattlea, ali priču hibridizira s nešto izraženijim elementima bolničke drame. Naime, serija je zasnovana na sporednoj radnji najdugovječnije bolničke drame *Uvod u anatomiju* pa su zbivanja u priči povezana i s medicinskim osobljem fikcionalne bolnice Grey Sloan Memorial Hospital gledateljima poznate iz *Uvoda u anatomiju* (Andreeva, 2017). Likovi liječnika iz *Uvoda u anatomiju* redovito se pojavljuju i u seriji *19. postaja* pa ove dvije serije čine „integrirani *'Uvod u anatomiju'–'19 postaja'* fikcionalni univerzum" (Andreeva, 2021).

hitovima žanra s prijelaza stoljeća, serijama *Heroji iz strasti* (bilježena kao 1 naslov) i *Vatreni dečki* (bilježena kao 2 naslova), rejtinga u uzorku Total od 9.93 % AMR-a. Postignuti rejtinzi u ostalim ispitivanom uzorcima su ovi: OŠ i bez: 8.01 %; SSS 11.47 %; VŠS i VSS: 9.28 %; Žene: 11.22 %; Muškarci: 8.50 %; Urbani 11.0 %; Ruralni: 8.84 %; 18-30: 10.77%; 31-45: 12.74 %; 46-60: 9.66 %; 60+: 6.45 % AMR-a). Osim dvije navedene, nije bilo drugih 911 serija uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.2.4. Akcija i avantura

Ranije se češće u teoriji žanra *akcija* razmatrala kao pojam sveobuhvatniji od razine žanra, bilo da općenito označuje istaknutost akcionosti (npr.: Peterlić, 2019a), bilo kao oznaka nadžanra (npr.: Turković, 2010: 98) ili akcijsko-avanturističkog stila (npr.: Rutheford, 2013). Premisa sagledavanja 'akcije' na taj način uglavnom jest ta da određene serije i filmovi ostaju pripadati matičnim žanrovima, ali se pritom zamjetljivije oslanjaju na akciju, odnosno na izvanjska dinamična zbivanja (eng.: *action oriented*) nego li na slojeviti razvoj karaktera i njihovih odnosa (eng.: *character oriented*) ili na složenost narativa (usp.: D. Buxton, 1990: 30; Rutheford, 2013). No, tijekom vremena 'akcija' s jedne strane *ostaje* oblik pripovijedanja prisutan i u drugim žanrovima (Tasker, 2015: 23; vidi: Tasker 2016). S druge se strane, upravo „kroz prizmu drugih žanrova“ (O'Brien: 2012: 12), akcijsko-avanturistička skupina tekstova snažno razvija i u zaseban, ikonografski, tematski i prostorno-vremenski vrlo raznorodan *žanr* (vidi šire: Graves i Engle, 2006; Marković, 2019; Neale, 2005a; Osgerby i Gough-Yates, 2001b). Pri tome se izrazi 'akcija' i 'avantura' ponekad koriste kao sinonimi (Marković, 2019, Tasker, 2015: 17, npr.: Chapman, 2002, 2015; Neale, 2005a: 46-53; Osgerby i Gough-Yates, 2001b). Ponekad se, kada je riječ o filmu, govori i o dva odvojena žanra: govori se o 'akciji' (npr.: O'Brien, 2012; Lichtenfeld, 2007; E. Williams, 2017) ili 'akcijskom *blockbusteru*' (npr.: Langford, 2005: 233-256) te o 'avanturi' u smislu pustolovine smještene u neki povijesni period (npr.: Taves, 1993). Ponekad se s obzirom na kompleksnost zapleta i važnost *priče* u odnosu na *spektakl* razlikuju 'čista akcija', usmjerena na spektakularne akcijske specijalne efekte i 'akcija i avantura' u kojoj možemo vidjeti širu lepezu vibrantnih, uzbudljivih, životnih i iznimnih karaktera (Welsh, 2000: 161). No, u značenju žanra u suvremenoj literaturi najuobičajenija je uporaba šire značenjske oznake 'akcijsko-avanturistički' odnosno 'akcijski i avanturistički' žanr (O'Brien, 2012: 6; npr.: Graves i Engle, 2006; Neale, 2005a;

Tasker, 2004b, 2015). Takva se oznaka koristi i u okviru televizijskih studija (npr.: Bignell, 2010; T. Miller, 2008; Osgerby i Gough-Yates, 2001a; Sexton, 2010).[81]

Akcijsko-avanturističke serije pojavile su se već tijekom ranog razvoja televizije, no od 1970-ih godina (Chapman, 2015: 5-6) njihova popularnost postepeno opada. Tijekom 1990-ih pojavljuje se nova generacija akcijsko-avanturističkih serija koje odlikuje izrazita žanrovska hibridnost i sve veća kompleksnost, no riječ je ukupno o manjem broju naslova (T. Miller, 2008: 24). Tek početkom 21. stoljeća te se serije na televiziju vraćaju na velika vrata (npr.: Jeffrey Brown, 2017; Peacock, 2007). Pri tome suvremeni QTV 'antiteroristički' akcijsko-avanturistički globalni TV hitovi, donoseći kompleksne narative i složene likove, mijenjaju predodžbu o kulturnoj vrijednosti televizijskog akcijsko-avanturističkog žanra pa ga danas sagledavamo kao žanr unutar kojeg se razvijaju serije brojnih podtipova i širokog raspona kompleksnosti (T. Miller, 2008: 24).

U osnovi, akcijsko-avanturistički žanr uz oslanjanje na avanturu, pustolovinu – kao vrstu priče koja donosi gledatelju uzbudljiv, neizvjestan nesvakidašnji, često nenadan, doživljaj odnosno opasan, smion, ponekad lakouman pothvat (usp.: Hrvatska enciklopedija, 2021b) – presudno odlikuje izrazito oslanjanje na akciju kao na način iznošenja priče i oslikavanja karaktera. Odnosno, odlikuje ga konvencija prikazivanja događaja, protagonista i njihovih odnosa izrazitim oslanjanjem na izvanjska dinamična zbivanja i akcijske (na različite načine 'spektakularne') sekvence u sklopu narativno često relativno jednostavne priče (iako su kompleksne priče sve češće). Akcija koju poduzimaju heroji i njihovi suparnici donosi izraženo fizičko gibanje i nasilje (nerijetko i egzistencijalnu ugroženost), a vrsta, brutalnost i način prikaza nasilja, kao i odlike fizičkog gibanja (tjelesnog gibanja protagonista kroz prostor i predmeta u pokretu), mogu se izrazito razlikovati od teksta do teksta. Pri tome heroju ili heroini i vlastito tijelo može služiti kao oružje. Česte su i dislokacije radnje pa je ona uglavnom prostorno fragmentarna. Pri tome su izražene i nerijetko do razine nerealnog prikaza preuveličane atraktivnost, snalažljivost i/ili određena vještina odnosno tjelesna spremnost te oštroumnost heroja ili heroine. Suvremene akcijske antiterorističke QTV serije u sklopu svoje poetike izražene kritike suvremenog društva ponekad problematiziraju upravo ovu konvenciju, prikazujući slojevite akcijske (anti)heroje i na taj način kreiraju snažan otklon od tradicionalne akcijsko-avanturističke konvencije crno-bijelog

[81] Kod nas Filmska enciklopedija koristi izraz 'pustolovni (avanturistički)' žanr, uz opasku da je naziv 'akcijski' često sinoniman za pustolovni žanr (Marković, 2019; usp.: Chapman, 2015). Pri tome je naš izraz 'pustolovni' žanr, značenjski sukladan izrazu 'akcijsko-avanturistički' (usp.: Neale, 2005a; Marković, 2019). Steve Neale (2005a: 45-46) naglašava da akcijsko-avanturistički žanr hibridizira široki spektar žanrova pa je upravo stoga dobar primjer hibridnosti i višestruke generičke pripadnosti žanrova koji se neminovno međusobno preklapaju, a o procesima kulturne uporabe te obimu i karakteru produkcije, uvelike ovisi hoće li skupina određenih osobina postati u određenoj kulturi prepoznatljiva kao tvorbena za žanr (vidi i: Tasker, 2004b, 2015).

prikazivanja svijeta (npr.: za seriju *Domovina* vidi: Echart i Castrillo, 2016; Steenberg i Tasker, 2015). U ovome su žanru u fokusu zanimanja gledatelja odlike junaka i priroda prepreka koje mora prevladati (usp.: Cawelti, 1977: 39-41) pa se publika s junakom akcije i avanture lako identificira: oni 'zajedno' prolaze i kroz najstrašnije pogibelji. Važan element akcijsko-avanturističkih filmova i serija je i oslanjanje na akcijsku estetiku – ponajviše na tempo, na vizualne efekte osmišljene da zabilježe i/ili spektakulariziraju kretanje objekata, ljudi i podataka ili druga zbivanja i pojave, na specifičnu uporabu zvuka i glazbe te na važnost montaže i pokreta kamere u prikazu i spektakularizaciji protagonista i događaja i uspostavljanju ritma priče (za izneseno određenje žanra usp.: Bothmann, 2018: 55-104; Neale, 2005a: 46-54; Purse, 2011; Tasker, 1993, 2004a, 2004b, 2015, 2016; Osgerby i sur., 2001: 28; E. Williams, 2017: 21-23).[82] Steve Neale (2005a: 45) upozorava da je riječ o žanru kojeg je teško odrediti, a njegova specifičnost, kada je riječ o televiziji, ogleda se i u tome što se ovdje razvijao drugačije nego na filmu. S obzirom na to da je riječ o ikonografski, tematski i značenjski heterogenom žanru, pri njegovom je određenju vrlo je važno sagledati i širi medijski i kulturni kontekst jer o procesima kulturne uporabe te obujmu i karakteru produkcije uvelike ovisi hoće li skupina određenih osobina postati u određenoj kulturi prepoznatljiva kao tvorbena za žanr (usp.: Mittell, 2004; Neale, 2005a). Odnosno, presudno je poznavati povijest razvoja televizijskog akcijsko-avanturističkog žanra upravo na televiziji.

Akcijsko-avanturistički TV žanr sačinjava široka lepeza hibridnih serija. U ranim godinama televizije, 1960-ih i 1970-ih, bile su izrazito popularne takozvane *swashbuckler* serije. Riječ je o kostimiranom akcijsko-avanturističkom podžanru koji donosi likove avanturista, bundžija i šarmera, a obuhvaća i viteške te serije plašta i bodeža (eng.: *cloak and dagger* [Chapman, 2015: 5-6]), ali i druge serije koje akciju i avanturu sele na egzotične lokacije.[83] Akcijsko-avanturističkom žanru mogu pripadati doista raznolike serije, od kung-fu serija (Tasker, 2001) do serija smještenih doba rata,[84] serija katastrofe (npr.: Graves i Engle, 2006: 15-16) ili akcijsko-avanturističkih *telefantasy* serija, uglavnom onih o nadljudima i superherojima.[85] Akcijsko-

[82] Toby Miller (2008) govoreći o akcijsko-avanturističkim serijama u *The Television Genre Book* zbog značenja izraza 'žanr' u engleskom jeziku, terminološki nije precizan. O akcijsko-avanturističkoj skupini serija govori i kao o 'žanru' (Miller, 2008: 26), ali i kao 'žanrovima' (Miller, 2008: 24) kada ističe veliki broj različitih tipova serija unutar ove kategorije. Zbog jasnoće i sustavnosti klasifikacije za skupinu akcijsko-avanturističkih serija upotrebljavat ćemo samo izraz 'žanr' u značenju varijante roda.

[83] Najpoznatiji primjer *swashbuckler* serije su *Avanture Robina Hooda* ([*Adventures of Robin Hood*] ITV, 1955-1959 [Chapman, 2015; Neale, 2005b]). Rane serije koje koriste egzotične lokacije su primjerice *Tarzan* (NBC, 1966-1968) i *Sea Hunt* (SAD sindikacija, 1958-1961).

[84] Primjer je prva akcijska serija snimljena u SFRJ, *Otpisani* (RTS, 1975), koja donosi avanture urbanih heroja Drugog svjetskog rata u okupiranom Beogradu (Simeunović Bajić, 2016: 50).

[85] Ovoj skupini pripadaju primjerice serije: *The Six Million Dollar Man* (Universal TV, 1974-1978), *The Greatest American Hero* (ABC, 1981-1983), *Lois and Clark: The New Adventures of Superman* (ABC, 1993-1997), *Xena,*

avanturistički *telefantasy* kao skupina raznolikih hibrida 'nestvarnosnih' akcijsko-avanturističkih serija o herojskim avanturama i poduhvatima pojedinaca iznimnih, najčešće nadljudskih sposobnosti (usp.: C. Johnson, 2005, 2015), jedna je od suvremenih popularnijih podskupina unutar televizijske akcije i avanture (vidi: Jeffrey Brown, 2017; Simpach, 2010). Ipak, ukupno tijekom povijesti televizije najpopularnije i najčešće bile su ikonografski, prostorno i vremenski različite akcijsko-avanturističke serije koje dominantno obilježava hibridiziranje kriminalističke priče i špijunske priče (narativa o špijunaži, tajnim agentima i sigurnosnim pitanjima).[86] Toby Miller (2008: 26) u razmatranju akcijsko-avanturističkog žanra u *The Television Genre Book* izdvaja serije ove podskupine nazivajući ih jednostavno *akcijske serije*.

Špijunske, špijunsko-kriminalističke i serije o sigurnosnim pitanjima od svojih početaka na televiziji dominantno su se razvijale kao akcijsko-avanturističke pa se lako prepoznaju kao dio žanra akcije i avanture (Chapman, 2002; T. Miller, 1997). Upravo su one obilježile televizijsku 'akciju seriju' od samih začetaka žanra, ali i odigrale značajnu ulogu u kulturnom razdvajanju akcijsko-avanturističkih serija koje dotiču teme kriminala od serija kriminalističkog žanra (usp.: Chapman, 2002: 13; T. Miller, 2008: 26). Naime, kod onih kriminalističkih serija koje snažnije eksploatiraju akcijsku estetiku ili 'akcionost' nauštrb 'priče' ponekad postoje prijepori pripadaju li kriminalističkom žanru ili ih treba odrediti kao akcijsko-avanturističke (usp. Turnbull, 2014: 5-6). No, filmska i televizijska teoretičarka Yvonne Tasker (2016) podsjeća da kriminalističke serije *u okviru razvoja kriminalističkog žanra* unose brojne elemente akcijske estetike i inovacije najčešće usmjerene na spektakularizaciju procesa istrage, ali pritom ne izlaze iz *kulturno percipiranih*

---

princeza ratnica ([*Xena: Warrior Princess*], Universal TV, 1995- 2001; [vidi: Early i Kennedy, 2003; G. Knight, 2010]), *Highlander: The Series* (SAD sindikacija, 1992-1998 [vidi: Duffy, 2009; Simpach, 2020]) i *Smallville* (The CW Television Network, 2001-2011 [vidi: Simpach, 2010])

[86] Izrazi špijunski film ili špijunska serija odnose se na serije i filmove s radnjom obavještajnoga ili kontraobavještajnog djelovanja odnosno špijunaže. Ovim aktivnostima su srodna i druga djelovanja, najčešće subverzivnog karaktera, poput urota, diverzija i slično (Peterlić, 2019b) pa špijunska priča često uključuje tajni nadzor, istrage, infiltriranje u 'neprijateljske' krugove, preuzimanje lažnih identiteta i slično. Ante Peterlić (2019b) napominje da u slučaju špijunske priče „jedinstvenu komponentu u očekivanjima publike najčešće predstavljaju tajnoviti karakter obavještajnog djelovanja, specifičnost njegova funkcioniranja, njegov u osnovi subverzivni karakter, te njegove dalekosežne posljedice (daleko sudbonosnije za širi društveni krug no, npr., u srodnim kriminalističkim filmovima)“. Razmatrajući špijunsku priču kao refleksiju psihološke preokupacije pojedinca i zajednice, John Cawelti i Bruce Rosenberg (1987: 11) također napominju da je određeno tajno djelovanje preokupacija društva i pojedinca koja se ogleda u velikoj popularnosti ove vrste priče. Tajnost kao psihološka preokupacija pojedinca i zajednice uključuje 'nevidljivost' (ponekad i uz dozvolu za 'nevidljivo' ubojstvo), 'prerušavanje' i 'tajno iskazivanje moći' (bilo sudjelovanjem u tajnim organizacijama ili individualno). Kao specifičnost špijunske priče Cawelti i Rosenberg (1987: 13) izdvajaju činjenicu da u špijunskoj priči za razliku od kriminalističke nije riječ o pojedinačnom zločinu, već ona donosi brojna djelovanja koja moraju ostati tajna i stoga što prelaze konvencionalne, moralne ili zakonske granice. Clive Bloom (1990: 2) ističe da je za razliku od kriminalističke priče, u špijunskoj priči radnja najčešće u širem smislu politička jer uključuje nacionalna rivalstva, agresiju od strane 'vanjskih' čimbenika i povredu individualne autonomije od strane različitih 'unutarnjih' čimbenika netransparentnog opsega djelovanja i nejasne povezanosti s vladama ili određenim tajnim organizacijama.

granica žanra. Tasker (2016: 321) podsjeća da su zločin i pravda, a ne avantura, lik heroja i priroda prepreka s kojima se heroj suočava u kriminalističkim serijama ipak značenjski istaknutiji. 'Akcija' i akcijska estetika se na različite načine mogu uklopiti u narativne strukture procesa istraživanja određenog kriminalnog čina ili razmatranja drugih tema povezanih s kriminalom. U tom slučaju akciju valja sagledavati kao „oblik pripovijedanja“ (Tasker, 2015: 23) prisutan *u okvirima* kriminalističkog žanra. U gledateljskoj praksi, a potom i u akademskim raspravama – upravo *specifični hibridni* načini obrade špijunskih i kriminalističkih priča imanentni već ranim akcijskim serijama – pomogli su lakšem odvajanju televizijskog kriminalističkog od akcijsko-avanturističkog žanra i onda kada narativi donose i priče o kriminalu.

Razvoj televizijskih akcijskih serija kao priča „o tajnim agentima, džentlmenima-detektivima i svim vrstama raskošnih i neobičnih boraca protiv kriminala“ (Chapman, 2002: 1; vidi šire: Bignell, 2010; Chapman, 2002, 2015) započinje unutar britanske televizijske industrije serijama *Danger Man* (ITV, 1960-1968) i *The Avengers*. (ITV, 1961-1969).[87] Ovu skupinu serija produciranih 1960-ih i 1970-ih godina odlikuje hibridizacija izrazito fikcionalne špijunske i kriminalističke priče (Miller, 1997: 94), 'senzacionalističke' i 'fantastične', kao suprotnost tadašnjoj kriminalističkoj 'realističnoj' priči (Chapman, 2002: 21, 22). Pri tome su se špijunsko-kriminalistički zapleti hibridizirali i s nešto slabije izraženim elementima SF-a, *fantasyja*, komedije i drugih žanrova (usp. Chapman, 2002: 13; T. Miller, 1997: 94). Ove serije odlikuje kreiranje dinamičnih neuobičajenih heroja, visok stupanj stilizacije i izražen uglađeni i dotjerani (eng.: *polished style*) stil produkcije (Chapman, 2002: 17; Osgerby i sur.: 19), osjećaj za eleganciju i suvremena 'pop' estetika (npr.: O'Day, 2001) pa ih televizijski teoretičar David Buxton (1990: 72-119) naziva „pop serijama“.[88] Dio tih serija na različite načine koristi i „bondovsku ikonografiju i narativne trope“ (Bignell, 2018: 42), ali ne na način da se oponašaju priče o ovom tajnom agentu, već se razvija stilski specifična skupina epizodnih hibridnih akcijsko-avanturističkih špijunsko-kriminalističkih serija.[89] Velika međunarodna popularnost britanskih

[87] Glavna junakinja serije *The Avengers* Emma Peel bila je prva akcijska heroina u povijesti televizije (G. Knight, 2010: 110; vidi i: Chapman, 2002; O'Day, 2001).
[88] Filmski i televizijski teoretičar James Chapman (2002) izdvaja i analizira neke od najpoznatijih serija ove skupine: *The Avengers*, *The Saint* (ITV, 1962-1969), *Adam Adamant Lives!* (BBC, 1966-1967), *The Champions* (ITV, 1968), *Department S* (ITV, 1969), *Randall and Hopkirk, Deceased* (ITV, 1969), *Jason King* (ITV, 1971) i *The Persuaders!* (ITV, 1971-1972).
[89] Već je *Danger Man* na pola puta između kriminalističke detekcijske priče i priče o dobrostojećem međunarodnom slobodnom profesionalcu sposobnom riješiti svaki (državni ili drugi) problem (eng.: *international troubleshooter* [Chapman, 2002: 20]). U to doba je roman o tajnom agentu Jamesu Bondu *Casino Royale* već bio popularan u UK-u, a njegov autor Ian Fleming, zainteresiran prenijeti lik Bonda na televiziju, surađivao je u razradi prvog koncepta i za ovu seriju. Stoga nisu neobične stanovite sličnosti između Bonda i glavnog protagonista serije *Danger Man*, ali i drugih serija ove skupine (Chapman, 2002: 12).

televizijskih tajnih agenata i sličnih boraca protiv 'opasnih negativaca' doprinijela je širokom kulturnom prihvaćanju te skupine serija kao 'drugačijih' od drugih prisutnih na televiziji, pri čemu upravo zbog stila produkcije, odsutnosti 'grubog realizma' te posve drugačijih heroja od onih prisutnih u kriminalističkom žanru tog doba (Miller, 1997: 13-15) pripadnost i kriminalističkoj, a ne samo špijunskoj priči prestaje biti distinktivna (T. Miller, 1997: 96) jer je ostvarena kulturno prepoznata razlika u odnosu na tadašnji televizijski kriminalistički žanr. Avanture tajnih agenata miješale su se s avanturama neovisnih boraca protiv kriminala i doživljajima raznih drugih 'posrednika a u rješavanju problema' (usp.: Chapmann, 2002: 13). Pri tome je bilo presudno to što te serije nisu akciju pridodale nekom već poznatom (primjerice kriminalističkom) žanru, nego su intenzivno „kršile pravila žanra“ (T. Miller, 1997: 96) kojeg hibridiziraju na način da su uspostavljeni jedinstveni specifični modaliteti – estetski organizirani oblici iskustva i percepcije svijeta (Gledhill, 2000: 227; Grotkopp i Kappelhoff, 2012: 31-32), koji su omogućili gledateljima kulturno prepoznavanje ove skupine serija kao jedinstvenog entiteta (usp.: Chapman, 2002; T. Miller, 1997).[90]

Uspjeh britanskih 'pop' akcijskih serija utjecao je i na početak proizvodnje američkih inačica koje postupno proširuju kulturnu percepciju 'akcijske serije'. (a) S jedne strane ta se proširenja kreću u smjeru akcijskih špijunskih priča koje se manje hibridiziraju s drugim žanrovima i usmjeravaju se na prikaz iznimnih sposobnosti tajnih agenata dok se u ime države sukobljavaju s raznim silama zla.[91] (b) S druge se strane proširenja 'akcijske serije' usmjeravaju i na formule povezanije s kriminalističkom pričom. Prvi dio serija ove druge skupine zadržava snažan otklon od realizma i unosi inovacije unutar konvencija ustanovljenih britanskom 'pop' akcijskom serijom.[92] Međunarodna popularnost takvih američkih akcijskih serija koje se nastavljaju na 'pop' serije uslijedila je odmah nakon pada popularnosti onih britanskih pa se zadržava kontinuitet i prepoznatljivost žanra. Drugi se dio serija druge skupine bavi reprezentacijama izražene muškosti pa se u različitim žanrovskim hibridima (od kung-fu serija do „paravojnih ekstravagancija“ [Barson, 1985: 57]) snažnije prisvajaju i modificiraju elementi vesterna (Barson, 1985; Tasker,

[90] No dok je publika s lakoćom prihvatila i prepoznavala ove serije kao 'drugačije', kritičarima ih je u prvo vrijeme bilo teško žanrovski odrediti pa Chapman (2002: 13) podsjeća da je jedan kritičar „seriju *The Avengers* opisao kao „farsičnu melodramu“, ponavljajući riječi drugog kritičara koji je bio toliko zbunjen prvim Bondovim filmom da je smatrao da bi ga se najbolje moglo nazvati „bizarnom' komedijom-melodramom“.

[91] To je, primjerice, serija *Nemoguća misija* ([*Mission: Impossible*] CBS, 1966-1973; ABC, 1988-1990 [vidi: Storey, 2001: 236]).

[92] Primjer takve serije iz 1970-ih je serija *Čarlijevi anđeli* ([*Charlie's Angels*] ABC, 1976-1981), jedna od najpopularnijih serija 1970-ih koja na televiziju uvodi lik akcijske heroine/seks simbola (G. Knight, 2010: 44-45; vidi i: Gough-Yates, 2001). Jedna od istaknutijih takvih serija iz 1980-ih je *Knight Rider* (NBC, 1982-1986). Riječ je o priči o teško ozlijeđenom policajcu koji nakon plastične operacije dobiva novi identitet i ultra-moderan posebno opremljen futuristički automobil te postaje samozvani beskompromisni borac protiv kriminala (Moody, 2001).

2001).[93] Akcijske serije koje se bave reprezentacijama izražene muškosti, također su bile kulturno prepoznatljive, ali na njihovu žanrovsku prepoznatljivost prvenstveno utječe popularnost filmskih akcijskih *blockbustera* popularnih tijekom 1980-ih i 1990-ih (usp.: Graves i Bruce, 2006; Langford, 2005; Lichtenfeld, 2007; Neale, 2005a; O'Brien, 2012; Purse, 2011). Tijekom 1990-ih dolazi do snažnijeg razvoja narativno sve složenijih televizijskih serija i kao metažanr izdvajaju se QTV serije. Ovaj proces početkom 2000-ih donosi povratak globalne popularnosti televizijske akcijske serije, ali i njenu daljnju žanrovsku hibridizaciju te redefiniranje serija izražene muškosti, kojima počinju pripadati sve kompleksniji hibridni tekstovi (Osgebry i Gough-Yates, 2001b). Heroji akcijskih serija dominantno hibridiziranih s kriminalističkom pričom sve češće postaju i osobe 's druge strane zakona',[94] a akcijske špijunske i špijunsko-kriminalističke serije počinju odlikovati sve složeniji likovi heroja u službi borbe protiv terorizma. Upravo televizijski antiteroristički serijali, kako primjećuje kritičar Alan Sepinwall (2012: pogl. 8), donose globalno popularnu suvremenu akcijsku ikonu – *televizijskog borca protiv terorizma* – koji reflektira preokupacije novog 'post 9/11' svijeta s početka 21. stoljeća. Prethodnica ovih serija je serija *24* (vidi: Peacock, 2007) koja donosi dojam realizma i inovativnu estetiku te promiče akcijsku seriju kao jedan od istaknutih televizijskih žanrova 21. stoljeća (Simpach, 2010: 126; vidi šire: Peacock, 2007). Serija *24* otvara teme „apsolutne nesigurnosti“ (Monahan, 2007: 110), kontinuirane krize i „ekstremnih djelovanja“ u ekstremnim situacijama (Monahan, 2007: 111-112) kao i s njima povezana pitanja neophodnosti fizičke okrutnosti i nasilja te promjene moralnih skrupula u situacijama ugroze zajednice (Simpach, 2010: 142-146; Sutherland i Swan, 2007). Razvijajući teme koje odražavaju preokupacije nove zapadne „kulture straha“ (Erchart i Castrilo, 2011: 194), a koja se od one hladnoratovske prvenstveno razlikuje po tome što se neprijatelj nalazi *unutra* (Erchart i Castrilo, 2011: 193), globalno popularne akcijske antiterorističke serije u drugoj dekadi

[93] Osim već spomenutih kung-fu serija, snimaju se serije o neuobičajenim ili nekonvencionalnim grupama protagonista (eng.: *off-beat buddy show*) koje mogu biti smještene u vrlo različite ikonografske okvire. Jedna od takvih je i *The A-Team* (NBC, 1983-1987; vidi T. Miller, 2008: 24; Barson, 1985:57) o avanturama četvorice vijetnamskih veterana kojima je pripisan zločin kojeg nisu počinili, a koji nakon bijega iz zatvora postaju „heroji za unajmljivanje“ (NBC, n.d.c). Na konvenciji hibridiziranja tzv. suvremenog vesterna i elemenata kriminalističkog procedurala temeljen je primjerice dugovječni akcijsko-avanturistički hibrid suvremenog vesterna i policijskog procedurala *Walker, teksaški rendžer* ([*Walker, Texas Ranger*] CBS, 1993-2001) s filmskom akcijskom zvijezdom Chuckom Norrisom u naslovnoj ulozi.

[94] Toj skupini pripada primjerice dugovječni akcijski serijal *Zakon braće* ([*Prison Break*] Fox, 2005-) koji prati doživljaje dvojice braće, od kojih je jedan osuđen na smrtnu kaznu za zločin koji nije počinio, a drugi mu pomaže u bijegu iz zatvora i dekriminalizaciji (vidi: Knaggs, 2010). I serijali ove skupine postaju sve kompleksniji pa jedan dio njih postaje zapažena sastavnica QTV metažanra, poput primjerice 'serije pljačke' s elementima humora i melodrame *La Casa de* Papel/*Money Heist* (Antena 3, Netflix, 2017-2021 [vidi: Deniz, 2021]) o spektakularnim fizičkim i emocionalnim avanturama skupine pljačkaša koja izvodi pomno planirane pljačke velikih razmjera.

21. stoljeća postaju sve kompleksnije i donose sve slojevitije lepeze manifestacija emocija nepovjerenja i straha (Erchart i Castrilo, 2011: 191).[95]

10.2.4.1. Akcijsko-avanturistička serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

Akcijsko-avanturistički naslovi na ljestvici Top 20 zapadnog su porijekla. Žanr je najzastupljeniji u Starom dobu, sa tri naslova na ljestvici Top 10 i tri na ljestvici Top 11-20. Riječ je o već spominjanim naslovima širokog diskurzivnog raspona koji u tom periodu privlače i heterogenu publiku – od prestižnih 'antiterorističke' *24*, i špijunske *Obavještajci*, do adrenalinskog hibrida sa serijom bijega *Zakon braće* ili hibrida s neo-vesternom i policijskim proceduralom *Walker, teksaški rendžer*. U Dobu promjene i Novom dobu na ljestvici Top 20 opadaju i rejtinzi, i broj akcijsko-avanturističkih naslova. Na ljestvici Top 10 zadržava se po jedan naslov u svakom od perioda (miniserije sa po 7 nastavaka). Na ljestvici Top 11-20 u Dobu promjene akcijsko-avanturistički naslovi nisu prisutni, a u Novom dobu prisutan je jedan naslov (epizodna serija *Škorpion*). Postignute rejtinge naslova ovog žanra na ljestvici Top 20 u istraživanim sociodemografskim uzorcima donosimo u Tablici 25. Za naslove uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.

Tablica 25. Ljestvica Top 20 podijeljena na ljestvice Top 10 i Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) akcijsko-avanturističkih serija od 2003. do 2018. godine u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka

AMR % u uzorku	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	Top 10	Top 11-20	Top 10	Top 11-20	Top 10	Top 11-20
Total	13.93%	11.89%	9.35%	-	8.46%	3.83%
OŠ i bez	12.74%	10.83%	8.98%	-	10.43%	2.44%
SSS	15.11%	12.56%	9.87%	-	8.82%	4.26%
VŠS i VSS	12.59%	12.01%	8.37%	-	4.09%	4.73%
Žene	14.62%	11.97%	8.64%	-	8.66%	3.86%
Muškarci	13.15%	11.81%	10.14%	-	8.24%	3.80%
Urbani	14.70%	12.00%	9.39%	-	7.83%	4.41%
Ruralni	13.18%	11.76%	9.31%	-	9.12%	3.22%
18-30	10.78%	7.92%	4.75%	-	3.78%	1.90%

[95] Toj skupini pripadaju QTV serije poput serija *Domovina* (vidi: Erchart i Castrilo, 2011), *Fauda* (Yes Oh, 2015- [vidi: Munk, 2019]) ili *Our Boys* (HBO, 2019) i druge.

31-45	16.02%	12.32%	10.23%	-	7.68%	4.60%
46-60	15.64%	14.39%	14.78%	-	13.03%	5.11%
60+	13.03%	12.74%	7.80%	-	8.24%	3.58%

10.2.5. Povijesna serija

Povijesni fikcionalni žanr okuplja djela s radnjom u prošlosti koja kao glavnu temu dramatiziraju stvarna povijesna zbivanja ili život stvarnih povijesnih osoba. Kada prikazani detalji neke epohe služe tek kao pretekst i ocrtavaju povijesnu pozadinu i vrijeme radnje serija drugih žanrova poput kriminalističkog, horora, političke serije, bolničke drame, TV mjuzikla i slično, te serije pripadaju svom dominantnom žanru. U tom slučaju se niti povijesna točnost prikazanih događaja ne smatra distinktivnom za uvrštavanje u povijesni žanr. Primjerice, kada je riječ o serijama smještenima u vremenski period nekog od prošlih ratova, one serije koje u fokusu imaju ratne aktivnosti (bitke i druga vojna djelovanja u okviru oružane borbe protiv neprijatelja), pripadaju ratnom žanru pa i onda kada je, kao primjerice u slučaju serije *Združena braća*, djelo nastalo temeljem povijesnih istraživanja i dramatizira stvarna zbivanja (Bowen, 2020). Jednako tako, kriminalističke serije mogu dramatizirati stvarne zločine koji su počinjeni u nekom povijesnom periodu ili, poput serije *Mindhunter* (Netflix, 2017-2019), dramatizirati razvoj istraživanja zločina, ali one ostaju pripadne kriminalističkom žanru. Serije iz skupne drama koje koriste događaje iz prošlosti ili određeno povijesno vrijeme radnje da bi kreirale romansu (pa i dramatizirajući život povijesnih osoba), donijele sagu o fikcionalnim obiteljima ili prikazale avanturu, svrstavamo u kostimiranu dramu (Nelson, 2008; Rosenstone, 2006: 12-13) ili u neki od podtipova akcijsko-avanturističke serije (npr.: Chapman, 2015; Taves, 1993).[96] I serije iz žanrovske skupine sapunske opere mogu biti smještene u neki povijesni period ili obrađivati život povijesnih ličnosti (npr.: *Sulejman veličanstveni*), ali one ostaju pripadati svojim dominantnim žanrovima; isto pravilo odnosi se i na serije iz skupine komedija. No, i kada na ovaj način odredimo povijesni žanr, još uvijek ostaje neizvjesno do koje je granice moguće narušiti povijesnu točnost, a da djelo bude svrstano u povijesnu fikciju. Također, teško je odrediti gdje završava 'suvremenost', a počinje 'povijest' (Stocker, 2017: 74). Književna teoretičarka Bryony Stocker (2017: 78) smatra da je roman

[96] Ponekad se za serije određenog žanra smještene u neki povijesni period uz oznaku žanra dodaje i oznaka 'period drama'. Tako se za kriminalističku sagu *Peaky Blinders* (BBC, 2013-) smještenu u period nakon Prvog svjetskog rata može reći da je riječ o kriminalističkoj period drami. Izraz 'period drama' ponekad se koristi i u istom značenju kao i izraz 'kostimirana drama', a ponekad pak (kao u navedenom primjeru) obuhvaća širu skupinu djela raznih žanrova smještenih u neki povijesni period (Byrne, Leggott, i Taddeo, 2018), dok se izraz 'kostimirana drama' upotrebljava kao uža, žanrovska oznaka (Nelson, 2008).

povijesni „kada je pretežno smješten u vrijeme prije nego što se pisac rodio, a pisac djeluje u okvirima koji su zasnovani na činjenicama ne pokušavajući iskriviti prošlost“ te da se roman konzumira kao povijesni „kada je istinit i kada je uglavnom smješten u vrijeme prije rođenja čitatelja“. Roman smješten u prošlost, ali nakon što su se pisac i/ili čitatelj rodili, Stocker (2017: 78) nazva „romanom nedavne prošlosti“, a alternativne povijesti i pseudopovijesti „mogu se promatrati kao povijesno postavljena spekulativna fikcija“.

Povijesni filmovi i serije mogu se kretati u širokom spektru podtipova (usp.: Rosenstone 2006; Šeper, 2019). Epski povijesni film ili serija obrađuju događaje važne za povijest i sudbinu neke nacije (događaje i ljude 'epskih razmjera'), uglavnom pritom naglašavajući i kvalitete određenog povijesnog vođe (Santas, 2007: 87). Epski povijesni film i serija često dramaturški i vizualno spektakularno obrađuju temu pa se za tu skupinu djela koristi i izraz „povijesni epski spektakl“ (Sheldon i Neale, 2010: 5; vidi: Neale, 2005a: 78-85). Povijesni biografski film i serija razmatraju privatni i profesionalni život određene povijesne ličnosti. Filmski teoretičar George F. Custen (1992: 5) biografski film (eng.: *biopic*) u cijelosti razmatra kao povijesni jer prikazuje život povijesne ličnosti, bilo one iz prošlosti ili iz suvremenosti.[97] Biografska povijesna serija ili film može obuhvaćati hagiografiju, psihološku biografiju ili čak autobiografiju. Stoga su kontroverze oko istinitosti prikaza određene povijesne ličnosti neizbježne (Custen, 1992: 6). Većina biografija stoga nema pretenziju biti „definitivna povijest određene individue ili perioda“ (Custen, 1992: 7) već biti jedan u nizu korisnih izvora u sagledavanju prošlosti (Custen, 1992: 8). Povijesne biografije ponekad imaju izražene 'epske' elemente pa filmska i književna teoretičarka Constantine Santas (2007: 87) tada govori o epskom biografskom filmu ili seriji. Česti su i hibridi između povijesnog biografskog i ratnog filma ili serije, a to je li fokus usmjeren na bitke i vojna djelovanja ili na ukupnu biografiju povijesne osobe (najčešće vojskovođe), može biti odrednica pri svrstavanju tih hibrida u povijesni odnosno ratni žanr. Povijesne legende i spekulativna povijesna fikcija obrađuju povijesne osobe i zbivanja koji su putem religije, legendi ili tradicionalne predaje dobili „mitski ili legendarni status“ (Santas, 2007: 88) pa mogu ponekad prevladati religiozni ili mitološki elementi, a ponekad je nemoguće povući granicu između mita i povijesti. I takve su priče često i 'epske': prikazuju događaje i postignuća velikih razmjera (Santas, 2007: 1, 87-89).[98]

[97] Biografski film ili seriju (eng.: *biopics*) ne valja brkati s dramatiziranim prikazom života stvarne osobe ili 'pričom temeljenom na stvarnim osobama i događajima u okviru brojnih žanrova (npr.: za tzv. *royal* dramu vidi: 10.2.12). Dramatiziranje života stvarnih osoba da bi se primjerice ispričala romansa, obiteljska saga, kriminalistička ili ratna priča, bolnička drama i slično, ne smatra se biografijom (usp.: Custen, 1992).

[98] Kada je riječ o filmu, brojni autori epski film izdvajaju kao zaseban žanr (npr.: Neale, 2005a; Santas 2007). Ovdje valja naglasiti da unatoč spektakularnosti i obilju akcije u kadru epski film ne treba miješati s akcijsko-

Povjesničar posvećen proučavanju odnosa povijesti i vizualnih medija Robert A. Rosenstone (2006: 13-15) prema kriteriju odnosa prema povijesti razlikuje dvije glavne skupine povijesnih igranih filmova i serija. Prvu skupinu naziva *mainstream drama* (srednjestrujaška drama, drama namijenjena većinskoj, širokoj publici). Čini ju najbrojnija i kulturno najistaknutija skupina filmova i serija. Na televiziji su to uglavnom povijesne miniserije svrstane u povijesne dokudrame (Rosenstone, 2006: 15) i biografije (Custen, 1992).[99] Tom skupinom dominira „'realistička' (melo)drama koja prikazuje nevolje heroja, heroina i zlikovaca zarobljenih u zamahu velikih povijesnih događaja, muškaraca i žena čije priče pokazuju i utjecaj takvih događaja na pojedinačne živote te, putem figure koju poznajemo kao sinegdoha, služe kao primjeri u obradi širih povijesnih tema“ (Rosenstone, 2006: 14). Povijesni filmovi i serije na taj način gledatelja dominantno *ne informiraju*, već ga *emocionalno involviraju* u povijesne događaje ili kreiraju žive predodžbe o povijesnim ličnostima (Rosenstone, 2006: 15-16). Drugu skupinu čine djela koja se temelje na određenim (često nacionalnim ili ideološkim) mitovima i koja o tim mitovima i ideologijama često progovaraju metaforički. Takva djela ne mogu se tumačiti kao neki „izravni prozor u stvarnu prošlost“ (Rosenstone, 2006: 14-15) jer ona više *konstruiraju* snažnu simboličku ekspresiju prošlosti nego što je *reflektiraju*. Rosenstone (2006: 14) ih naziva djelima „opozicijske ili inovativne povijesti“. Često se prošlost u takvim djelima sagledava iz perspektive sadašnjosti ili se nude nove ideje i perspektive sagledavanja prošlih događaja, a u tim se pokušajima mogu koristiti čak i humor ili ironija (Rosenstone, 2006: 18).[100] No, i jedna i druga skupina serija i filmova u prikazivanju prošlosti koriste određene metafore; one nisu „ogledala koja prikazuju neku nestalu stvarnost, već konstrukcije“ (Rosenstone, 2006: 37). Naime, kada je riječ o fikcionalnim povijesnim ekranizacijama (o „ekraniziranoj povijesti“, kako je naziva filmska i televizijska teoretičarka Mia Tracey [2016]), bez obzira na to koliko pozornosti povijesni film ili serija posvećivali 'istinitosti', povijesne spoznaje kao plod znanstvenog izučavanja prošlosti uvijek se razlikuju od 'povijesti' na ekranu jer je povijest ovdje dramatizirana i podvrgnuta umjetničkoj interpretaciji na način da je pretvorena u *audiovizualni doživljaj* (vidi: Custen, 1992; O'Connor,

avanturističkim (vidi: Neale, 2005a). Televizija još uvijek 'epske serije' dominantno proizvodi u okviru povijesnog i ratnog žanra ili, poput serije Igra prijestolja, u okviru žanra fantastike. No, kako je poslijednih desetljeća došlo do velikog porasta produkcije epskih serija, moguće je formiranje i televizijskog epskog žanra kao kulturno prepoznatljive skupine serija (usp.: Shachat, 2012).

[99] Izraz *dokudrama* ovdje se ne odnosi na žanr nego značenjski u širem smislu obuhvaća dramsku seriju koja priču o nekom periodu, događaju ili skupini ljudi (ponekad i obitelji) temelji na stanovitom istraživanju dokumentiranih izvora (o žanru dokumentarne drame vidi: 10.2.15.). Ovaj se izraz često i neprecizno upotrebljava da bi se istaknula povezanost priče sa stvarnim događajima (usp.: O'Connor, 1983: xxxv-xxxvi). Za biografiju nastalu temeljem dokumentiranih izvora, neće se koristiti izraz dokudrama (usp.: Custen, 1992: 298).

[100] Rosenstone (2006) spominje i treću skupinu povijesnih filmova koju čine kompilacijska dokumentarna djela.

1983; Rosenstone 2006).[101] U 21. stoljeću na Zapadu postaje izrazito popularna takozvana „*'historical-event' television*" (Ebbrecht, 2007a, 2007b). Riječ je o (šire shvaćeno) 'dokudramama', serijama koje obrađuju povijesne događaje i obično predstavljaju *medijski događaj* globalno ili u nekoj nacionalnoj zajednici (Ebbrecht, 2007b: 221). Visokog su persuazivnog potencijala pa uspješno u širem javnom diskursu uspostavljaju nova značenja vezano za određene povijesne događaje zamjenjujući klasične povijesne dokumentarne filmove i pretvarajući povijest u zabavu (Ebbrecht, 2007b: 221).

10.2.5.1. Povijesna serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

Na ljestvici Top 20 prisutni su povijesni naslovi iz Hrvatske, sa Zapada i iz Turske. No, na ljestvici Top 10 povijesni su naslovi prisutni samo u Starom dobu (2 naslova), dok su na ljestvici Top 11-20 prisutni u sva tri perioda (u Starom dobu 1 naslov, a u Dobu promjene i Novom dobu po 3 naslova). Riječ je o serijama iz bliže i dalje prošlosti te o biblijskim pričama (vidi: Prilog 2). U Starom dobu na ljestvicama Top 10 i Top 11-20 isključivo su prisutni domaći naslovi, većinom ostvarujući zavidne rejtinge. Popularnošću se izdvajaju naslovi emitirani iste sezone: *Duga mračna noć* (HRT, 2004) koja ostvaruje najviši rejting od svih naslova na ljestvici Top 10 od čak 39.51 % AMR-a te *Konjanik* (HRT, 2004) koji ostvaruje šesti po visini rejting od svih naslova na ljestvici Top 10 od 23.05 % AMR-a. Obje serije ekstenzije su istoimenih igranih filmova. I treći domaći naslov iz Starog doba, plasiran na ljestvicu Top 11-20, također je ekstenzija igranog filma. To je *Libertas* (HRT, 2007) koji ostvaruje rejting od 10.10 % AMR-a. Publika domaćih povijesnih serija Starog doba je heterogena; one su izraženo manje privlačne tek publici dobne skupine 18-30 (vidi: Prilog 2). Nakon Starog doba povijesne serije sele na ljestvicu Top 11-20: u Dobu promjene prisutan je jedan domaći i dva zapadna naslova, a u Novom dobu po jedan turski, hrvatski i zapadni naslov. Najveći pad rejtinga u odnosu na Staro doba vidljiv je u skupini VŠS i VSS. Tablica 26 donosi podatke o rejtinzima (AMR %) ostvarenima na ljestvici Top 11-20 u istraživanim sociodemografskim uzorcima. Za naslove uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.

Tablica 26. Ljestvica Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) povijesnih serija od 2003. do 2018. godine u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka

AMR % u uzorku	Staro doba	Doba promjene	Novo doba

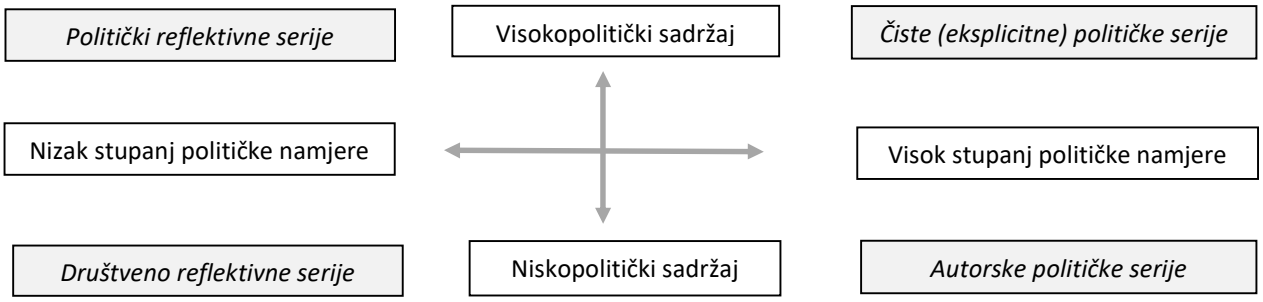
[101] Treacey (2016) kao jedinstven fenomen izučava „ekraniziranu povijest" (eng.: *screened history*), koja obuhvaća fikcionalna i dokumentarna filmska i televizijska djela. Općenito, nije rijetkost da znanstvena literatura o televizijskoj i filmskoj reprezentaciji povijesti raspravlja zajedno (Edgerton i Rollins, 2001: 16).

Total	10.10%	7.91%	6.35%
OŠ i bez	11.76%	8.12%	7.54%
SSS	8.25%	7.99%	6.27%
VŠS i VSS	12.64%	6.98%	4.56%
Žene	10.71%	7.62%	6.49%
Muškarci	9.42%	7.47%	6.20%
Urbani	9.40%	7.45%	5.62%
Ruralni	10.78%	7.64%	7.12%
18-30	2.76%	3.93%	2.33%
31-45	7.47%	8.01%	5.11%
46-60	11.07%	9.88%	9.01%
60+	18.06%	8.23%	8.08%

Bilješka: u Starom dobu prisutan je tek spomenuti domaći naslov *Libertas*.

10.2.6. Politička serija

Teme povezane s politikom mogu biti uklopljene u cijeli niz žanrova. Jednako tako, ne postoji žanr u kojemu se ne mogu projicirati određene političke ideologije ili širiti političke poruke. Stoga ponekad nije lagan zadatak razlikovati političke serije u užem (žanrovskom), i u širem smislu. Da bismo bolje razumjeli različite pristupe 'političkoj seriji' (užu žanrovsku i širu koja ukazuje na usku povezanost politike i priče), korisna je osnovna tipologija 'političkih filmova' koju iznose filmska i televizijska teoretičarka Elizabeth Haas i politolozi Terry Christensen i Peter Haas (2015), a koju u potpunosti možemo primijeniti i na televizijske serije. Njihova podjela ukazuje na to da 'politička fikcija' u širem smislu postoji u kontinuumu (usp.: Hendershot, 2007: 23), pri čemu se neke serije zadržavaju u okviru žanra političke serije, a druge u različitom stupnju odražavaju određene društveno-političke odnose. Haas i suradnici (2015) formiraju četiri skupine djela koja reflektiraju politička pitanja, i to kombinacijom dviju dimenzija – *sadržaja* i *namjere*. Najprije u Grafičkom prikazu 14 donosimo podjelu serija koje reflektiraju politička pitanja na četiri skupine, uzimajući u obzir dimenzije sadržaja i namjere (prilagođeno prema: Haas i sur., 2015: 11). Potom opisujemo svaku od skupina.



Grafički prikaz 14. Podjela serija koje reflektiraju politička pitanja s obzirom na dimenzije sadržaja i namjere, prema: Haas i sur., 2015

(a) *Društveno reflektivne serije* ne donose niti otvorene političke poruke, niti reference na političke događaje. No, one sadrže veliki broj političkih značenja i slika društvene stvarnosti koje kreiraju predodžbu publike o tome kakav je 'svijet' ili određeno društvo, a utječu i na kreiranje ideja o prihvatljivim i neprihvatljivim vrijednostima i odnosima u društvu (usp.: Haas i sur., 2015: 13-14). Za te serije nikada nećemo reći da su 'političke', iako odražavaju određene dominantne politike povezane s brojnim segmentima određenog društva i često u svoje narative integriraju važne društveno-političke teme.[102]

(b) *Politički reflektivne serije* imaju dijelom očigledni politički sadržaj, ali su primarno usmjerene na druge narativne ciljeve, s političkim porukama u drugom planu ili ponekad čak manje-više bez istaknutih političkih poruka. Haas i sur. (2015: 13) rabe izraz 'reflektivne' jer je riječ o serijama koja zrcale određene (često popularne) ideje o političkim fenomenima. Te se serije doduše bave političkim temama i institucijama, ali ih koriste kao prikladni kontekst za druge vrste glavnih priča. Politički reflektivne serije (čak i komedije [van Zoonen i Wring, 2012: 269-270, 174-177]), mogu biti vrlo značajne u pogledu pružanja simboličkih referencija na političke pojave ili za formiranje slike o određenoj državi i političkom sustavu upravo stoga što kreiraju okvir za razumijevanje politike koji publika ponekad možda niti ne zamjećuje. Simbolički označavajući određenu političku praksu i ove serije kreiraju politička značenja kod publike čija je percepcija, u nedostatku

[102] Betty Kaklamanidou i Margaret Tally (2017: 11) napominju da popularne serije za koje smatramo da služe samo zabavi i opuštanju, poput primjerice bolničkih drama *Hitna služba* i *Uvod u anatomiju* ili kriminalističkih serija kao što su franšiza *CSI* i dugovječna serija *Navy CIS* (vidi: Board, 2011; Broe, 2004), često integriraju važne društveno-političke teme u svoje narative. Diana Mutz i Lilach Nir (2010: 210-211) na primjeru franšize *Zakon i red* (vidi: Ausiello, 2021), pokazuju da kreiranje stajališta gledatelja povezanih s određenim društvenim i političkim pitanjima koje ovakve serije otvaraju ovise o empatiji gledatelja prema glavnim protagonistima i da implikacije iznesenih priča na političke svjetonazore nisu zanemarive.

osobnih iskustava s pojedinim aspektima politike, filtrirana reprezentacijama koje one pružaju (Haas i sur., 2015: 13).[103]

(c) *Autorske političke serije* imaju izuzetno visok stupanj političke namjere u kombinaciji sa stiliziranim (ili reduciranim) političkim sadržajem. Haas i suradnici (2015: 12) izraz 'autorske' ne rabe u tradicionalnom smislu umjetničke kontrole autora već ovim izrazom sugeriraju serije u kojima se političko značenje komunicira bez otvorenih referenci na očite suvremene političke imaginarije. Serije ove skupine koriste simbolizam i druge umjetničke tehnike da bi prenijele politički nabijene poruke.[104]

(d) *Čiste (eksplicitne) političke serije* (Haas i sur., 2015: 11) su serije evidentnog političkog sadržaja i namjere. Postavljene su u prepoznatljivo političko okružje, prikazuju političke protagoniste i institucije i jasno upućuju na određeno viđenje političke stvarnosti. Eksplicitne političke serije mogu biti i primjerice povijesne serije – biografije i druge serije koje se temeljem povijesnih dokumenata bave *stvarnim* povijesnim političkim protagonistima i procesima, ili pak to mogu biti serije o *fikcionalnim* likovima koje koriste društvenu i političku stvarnost u izgradnji svijeta priče. Iako neki istraživači i određene povijesne eksplicitne serije iz bliže povijesti svrstavaju u 'političke serije' (npr.: Kaklamanidou i Tally, 2017), prvu skupinu ovih serija proučavali smo u okviru žanra povijesne serije, a ova druga skupina eksplicitnih političkih serija sada je predmet našeg interesa – takve eksplicitne političke serije svrstavamo u žanr *političke serije* (usp.: Manoliu, 2018), odnosno u žanr *političke drame* (usp.: Cogan i Kelso, 2009: 103; Kaklamanidou i Tally, 2017: 11-12; van Zoonen i Wring, 2012: 263, 267).[105] Politologinja Liesbet van Zoonen i komunikolog Dominic Wring (2012: 267) u najkraćemu televizijski igrani politički žanr određuju kao *dramu koja primarno donosi priče o fikcionalnim političarima*. Svi ovi narativi imaju određenu političku poruku koju može percipirati bilo koji gledatelj (usp.: Haas i sur., 2015: 11), a filmski i televizijski teoretičar Chuck Tryon (2016: pogl. 5) napominje da su, upravo stoga što se bave političkim procesima i protagonistima, te serije neminovno usmjerene na pitanja morala u politici. Mogu biti izraziti trileri poput serije *Jedini preživjeli* ([*Designated Survivor*] ABC, 2016-2018, Netflix, 2018-2019), fokusirati se izborne procese, put do uspjeha u svijetu

[103] U toj se grupi nalaze serije raznih žanrovskih skupina – od satiričkih situacijskih komedija (npr.: *Da, ministre* [*Yes Minister*] BBC, 1980-1982]; [*Yes Prime Minister*] BBC, 1986-1988 [vidi: Adams, 1993]) ili onih usmjerenih na romansu političara poput *The People's Choice* (NBC, 1955–1958 [vidi: Tucker, 2010: 178-185]) – do akcijskih ili kriminalističkih serija poput serije *Ubojstvo* [*Forbrydelsen*], DR, 2007-2012 [vidi: Agger, 2016; Toft Hansen i Waade, 2017]) i drugih.

[104] Toj skupini pripada primjerice *fantasy* serija *Igra prijestolja* (usp.: Haas i sur., 2015: 13; Moïsi, 2016; Gierzynski, 2018, 2019).

[105] Napomenimo da Creeber političku seriju ne razmatra u *The Television Genre Book* (2001, 2008c, 2015d).

politike ili na odnose u politici, poput serija *Kuća od karata* i *Borgen* (DR, 2010-2013), ili biti usmjereni na profesionalnu i privatnu rutinu političara i njihovih timova (npr.: *Zapadno krilo* ili *Državna tajnica* [*Madam Secretary*] CBS, 2014-2019). Najčešće ove serije prate svakodnevicu fikcionalnih državnih poglavara i visokih državnih dužnosnika (npr.: Rollins i O'Connor, 2003) pa u sklopu glavne priče otvaraju pitanja rata i mira, propituju društvene probleme poput pravosudnog sustava, diskriminacije, uloge medija i slično, ali uvijek gledatelju donose i 'pogled' na osobnost političara i ukupnu „skrivenu stvarnost" političkih elita (da upotrijebimo izraz teoretičara kulture Franka Kelletera [2014: 19]). Van Zoonen i Wring (2017: 263, 268) dodatno razlikuju dva podtipa žanra političke drame: politički triler i političku dramu u užem smislu jer ih odlikuju drugačije atmosfere i pristupi političkim temama. Filmski i televizijski teoretičar Chuck Tryon (2016) razmatrajući političku dramu govori o širem pojmu 'političke melodrame' koja se sastoji od 'melodrame političkih procesa' (koja značenjski odgovara žanru političke drame) i o 'melodrami nacionalne sigurnosti' (poput antiterorističkih serija *24* i *Domovina* koje smo sukladno Creeberu [2001, 2008c, 2015d], razvrstali u akcijske serije). Tryon (2016: 15) *melodramu političkog procesa* određuje, blisko van Zoonen i Wringu (2012), kao seriju čiji zaplet prikazuje likove koji pokušavaju upravljati zakonodavnim procesom, izbornim kampanjama i drugim oblicima političkog djelovanja i kao tipičnu seriju te skupine izdvaja *Zapadno krilo* o svakodnevici fikcionalnog predsjednika SAD-a (vidi: T. Parry-Giles i S. Parry-Giles, 2006). Tryon (2016) u melodrame političkog procesa ubraja i određene serije koje hibridiziraju političku dramu s drugim žanrovima ili podžanrovima, primjerice hibrid političke i sudske drame *Dobra žena*.[106]

Politička serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Na ljestvici Top 10 političke serije nisu prisutne. Na ljestvicu Top 11-20 uvršten je u Novom dobu tek jedan naslov ovog žanra, prva sezona domaće serije *Novine* koja ostvaruje rejting od 4.34 % AMR-a, a najgledanija je od strane više i visoko obrazovane publike (vidi i: Karuza Podgorelec, 2022). U mjerenim sociodemografskim uzorcima postignuti su ovi rejtinzi: OŠ i bez: 4.22 %; SSS: 3.76 %; VŠS i VSS: 6.43 %; žene: 4.45 %; muškarci: 4.23 %; urbani: 4.60 %; ruralni: 4.08 %; dob 18-30: 0.74 %; dob 30-45: 2.26 %; dob 46-60: 5.66 %; dob 60+: 7.44 % AMR-a. Također, dvije dodatne političke serije uvrštene su u Novom dobu samo na ljestvicu Top 20 VŠS i VSS (vidi Prilog 3).

[106] Osim Tryona (2016) i primjerice Raffaella Coletti (2017: 6), u raspravi o odnosu popularne geopolitike i suvremenih političkih serija, razmatra seriju *Dobra žena*. Autorica uočava brojne poveznice sa stvarnim svijetom politike u SAD-u, osobito s predsjedničkim bračnim parom Clinton, kao i stalni prikaz političkih i geopolitičkih događaja iz stvarnog života u pozadini glavne radnje.

10.2.7. Ratna serija[107]

Raniji teoretičari žanra uglavnom su zastupali značenjski široko tumačenje ratnog žanra i smatrali su, poput primjerice filmskog teoretičara Stanleya J. Solomona (1976), da nema jasnih vidljivih kohezivnih elemenata između dijela koja pripadaju tom žanru. Solomon (1976: 243-244) je zastupao stajalište da ratni žanr sačinjava heterogena skupina djela koju povezuje atmosfera kojom dominira „opsesivan osjećaj nadolazeće katastrofe velikih razmjera“, a u osnovi žanra se ne nalazi izravna fizička katastrofa rata, već stavovi i djelovanja protagonista suočenih sa stanjem rata i otpor neprijatelju kao manifestaciji duhovne sile zla (Solomon, 1976: 245). Oko tako definiranog ratnog žanra postojali su brojni prijepori, a njihovu je osnovu činilo pitanje je li *rat* ili pak *drama ratovanja* (ratne oružane borbe), osnovni distinktivni element žanra (vidi: Neale, 2005a: 117-118). Žanrovska istraživanja argumentirala su potrebu teorijskog sužavanja opsega žanra (vidi šire: Neale, 2005a). Neka od njih su zagovarala radikalno sužavanje tog opsega samo na filmove koji u fokusu imaju ratne borbe/bitke (eng.: *combat genre*). Takvo je promišljanje proizlazilo dijelom iz produkcijske i percepcijske prakse. Filmska teoretičarka Jeanine Basinger (2003) jedna je od najutjecajnijih zagovaratelja sužavanja opsega ratnog žanra (usp.: Basinger, 2003: xi, xiii; Bowen, 2020: 60; Neale, 2005a: 117-118). „Rat je prostorno-vremenska postavka, a također je i tema. Ako se borite protiv rata, imate film borbe, ako sjedite doma i brinete oko toga, imate obiteljski ili sentimentalni film, sjedite li u odborima i to planirate, imate povijesnu biografiju ili nekakav politički film“ (Basinger, 2003: 9). Steve Neale (2005a: 118) ističe da ratni žanr danas nesumnjivo „podrazumijeva određeni stupanj usredotočenosti na borbu“. Neale (2005a: 117) ovako definira osnovne odlike ratnog žanra: „ratni filmovi su filmovi o vođenju rata u dvadesetom stoljeću; scene borbe su bitan element žanra i one su dramatski središnje za žanr. U ovu kategoriju spadaju filmovi smješteni u Prvi svjetski rat, Drugi svjetski rat, Koreju i Vijetnam. Žanr isključuje 'drame na kućnom pragu', komedije i druge filmove bez scena vojne borbe“.[108] Scene borbe mogu se pojaviti i u drugim žanrovima, dramske funkcije bitaka mogu se razlikovati, a unutar ratnog žanra broj borbenih scena, njihovo trajanje, mjesto i razmjeri mogu varirati. No, u ratnim filmovima borba s neprijateljem, koliko god bila rijetka, obično određuje sudbine glavnih likova. Zato se gotovo

[107] Creeber (2001, 2008c, 2015d) ratni žanr ne uvrštava u *The television Genre Book*. Zbirka znanstvenih eseja urednica Anne Fruola i Stacey Takacs (2016) *American Militarism on the Small Screen* prvo je opsežnije djelo koje se bavi ratnim i vojnim serijama. Do druge dekade 21. stoljeća osim nekoliko analiza pojedinih naslova, nije bilo intenzivnijeg akademskog istraživanja ratnih serija pa Fruola i Takacs započinju razmatranje ovog televizijskog žanra polazeći od filmske teorije žanra, smatrajući da filmske definicije odgovaraju odlikama brojnih televizijskih iteracija (Fruola i Takacs, 2016: War and cultural logics of television). I naš opis osnovnih odlika ratnog žanra polazi od filmoloških definicija.

[108] Valja imati na umu da je Neale na ovaj način definirao ratni žanr u 20. stoljeću i da ratni žanr uključuje i novije ratove.

uvijek pojavljuje na mjestu dramskog vrhunca (Neale, 2005a: 118). Nealeovo (2015a) određenje ratne fikcije koje narativ bitke proširuje na narativ vođenja rata pri čemu su borbe bitan element žanra, i mi smo prihvatili kao vodilju u žanrovskom određenju ratnih serija. I filmski teoretičari Mark Graves i Bruce Engle (2006: 228-230) kao definirajuće teme ratnog žanra izdvajaju ratnu borbu i tijek rata te opstanak i bijeg, prijateljstvo među vojnicima i njihov odnos prema domu, žrtvovanje, veličanstvenost ili uzaludnost i nečovječnost bitke, posljedice iskustva rata na borce te moralna i ljudska pitanja koja je rat pokrenuo.[109] Ratni žanr egzistira i kao sustav komunikacije unutar kojeg društva (nacije) konstituiraju svoje vrijednosti i identitet (Grotkopp i Kappelhoff, 2012: 31). Brojni teoretičari (npr.: Basinger, 2003; Graves i Engle, 2006; Grotkopp i Kappelhoff, 2012; Takacs, 2020), napominju da 'ratovanje' u ratnom žanru služi za obradu kompleksnog pitanja „Zašto se borimo?“, odnosno „Zašto smo u ratu?“.[110] Stoga nije rijetkost da se uz oznaku žanra istakne i ideološka pripadnost ratnih filmova i serija s obzirom na njihov stav prema ratu. U tom smislu razlikujemo proratne i antiratne narative, odnosno mistifikacije i demistifikacije rata (Basinger, 2006: 342-345; Neale, 2005a: 117-118; Solomon, 1976: 245-254).

Ratnim žanrom na filmu i televiziji ipak dominira podžanr borbe (npr.: Allison, 2001; Basinger, 2003; Froula i Takacs, 2016; D. Pierson, 2016). Njegove konvencije presudno definiraju holivudski filmovi koji obrađuju period Drugog svjetskog rata (eng.: *World War II combat film*; WWII [Basinger, 2003]). WWII narative odlikuje realistični stil. Oni prate određenu skupinu vojnika predvođenu herojem, koja s nekim ciljem izlaže svoje živote sudjelujući u „ratnoj areni“ (eng.: „*theatre of war*“ [Basinger, 2003: 71]). Osnovni arhetipski likovi su heroj, skupina, neprijatelj i (rijetko) žena, a narativ je usmjeren na smrt/žrtvu/gubitak, humor te dom/obitelj/domovinu. Skupina vojnika različitog je porijekla i socioekonomskog statusa. Vođa/heroj zbog određenih okolnosti prisiljen je na 'herojsko vodstvo', a priča se razvija kao niz epizoda u kojima se izmjenjuju „suprotstavljene sile noći i dana, akcije i odmora, sigurnosti i opasnosti, borbe i primirja, komedije i tragedije, dijaloga i djelovanja“ (Basinger, 2003: 68). Temeljnu formulu podžanra bitke kasniji filmovi i serije bitke (ali i ukupno djela ratnog žanra),

[109] Za sva djela koja pripadaju drugim žanrovima i njihovim podžanrovima, a rat je njihova važna odrednica, uz oznaku žanra često se dodaje atribucija 'ratni/ratna' (ratna situacijska komedija, akcijsko-avanturistička ratna serija, ratna kostimirana/period drama i slično). No, u sociologiji i psihologiji medija i medijskoj teoriji nije rijetkost da istraživači kojima žanrovska pitanja nisu u fokusu za sve filmove i serije koji sudjeluju općoj konstrukciji slike nekog rata upotrebljavaju izraze 'ratni film/ratna serija' ili 'film/serija o ratu' (npr.: Zvijer, 2017) ili se narative koji u fokusu imaju ratne bitke označava kao 'serija/film bitke' bez obzira na to kojem žanru pripadaju (npr.: Worland, 1998). Riječju, osim o ratnom filmu ili seriji u užem, žanrovskom, smislu, može se govoriti i u širem smislu.

[110] Kada je riječ o televizijskim serijama Stacy Takacs (2020) naglašava da se ovo se temeljno pitanje proteže i na sve *vojne serije* te da se upravo prema načinu na koji američke serije odgovaraju na njega (mijenjajući sliku vojnika od ranijih 'patriota' do suvremenih 'profesionalaca' koji 'rade svoj posao'), može pratiti promjena odnosa američkog društva prema američkoj uporabi tzv. 'tvrde moći' (Nye, 2002) u vanjskopolitičkim odnosima.

koriste, modificiraju i usložnjavaju (Allison, 2001: 8), sukladno promjenama stavova o tome „Zašto se borimo?“ (usp.: Basinger, 2003: 181-182; Worland, 1998).

Na američkoj televiziji se žanr ratne serije kakvu danas poznajemo dominantno formirao pod utjecajem najdugovječnije WWII ratne serije zavidne međunarodne popularnosti *Combat!* (ABC, 1962-1967 [vidi: Worland, 1998; D. Pierson, 2016]), no, često i uz primjesu pojednostavljujuće akcijsko-avanturističke formule (Froula i Takacs, 2016: War and cultural logics of television). Američka televizija je već od 1960-ih ratnu i vojnu tematiku intenzivnije nego u ratnom, obrađivala u drugim žanrovima – osim u okviru akcijsko-avanturističkog žanra često i u okviru situacijske komedije. Teoretičarka kulture Anna Froula i medijska teoretičarka Stacy Takacs (2016; vidi i: Takacs, 2020) to tumače prirodom televizije kao kućnog medija i tadašnje ograničene kvalitete vizualnog zapisa. 'Ratni' tematski fokus se u tim žanrovima i žanrovskim hibridima s ratnim žanrom preusmjerava na 'ratni i vojni' pa autorice govore o *vojnoj seriji* kao hibridnom televizijskom specifikumu unutar kojeg ratni žanr djeluje tek kao jedna od sastavnica, zajedno sa situacijskom komedijom, akcijsko-avanturističkom serijom, a moguće i drugim žanrovima.[111] Suvremeni žanr ratne serije globalno popularizira serija podžanra borbe *Združena braća* s početka 2000-ih. Tom se serijom ratnoj seriji vraća međunarodna popularnost. Istovremeno se postavlja standard ratne serije kao jednako kompleksne, dramatične i imerzivne kao i ratni film.[112]

Ratna serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Nakon što su *Združena braća* u prvoj sezoni Starog doba zauzela prvo mjesto na ljestvici Top 10, ratni žanr nije prisutan na ljestvici Top 20. *Združena braća* postigla su rejting od 21.45 % AMR-a i privukla su heterogenu publiku (OŠ i bez: 21.71 %; SSS: 21.94 %; VŠS i VSS: 19.04 %; žene: 20.99 %; muškarci: 21.96 %; urbani: 21.68 %; ruralni: 21.21 %; dob 18-30: 15.33 %; dob 31-45: 24.50 %; dob 46-60: 24.07 %; dob 60+: 20.88 % AMR-a). Osim ove, nije bilo drugih ratnih serija uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

[111] Vojne serije (eng.: *military series*) bave se ratom, vojnom obukom, interventnim djelovanjima vojnih snaga i ukupnim odnosom civilnog i vojnog segmenta društva (npr.: Froula i Takacs, 2016; Takacs, 2020). Vojne serije iz skupine drama pripadne ovom korpusu nazivaju se i *vojna drama*. Jedna od specifičnosti suvremenih vojnih drama su i žanrovski hibridi koji uglavnom u okviru akcijsko-avanturističkog žanra prate svakodnevni profesionalni život pripadnika oružanih snaga koristeći formulu policijskih procedurala i drugih profesijskih drama pa bismo ih mogli opisati kao akcijske vojne procedurale. Jedna od takvih je popularna akcijska vojna serija *SEAL Team* (CBS, Paramount+, 2017- [vidi: Takacs, 2020: How to tell a new war story]).

[112] Već serija *Combat!* u televizijski ratni žanr uvodi kinematografski stil (D. Pierson, 2016: Conclusion). Ta se tradicija nastavlja i u dijelu kasnijih ratnih serija, no QTV serija *Združena braća* s početka 2000-ih produkcijskim ulaganjima televizijski realistični kinematografski stil podiže na novu razinu te postaje ujedno i globalni hit i kulturni fenomen (Decker, 2016). Uspjeh serije *Združena braća* snažno je potaknuo proizvodnju visokobudžetnih suvremenih ratnih serija poput *Generation Kill* (HBO, 2008), *Pacific* (HBO, 2010), *Master of the Air* (Apple TV+, HBO), *Unsere Mütter, unsere Väter* (ZDF, 2013 [distribuirana pod naslovom *Generation War*]), *Podmornica* ([*Das Boot*] Sky One, 2018-] i brojnih drugih.

10.2.8. Znanstveno fantastična serija (SF) [113]

Znanstvena fantastika je, kao i primjerice akcija i avantura, žanr kojeg nije lako odrediti. Generički je fluidan (C. Johnson, 2008: 39), lako se hibridizira s brojnim drugim žanrovima i sadrži raznolike podtipove: SF alternativne povijesti (eng.: *alternate history*), apokaliptični SF, distopiju, eutopiju, SF buduće povijesti (eng.: *future history*), takozvani tvrdi SF (eng.: *hard SF*), takozvani *slipstream,*[114] svemirsku operu (eng.: *space opera*) i druge (Bould, Butler, Roberts i Vint, 2009). No, iako se SF filmovi i serije međusobno uvelike razlikuju, filmska i televizijska teoretičarka Heather Hendershot (2007: 23) izdvaja ključne osobitosti žanra. SF priče se često fokusiraju na svemirska putovanja, susrete s vanzemaljskim oblicima života i putovanja kroz vrijeme. Prostorno-vremenske postavke su često futurističke i distopijske.[115] Tehnologija je izraženo napredna (u mnogim futurističkim društvima) ili je nema (u postapokaliptičnim društvima uništenima tehnološki uzrokovanim katastrofama poput one nuklearne). Spektakularne vizualizacije, začudni kostimi i specijalni efekti uobičajeni su, iako nipošto obavezni. Teoretičar književnosti i kulture Darko Suvin SF određuje kao fikciju „spoznajne začudnosti“ ([2010: 36] eng.: *„cognitive estragement“* [2016: 15]) – takvog spoznajnog odvajanja od empirijskog, 'naturalističkog' svijeta koje je temeljeno na određenim racionalnim spoznajama o svijetu u kojem živimo (2010: 40).[116] To je upravo suprotno žanru fantastike kojeg odlikuje umetanje antispoznajnih zakonitosti u empiričku okolinu (Suvin, 2010: 42). Suvin kao ključnu odliku SF žanra identificira prisutnost „*novuma*“ ([2010: 37] eng.: „a *strange newness, a novum“* [2016: 16-17]), određene neobične i isprva neobjašnjive novosti, spoznajne inovacije koja odstupa od stvarnosne norme autora i čitatelja (2010: 112). Novum iskazuje svoju povezanost sa stvarnošću, ali zbog svoje radikalne izvornosti, on ujedno iskazuje i vremensku nemogućnost bivanja u 'ovom univerzumu' pa je distinktivan u stvaranju i razumijevanju fikcionalnog svijeta različitog od našeg vlastitog (Suvin, 2010: 120-122, 126).[117]

---

[113] U anglosaksonskoj televizijskoj teoriji za ovu skupinu serija koristi se i naziv *Science Fiction Television* (SFTV [npr.: Hockley, 2008; Telotte, 2008b]).

[114] Ovaj engleski izraz kao žanrovsku oznaku uveli su *cyberpunk* literarni autori i teoretičari Richard Dorsett i Bruce Sterling, želeći označiti svojevrsnu liniju dodira i spajanja SF-a i tzv. *mainstream* fikcije koju odlikuje stav osebujne agresije u odnosu na 'stvarnost' (Sterling 1989; vidi: de Zwaan, 2009).

[115] Distopija je podtip SF-a koji prikazuje nepostojeće negativno utopijsko društvo, lošije od onoga u kojemu živi suvremeni gledatelj, usredotočujući se na strahote takvog društva (Murphy, 2009).

[116] Studija SF žanra hrvatsko-kanadskog teoretičara Darka Suvina objavljena je najprije 1979. godine u engleskom izvorniku (koristimo izdanje iz 2016. godine), a potom je 2010. godine, uz usku suradnju s autorom, prevedena na hrvatski jezik. Pri direktnom citiranju specifičnih izraza koje autor koristi navodimo oba izdanja (2016, 2010), a kod parafraziranja hrvatsko izdanje (2010).

[117] Iako je novum često nešto radikalno novo, teoretičar filma i televizije David Lavery (2008) napominje da novum, u pravom kontekstu, može biti i sasvim običan. Primjerice u slučaju vremenskog putnika koji je dospio u srednji

Znanstvena fantastika ipak se u praksi nerijetko dijelom preklapa sa žanrom fantastike (vidi: Graves i Engle, 2007: 162-192) i s hororom (vidi: Neale, 2005a: 85; Sobchack, 1997: 26-55), a nije rijetkost da filmovi i serije u raznim omjerima kombiniraju elemente tih i drugih žanrova (Hendershot, 2007: 23). Iako ova sva tri srodna žanra pripadaju arhetipu priče o nepoznatim bićima ili pojavama (Cawelti, 1977), pojednostavljeno rečeno – čisti filmovi i serije fantastike ili čisti horori nastoje naglasiti moć magije, čudesnog i natprirodnog, dok čisti znanstveno-fantastični filmovi i serije naglašavaju moć znanstvenih inovacija, tehnologije (nerijetko je i kritizirajući), te racionalnog ljudskog uma (Hendershot, 2007: 23-24). Filmska teoretičarka Vivian Sobchack (1997) razmatra ikonografiju te uporabu jezika i zvuka u SF žanru. Ukazuje na vizualnu vezu među SF filmovima koja „leži u dosljednoj i ponavljajućoj upotrebi ne *specifičnih* slika, već *tipova* slika koje na isti način funkcioniraju od filma do filma da bi kreirale svijet koji je uvijek pomaknut u odnosu na svijet kojeg ili za kojega znamo“ (V. Sobchack, 1997: 87). Vizualna razina u SF žanru prezentira sukob i mješavinu slika na koje reagiramo kao na strane, tuđe i daleke (eng.: *alien*) i onih za koje znamo da su nam poznate i bliske (V. Sobchack, 1997: 87). Stoga je glavni vizualni impuls oslikati nepoznato, čudno i potpuno strano (V. Sobchack, 1997: 88). Odnos između nepoznatog i poznatog jednako je relevantan i za zvučni zapis, osobito za vokabular i jezik, zvukove strojeva, vanzemaljaca, prirodnih sila i slično (V. Sobchack, 1997: 177, 218).

Darko Suvin (2010: 35-36) naglašava porast popularnosti i relevantnosti SF-a, osobito u visokoindustrijaliziranim društvima. Iako je SF žanr sastavni dio televizijske fikcije praktički od njenog nastanka, televizijski SF se ranije često doživljavao kao sadržajno i tehnološki inferioran filmu (Telotte, 2008a: 1) pa „ništa u ranom televizijskom SF-u nije upućivalo na to da će postići toliki značaj u svijetu medija“ kakav ima danas (Bould: 2003: 88). Dva su glavna smjera razvoja televizijskog SF-a. Prvi, onaj duže tradicije, inaugurirala je *svemirska opera* kao podžanr SF-a, na televiziji dominantan i prisutan od samih njenih početaka (Telotte, 2008a: 8).[118] Svemirska opera uključuje putovanja u svemir, interplanetarne sukobe, široke panorame svemira i neobične objekte. Ima izražene elemente akcije i avanture, a usredotočena je na ono herojsko (Sawyer, 2009). Zbog globalne višedesetljetne popularnosti televizijska franšiza svemirske opere *Zvjezdane staze* postala je zlatni standard televizijskog SF-a namijenjenog općoj populaciji (Hockley, 2008: 42; Brooker,

vijek, osim njegovog vremenskog stroja, to može biti i njegov patentni zatvarač jer on predstavlja novum za srednjevjekovne protagoniste. Stoga od nas kao gledatelja, dok kognitivno preuzimamo perspektivu likova da bismo razumjeli priču (usp.: Busselle i Bilandzic, 2008, 2009), prisutnost ovog novuma zahtijeva prilagodbu i proširenje našeg imaginativnog okvira te sagledavanje nekog narativa kao SF-a (Lavery, 2008: 298-299).

[118] Svemirska opera je naziv skovan 1940-ih za otrcane, naizgled beskrajne i nevjerojatne priče o svemirskim brodovima, nalik na sapunske opere. No, ovaj je izraz ubrzo izgubio negativne implikacije i počeo je označavati djela različite kvalitete zajedničkih narativnih i vizualnih odlika (Sawyer, 2009).

2008: 195; o seriji vidi šire: T. Harrison, Projansky, Ono i Helford, 1996).[119] Serija je utjecala i na to da jedna od izraženih specifičnosti televizijskog SF-a, postane edukativno istraživanje tema relevantnih za društvo, poput rasizma, kolonijalizma i ljudske psihologije (Hockley, 2008: 37-38, 42; Brooker, 2008: 195; vidi: Johnson-Smith, 2005; Tulloch i Jenkins, 1995). Kasnije inovativne kompleksne svemirske opere usložnjavaju i osuvremenjuju konvencije koje ta franšiza postavlja (Telotte, 2008a: 24).[120] Za razliku od poetike svemirskih opera, drugi dio SF serija često u drugi plan postavlja općepoznate SF trope i izraženo se fokusira na reflektiranje i kritiku društva. Ponekad je riječ o djelima koja bez sumnje pripadaju SF žanru, a ponekad o žanrovski hibridnim narativima koji kombiniraju realistične (tzv. *mainstream* žanrove) s fantazijskim žanrovima poput horora, SF-a i *fantasyja* (Hodges, 2008: 231), a dobar dio njih pripada QTV serijama. Preteča te skupine je „otvoreno didaktička" (Worland, 1996: 104) kultna serija-antologija *Zona sumraka* ([*The Twilight Zone*] CBS, 1959–64), mračni apokaliptični hibrid SF-a, *fantasyja* i psiholoških tema koji alegorijski prikazuje američke političke probleme i njihove moguće fatalne posljedice (L. Geraghty, 2009: 32; Hockley, 2008: 42; Worland, 1996: 104-110; vidi i: R. Hill, 2008).[121]

Znanstveno-fantastična serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Žanr je *najizraženije zastupljen u Starom dobu*: na ljestvici Top 10 s 2 naslova, a na ljestvici Top 11-20 s jednim naslovom. Na ljestvicu Top 10 uvršteni su akcijski orijentirani američki naslovi o raznolikim neobičnim ili vanzemaljskim stvorenjima koja ugrožavaju ljudsku vrstu. Postižu prosječni rejting od 12.70 % AMR-a (OŠ i bez: 9.76 %; SSS: 14.67 %; VŠS i VSS: 13.18 % AMR-a). Na ljestvicu Top 11-20 uvrštena je nagrađivana američka miniserija *Oteti* ([*Taken*] Sci-Fi Chanenel, 2002) o eksperimentima križanja vanzemaljaca i ljudske vrste. Postigla je rejting od 9.17 % AMR-a (OŠ i bez: 9.17 %; SSS: 9.26 %; VŠS i VSS: 8.85 % AMR-a). U Starom dobu uvršten je i jedan dodatni

[119] Franšiza *Zvjezdanih staza* započeta serijom *Zvjezdane staze: Originalna serija* ([*Star Trek: The Original Series*], NBC, 1966-1969) do 2003. godine je iznjedrila „pet televizijskih igranih serija, animiranu seriju, devet filmova, stotine romana i drugih knjiga" (Bould, 2003: 88).

[120] Riječ je o serijama poput *Babylon 5* (Prime Time Entertainment Network, 1993-1997; TNT, 1998 [vidi: Vint, 2008]) ili *Zvjezdana vrata SG-1* ([*Stargate SG-1*] Showtime, 1997-2000, Sci-Fi Channel, 2000-2007 [vidi: Beeler, 2008])

[121] *Telefantasy* je žanrovska formacija koja obuhvaća 'nestvarnosne žanrove', a u osnovi se zasniva na njihovim hibridnim izvedenicama i hibridima s drugim žanrovima (npr.: C. Johnson, 2005, 2015; L. Geraghty, 2009; Creeber, 2015b; Short, 2011). Toj skupini pripadaju primjerice QTV serije *Lost* (ABC, 2004-2010) koja hibridizira elemente SF-a, nadnaravnog, misterije i akcije (Lavery, 2008; Mittell, 2009; Sepinwall, 2012: pogl. 6) te *Heroes* (NBC, 2006-2010) koja hibridizira vizualnu estetiku i način pripovijedana američkih popularnih stripova i elemente brojnih žanrova (Creeber, 20015b: 71; vidi: Porter, Lavery i Robson, 2007; Short, 2011). U *telefantasy* se ponekad svrstava kriminalistička serija *Dosje X* ([X-Files] Fox, 1993-2002), koja hibridizira osnovnu strukturu kriminalističkog detekcijskog procedurala s elementima horora i znanstvene fantastike (Hodges, 2008; C. Johnson, 2008: 39; Lavery, Hauge i Cartwright, 1996). Sve tri ove serije postigle su globalnu popularnost, a njihovi protagonisti imaju status pop kulturnih ikona (Hodges, 2008: 231; vidi: Lavery, 2010). No jednako su uspješne i QTV SF serije jasnih žanrovskih odlika. Jedan od primjera takve serije je distopijska *Sluškinjina priča* (vidi: Koistinen i Samola, 2018) koja prerasta u globalni fenomen (Armstrong, 2018; Coito, 2020; Ritzenhoff i Goldie, 2019).

američki SF naslov na ljestvicu Top 20 VŠS i VSS (vidi: Prilog 3). U Dobu promjene SF je zastupljen s jednim naslovom uvrštenim na ljestvicu Top 10. Riječ je o američkoj fuziji SF-a i kriminalističkog žanra rađenoj po uzoru na kutni *Dosije X*, seriji *Jedaneesti sat* ([*Eleventh Hour*] CBS, 2008-2009), postignutog rejtinga od 10.35 % AMR-a (OŠ i bez: 7.21 %; SSS: 12.04 %; VŠS i VSS: 12.64 % AMR-a). Spomenute naslove prati heterogena publika, odnosno rejtinzi u različitim sociodemografskim skupinama variraju od naslova do naslova (vidi: Prilog 2). U Novom dobu SF nije zastupljen na ljestvicama Top 10 i Top 11-20.

10.2.9. Horor serija (serija strave i užasa)

Horor je univerzalno popularan i sveprisutan televizijski žanr (Belau i Jackson, 2018a). Teoretičari kulture John Cawelti (1977: 49) i Jason Colavito (2008: 6) odnos onog nespoznatljivog i onog spoznatog izdvajaju kao važnu odrednicu priča strave i užasa. No, za razliku od brojnih žanrova koje u osnovi definira sadržaj, horor je *tjelesni žanr* kojeg, poput pornografije i komedije, definira određeni fizički odgovor odnosno emocionalna reakcija (L. Williams, 1991; vidi i: Grant, 2010: 3). U slučaju horora ta glavna „umjetnička emocija" je strah (Colavito, 2008: 13). Riječ je o žanru određenom funkcijom izazivanja osjećaja straha, tjeskobe, a često i odvratnosti (Grant, 2007a: 391) – bilo šokiranjem gledatelja, bilo kreiranjem osjećaja rastuće nelagode i zloslutnosti (Graves i Engle, 2006:119; usp.: Colavito, 2008: 14). U fokusu horora su „tajanstveno i nepoznato, smrt i agresija prema ljudskom tijelu te gubitak identiteta" (Grant, 2007a: 391). Filmski teoretičar Barry Keith Grant (2010: 5) podsjeća da je za širok raspon horor tekstova ključna i ideja *zazornosti* (od nečega zaziremo, toga se gnušamo, čak povraćamo ili slično [vidi šire: Kristeva, 1989]).[122] No, upravo doživljavanje zazora putem fikcije i katarza koju to iskustvo izaziva, nosi sa sobom izvjesno zadovoljstvo (Kristeva, 1989: 37; vidi i: vidi: Hills, 2005; Geen i Quanty, 1977; Zillman, 1979). Tim se katarzičnim iskustvom može upravljati pa je horor jedan od popularnijih žanrova (Grant, 2007a: 391; vidi: L. Jowett i Abbott, 2013; Shubart, 2013; Zillman i sur., 1986).

Horor je žanr vrlo fluidnih granica, a fragmentirao se na iznimno raznolik skup ciklusa, podžanrova, hibridnih podvrsta i stilova (Cherry, 2009: 2-3). Stoga se često definira putem određivanja svojih pojavnih podoblika (npr.: Cherry, 2009; Colavito, 2008; Schubart, 2018; Strinati, 2000). Barry Keith Grant (2007a: 391, 2010: 2) kao jednu od praktičnijih podjela horora izdvaja onu Roya Hussa i T. J. Rossa (1972: 1-10) koji horore grupiraju u tri glavne podskupine: gotički horor, teror čudovišta (eng.: *monster terror*) i psihološki triler. No, kao i pri analizi drugih

[122] U literaturi na engleskom jeziku: *abjection* (vidi: Kristeva, 1982). Engleski termin navodimo jer je općeprihvaćen u teoriji horora kod autora engleskog govornog područja (vidi: Grant, 2010). U radu koristimo hrvatski prijevod termina s francuskog jezika (Kristeva, 1989).

žanrova, i u razmatranju horora valja imati na umu da se ideja 'horora' mijenja u različitim razdobljima te da će i unutar istog razdoblja biti dostupne različite vrste horora (Jancovich, 2018: Television, genre and gender; usp.: Cherry, 2009: 2-8).

Kada je riječ o televiziji kao kućnom mediju i hororu kao žanru 'prizivanja straha', filmske i televizijske teoretičarke Lorna Jowett i Stacy Abbott (2013: xiii) napominju da je taj odnos ispunjen „tenzijama i potencijalom". Riječ je o žanru koji igra značajnu ulogu u televizijskim rasporedima još od 1950-ih, ali na način da su se pretežno snimali hibridi horora i drugih žanrova. U tim su serijama elementi horora bili u većoj ili manjoj mjeri 'pripitomljeni' i prilagođeni obiteljskom gledanju. Te su hibridizacije zahvatile serije svih triju žanrovskih skupina pa su se s hororom se hibridizirale i sapunske opere (npr. gotička horor sapunica *Dark Shadows* [ABC, 1966-1971]), ali i komedije (npr. gotički *sitcom The Adams Family* [ABC, 1964-1966]) te dječji programi (vidi: Belau i Jackson, 2018a; L. Jowett i Abbott, 2013: 3-6). Ovakva rana hibridizacija s drugim žanrovima i rasprostranjenost elemenata horora u komediji i dječjim programima promijenila je sagledavanje žanra horora kada je u pitanju medij televizije (L. Jowett i Abbott, 2013: xiii). Kao što primjećuje medijski teoretičar Matt Hills (2005: 112), horor je na televiziji često „generički nominiran na načine koji horor čine relativno nevidljivim". Nerijetko je horor bio 'skriven' tako da je bio diskurzivno približen period drami ili književnoj adaptaciji kroz svoju sublimaciju unutar takozvane *gotičke televizije* (Hills, 2005: 120; za gotičku TV vidi: Wheatley, 2006). Također, često su se hibridi horora dominantno određivali u okviru drugih diskurzivnih formacija bez isticanja tropa horora (Hills, 2005: 112). Ipak, kao žanr obilježen raznolikošću konvencija, zapleta i stilova (Cherry, 2009: 2-3), horor se uspješno prilagodio „televizijskim konvencijama, zapletima i stilovima" (L. Jowett i Abbott, 2013: 2). Uz kontinuiranu proizvodnju hibrida horora i drugih žanrova, početkom 1970-ih se sve češće počinju emitirati i žanrovski jasno prepoznatljive horor serije uglavnom usmjerene prema gotičkim (nerijetko makabrističkim) narativima.[123] Tehnološke inovacije od kasnih 1970-ih do 1990-ih na razvijenom Zapadu dovode do uvođenja kabelske televizije i počinje snažniji razvoj QTV serija (vidi: Newman i Levine, 2012; R. Thompson, 1996). Unutar takvog konteksta horor serije se često pojavljuju kao neki oblik

[123] Izraz *makabristička priče* potječe od srednjevjekovne alegorije poznate kao mrtvački ples (franc.: *danse macabre*), javne religijske predstave u kojoj se u 'plesu smrti' odnosno 'kolu smrti' ljudi preodijevaju u aveti, kosture i mrtvace. Riječ je o morbidnim pričama koje se javljaju i prije gotičke tradicije (Colavito, 2008: 25), nastavljajući se na izvornu alegoriju kola smrti. U SAD-u se početkom 1970-ih emitira popularna serija-antologija *Night Gallery* (NBC, 1970-1973) u stilu gotičkog horora u kojoj se svaka epizoda temeljila pričama sadržanima u makabrističkim gotičkim slikama pronađenima u mračnoj napuštenoj galeriji (L. Jowett i Abbott, 2013: 87-90; Wheatley, 2006: 126). U UK-u 1970-ih gotički televizijski horori postaju popularni pa se emitira i dugovječna serija-antologija *A Ghost Story for Christmas* (BBC, 1971-1978 [snimana je po jedna prigodna priča godišnje]), koja se uglavnom sastojala od adaptacija literarnih priča o duhovima (Wheatley, 2006: 47).

'kvalitetne televizije' nastojeći privući mlađu i publiku višeg socijalnog statusa pa žanr počinje odlikovati sve veća kreativnost i raznolikost. Takav razvoj slijede hibridi horora i drugih žanrova.[124] Zbog pojave nišnih kanala, razvoja digitalne tehnologije, oslabljene cenzure (osobito na kanalima koji nisu namijenjeni širokoj populaciji) te pojave televizije na zahtjev i uzleta QTV serija, horor postaje gotovo sveprisutan televizijski žanr (Abbot i Jowett, 2021; Belau i Jackson, 2018b: Horror on TV). Od 1990-ih na dalje na Zapadu traje era snažne ekspanzije i kontinuirane hibridizacije horor serija (L. Jowett i Abbott, 2013: 6-11; vidi: Abbot, 2018), a od 2000-ih televizijski se horor toliko snažno počinje razvijati u brojnim svojim podoblicima da Stacey Abbot (2018) rano 21. stoljeće naziva zlatnim dobom TV horora. U drugoj dekadi 21. stoljeća televizijski je horor postao i vrlo lukrativan televizijski žanr, osobito privlačan oglašivačima jer privlači i mlađe muškarce, skupinu koju je teško dosegnuti (Abbott, 2018).

Horor serija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Na ljestvici Top 10 žanr horora nije prisutan, a na ljestvici Top 11-20 prisutan je tek američki naslov *Otok smrti* ([*Harper's Island*] CBS, 2009), i to u Dobu promjene. Ova fuzija horora i kriminalističke priče ostvarila je u Totalu rejting od 7.62 % AMR-a (žene: 9.12 %; muškarci: 5.96 %; urbani: 7.50 %; ruralni: 7.74 %; dob 18-30: 6.88 %; dob 31-45: 8.57 %; dob 46-60: 8.67 %: dob 60+: 6.30 %; OŠ i bez: 7.27 %; SSS: 8.37 %; VŠS i VSS: 5.67 % AMR-a). Nije bilo drugih horor serija uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.2.10. Serija fantastike (fantasy)

Suvremena televizijska fantastika, kao i ona iz ranijih perioda razvoja televizije (npr.: D. Allen, 2009), usko je vezana uz onu literarnu.[125] Upravo stoga, iako su serije žanra fantastike na televiziji kontinuirano prisutne tijekom druge polovice 20 stoljeća, do akademskog proučavanja televizijske fantastike obično dolazi u sklopu analiza literarne fantastike (npr.: D. Allen, 2009; Carroll, 2018; Stephan, 2016) i njenih ekranizacija. Elementi fantastičnog mogu se pronaći i u brojnim drugim

[124] Najbolji primjer hibridnog horora tog doba je je kultna, globalno popularna dugovječna *telefantasy* serija *Buffy ubojica vampira* ([*Buffy and the Vampire Slayer*] The WB Television Network, 1997-2000, UPN, 2001-2003), mješavina horora, tinejdžerske drame i akcijsko-avanturističkog žanra (vidi: Short, 2011; Wilcocx, 2005; Williamson, 2010; vidi i: Wilcox, 2005: 6).

[125] Navest ćemo tek nekoliko suvremenih serija fantastike snimljenih prema književnim predlošcima: *The Shannara Chronicles* (MTV, Spike, 2016-2017), prema trilogiji *The Sword of Shannara* Terryja Brooksa; *The Magicians* (Sci-Fi Channel, 2015-2020), prema motivima istoimenog romana Leva Grossmana; *The Letter for the King* (Netflix, 2020), inspirirana romanom *De brief voor de Koning Antonie Dragt*; te *Legend of Earthsea* (Sci-Fi Channel, 2004) prema romanima *A Wizard of Earthsea* i *The Tombs of Atuan* iz serije romana *The Earthsea Cycle* Ursule K. Le Guin. Prema romanu Georgea R. R. Martina *Fire & Blood* snimljena je i serija *House of Dragon* (HBO, 2022-) kao *prequel* (priča koja prethodi već objavljenoj priči [Silverblatt, 2007: 2011]) serije *Igra prijestolja*. Serije fantastike tehnikom transmedijskog pripovijedanja povezuju se i s računalnim igrama. To je slučaj primjerice sa serijom *Vještac* [*The Witcher*] Netflix, 2019 [vidi: Njegić, 2022]) snimljenoj prema priči *Wiedźmin* Andrzeja Sapkowskog, s elementima poljskog folklora i slavenske mitologije (vidi: Špero, 2020).

žanrovima pa književni teoretičar Brian Attebery (1992: 11) razlikuje *fantastično* (eng.: *fantastic*) kao modus, i *fantastiku* (eng.: *fantasy*) kao žanr.[126] Do suvremenog definiranja žanra fantastike dolazi upravo Atteberyjevim radovima (vidi: James i Mendlesohn, 2012a: 1-2). Temeljem istraživanja percepcije žanra Attebery (1992) dolazi do zaključka da su na razini *periferije* žanra mutne granice između fantastike i drugih „nestvarnosnih" (C. Johnson, 2015: 57; Neale, 2005a: 30-31), ali i određenih 'ordinarnih' (stvarnosnih) žanrova. No, na razini *središta* suvremeni žanr fantastike presudno je prepoznat u odnosu na Tolkienov oblik fantastike kreiran trilogijom *Gospodar prstenova* (Attebery, 1992: 13-14). Daljnjom analizom Attebery (1992: 14-16) ustanovljuje da djela koja danas prepoznajemo kao fantastiku obično tolkienovskoj fantastici nalikuju na tri temeljna načina. Jedan od njih odnosi se na sadržaj, drugi sa strukturu, a treći na odgovor čitatelja.[127]

(a) *Sadržaj*. Suštinski, sadržaj fantastike je *ono nemoguće*, nadnaravno i magično (vidi i: Todorov, 1973). Šire polje fantastičnog može uključivati ono što nije vjerojatno, vrlo je malo vjerojatno ili je još nepostojeće. Ali suvremena fantastika, budući da se kristalizirala oko djela poput *Gospodara prstenova*, obično zahtijeva oštriji raskid sa stvarnošću (Attebery, 1992: 15). Gledatelja se u dijegetski svijet (svijet djela), uvlači putem *očaranosti* (eng.: *enchantment* [Tolkien (2008: 27]) zbog koje se odbacuje nevjerica pa on može 'pobjeći' u dijegetsku razinu priče.[128] Pri tome je *magija* element razlikovanja između Primarnog svijeta (onog poznatog, 'stvarnosti') i Sekundarnog svijeta (svijeta djela fantastike), ali i katalizator promjena u Primarnom svijetu (Tolkien, 2008: 64). Sekundarni svijet je stoga proizvod magije pridodan svijetu koji je čitatelju poznat, a takav princip strukturiranja svijeta djela daje autoru mogućnost oslanjanja na (brojnije ili manje brojne) aspekte poznate čitatelju ili gledatelju (Stephan, 2016: 7; usp.: Attebry, 1992: 8-10). Stoga

[126] Fantastiku kao žanr nije lako definirati, dijelom zbog mogućih preklapanja s ostalim žanrovima (npr.: Fowkes, 2007; Graves i Engle, 2006; Hendershot, 2007), a dijelom i zbog velikog broja tipova priča koje fantastika obuhvaća (npr.: Walters, 2011). No, danas i literarna (npr.: Attebery, 1992; James i Mendlesohn, 2012b; Mendlesohn, 2008; Stephan, 2016; Timmerman, 1983) i filmska teorija (npr.: Fowkes, 2010) razmatraju fantastiku kao, doduše „neuobičajeno eklektičnu" (Fowkes, 2010: 3), ali unatoč tome, prepoznatljivu skupinu tekstova, odnosno kao žanr (Fowkes, 2010: 13). Ipak, upravo zbog čestih hibridizacija, u 21. stoljeću se televizijska fantastika sve češće razmatra i kao sastavni dio *telefantasyja*. Ovaj žanr nije uvršten u *The Television Genre Book* (2001, 2008c, 2015d).

[127] Sličan zaključak da djela Johna Ronalda Reuela Tolkiena i Clivea Staplesa Lewisa, bliskih prijatelja koji su njegovali i isti pristup fantastici, „stoje na počecima moderne fantastike" iznosi i književni teoretičar Edward James (2012: 62-63; vidi i Pavlac, 2017). I književni teoretičar John H. Timmerman (1983) u opisu tipičnih narativnih elemenata fantastike, u osnovi opisuje fantastiku kakvu Attebery (1992) pronalazi u 'središtu' žanra, onu tolkienovsku. Književni teoretičar Matthias Stephan (2016) u definiranju žanra fantastike također poseže za Tolkienovim razmatranjima odlika ovog žanra. Kao što napominje književna teoretičarka Farah Mendlesohn (2008) po ovom je pitanju nakon Atteberyjeve studije (1992) došlo do svojevrsnog konsenzusa među teoretičarima vezano za određenje žanra fantastike. Tolkien je i sam u glasovitom eseju *On Fairy-Stories* (2008) raspravljao određene elemente fantastike što je uvelike olakšalo suvremenu teorijsku konceptualizaciju tog žanra.

[128] Za fikcionalni svijet priče koristi se termin *dijegeza* (npr.: Altman, 1989: 12; Buckland, 2000: 48), a u filmsku ga teoriju uvodi Etienne Souriau (Souriau, 1951, prema: Buckland, 2000: 47). Dijegeza se odnosi na svijet priče koji se suodnosi s likovima, bili oni svjedoci određenih događaja ili ne (Mittell, 2007: 160).

fantastiku mogu činiti razne potkategorije koje razlikuje dijalektika između autora i čitatelja/gledatelja u izgradnji osjećaja čuda/čuđenja (eng.: *sense of wonder* [Mendlesohn, 2008; vidi i: James i Mendlesohn, 2012b]). U tom se smislu često u javnoj komunikaciji koristi gruba podjela na takozvanu visoku fantastiku (eng.: *high fantasy* [npr.: Carroll, 2018: 3]) i nisku fantastiku. Izraz visoka fantastika označava uglavnom *imerzivnu* fantastičnu herojsku romantičnu priču (u kojoj je protagonist dio fantastičnog svijeta i u kojoj nam nije dopušten bijeg iz tog svijeta [vidi: Mendlesohn, 2008]), poput *Gospodara prstenova* (Stableford, 2009: 198). Opozitno tome nisku fantastiku sačinjava *intruzivna* fantastika (Stableford, 2009: 189), odnosno ona u kojoj fantastično tek 'provaljuje' u primarni fikcionalni svijet (vidi: Mendlesohn, 2008).

(b) *Struktura*. Karakteristična struktura žanra fantastike je komična u smislu da počinje problemom, a završava rješavanjem problema. „Smrt, očaj, užas i izdaja mogu ući u fantastiku, ali ne smiju biti posljednja riječ“ (Attebry, 1992: 15). Mnogo tekstova tog žanra nema ono što bismo mogli nazvati 'sretnim završetkom', ali problem kojeg narativ na početku postavlja riješen je, zadatak je uspješno dovršen (Attebry, 1992: 15). Struktura tekstova nalikuje na strukturu tradicionalne bajke (usp.: Propp, 2012). Riječ je o kružnom putovanju u čudesno koje uključuje testiranje heroja, odlazak s kućnog praga, nadnaravnu pomoć, sukob, bijeg i uspostavljanje novog poretka kod kuće (Attebery, 1992: 15).

(c) *Odgovor publike*. Fantastiku, kao i bajku, odlikuje kružno uzlazno kretanje priče sa završnim zaokretom prema oslobođenju (Attebery (1992: 15) koji dovodi do utjehe i specifičnog emocionalnog odgovora publike. Tolkien (2008: 75) takav „iznenadni radosni 'zaokret'“ naziva *eucatastrophe*.[129] Attebery (1992: 16) predlaže u tom smislu kao ključni za utjecaj fantastike na gledatelja koncept *čuda* odnosno 'onog što izaziva čuđenje' (eng.: *wonder*) jer ovaj izraz upućuje i na načine sagledavanja narativa, ali i na emocionalni odgovor na njega. Tolkien (2008: 67) u tom smislu pojašnjava da fantastika ima jasno usmjerenu ulogu *oporavka*, rušenja iluzije je da je svijet postao dosadan ili tjeskoban.

Tolkienov *Gospodar prstenova* pripada bajkovitoj neomedijevalnoj visokoj fantastici (vidi: Eco, 1986: Dreaming of the Middle Ages), odnosno visokoj fantastici smještenoj u imaginarno srednjovjekovlje (usp.: Carroll, 2018; Young, 2015). Kao reakcija na brojna oponašanja Tolkiena i pojednostavljenja takozvane formule mača i čarolije (Attebery, 1992: 9) prisutne u *Gospodaru*

[129] U antici je strukturna podjela komedije na tri dijela uključivala 'katastrofu' kao treći, završni dio (vidi: Herrick, 1964: 106-122). Pri tome izraz 'katastrofa' predstavlja „komičku katastrofu“ (Herrick, 1964: 123), odnosno sretno razrješenje na način komedije, a ne 'katastrofu' na način tragedije. No, u oba slučaja 'katastrofa' označuje „promjenu Fortune“ (Herrick, 1964: 123). Tolkien (2008: 75), slično, razlikuje dva oprečna načina razrješenja priče: 'dobro razrješenje' odnosno sretan preokret (eng.: *eucatastrophe*), te 'loše razrješenje' odnosno nesretan preokret (eng.: *dyscatastrophe*). Prvi izaziva utjehu i radost, a drugi izaziva osjećaj žaljenja i neuspjeha.

prstenova, javlja se na prijelazu u 21. stoljeće podžanr 'mračne' (eng.: *grimdark*) fantastike. Obilježen je niskim razinama magičnog, visokim razinama nasilja, dubljim razvojem likova i srednjovjekovnim svjetovima koje se pretendira 'realistički' prikazati (Young (2016: 63). Najpoznatiji televizijski tekst ovog podžanra neomedievalna je QTV serija *Igra prijestolja* nastala prema romanima *A Song of Ice and Fire* Georgea R. R. Martina. Međutim, koliko god se na prvi pogled to i slična djela doimaju udaljenima od tolkienovskih konvencija fantastike, Tolkien se i dalje pojavljuje kao središte žanra. Dolazi do takve prerade dominantnih tropa fantastike koja omogućuje usklađenost s Tolkienom i istovremeno odvajanje „od Tolkienovih imitatora ili fantastike koja se smatra inferiornom i formulaičnom" (Carroll, 2015: 61), na način da se velikom broju karakterističnih figura pridodaju suprotna ili drugačija semantička i vrijednosna značenja (Caroll, 2015, 2018). Već John Cawelti (1977) ukazuje na usku vezu između *različitih načina* korištenja arhetipskih priča i *samih kultura* koje proizvode formule povezane s određenim arhetipom. Ti različiti načini znače da će se narativni arhetipovi i formule prilagođavati preokupacijama i senzibilitetu kulture unutar koje nastaju, pa čak i na način da dominantna formula prijeđe u svoju suprotnost. Cawelti (1977: 42) u tom smislu kao primjere spominje 'antiherojske' verzije formula temeljenih na herojima i 'antiromantične romanse'. U *Igri prijestolja*, ovoj istovremeno i tolkienovskoj i anti-tolkienovskoj inačici žanra, romansu, milost, utjehu i radost zamjenjuje antiromansa (Caroll, 2018: 23) te ukupni osjećaj žaljenja i neuspjeha (Caroll, 2018: 5; usp.: Tolkien, 2008: 75).[130] Televiziji nije strana ni takozvana suvremena fantastika kod koje su elementi žanra transponirani u suvremeno doba. Ova djela mogu pripadati i visokoj i niskoj fantastici (usp.: Mendlesohn, 2008). Dio tekstova televizijske suvremene fantastike se prepoznaje i kao magični realizam (vidi: Olsen, 1987) kod kojeg su nejasne granice između stvarnog i magičnog. Suvremena fantastika može biti smještena u velike gradove; tada se pa se tada govori o 'urbanoj fantastici'. Tijekom povijesti televizije snimane su i serije takozvane povijesne fantastike temeljene uglavnom na keltskoj i engleskoj mitologiji (usp.: D. Allen, 2009, 94-95).[131]

[130] Žanr fantastike je na određeni način nasljednik srednjevjekovne romanse. To i jest jedan od razloga čestog smještanja fantastike u imaginarno srednjovjekovlje (Carroll, 2018: 23). I fantastika i srednjevjekovna romansa ističu viteške vrline junaka, sadrže pustolovine čiji je cilj potaknuti junaka da otkrije vlastitu unutarnju snagu i zahtijevaju da se herojeve vrline – odvažnost, hrabrost, odanost, učtivost i mudrost – dokažu. Također oba žanra svoje priče smještaju u prošlost ili u nerealističan sekundarni svijet, kreiraju idealistički pogled na svijet, dijele brojne zajedničke motive kao i strukturu zapleta (Carroll, 2018: 23-24). Kao i *Gospodar prstenova* (Carroll, 2018: 5) i *Igra prijestolja* se oslanja na tu konvenciju fantastike (Carroll, 2018: 25), ali ju i značenjski mijenja, tako „kreirajući fascinantnu tenziju između medievalizma i ciničkog modernizma" (Carroll, 2018: 26; vidi: Young, 2016: pogl. 3).

[131] No, ovisno o postojanju elementa 'čuda' u narativu, arturijanske kao i druge serije smještene u prošlost, osim u žanr fantastike mogu se svrstati i u povijesne legende ili akcijsko-avanturističke takozvane *swashbuckler* serije (vidi: Chapman, 2015: 5-6). Ukoliko ga presudno odlikuju elementi formule mača i čarolije (eng.: *sword and sorcery*), tekst će pripadati fantastičnom žanru (Attebery, 1992: 9-10; Chapman, 2015: 6).

Serije fantastike u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Na ljestvicama Top 10 i Top 11-20 serije fantastike nisu prisutne. *Prisutan je tek jedan naslov fantastike na ljestvici Top 20 VŠS i VSS*, i to u Novom dobu. Riječ je o sezoni serije *Igra prijestolja* koja je u toj obrazovnoj skupini ostvarila rejting od 6.23 % AMR-a (Total: 3.81 %; OŠ i bez: 2.32 %; SSS: 4.28 % AMR-a).

10.2.11. Drama o osobnoj svakodnevici (soap drama; drama u užem smislu)

Glen Creeber (2004: 115) *soap* dramu određuje kao novi žanr serija unutar suvremene televizijske drame koji na različite načine „uključuje i kombinira važne elemente sapunske opere, drame, komedije i dramedije". *Soap* drama je poput sapunske opere usmjerena na osobna pitanja – na oslikavanje obitelji i/ili društvene dinamike manje sredine ili neke uže socijalne skupine. No riječ je o skupini serija koja se razvija „istovremeno upotrebljavajući i potkopavajući konvencije sapunske opere" (Creeber, 2004: 116). *Soap* drama se bavi suvremenom svakodnevicom – onim takozvanim *malim stvarima* (eng.: *petty issues*), ponekad naizgled minornim svakodnevnim problemima i temama, a zapravo velikima i važnima iz prizme osobnog života pojedinca (Creeber, 2004: 115; usp.: R. Thompson, 1996: 134). Obrađuje širok korpus tema koji Creeber (2004: 113) naziva *„životnim politikama"*(eng.: *„life politics"*): pitanjima prijateljstva, identiteta i života u obitelji i manjoj zajednici. Riječ je o skupini serija koje oslikavaju intimniji milje, privatnost i osobnu sferu, u kojima ansambl protagonista sačinjavaju rodbinski, susjedski ili prijateljski povezane obitelji, skupine prijatelja, susjeda ili sugrađana (Creeber, 2004: 113-155). Serije u okviru *soap* drame kreiraju raznolike nove načine na koji televizija priča priče o suvremenoj svakodnevici, životu i bliskim odnosima – temama na televiziji Zapada tradicionalno tijekom 20. stoljeća uglavnom povezivanima sa sapunskom operom (usp.: Creeber, 2004: 115) ili *sitcomom* (usp.: Moore, 1992).[132] *Soap* drame međusobno se mogu značajno razlikovati prema općem tonu i atmosferi narativa, stupnju vanjskog realizma ili vrsti i unutarnjoj dinamici zajednice koju oslikavaju, a ipak zadržavajući zajedničku odliku *preokupacije osobnim pitanjima i odnosima* (usp.: Creeber, 2004: 115).[133]

---

[132] *Soap* drama može sadržavati i elemente 'nestvarnosnih' žanrova. Tako se primjerice QTV serija *Život na sjeveru* ([*Northern Exposure*] CBS, 1990-1995) poigrava s magijskim (vidi: Feuer, 2010; Epes, 2008; Samuel, 2021), a QTV serija *Dva metra pod zemljom* ([*Six Feet Under*] HBO, 2001-2005) – s elementima horora (vidi: Akass i McCabe, 2005; Gross, 2006; Russell, 2006).

[133] Suvremene serije o osobnoj svakodnevici još nemaju jedinstvenu široko prihvaćenu žanrovsku etiketu pa se predstavljaju opisima i usporedbama s drugim serijama (npr.: Keeler, 2010). Iako već i Creeber (2004: 13, 114-115, 118-152) navodi primjere koji ilustriraju narativnu i stilsku raznolikost *soap* drame, ovaj žanr na Zapadu obuhvaća brojne naslove više kulturne etikete (usp.: Creeber, 2004: 114-115; vidi i: Cooke (2005: 25; R. Thompson, 1996: 131-135). Stoga – iako danas naslovi unutar ovog žanra sve više osciliraju kada je riječ o njihovoj kulturnoj valorizaciji – upravo se 'kvaliteta' ponekad ističe pri njihovu opisu kao razlikovno obilježje u odnosu na sapunske opere s kojima su tematski bliske. Hrvatska serija *Loza* (HRT, 2011-2012) o rivalitetu dviju obitelji koja fuzionira

Serije pripadne svim trima žanrovskim skupinama od samih početaka televizije bave se osobnim i intimnim temama te reprezentacijom obitelji i međuljudskih odnosa u užoj zajednici. Ipak, ove su teme na televiziji uglavnom bile smatrane frivolnima (Creeber, 2004: 12-13; usp.: Pavlić, 2021a). Osim u sapunskoj operi (R. Allen, 1985, 1995b; C. Geraghty, 2005; Stempel Mumford, 1995), u doba postojanja samo općih linearnih kanala do 1880-ih i 1990-ih te su teme bile prisutne i u takozvanim *obiteljskim serijama*. Riječ je o obiteljskim komedijama i dramama smještenima u sadašnjost ili blisku prošlost „u kojima su glavni likovi u svakoj od epizoda članovi obitelji i u kojima se najveći dio interakcije zbiva među članovima obitelji, obično u kućnom okruženju“ (Glennon i Butsch, 1982: 265; usp.: Moore, 1992). Ipak, osim u sapunskoj operi, obiteljski i odnosi u užoj zajednici dominantno su se obrađivali u okviru *komedije*, uglavnom u obiteljskim situacijskim komedijama (Glennon i Butsch, 1982: 265; Moore 1992: 56; vidi šire: Hough, 1981; Mills, 2009; Mundy i White, 2012). 'Obiteljska drama', obično *serija vedrijeg ugođaja s elementima komedije* (Moore, 1992: 57), nije zauzimala značajnije mjesto u televizijskim rasporedima u udarnim večernjim terminima (Moore 1992: 48) i *nije se uspjela razviti kao popularni žanr serija* (Thompson, 1996: 131). Postupno se stupanj složenosti karaktera u situacijskim komedijama sve više približavao se onima iz 'vedrih' obiteljskih drama (vidi: Douglas, 2003; Hough, 1981; More, 1992; Taylor, 1989), a kada obiteljski *sitcom* uz nuklearnu, 1980-ih i 1990-ih počinje prikazivati i *alternativnu obitelj* odnosno obitelj 'koju biramo' (npr.: *Prijatelji* ([*Friends*] NBC, 1994-2004) – dolazi do prvih značajnijih pomaka važnih za formiranje *soap* drame.[134] *Sitcom* alternativne obitelji: (a) donosi sve više romantičnih zapleta ističući elemente sapunske opere poput nestabilnih intimnih muško-ženskih odnosa te elemente filmske romantične komedije (vidi: Bazzan, 2020; Sandell, 1998); (b) počinje ukazivati na tjeskobu povezanu s obiteljskim životom o kojoj 'obiteljska serija' u SAD-u do 1980-ih nije ozbiljnije progovarala (vidi šire: Sandell, 1998); (c) proširuje ideju 'obiteljskog kruga' na ideju 'zajednice' kao entiteta pogodnog za televizijsku dramatizaciju privatnosti i kada je riječ o serijama izvan okvira sapunske opere (usp.: Creeber, 2004); (d) ubrzava kontinuirano prisutan proces slabljenja granica između privatne i javne sfere u prikazu svakodnevnog života pojedinca (Hartley, 2008a: 81; usp.: Taylor,

diskurs sapunske opere (usp.: Pavlić, 2011a), u nedostatku žanrovske etikete najavljivana je kao projekt dosad za ove prostore neviđene produkcijske kvalitete (Pavlić, 2011a) i kao domaća serija koja nije sapunica (npr.; Čulig, 2011; Tretinjak, 2011). Srpska *soap* drama *Žene s Dedinja* (Prva srpska televizija, 2011-2015) u Srbiji je promovirana kao provokativna 'kvalitetna' serija visokih produkcijskih vrijednosti, srpska inačica američke *soap* drame *Očajne kućanice* (npr.: Radojković, 2009), a u Hrvatskoj kao balkanski *Seks i grad* (Nova TV, 2012).

[134] Izraz *alternativna obitelj* ponekad se upotrebljava pri analizi *sitcoma* i u širem značenju bilo koje skupine koja je okupljena u metaforičke obitelji odnosno 'obitelji' smještene *izvan doma*, pa i kada je riječ o 'obiteljima suradnika'. Ovakve metaforičke obitelji u *sitcomima* se pojavljuju već 1970-ih. (vidi: Neale i Krutnik 2001: 239-240). Mi izraz alternativna obitelj rabimo u užem smislu, samo za protagoniste koji *žive zajedno* ili su intimno blisko povezani. Za ostale rabimo izraze metaforička obitelj ili obitelj suradnika.

1989); (e) počinje omogućavati tradicionalnim žanrovima komedije da se pozabave i temama koje su se ranije smatrale suviše kontroverznima za komediju (Creeber (2004: 142). Na tom tragu kod dijela serija dolazi i do još snažnijeg odmaka od tradicionalnog *sitcoma* te do kreiranja dramedije kao fluidnog hibrida koji omogućuje poigravanja s generičkim i narativnim aspektima podjednako i sapunske opere i drame i komedije (vidi: Nelson, 2001: 45) i utječe na razvoj *soap* drame (vidi: Creeber, 2004).[135]

Na formiranje *soap* drame utječe i 1980-ih započet proces eksploatacije elemenata sapunske opere u serijama koje ne tematiziraju osobnu svakodnevicu. U brojnim žanrovima, poput kriminalističkog, počinje se pridavati pozornost osobnoj sferi protagonista (Thompson, 1996: 59). Serije se k tome sve više okreću i segmentiranoj publici (nasuprot 'obiteljskom gledanju'), postaju „intenzivne u tonu“ (Creeber, 2004: 12) i eksperimentiraju sa žanrovskim konvencijama i načinima prikaza društvene stvarnosti. Na tom valu dio serija počinje se baviti osobnom, intimnom 'politikom svakodnevice'. Pri tome dolazi do prisvajanja i modifikacije brojnih motiva i narativnih alata sapunske opere, čak i pri kreiranju za to doba 'radikalnih' i 'progresivnih' drama (Creeber, 2004: 12). Istodobno s pojavom *sitcoma* o alternativnim obiteljima, počinje emitiranje prvih 'obiteljskih drama' koje uspostavljaju novi odnos sa sapunskom operom i komedijom, napuštajući dotadašnje stereotipne vedre predodžbe o obiteljskom životu. Jedna od serija koje 1980-ih donose takav zaokret je drama-komedija (danas bismo rekli *soap* drama [usp.: Creeber, 2004: 114-115]) *Thirtysomething* (ABC, 1987-1991) o osobnom stilu života, obiteljskim i prijateljskim odnosima sedmero bliskih prijatelja, zaposlenih tridesetogodišnjaka povezanih „krvlju, ljubavlju, sudbinom i stvarno lošim ukusom u partnerskim odnosima“ (Feuer, 2005: 30), koja sadržava više sličnosti sa sofisticiranim filmskim komedijama scenariste i redatelja Woodyja Allena, nego s dotadašnjim televizijskim obiteljskim dramama i komedijama (Thompson, 1996: 131-133; o Allenovom izričaju vidi: Girgus, 2002). Već rana *soap* drama, svojim fokusom na unutarnji emocionalni i obiteljski život, preuzima elemente melodrame ali nije melodramatska na način sapunske opere već uvodi drugačiji ton, privlači drugačiju publiku i zahtjeva drugačiji način recepcije (Feuer, 2005: 28). Od sapunske opere rana *soap* drama preuzima i usmjerenje na dijalog u kreiranju značenja, korištenje blizih planova pri prenošenju emocija i intimne konverzacije, tendenciju prema povezivanju raznolikih i brojnih linija priče te ponekad čak i odolijevanje finalnom zatvaranju narativnog luka (Creeber, 2004: 115). No, napušta se melodramatski stil glume tipičan

[135] Na razvoj *soap* drame snažno utječe i suvremeni 'romantični' *sitcom Seks i grad* (Akass i McCabe, 2004; Bignell, 2004) koji se više nego na humorne konvencije *sitcoma* oslanja na filmsku romantičnu komediju, fuzionirajući i televiziji prilagođavajući takozvanu 'nervoznu romansu' (Neale i Krutnik, 2001: 172; vidi: Grochowski, 2004).

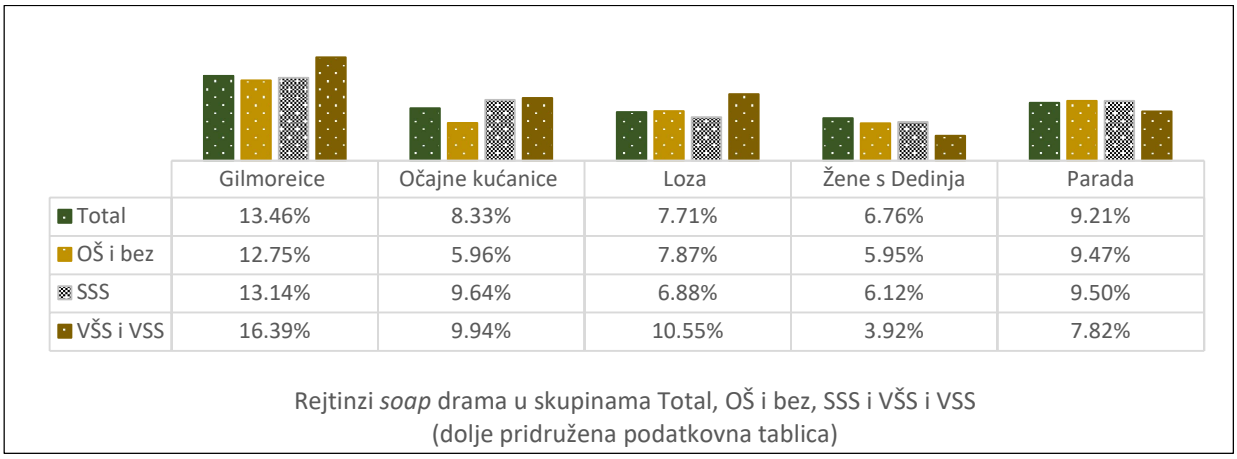
za sapunske opere, uvodi se suptilnija psihološka konstrukcija zapleta i suptilan podrugljivi ton, a generički elementi sapunice se premještaju u realistički društveni kontekst (Feuer, 2005: 28-31; za suvremene modifikacije melodrame vidi i: L. Williams, 2012, 2018). Nuklearna ili alternativna obitelj, osim u kućnom okruženju, prikazana je i u širem socijalnom okružju, od radnog mjesta do šireg prijateljskog ili susjedskog kruga i slično. No, oslikavanje primjerice poslovnog života ili profesije ne služi za kreiranje zapleta specifičnog za prikazanu profesiju već pokreće daljnja osobna preispitivanja protagonista ili služi za prikaz dinamike određene skupine ili (manje) sredine. Dolazi do eksploatacije *ispovjednog diskursa* u smislu 'izlaganja osobne intime' (usp.: Bignell, 2004; Shattuc, 2014). Pozornost se sve više pridaje psihologiji i kompleksnijim karakterima protagonista, a psihološka stanja karaktera počinju se ocrtavati i pomoću narativnog alata 'ispovjednih' sekvenci (Feuer, 2005: 33-35).[136]

12.2.11.1. Drama o osobnoj svakodnevici u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

Žanr je na ljestvici Top 10 zastupljen s dva naslova. To su sezona američke serije *Gilmoreice* u Starom dobu i u Dobu promjene srpska miniserija *Parada* (RTL, 2013), ekstenzija istoimenog igranog filma. Na ljestvici Top 11-20 u Starom je dobu prisutan jedan naslov, sezona američke serije *Ed* (NBC, 2000-2004) koja postiže ove rejtinge: Total: 11.80 %; OŠ i bez: 14.27 %; SSS: 11.19 %; VŠS i VSS: 8.02 % AMR-a. U Dobu promjene prisutno je pet naslova. Riječ je o tri sezone američke serije *Očajne kućanice*, domaćoj seriji *Loza* i srpskoj seriji *Žene s Dedinja*. U Novom dobu prisutan je jedan naslov; to je *Parada* koja se iznova pojavljuje kao naslov. Priče kojima dominiraju ženski protagonisti i usmjerene na ljubavne i osobne odnose više privlače žene, a priče usmjerene na određenu zajednicu privlače podjednako žene i muškarce. Diskurzivno i narativno vrlo različite serije, domaću *Lozu* i američke inovativne *soap* drame (*Gilmoreice, Očajne*

[136] Na ovaj važan element *soap* drame utječe i pojava ispovjednog *talk showa* u SAD-u ranih 1980-ih koji nastaje na feminističkoj premisi da su osobna pitanja ujedno i politička te prilagođava ovu premisu popularnoj televiziji (Shattuc, 2014). „Transfer ispovjednog diskursa“ (Bignell, 2004: 169) u dramu istovremeno je posljedica širih društvenih kretanja i ukupnog žanrovskog usložnjavanja drame, ali i želje producenata za privlačenjem 'kvalitetnijeg' segmenta publike temama i diskursom koji su im postali bliski konzumiranjem nefikcionalnih televizijskih žanrova i drugih medija (usp.: Bignell, 2004: 169; Quellette, 2016: 3-4). Jane Feuer (2005: 35-36) primjećuje da u ovom žanru dolazi do specifične 'literarizacije' ispovjednog diskursa, pri kojoj je osim namjere psihološkog otvaranja (istinitosti, iskrenosti) u izražavanju subjektivnosti, važan i odabir riječi koji otkriva da je riječ o suvremenoj drami koja napušta površan melodramatski emocionalni eksces, koji je osim u sapunskoj operi i ispovjednom *talk showu* (vidi: Shattuc, 2014) prisutan i ukupno u *reality* televiziji (vidi: Creeber, 2001, 2008c, 2015d). No, *soap* drama može istovremeno i primjenjivati, i dezintegrirati taj površni melodramatski diskurs sapunske opere. Primjerice, serija *Očajne kućanice* ujedno i oponaša i dezintegrira sapunsku operu tako što u tipični narativ sapunske opere kontinuirano unosi razne oblike dispariteta (poput crnog humora usred scena uznemirujućeg nasilja), nesnošljivosti, pretjerivanja i apsurdnosti, a sve da bi se naglasila višeznačnosti određene scene, situacije ili lika (Lancioni, 2006: 133). No, konkretna uspješnost u izbjegavanju površnog melodramatskog diskursa, kao i uspješnost u ukupnim poigravanjima s konvencijama sapunske opere ipak će varirati od naslova do naslova pa gledatelj ponekad može imati i dojam da je, da tako kažemo, sapunica ipak preživjela (npr.: Pavlić, 2011a).

kućanice) povezuje to što *najviše rejtinge ostvaruju u skupini više i visoko obrazovane publike*. Nasuprot tome, također diskurzivno i narativno vrlo različite srpske *soap* drame (društveno angažirana tragikomična *Parada* i *Žene s Dedinja* kao 'balkanska inačica Seksa i grada' [Nova TV, 2012]), u *skupini više i visoko obrazovane publike ostvaruju najniže rejtinge*. Grafički prikaz 15 ilustrira ove tendencije i donosi podatke o rejtinzima spomenutih naslova *soap* drame u skupini Total te u trima istraživanim obrazovnim skupinama. Tablica 27 donosi podatke o rejtinzima *soap* drama u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka. Za podatke o svakom od spomenutih naslova vidi Prilog 2. Za naslove uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.



	Gilmoreice	Očajne kućanice	Loza	Žene s Dedinja	Parada
Total	13.46%	8.33%	7.71%	6.76%	9.21%
OŠ i bez	12.75%	5.96%	7.87%	5.95%	9.47%
SSS	13.14%	9.64%	6.88%	6.12%	9.50%
VŠS i VSS	16.39%	9.94%	10.55%	3.92%	7.82%

Rejtinzi *soap* drama u skupinama Total, OŠ i bez, SSS i VŠS i VSS
(dolje pridružena podatkovna tablica)

Grafički prikaz 15: Rejtinzi *soap* drama *Gilmoreice*, *Očajne kućanice*, *Loza*, *Žene s Dedinja* i *Parada* u skupini Total i obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS

Tablica 27. Ljestvica Top 20 podijeljena na ljestvice Top 10 i Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) *soap* drame od 2003. do 2018. godine u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka

AMR % u uzorku	Staro doba		Doba promjene		Novo doba	
	Top 10 (Gilmoreice)	Top 11-20 (Ed)	Top 10 (Parada)	Top 11-20 (Kućanice, Loza, Žene s Dedinja)	Top 10	Top 11-20 (Parada)
Žene	16.65%	13.39%	12.02%	9.30%	-	6.28%
Muškarci	9.91%	10.04%	12.17%	5.91%	-	6.37%
Urbani	13.28%	9.76%	12.73%	8.48%	-	5.76%
Ruralni	13.65%	13.95%	11.46%	6.92%	-	6.92%
18-30	11.85%	7.94%	8.95%	6.99%	-	4.14%
31-45	13.03%	11.02%	16.52%	8.59%	-	8.16%
46-60	13.71%	11.79%	14.31%	8.01%	-	6.62%

60+	15.33%	15.86%	8.23%	7.03%	-	5.83%

10.2.12. Kostimirana drama[137]

Kostimirana drama obuhvaća skupinu serija smještenih u neko povijesno razdoblje nastalih prema književnim predlošcima ili motivima te onih koje *oponašaju taj stil*. Tematski u najvećoj mjeri obrađuje privatnu sferu i osobne odnose, obično s istaknutim elementom romanse (Cooke, 2003; Chapman, 2014; Legot i Tadeo, 2015b; Nelson, 2008; Rosenstone, 2006: 12).[138] Riječ je o međunarodno poznatom televizijskom žanru koji se dominantno razvio u UK-u kao dio britanske *heritage* drame (drame baštine) koja okuplja televizijske serije specifičnog diskursa raznih žanrova (Brewer, 2016; H. Davis, 2001; McCaw, 2012), nastale uglavnom temeljem literarnih predložaka ili po motivima britanskih literarnih djela.[139] Kostimirana drama dugo je i istaknuto prisutna u britanskoj televizijskoj kulturi. Već od 1950-ih britanski javni servis BBC specijalizirao se za adaptacije domaćih književnih klasika (Chapman, 2014: 131; vidi: Giddings i Selby, 2001), a kasnih 1960-ih ostvaruje i prve velike globalne uspjehe serijama *Saga o Forsyteima* ([*The Forsyte Saga*] BBC, 1967 [Cooke, 2003: 83]), prema literarnom predlošku nobelovca Johna Galsworthyja, te *Vašar taštine* ([*Vanity Fair*] BBC, 1967), prema istoimenom romanu Williama Thackeraya.[140] Osobna su pitanja (tada dominantno prisutna u sapunskoj operi) hibridizirana s 'povijesnom' dramom smještenom u obitelji viših slojeva (usp.: Cooke, 2003: 83; Chapman, 2014). Osobito *Saga o Forsyteima* globalno popularizira formulu koja iskorištava elemente sapunske opere u smislu obrađivanja romanse i osobnih odnosa (usp.: Nelson, 2008: 50), ali na način da zadrži

[137] Iako se u javnoj sferi izraz *period drama* ponekad koristi i u istom značenju kao i izraz *kostimirana drama* (Leggott i Tadeo, 2015a: xvi), izraz period drama u televizijskoj teoriji obično obuhvaća širu skupinu djela raznih žanrova smještenih u neko prošlo razdoblje (vidi: Byrne, Leggott, i Taddeo, 2018), a izraz kostimirana drama rabi se kao uža, žanrovska oznaka. Kostimirana drama uvrštena je u *The Television Genre Book* (2001, 2008c, 2015d).

[138] Romansa je „ljubavna priča u kojoj je središnji fokus na razvoju i zadovoljavajućem razrješavanju ljubavnog odnosa između dva glavna lika, napisana na način da čitatelju pruži određeni stupanj vikarijskog emocionalnog sudjelovanja u procesu udvaranja“ (Ramsdell, 1999: 5; vidi i: Radway, 1991: 64). Obično istovremeno sadrži i element fantazije u smislu distanciranja od svakodnevnog svijeta, i privid da odražava realnost (H. Hughes, 2005:1).

[139] Uz kostimirane drame, globalno najpopularnije britanske *heritage* drame pripadaju kriminalističkom žanru (npr.: Bergin, 2012; Brewer, 2016; Davis, 2001; McCaw, 2011). Kostimirana drama međunarodno je poznat žanr pa danas odlike ovog žanra mogu oponašati i produkcije drugih zemalja (npr.: P. Matthew, 2020). Također, pojedine nacionalne zajednice mogu razvijati i svoje, lokalno prepoznatljive žanrove sličnih odlika koji će se u međunarodnoj teoriji razvrstavati u kostimiranu dramu (npr. za talijanski *sceneggiato* vidi: Buonanno, 2009, 2012, 2015).

[140] Književnim se klasicima smatraju općeprihvaćena djela koje kao 'klasike' doživljava javnost, iako neke od njih teoretičari književnosti svrstavaju i u *middlebrow* literaturu (Cardwell, 2002: 1-2). Pod klasičnim romanom u UK-u se obično podrazumijeva roman iz viktorijanskog ili edvardijanskog razdoblja, s prisvajanjima Jane Austen ili pojedinih autora iz 18. stoljeća (Giddings i Selby, 2001: viii). Više o povijesti britanskih televizijskih adaptacija klasičnih proznih djela vidi: Giddings i Selbi (2001) i Cardwell, (2002), o kostimiranoj drami u širem kontekstu razvoja britanske televizijske fikcije vidi: Cooke (2003), a o britanskim serijama reprezentativnima za žanr kostimirane drame i suvremenim serijama koje koriste elemente kostimirane drame i *heritage* TV-a vidi: Leggott i Tadeo (2015b).

ukupni ton „kvalitetne britanske produkcije“ (Cooke, 2003: 83).[141] No, kostimirana drama nastoji biti različita i od serija koje odlikuje društveni realizam. Ona se „ograđuje od problema sadašnjosti putem pribjegavanja kulturnoj nostalgiji za prošlošću“ (Cooke, 2003: 132). Kao i *heritage* dramu u cijelosti, četiri komponente kostimiranu dramu određuju kao 'kvalitetnu' (Brunsdon, 1990: 85-86). To su: (a) angažman prestižnih glumaca koji donosi obećanje određene 'umjetničke razine' glumačke izvedbe; (b) literarni izvor koji 'ustupa' svoj kulturni ugled 'vulgarnom mediju televizije'; (c) visoki budžeti koji osiguravaju ukupne visoke produkcijske vrijednosti; (d) stilizirana predodžba o baštini namijenjena izvozu (eng.: „*heritage export*“ [Brunsdon, 1990: 86]). Riječ je o određenom imidžu prvenstveno Engleske i 'englestva' (eng.: *Englishness*) u kojemu je nacionalni identitet izražen prikazom više klase i imperijalnog identiteta (Brunsdon, 1990: 86).

Iako se kostimirana drama nerijetko poistovjećuje s *povijesnom romansom*,[142] podtipom kostimirane drame koji dominira žanrom, tijekom 1970-ih i 1980-ih unutar žanra se formiraju i drugi podtipovi serija (Chapman, 2014: 131-133): (a) *kraljevska drama* (eng.: *royal drama*) obuhvaća serije o privatnom životu britanskih vladara;[143] (b) *obrada kanonskih klasika* obuhvaća tematski različite serije temeljene na prestižnim romanima smještenima u razne periode povijesti; (c) *ratna kostimirana drama*; (d) kostimirana drama *pod istim krovom* zajedno s pripadnicima aristokracije i viših građanskih slojeva kao istaknute protagoniste 'pod isti krov' (dvorac, ali i robnu kuću ili slično), smješta i plejadu likova pripadnih srednjem ili nižem sloju; (e) *kostimirana*

[141] Britanska kostimirana drama doživljava se istovremeno i kao 'široko prihvaćena', i kao i 'kvalitetna televizijska serija' (usp.: Cooke, 2003: 83). Često je nagrađivana i uglavnom obuhvaća serije višeg ili visokog kulturnog statusa (Cooke, 2003: 3; usp.: Chapman, 2014, Nelson, 2008). O utjecaju koji nagrade i status 'adaptacije literarnog predloška' imaju na kulturnu proizvodnju i potrošnju te na ostvarivanje kulturnog prestiža pojedinog djela vidi: Kennedy-Karpat i Sandberg (2017).

[142] Izrazom *povijesna romansa* obilježavaju se romanse koje radnju smještaju u prošlost u odnosu na doba kada je djelo nastalo. Smještanje romanse u prošlost omogućuje 'distanciranje' od realističkog prikaza određene društvene stvarnosti i poigravanje s predodžbama o 'prošlosti'. Predstavljena 'prošlost' može biti imaginarna, selektivno odabranih detalja i subjektivno interpretirana, ali se često kreira dojam točne reprezentacije prošle stvarnosti, obično korištenjem pojedinosti iz obrađivanih razdoblja i upućivanjem na poznata povijesna pitanja (H. Hughes, 2005:1). Stoga izrazom povijesna romansa u radu obuhvaćamo serije nastale temeljem književnih predložaka i suvremenih pisaca (i scenarista), kao i svih pisaca iz određenih povijesnih perioda koji donose romansu smještenu u prošlost suvremenog gledatelja. Naime, svaka televizijska serija je *suvremeno djelo*, a autorstvo televizijske serije nije samo ono autora književnog predloška, nego i autora scenarija i redatelja, koji upravo koriste 'distancu' suvremenog gledatelja od obrađivanog perioda da bi se poigravali s njegovim predodžbama o prošlosti, istovremeno kreirajući dojam njene točne interpretacije (usp.: Caughie, 1991; Chapman, 2014; Giddings i Selby, 2001; o povijesnoj romansi vidi: H. Hughes, 2005).

[143] Za primjer odnosa povijesne stvarnosti i ekranizacija života povijesnih osoba vidi Alcorn Baron (2015). Za raspravu o kriterijima razlikovanja povijesne serije, kostimirane drame o povijesnim ličnostima, dokumentarne drame povijesne tematike i povijesnog dokumentarnog filma vidi: Cardwell (2002) te odjeljke 10.2.5. i 10.2.15.

melodrama[144] obuhvaća raskošne šire inscenacije nekog perioda kroz prizmu osobnih sudbina i ljubavnih odnosa (vidi i: Giddings i Selby, 2001; Wheatley, 2005: 146).

Povijesne romanse, uglavnom zasnovane na klasičnim romanima, danas iznova dominiraju žanrom. Ovaj je podtip kostimirane drame izrazito usmjeren na odnos romantičnog heroja i heroine (Nelson, 2008: 50). Robin Nelson (2008: 49) je ovako opisuje: „u sažetku 'kostimirane drame' zasnovane na klasičnom romanu mogu se navesti poletni junaci i privlačne mlade žene i možda ples u šarenim kostimima, ali prije svega ljubavna priča. Bilo bi lijepih kuća u prostranim parkovima, konja i kočija, romantike i, ultimativno, bilo bi vjenčanja". Ovakva povijesna romansa, bez obzira temelji li se na djelima klasika, novijih autora ili na originalnom scenariju, kako naglašava James Chapman (2014: 132; usp.: Nelson, 2008), standardni je narativ koji – s povremenim varijacijama – ilustrira dominantni trend unutar britanske kostimirane drame od 1990-ih na dalje. Serija *Ponos i predrasude* ([*Pride and Prejudice*] BBC, 1995), ekranizacija istoimenog romana Jane Austen, tipični je primjer povijesne romanse (Chapman, 2014: 131-132; Nelson, 2008:49-50). Romansa je u središte priče, a dijelom je ovaj podtip kostimirane drame blizak romantičnoj komediji – primjerice sretnim završetkom ili diskretnim humornim elementom (Giddings i Selby, 2001: 111; Nelson, 2008: 50). Prepoznatljiva odlika ovog podtipa kostimirane drame je „estetska privlačnost eksterijera, no ne samo ljepote krajolika i impresivne veličanstvene arhitekture, već i snimki pokreta, jahanja, plesa, glazbe, kočija" te 'nevinog' sugeriranja „žive seksualne energije" (Giddings i Selby, 2001: 111). Istovremeno, od serije *Ponos i predrasude* nadalje u kostimiranoj drami se intenzivira i prikaz problema i inhibicija povezanih s društvenim restrikcijama s kojima se susreće heroina u realizaciji osobnog potencijala (Giddings i Selby, 2001: 200-201) pa takva romansa zadržava i stanoviti melodramatski diskurs. Zbog globalnog uspjeha *Ponosa i predrasuda* došlo je do plime ponovnog otkrivanja Jane Austen i „pomame za dramatizacijama klasičnih romana" (Giddings i Selby, 2001: 116) po uzoru na formulu primijenjenu u seriji (vidi: Giddings i Selby, 2001: pogl. 6).[145] Ipak, suvremene se povijesne romanse razlikuju od ranijih po tome što se manje bave vjernošću originalnom romanu ili povijesnim okolnostima u koje je priča smještena, a više privlačnim *heritage* skupom označitelja,

[144] Izraz *melodrama* se ovdje rabi u značenju Caweltijevog (1977) arhetipa melodrame kao fantazije svijeta koji djeluje u skladu sa željama našeg srca. Riječ je o pričama koje donose „cijeli kompleks mogućih djelovanja u svijetu navodno punom nasilja i tragedije, povezanim sa 'stvarnim svijetom', ali i upravljanim stanovitim benevolentnim moralnim načelom", a na kraju priče se „dogode prave stvari" (Cawelti, 1977: 44), sugerirajući u konačnici postojanje 'ljudski orijentiranog' moralnog poretka (Cawelti, 1977: 45).

[145] Za usporedbu kulturnog statusa i popularnosti romana Jene Austen u 19. stoljeću i adaptacija njenih romana u 20. i 21. stoljeću vidi: Scholz (2017).

zadržavajući osnovnu formulu hibrida tradicionalne narativne romantične formule i raskoši povijesne baštine (Nelson, 2008: 51-52).

Kostimirana drama u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Žanr nije prisutan na ljestvici Top 10. Na ljestvici Top 11-20 prisutna su dva naslova. U Dobu promjene to je britanska miniserija *Jane Eyre* (BBC, 2006). U Novom dobu prisutan je australski naslov, sezona serije *Mjesto koje zovem dom* ([*A Place to Call Home*] Seven Network, 2013-2018). *Oba naslova najviše rejtinge ostvaruju kod žena i u obrazovnoj skupini VŠS i VSS*, a vrlo niske rejtinge ostvaruju kod mlade publike. *Jane Eyre* ostvaruje ove rejtinge: Total: 8.45 %; žene: 9.15 %; muškarci: 7.68 %; urbani: 8.87 %; ruralni: 8.05 %; dob 18-30: 3.30 %; dob 31-45: 6.85 %; dob 46-60: 9.79 %; dob 60+: 13.39 %; OŠ i bez: 8.53 %; SSS: 7.34 %; VŠS i VSS: 12.63 % AMR-a. *Mjesto koje zovem dom* ostvaruje ove rejtinge: Total: 3.92 %; žene: 4.77 %; muškarci: 2.99 %; urbani: 3.67 %; ruralni: 4.19 %; dob 18-30: 0.31 %; dob 31-45: 1.37 %; dob 46-60: 4.20 %; dob 60+: 7.68 %; OŠ i bez: 4.09 %; SSS: 3.34 %; VŠS i VSS: 5.40 % AMR-a. Za naslove uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.

10.2.13. TV mjuzikl

Mjuziklu pripadaju djela kod kojih „glazba i ples zauzimaju istaknuto mjesto i neraskidivo su vezani uz teme i svrhu“ teksta (Graves i Engle, 2006: 137). Odnosno, to je žanr kod kojega pjevanje i/ili ples čine osobito važan element djela (Grant, 2007b: 185, 2012: 1-2) i utkani su u narativ (Graves i Engle, 2006: 137).[146] U takozvanom *integriranom mjuziklu* vokalne i/ili plesne izvedbe donose napredovanje narativa, imaju ulogu monologa/dijaloga ili služe za razvoj likova i iskazivanje njihovih emocija pa se zbivaju u uobičajenim životnim situacijama (Graves i Engle, 2006: 137; vidi i: McCracken, 2021: 50-51). No, primjerice u nekim mjuziklima koji prate priču vezanu za zabavljače, izvedbe se zbivaju samo na pozornici (Graves i Engle, 2006: 137). No, i kada nudi samo takve izvedbe, *mjuzikl kao žanr* razlikuje se od filmova ili serija *bogatih glazbom*. U mjuziklu je u trenutku vokalne i/ili plesne izvedbe ukupni vizualni izraz subordiniran glazbenoj podlozi, „kao da je ekran transformiran u elektronički generiranu vizualnu pratnju glazbi“ (Altman, 1989: 71). Pri tome glazbeni i plesni brojevi transformiraju realističnu priču i pomiču je prema prostoru fantastičnog. Mjuzikl „uvodi sekundarni, stiliziraniji fikcionalni svijet unutar primarne, manje stilizirane fikcije“ (Feuer, 1982: 68). Na taj se način kreiraju *višestruke razine*

[146] TV mjuzikl nije uvršten u *The Television Genre Book* (Creeber, 2001, 2008c, 2015d). Riječ o žanru koji popularnost počinje stjecati početkom 21. stoljeća pa tek posljednjih desetak godina raste i akademski interes za njegovo proučavanje (npr.: J. Harrison, 2012; Holm, 2020; Kronkle i Burnets, 2021; Stilwell, 2011, 2020; Wee, 2016). Pri tome televizijska teorija polazi od uvida filmske teorije o temeljnim odlikama žanra.

stvarnosti koje 'pozornicu' suprotstavljaju 'svijetu', odnosno 'iluziju' suprotstavljaju 'realnosti', a izgrađene su „na temelju dvojnih registara s kontrastom između naracije i brojeva“ (Feuer, 1982: 68). Mjuzikl počiva na dihotomiji *načina* na koji je priča ispričana (pjevanje/'nerealno' i govor/'realno') pa ga odlikuje višestruka dijegeza (eng.: *multiple diegesis*), uloga koje je ukazati na mogućnost sinteze ovih dvaju svjetova i prevladavanja razlika među njima (Feuer, 1982: 68). Naime, klasični mjuzikl je fabularno najčešće sličan romantičnoj komediji i na kraju donosi „rješavanje sukoba i romantično sparivanje“ (Stilwell, 2020: 384).[147] Pri tome od samih početaka žanra osobni odnosi pružaju vrlo 'čitljivu' dramaturšku podlogu unutar koje mogućnost braka alegorijski predstavlja razrješenje spora i zajedništvo između naizgled nespojivih naroda, obitelji, klasa, rasa, ideja, ideologija i slično (Knapp, 2005: 8-9). Muško-ženska dualnost na razini žanra kreira redundantni obrazac koji služi za uvođenje brojnih tematskih opozicija (Altman, 1989: 32-33, 49). Brak razrješuje primarnu (seksualnu) dihotomiju i ujedno posreduje između tematskih dihotomija, različitih u svakom pojedinom mjuziklu (Altman, 1989: 50-51) pa dolazi do „braka između vrijednosti“ (Altman, 1989: 53; vidi i: Feuer, 1982). Prema kriteriju primarnog odnosa između ljubavnog zapleta i 'kulturalnih zapleta' koji ga kontekstualiziraju i pobliže određuju, izdvajaju se tri temeljna podtipa mjuzikla odlike kojih se modificiraju tijekom razvoja žanra (na televiziji npr.: McCracken, 2021; Stilwell, 2020: 385), a na različite se načine mogu i međusobno fuzionirati (Altman, 1989: 126-127, 270-271). Bajkoviti mjuzikl (eng.: *fairy tale musical*) kreira utopijski svijet nalik na snove ne iznoseći uvijek otvoreno svoju seksualnu tematiku (Altman, 1989: 272). *Show* mjuzikl (eng.: *show musical)* povezan je s kreiranjem nekog djela (Altman, 1989: 126); tema može biti predstava, film, kreiranje modnog časopisa, koncert i slično.[148] Mjuzikl o običnim ljudima (eng.: *folk musical*) poigrava se idejama zajedništva/zajednice i uspostavlja snažnu povezanost s i gledateljem (Altman, 1989: 287). Dok se primjerice *show* mjuzikl lako

[147] Mjuzikl se razvio među ostalim i iz oblika koji su uključivali humor (vidi: Altman, 1989; Grant, 2012, Feuer, 1982), no tijekom razvoja na različite je načine modificirao i izbacivao elemente komedije. Zbog povezanosti s tropima romantične komedije poput romantičnog zapleta i sretnog svršetka mjuzikl se ranije ponekad i nazivao *glazbenom komedijom*. No, već rani filmski mjuzikl značajno modificira elemente tzv. nove komedije koja u fokusu ima romantični par pa Altman (1989: 144) napominje je izraz glazbena komedija za označavanje žanra mjuzikla zavaravajući te da radikalno dislocira značenje pojma komedija. Terminološko povezivanje mjuzikla, romanse i komedije Altmanu (1989: 16-23) je poslužilo za demonstriranje procesa imenovanja žanra kao kulturnog konstrukta. Tijekom 'stvaranja' žanra često se šire primjenjiv pridjevski atribut prebacuje na imenicu koja nominira žanr. Na primjeru mjuzikla taj je proces tekao od 'glazbene romanse' (eng.: *musical romance*) i 'glazbene komedije' (eng.: *musical comedy*) do generičke neovisnosti – 'mjuzikla' (eng.: *musical*). Ipak, kao i drugi žanrovi, i komedija se doista može hibridizirati s elementima mjuzikla u *glazbenu komediju* (Mundy i White, 2012: 137-140; Neale i Krutnik, 2001: 101).

[148] Kada je u ovom tipu mjuzikla priča smještena na pozornicu, djelo se naziva *backstage* mjuziklom (mjuziklom 'iza pozornice'). Riječ je o najtrajnijim podtipu filmskog mjuzikla (Grant, 2007b:186-187; Graves i Engle, 2012: 138-139). I dobar dio televizijskih mjuzikala s početka 21. stoljeća pripada ovom podtipu (Mccracken, 2021: 50), primjerice serije *Glee* (Fox, 2009-2015), o srednjoškolskoj pjevačkoj skupini (vidi: J. Harrison, 2012; Wee, 2016), *Smash* (NBC, 2012-2013) o kreiranju brodvejskog mjuzikla (vidi: Stilwell, 2020) ili *Nashville* (ABC, 2012-2016, CMT, 2017-2018) o pjevačima *country* glazbe (vidi: Stilwell, 2020).

hibridizira s komedijom, mjuzikl o običnim ljudima često pred protagoniste postavlja neku značajniju prijetnju (Altman, 1989: 289), a odlikuje ga ozbiljniji ton, prisutnost zlih antagonista i emocionalnih scena (Altman, 1989: 290, 315).

Televizijski se mjuzikl sve do 21. stoljeća na Zapadu se nije uspio nametnuti kao popularan žanr igranih serija (Stilwell, 2011, 2020). U pozadini 'otkrića' serijaliziranog mjuzikla od strane suvremene televizije niz je procesa povezanih s glazbenim izvedbama na televiziji općenito, ali i onih povezanih s ukupnim promjenama u tehnologiji, narativnim modelima i recepcijskim praksama (vidi šire: Kessler, 2020).[149] Televizijski mjuzikl zadržava princip višestruke dijegeze (usp.: Holm, 2020: 12-15, J. Harrison 2012: 257-258), ali često ne može ostvariti konačno razrješenje zapleta i realizirati finalnu sintezu svjetova/vrijednosti na način na koji to čini film. Iako „obećanje narativne sinteze ostaje uvijek prisutno“, ona se može odgađati za drugu epizodu ili drugu sezonu serije, što kreira „prilike za višestruke i eksperimentalne romantične lomove i spajanja“ (J. Harrison, 2012: 258). U priči se mogu kontinuirano pojavljivati novi likovi i linije radnje (J. Harrison, 2012: 260-261), a sinteze vrijednosti u tako koncipiranom narativu ne moraju izvirati isključivo iz romantičnih odnosa (J. Harrison, 2012: 261). Suvremeni serijalizirani TV mjuzikli isprva su imali tendenciju obrađivati priče u kojima se izvedbe mogu relativno lako motivirati; najčešće su to bili *backstage* mjuzikli (vidi: J. Harrison, 2012; Stilwell, 2020) jer je postojala bojazan da bi udaljavanje od gledatelju bliske i prihvatljive motivacije započinjanja vokalne i/ili glazbene izvedbe demotiviralo televizijsku publiku (McCracken, 2021: 50-51). No kasniji mjuzikli poput *Crazy Ex-Girlfriend* (The CW Television Network, 2015–2019) ili *Zoey's Extraordinary Playlist* (NBC, 2020-), umjesto da se fokusiraju na narativne situacije u kojima su prijelazi na pjesmu i ples društveno prihvatljivi, glazbene brojeve donose kao snoviđenja, plodove mašte i nadljudskih sposobnosti i sve više se približavaju integriranom mjuziklu (npr.: McCracken, 2021: 50).[150]

---

[149] Veliku pozornost televizijske publike privlače nefikcionalne glazbeno-scenske izvedbe (TV spotovi, izvedbe u *show* programima i slično) pa krajem 1990-ih započinje i proces „muzikalizacije fikcionalne televizije“ (Kessler, 2020: 10, 162-193). U serije se uvode određeni tropi iz mjuzikla, a ovaj se žanr počinje koristiti i u okviru narativne tehnike križanja žanrova (eng.: *genre crossing*), odnosno, serije ponekad dobivaju i svoje 'mjuzikl-epizode'. Riječ je o posebnoj vrsti intramedijalnosti ili intermedijalnosti u kojoj *pojedine epizode* neke serije značajno odstupaju od njenih ustanovljenih žanrovskih konvencija (Allrath, Gymnich i Surkampp, 2005: 36; vidi i : Kessler, 2020: 162-193). Zbog 'muzikalizacije' serija drugih žanrova filmolog Simon Holm (2020: 12-13, 15) naglašava da TV mjuziklu pripada serija kod koje *osjetno prevladavaju* epizode s glazbenim izvedbama, *a koje kreiraju alternativnu dijegezu*.

[150] Serijalizirani TV mjuzikl danas prepoznatljivu romantičnu formulu sve češće modificira, usložnjava i/ili hibridizira i s drugim popularnim televizijskim žanrovima. Primjerice, serija *Galavant* (ABC, 2015-2016) spaja mjuzikl s fantastičnim žanrom, epskom pričom i komedijom (vidi: Gionco, 2018), a *Flight of the Conchords* (HBO, 2007-2009) je mjuzikl-*sitcom*. *Empire* (Fox, 2015-2020 [vidi: Koblin, 2015]) je je hibridna drama s elementima *primetime* sapunske opere i mjuzikla, a *Cheias de Charme* (Rede Globo, 2012 [vidi: Rosas i Nolasoco, 2019: The Video Clips]) je telenovela-mjuzikl.

TV mjuzikl u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Na ljestvici Top 10 u Novom dobu pojavljuju se dva naslova TV mjuzikla. Riječ je o premijernom i (nakon sezone pauze) ponovljenom emitiranju hrvatske serije *Stella* (Nova TV, 2013) domaće autorice telenovela Jelene Veljače (Nova TV, n.d.c), izraženog melodramatskog diskursa i tropa telenovele. *Najviše rejtinge Stella ostvaruje u obrazovnoj skupini OŠ i bez, a najniže u obrazovnoj skupini VŠS i VSS,* popularnija je među ženama, ruralnima i gledateljima starije dobi nego među muškarcima, urbanima i gledateljima do 45 godina starosti. Prosječni ostvareni rejtinzi oba emitiranja serije su ovi: Total: 14.19 %; žene: 16.92 %; muškarci: 11.18 %; urbani: 11.49 %; ruralni: 16.88 %; dob 18-30: 6.95 %; dob 31-45: 11.41 %: dob 46-60: 16.81 %; dob 60+: 20.11 %; OŠ i bez: 20.65 %; SSS: 12.17 %; VŠS i VSS: 6.78 % AMR-a. TV mjuzikl se ne pojavljuje na ljestvici Top 11-20. Osim navedene serije nije bilo drugih TV mjuzikala uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.2.14. TV vestern

TV vestern je prvi žanr u povijesti televizije transformiran u epizodnu seriju. Porijeklo vuče iz filma i radija. Jedan od prvih i najdugovječnijih TV vesterna je serija *Gunsmoke* (CBS, 1955-1975). Emitirana je punih dvadeset godina, a prije televizijske ekranizacije bila je popularna na radiju. TV vestern je tijekom prvih dviju dekada razvoja televizije bio jedan od najpopularnijih igranih žanrova, a dominantno je povezan s američkom filmskom i televizijskom proizvodnjom (Barson, 1985: 57; Osgerby, Gough-Yates i Wells, 2001: 16). Vestern je smješten na američki Divlji zapad, granična zapadna područja pod američkom jurisdikcijom u drugoj polovici 19. stoljeća (Cawelti, 1984: 62). Kao središnji obrazac postavlja *heroja i njegovo traganje* (eng.: *quest* [Cawelti, 1984: 57-58]), avanturu koja uključuje sukob s antagonistom i na kraju neku vrstu borbe kojom se heroj potvrđuje, bez obzira na to je li preživio ili ne (Cawelti, 1984: 95-96). U osnovi je to žanr izraženo formulaičnih okružja, zapleta, konflikata, zaliha karaktera i kostima. Pri tome obrade tipičnih preokupacija žanra poput mitskog prostora Divljeg zapada, američke povijesti i kulture, ljudske prirode, rodnih odnosa, borbe čovjeka i prirode te borbe dobra i zla, mogu biti raznolike i slojevite (Graves i Engle, 2006: 253-254; vidi šire: Cawelti, 1970, 1984, 1999). Temeljni konflikt, onaj sukoba između divljine/divljega/divljaštva i snaga civilizacije, uglavnom se prikazuje putem sukoba između individualnog i zajedničkog, između prirode i kulture, između dobra i zla ili između istoka i zapada (Graves i Engle, 2006: 254). Vestern, vjerojatno više od bilo kojeg drugog žanra, obiluje tipskim karakterima (vidi: Graves i Engle, 2006: 257), no u osnovi se pojavljuju tri temeljne vrste protagonista. To su 'civilizirani ljudi', 'divljaci' i 'heroji' (Cawelti, 1984: 73). Ovi potonji iznad svega djeluju kao svojevrsni posrednici između opozitnih vrijednosti utjelovljenih u prvim dvjema skupinama. Heroji posjeduju mnoge kvalitete i vještine 'divljaka', ali

su temeljno priklonjeni vrijednostima civilizacije. Brojne su i kompleksne varijacije tog temeljnog odnosa između triju glavnih skupina protagonista (Cawelti, 1984: 73-74), no pritom je glavna osobna moralna preokupacija heroja sačuvati individualni vrijednosni kôd, dignitet i čast u divljoj i nasilnoj okolini (Cawelti, 1984: 74). Heroja odlikuje snažna osobnost (često i agresivnost, buntovnost i naglost) i on ne prihvaća negativnosti 'progresa' i 'civilizacije' poput korupcije, lažnih vrijednosti, gubitka osobne časti, hrabrosti i slobode. Upravo putem tako strukturiranog heroja (s varirajuće istaknutim određenim odlikama anti-heroja), vestern progovara o temeljnim preokupacijama američkog društva usmjerenog na ideale uspjeha i društvenog progresa, sugerirajući negativne posljedice koje donose i afirmirajući društvenu relevantnost herojstva (Cawelti, 1984: 105-107). Kauboj je arhetipski heroj vesterna (Cawelti, 1984: 62). Temeljni tipovi priča su: priča o izgradnji željeznica i druge infrastrukture ili o avanturama povezanima sa željeznicom, rančerska priča usmjerena na sukobe rančera i odmetnika, sukobe stočara i ovčara te 'kraljeve stoke', imperijalna priča (epska verzija rančerske priče), osvetnička priča, priča o konjici i Indijancima (ponekad i samo priča o jednima od njih), odmetnička priča, priča o predstavnicima zakona (eng.: *The Marshal/Sheriff story*), revolveraška priča, priča o pionirima i doseljenicima, vestern komedija/parodija, glazbeni vestern (Gruber, 1967, prema: Cawelti, 1984: 61-62; Cawelti, 1984: 138-142) te *moderni vestern* smješten u suvremeno doba, „u kojemu su predstavnici zakona, jahači rodea i rančeri s Cadillacima još uvijek opčinjeni mitom o granici“ (French, 1973: 19-20).

U TV vesternu su prisutni svi nabrojani tipovi priča osim glazbenih. Ponekad se ti tipovi priča kombiniraju, a ponekad služe kao temeljna premisa daljeg razvoja radnje (Barson, 1985: 66-67). Naime, TV vestern temeljne konflikte žanra ocrtava u širokom spektru situacija koje se mogu prepoznati i u drugim žanrovima serija. S obzirom na zahtjev serijalnosti (najprije kao epizodna serija) TV vestern te situacije od epizode do epizode kombinira na različite načine. Otac nesposoban komunicirati sa sinom, nemogućnost prihvaćanja drugačijih vjerovanja i uvjerenja, žena koja više ne voli svog supruga, mladić koji silno želi da ga se prepozna kao muškarca, autsajder koji želi postati dio zajednice i tako dalje – u TV vesternu svaka od ovih premisa može postati temelj razvoja epizode (Barson, 1985: 67). Taj je žanr na televiziji manje ovisio o dramatizaciji krajolika Divljeg zapada, tipičnoj za filmske vesterne. Zbog visokih troškova televizijskih inscenacija širih lokacija Divljeg zapada i sklonosti televizije prema krupnijim planovima, TV vestern je filmsku ikonografiju vesterna prilagodio mediju televizije, pritom obilato iskorištavajući popularnost arhetipskih likova usamljenih heroja-nomada (Boddy, 2008:

20).[151] Na male ekrane je donio likove kauboja i Indijanaca, profesionalnih kockara, revolveraša, pljačkaša vlakova, čuvara reda i branitelja nemoćnih (spretnih s oružjem), tragače raznih vrsti i druge arhetipove, kasnije modificirane i korištene u drugim televizijskim žanrovima. Naime, u TV vesternu dolazi do određenog proširenja za žanr specifičnog modela karakterizacije likova pa prikazani karakteri mogu biti tipični za Divlji zapad, ali „u drugom prostoru, primjerice na ulicama Bronxa, oni imaju sve aspekte istog čovjeka“ (Barson, 1985: 67). Zlatne godine američkog TV vesterna 20. stoljeća su 1950-te: broj produciranih TV vesterna penje se od sedam naslova 1956. godine na dvadeset osam naslova u sezoni 1958/1959, što je iznosilo 26 % *primetime* vremena triju velikih televizijskih kompanija u SAD-u, ABC-ja, NBC-ja i CBS-a (Boddy, 1998: 119-20). No, već početkom 1960-ih produkcija TV vesterna opada; u sezoni 1962/1963 samo je deset vesterna u SAD-u bilo na televizijskim rasporedima u udarnim terminima, a žanr nakon 1960-ih nije vratio raniju slavu. Strah javnosti vezano za društveni utjecaj nasilja imao je u tome određenu ulogu, no presudnija je bila pojava novih televizijskih žanrova (Boddy, 1998: 131). Vestern je „arhaična forma“ pa su dramske situacije i konflikti kakve obrađuje mogli biti uspješnije obrađivani u suvremenim urbanim okružjima kakva su počele nuditi kriminalističke i akcijsko-avanturističke serije (Barson, 1985: 57). Premještanjem fokusa s nedodirljivih nomadskih heroja na obiteljske narative neki su se TV vesterni održali i u 1960-im godinama (npr.: *Bonanza* [NBC, 1959-1973]), no ukupni interes industrije za proizvodnju TV vesterna kontinuirano se smanjivo (Boddy, 2008: 24). Ipak, s obzirom na to da je vestern donio gledateljima privlačne arhetipove junaka i zanimljivu ikonografiju, vrlo rano dolazi do hibridizacije elemenata TV vesterna s drugim žanrovima (Boddy, 2008: 24; Hermes, 2007: 167-168; Osgerby i sur., 2001: 16). Vestern se 1990-ih polako počinje vraćati na male ekrane (Cawelti, 1999: 104-105). No, tek globalni uspjeh QTV serije *Deadwood* (HBO, 2004-2006) početkom 21. stoljeća budi snažniji interes za TV vesternom koji traje do danas. No, već *Deadwood* nije kreiran u tradiciji ranijih TV vesterna. Riječ je o mračnom i složenom prikazu američkog Divljeg zapada koji unosi novu estetiku (Boddy, 2008; Lavery, 2006a). Kao i na filmu, i na televiziji se razvija i moderni vestern odnosno takozvani *post-vestern* (French, 1973; vidi i: Cawelti, 1999) ili *novi vestern* (*neo-vestern*), kao „revizionistički podžanr s fokusom na suvremeni zapad“ (Bernhardt, 2019: 69), estetikom prilagođen suvremenom izrazu te često kompleksan i visoke produkcijske vrijednosti. Riječ je o različitim podtipovima modernog vesterna koji transponiraju mitologiju, ikonografiju, teme i druge elemente vesterna u

[151] Kao televizijski žanr vestern se počeo razvijati jer su se američke filmske kompanije uključile u TV industriju. One su kapitalizirale popularnost svojih filmskih vesterna ne samo koristeći oprobane popularne formule i zalihe likova nago i tako što su za snimanje TV vesterna koristile već upotrjebljene studijske scenografije zajedno s rekvizitom i drugim produkcijskim sredstvima. Te uštede na produkciji dobrim su dijelom odredile i estetiku TV vesterna (Osgerby i sur., 2001: 16).

suvremenost (N. Campbell, 2013), a ponekad niti ne moraju biti smješteni na američki zapad (usp.: Cawelti, 1999: 103-104).[152] Suvremene vestern i neo-vestern serije fuzioniraju se brojnim žanrovima, čak i sa znanstvenom fantastikom (npr.: *Outer Range* [Amazon Prime Video, 2022-]).

TV vestern u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Žanr nije prisutan na ljestvicama Top 10 i Top 11-20. Tek je *u Novom dobu na ljestvicu Top 20 OŠ i bez* uvršten jedan naslov, sezona američke serije *Sin* ([*Son*]), ostvarivši u toj obrazovnoj skupini rejting od 3.18 % AMR-a (Total: 2.94 %; SSS: 2.72 %; VŠS i VSS: 3.25 % AMR-a).[153]

10.2.15. Dokumentarna drama

Kada je riječ o hibridizacijama činjeničnog i fikcionalnog, valja u osnovi razlikovati kategoriju dominantno *dokumentarnih tekstova* i kategoriju tekstova dominantno pripadnih *dramskoj konvenciji* (Corner, 2008b: 43-44; usp. Paget, 1998, 2011; Rolinson, n.d.). Dominantno dokumentarni tekstovi mogu implementirati određeni stupanj dramatizacije i uvesti dramski modus u smislu postojanja scenarija, uvođenja (obično ilustrativnih) igranih scena i slično (vidi: Corner, 2008b: 44; Lipkin, Paget i Roscoe, 2005: 15; Paget, 2011: 176). S druge strane, tekstovi dominantno pripadni dramskoj konvenciji (u smislu da je scenarij plod kreacije te da je ono napisano naposljetku odglumljeno i snimljeno), mogu u postizanju realističnog dojma u različitom stupnju koristiti određene elemente dokumentarnog modusa i upotrebljavati dokumentarne izvore i/ili izraženo imitirati dokumentaristički izgled i zvučnu sliku (Corner, 2008b: 43-44; vidi: Paget, 2011). U europskoj televizijsko-teorijskoj tradiciji tekst pripadan prvoj skupini je najčešće *dramatizirani dokumentarac* a tekst pripadan drugoj skupini je najčešće *dokumentarna drama* (Caughie, 1980; vidi: Corner, 2008b; Rolinson, n.d.).[154] U osnovi „u dramatiziranom dokumentarcu drama preusmjerava dokumentarni element u dramsko strukturiranje, a u dokumentarnoj drami dokumentarnost preusmjerava dramu u dokumentarne strukture" (Paget, 1998: 114; vidi i: Lipkin, Paget i Roscoe, 2005: 15). Akronimi nastali od ovih izraza – *dramadok*

[152] Televizijske inačice ponekad povezuju prošlost i sadašnjost. Neo-vestern serija *Yellowstone* (Paramount Network, 2018-) razvija se u prošlost tako da se snimaju takozvane *prequel* serije (u kojima je radnja povezana s prošlošću likova; u ovom je slučaju riječ o prikazima povijesti obitelji likova *Yellowstonea*). Serija *Sin* (*The Son* [AMC, 2017-2019]) razvija se u budućnost obrađujući tri generacije obitelji McCullough, od perioda Divljeg zapada do danas.

[153] Iako u obrazovnoj skupini VŠS i VSS taj naslov ostvaruje više rejtinge nego u skupini OŠ i bez, on nije uvršten na top ljestvicu te obrazovne skupine jer su na ljestvici prisutni gledaniji naslovi. Za specifičnosti raspona ljestvica pojedinih obrazovnih skupina vidi: odjeljak 9.4. i Prilog 3.

[154] U istraživanju ovog žanra pretežno smo konzultirali europske autore. Naime, u europskoj akademskoj tradiciji, osobito onoj britanskoj, teorijsko proučavanje hibridizacija fikcionalnog i nefikcionalnog roda bilo je intenzivnije nego ono od strane američkih teoretičara (do studije dokudrame filmskog i televizijskog teoretičara Stevena N. Lipkina [2002] u SAD-u nije bilo sustavnijeg proučavanja tog klastera [vidi: Paget, 2011: 227]).

i *dokudrama* – danas se često neprecizno upotrebljavaju praktički gotovo kao sinonimi (Paget, 20111: 29, 78), pri čemu prevladava izraz dokudrama u značenju koje objedinjuje *sve činjenične i fikcionalne hibridizacije ovih dvaju televizijskih rodova* (Paget, 2011, 2016; vidi i: Ebbrecht-Hartmann i Paget, 2016; Lipkin, 2002).[155] Stoga filmski i televizijski teoretičar Derek Paget (2016: 5) govori o „dokudramatskom modusu". Kada izraz dokudrama obuhvaća samo fikciju, riječ je ukupnoj fikciji „zasnovanoj na 'istinitoj' priči" (Lipkin, 2006: ix); za ovakvu se fikciju rabi i engleski izraz *faction* (akronim nastao od engleskih izraza: *factual* i *fiction*, odnosno 'činjenično' i 'fikcionalno'). Da bismo odvojili dokumentarnu dramu kao žanr od nepreciznog pojma fikcije „zasnovane na istinitoj priči" (*faction*), poslužit ćemo se Pagetovom (2011) klasifikacijom.

Dokumentarna drama je u najkraćem igrani film ili serija unutar žanrovske skupine drame koja dijelom ili u potpunosti izgleda kao dokumentarac. Koristi kreirani slijed događaja i fikcionalne protagoniste da bi ilustrirala odnosno rekonstruirala neke bitne značajke stvarnih povijesnih, suvremenih ili budućih događaja ili situacija. Scenarij može, ali i ne mora imati klasičnu narativnu strukturu, a ako je nema, dokumentarni elementi mogu biti prikazani nenaturalistički i mogu aktivno remetiti naraciju. Jednako je vjerojatno da će se izraz 'dokumentarno' odnositi na stil kao i na sadržaj, ali i na izgled i zvuk imanentni dokumentarnom diskursu (Paget, 2011: 176-177). Televizijska dokumentarna drama se dominantno razvija u UK-u i SAD-u, pri čemu se razvijaju i dva različita pristupa žanru (vidi: Paget, 2011, 2016). Američka tradicija je pokretana impulsom za zabavom (Paget, 2016: 8-9; 2011). Paradigmatski primjer američke dokumentarne drame koja iz tih razloga od samih početaka nešto izraženije upotrebljava kôdove fikcionalnih žanrova je TV film *Dan poslije* ([*The Day After*] ABC, 1983 [Boyd-Bowman, 1984: 85]) o nuklearnom ratu, koji hibridizira načine izražavanja sapunske opere, melodrame, filma katastrofe, SF-a, horora i dokumentarnog filma (Corner, 2008b: 45). Britanska tradicija snažnije je od američke utemeljena na tradiciji istraživačkog novinarstva i na eksploataciji dokumentarističkog stila u kreiranju plana izraza (Paget, 2016: 8-9). Serija *Cathy Come Home* (BBC, 1966) primjer je takvog stila dokumentarne drame (Corner, 2008b: 43).

Dokumentarna drama, kao 'drama koja izgleda kao dokumentarac' može obuhvaćati lepezu tekstova, od onih koji obrađuju za određenu naciju važne osobe i događaje ili otvaraju važne društvene teme, do tabloidnih oblika (Paget, 2016: 5,vidi: 2011: 140-142) o 'običnim ljudima' i 'svakodnevnim situacijama'. Stoga se i u okviru ovog žanra pojavljuju razni oblici populističkih

[155] U *The Television Genre Book* medijski teoretičar John Corner (2008b) poglavlje o *ukupnoj skupini* hibrida drame i dokumentarca naslovljava 'Drama-dokumentarac' (*Drama-Documentary*, akronim: 'dramadok'), a kada govori o hibridu pripadnom drami, kao i Lipkin (2002), Self (1984), Paget (1989, 2011) i Rolinson (n.d.), i Corner (2008b), govori o 'dokumentarnoj drami' (*documentary drama*).

poigravanja s temeljnom konvencijom žanra da se na 'činjeničnoj' osnovi kreiraju zapleti i karakteri (Paget, 2016: 8), bliski *realityju* (Paget, 2011: 25-28, 2016: 5-6). U sklopu trenda dominacije diskursa 'prvog lica' pojavljuje se veliki broj serija koji se bave bolestima, osobnim i obiteljskim nesrećama i kriminalnim ponašanjima, pretvarajući „katastrofe običnih ljudi“ u sadržaje koji prvenstveno služe zabavi (Dovey, 2000: 1). I Hrvatskoj se snimaju takve populističke tabloidne kreaturne verzije dokumentarne drame, poput serija *Krv nije voda* (RTL, 2011-2013) i *KBC* (RTL, 2017). *Krv nije voda* simulira stvarne događaje iz osobne sfere. Pledira na 'dokumentarnu autentičnost', snima se na originalnim lokacijama, a kao glumci se pojavljuju naturščici (vidi: Pavlić, 2011b). *KBC* simulira dokumentaristički prikaz medicinskih slučajeva na način da stvarni medicinari glume liječnike i bolničko osoblje hitnog prijema imaginarne bolnice KBC, a naturščici glume pacijente (vidi: Pavlić, 2017b).

Factionu pripada igrani film ili serija koja osnovnu strukturu kreira koristeći predložak događaja i likova iz stvarnog svijeta, ali ne na način dokumentarne drame kako smo je netom odredili (usp.: Lipkin, Paget i Roscoe, 2005: 15-16). *Faction* se više oslanja na to da će *u recepciji* doći do povezivanja s činjeničnim predloškom izvan priče serije, dok se u samom se djelu poduzima malo (ili nedovoljno) da bi se ostvarila ta povezanost na način dokumentarne drame (Paget, 2011: 176-177). Još od 1950-ih fraza 'snimano prema stvarnim događajima', bez obzira na razinu povezanosti sa činjeničnim, osiguravala je serijama svih žanrova status 'dokudrame' (vidi: Paget, 2011: 208; Rolinson, n.d.). Ipak, *faction* nastoji biti nešto čvršće vezan uz stvarne događaje. Naturalizam je u *factionu* gotovo neizbježno osnovni način reprezentacije događaja (Paget, 2011: 176-177). Primjer *factiona* je povijesna miniserija *Korijeni* ([*Roots*] ABC, 1977), obiteljska saga snimljena temeljem višegodišnjeg istraživanja. No, iako su u seriji prikazani istiniti glavni događaji i činjenice, brojni elementi nisu povijesno autentični (vidi: Fishbein, 1983; Paget, 2011: 307) a ukupni diskurs i gluma bliži su diskursu melodrame nego dokumentarnom diskursu (usp.: Paget, 2011: pogl. 3). Razlikovanje dokumentarne drame kao žanra od *factiona* kao kategorije koja nema „prepoznatljiv koherentan identitet žanra“ jer „mutira u širok raspon oblika“ (Bignell, 2010: 196), u 21. stoljeću postaje sve kompleksnije. Danas dokumentarnu dramu ugrožava to što je teško vidljiva. S jedne su joj strane bliski faktografski formati, a s druge strane više u javnoj sferi ne dolazi do jasnog razdvajanja dokumentarne drame i *factiona* kao ranije (usp.: Paget, 2011: 175). Umjesto toga, izraz 'dokudrama' sve ove narative objedinjuje i tako ih zapravo sve više izjednačava u javnoj predodžbi, a način na koji tekst kombinira činjenični i fikcionalni rod zapravo prestaje sudjelovati u kreiranju žanrovske oznake (kao što je 'dokumentarna drama' ili 'dramatizirani dokumentarac') i postaje višeznačna oznaka teksta – kojemu gledatelj u eri „poslije istine“ (Kalpokas, 2019) ionako vjeruje

ili ne vjeruje, ne zbog snage predočenih činjeničnih dokaza, nego vjerujući onome u čemu se afektivno pronalazi (usp.: Andrejevic, 2011). Paget (2011) u smislu „vjernosti dramatiziranoj stvarnosti“ (2011: 372) te načina korištenja i prezentiranja dokumentarnog elementa pri transferiranju narativa iz jednog načina reprezentacije (iz 'dokumenta') u drugi oblik reprezentacije (u 'dramu'), uočava da na prijelazu iz 20. u 21. stoljeće osobito u američkoj produkciji dolazi do gotovo potpune hibridizacije s fikcionalnim kodovima te do izrazitog osnaživanja melodramatskog modusa (vidi: Paget, 2011: 372-412) i favoriziranja subjektivnog „čina svjedočenja“ (usp.: Paget i Lipkin, 2009). Primjer toga je *faction* ratna serija *Združena braća* koja primjenjuje „moćan koktel činjeničnog sadržaja i melodramatske strukture“ (Paget, 2011: 384; vidi: Ambrose, 1993: Acknowledgments and sources; Horner, 2012) i obilato eksploatira emocionalni potencijal dramatiziranog subjektivnog „čina svjedočenja“ (Paget i Lipkin, 2009: 104; vidi: Ebbrecht, 2007b; Ebbrecht-Hartmann i Paget, 2016; Paget i Lipkin, 2009).[156]

Dokumentarna drama u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Žanr nije prisutan na ljestvici Top 10. Na ljestvici Top 11-20 prisutna su dva naslova; oba već spomenuta. U dobu promjene prisutna je sezona serije *Krv nije voda*, a u Novom dobu, sezona serije *KBC*. Oba naslova *najviše rejtinge ostvaruju u obrazovnoj skupini OŠ i bez, a najniže rejtinge u skupini VŠS i VSS*. Rejtinzi serije *Krv nije voda* su ovi: Total: 7.04 %; OŠ i bez: 9.09 %; SSS: 6.40 %; VŠS i VSS: 3.70 % AMR-a. Rejtinzi serije *KBC* su ovi: Total: 3.80 %; OŠ i bez: 5.92 %; SSS: 3.23 %; VŠS i VSS: 2.12 % AMR-a (za rejtinge u ostalim skupinama vidi Prilog 2). Osim navedenih, nije bilo drugih dokumentarnih drama uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.3. Komedija (humoristična serija)

Komedija „u smiješnu ili porugljivu tonu obrađuje prividne društvene ili psihološke sukobe razrješujući ih na vedar način“ (Hrvatska enciklopedija, 2021c). U teoriji filma se izraz *komedija* upotrebljava kao oznaka igranog žanra (Graves i Engle, 2006), odnosno skupine žanrova (Gehring, 2007), a na televiziji u značenju skupine žanrova (Creeber, 2001, 2008c, 2015d; Galić, 2016). Za serijalnu TV komediju kod nas se uvriježio i izraz *humoristična serija* (Galić, 2016: 201-202). S obzirom na to da se komedija lako prati i vrlo dobro funkcionira u segmentiranim jedinicama koje se mogu gledati i odvojeno od ukupnog narativa, ta je žanrovska skupina osobito prikladna za televiziju (J. Gray, 2006: 86). K tome, postoji jaka veza između smijeha i afektivnog doživljaja.

[156] Iz ovih smo razloga serije poput *Združene braće* razvrstavali prema žanru kojemu pripadaju. Naime, ove su serije na razini izraza evidentno fikcija melodramatskog diskursa (usp.: Lipkin, 2002), a na razini sadržaja uz istinite glavne događaje, prikazuju i povijesno neutemeljene događaje i odnose. Njihovu pripadnost *dokudrami kao modusu* razmatrali smo kao njihovo sekundarno obilježje (usp.: Bowen, 2020).

„Smijeh, jednostavno, čini da se osjećamo dobro“ a to zadovoljstvo potiče gledatelja da se sličnim tekstovima uvijek iznova vraća (J. Gray, 2006: 86; usp.: Silverstone, 1999: 5). Televizijsku komediju dugo doista i jest isključivo odlikovala svojevrsna 'lakoća' i vedrina pa se etablirala kao popularan način odmora (J. Gray, 2006: 86-87).

Za komediju ćemo često reći da je određuju smijeh i sretan završetak. No, smjeh ne mora uvijek biti glavni efekt gledanja komedija, pa time niti sam po sebi primarni generički kriterij određivanja komedije (Neale i Krutnik, 2001: 62). Brojne filmske i televizijske komedije tek su povremeno smiješne i „doimaju se dizajniranima da nas rasplaču, koliko i da nas nasmiju“ (Neale i Krutnik, 2001: 11), a komedija ima brojne dodirne točke s melodramom, i to ne samo na razini pojedinačnih tekstova nego i u žanru romantične komedije „u kojoj se melodramatična kriza rješava sretnim završetkom“ (Neale i Krutnik, 2001: 13). Ukratko, smjeh „nije nužno neophodan za komediju“ (Mundy i White, 2012: 18). Međutim, većina komedija ipak sadrži humor i smijeh pa ove elemente valja razmatrati kao jednu od *uobičajenih* odlika komedije (Neale i Krutnik, 2001: 63-64; usp.: Mundy i White, 2012: 18). Druga osnovna konvencija komedije jest *sretan završetak* (Hrvatska enciklopedije, 2021d; Solar, 2006: 158). No, s jedne strane na televiziji postoje i komedije bez sretnog završetka.[157] S druge strane, sretan završetak može biti primarna – a ponekad čak i jedina od dviju glavnih konvencija – primijenjena konkretnoj komediji (Neale i Krutnik, 2001: 13). Iz toga proizlazi da dvije osnovne konvencije komedije – sretan završetak i generiranje smijeha – mogu postojati ne samo u kombinaciji jedna s drugom, već i neovisno jedna od druge, a pri tome neka od njih (možda i obje?) može izostati (Neale i Krutnik, 2001: 2).[158]

Komedija je često generički izuzetak od pravila i režima motivacija koji vladaju u većini žanrova kod kojih prevladava kauzalna motivacija, a (sretan) završetak mora proizaći iz te iste logike uzroka i posljedica (Neale i Krutnik, 2001: 30-31). U melodrami, hororu o nadnaravnim pojavama, mjuziklu i komediji, ono arbitrarno i koincidencijsko – sreća, slučajnost, usud, Fortuna ili nadnaravna intervencija – daleko snažnije motiviraju sve događaje u priči, pa tako i (sretan) završetak (Neale i Krutnik, 2001: 31-33). To otvara prostor malo vjerojatnim radnjama,

[157] Tragikomične i crnohumorne komedije bez sretnog završetka sve su češće na televiziji. Jedna od istaknutih takvih komedija je *sitcom* u maniri crnohumorne romantične komedije *Fleabag* (BBC, 2016-2019), adaptacija istoimene monodrame Phoebe Waller-Bridge koja „slavljenički sretan završetak zamjenjuje nizom problematičnih odnosa“ (Pankratz, 2018: 150; vidi i: Woods, 2019).

[158] U suvremenoj TV komediji postoji mogućnost izostanka i efekta smijeha, i sretnog završetka. Primjerice, iako i crnohumorne komedije prvenstveno trebaju biti komične (obrađujući mračne teme), osobito suvremeni autori unose pesimizam, ironiju ili sarkazam u priče koje same po sebi nisu mračne. „Dijalog je često sarkastičan, prožet otrovnim opaskama ili ironijom prodornijom od one u komedija temeljenih na duhovitim replikama“, primjerice *screwball* komediji (Graves i Engle, 2006: 32). Takve serijalizirane komedije na televiziji, poput spominjane *Fleabag* (Pankratz, 2018; Woods, 2019), mogu odgađati sretne završetke ili ih izbjegavati, a umjesto da izazovu veselje i smjeh mogu izazivati gorčinu i pesimizmom.

duhovitostima, iznenađenjima, gegu, šalama, dosjetkama ili komičnim zbivanjima (Neale i Krutnik, 2001: 32, 43-44).[159] Narativna koherentnost nipošto nije ključ komedije (Mundy i White, 2012: 6; vidi: J. Gray, 2006: 86), a tijekom razvoja priče mogu se primjenjivati raznolike formule u realizaciji dviju temeljnih strategija – *ostvarenja komične napetosti* i/ili *iznenađenja* (Neale i Krutnik, 2001: 33-42). Takve specifične narativne konvencije za sobom povlače i žanrovske konvencije komedije koje se kreiraju u odnosu na *vjerojatnost* odnosno 'bliskost istini' (eng.: *versimilitude* [vidi: Neale, 2005a: 27-43]). Razvija se za komediju specifičan suodnos između generičke vjerojatnosti (pravila žanra) i kulturne (ili sociokulturne) vjerojatnosti (Neale i Krutnik, 2001: 83-94). Tradicionalno se komedija bavi 'niskim' ili 'inferiornim' likovima, klasama i životom. Također, komedija tradicionalno kreira stereotipne karaktere i situacije i doživljava se kao inherentno subverzivna. Koncept sociokulturne vjerodostojnosti određuje pridržavanje socio-kulturnih normi kao uvjeta pod kojim se prikazani likovi i zbivanja mogu smatrati vjerojatnima, ispravnima i estetski primjerenima. Pravila žanra pak određuju pridržavanje estetskih normi i konvencija kao uvjeta pod kojim svaki prikaz može biti i generički prepoznatljiv (vidi šire: Neale, 2005a). „Međutim, komedija nužno trguje iznenađujućim, neprikladnim, nevjerojatnim i transgresivnim; igra se odstupanjima kako od sociokulturnih normi, tako i od pravila koja vladaju drugim žanrovima i estetskim režimima“ (Neale i Krutnik, 2001: 3). U slučaju komedije, generičke konvencije zahtijevaju i društvenu i estetsku nedoličnost. Stoga ne iznenađuje to što komedija često uključuje reprezentiranje onoga što vladajući i 'ugledni' elementi u društvu mogu smatrati 'devijantnim' životima, klasama ili društvenim skupinama (Neale i Krutnik, 2001: 3-4). Nije ni čudno da je položaj stereotipa u komediji stoga često vrlo dvosmislen i ovisan o mjeri u kojoj se stereotip koristi ili o njegovoj ulozi – ponekad je on norma koju treba prekoračiti, a ponekad utjelovljenje neobičnog, ekscentričnog, devijantnog (Neale i Krutnik, 2001: 4). Tako su *subverzija* i *transgresija* institucionalizirani generički zahtjevi komedije (Neale i Krutnik, 2001: 4).

10.3.1. Situacijska komedija (sitcom)

Televizijskom komedijom dominira žanr situacijske komedije (*sitcom*) koji se temeljno razvija unutar američke i britanske televizijske industrije (Mills, 2008b: 75; Mundy i White, 2012: 102-105; vidi: 2009; Kamm i Neuman, 2016; Neale i Krutnik, 2001; Staiger, 2000). Taj se žanr smjestio između skeč komedije i 'situacijske drame' (Hartley. 2008a: 78). Generički ga primarno odlikuje – kao što u svojoj studiji *sitcoma* pokazuje televizijski teoretičar Brett Mills (2009) – komična

[159] Za motivaciju kakvu koristi komedija rabi se i izraz *komična motivacija* (Mundy i White, 2012: 19). Poticanje nekauzalnih oblika motivacije i digresivnih narativnih struktura osobito je izraženo i u mjuziklu, ali s drugim ciljem nego u komediji.

poticajna energija odnosno „komični poticaj“ (eng.: „*comic impetus*“). Pri tome komični poticaj ne moraju nužno svi razumjeti, različiti ga gledatelji mogu iščitavati na različite načine (Mills, 2009: 6), a ponekad nije jednostavan i jasno uočljiv (Mills, 2009: 8). Prisutnost komičnog poticaja ne znači da je sve u *sitcomu* smiješno, nego da postoji *specifičan način uokvirivanja* viđenog pa se radnja neće predugo udaljavati od *namjere* humora (Mills, 2009: 6). *Tradicionalni sitcom* svojom je estetikom definirao prepoznatljive konvencije manifestiranja komičnog poticaja (Mills, 2009: 6), a uslijed društvenih i kulturalnih promjena kasnije dolazi do promjena određenih konvencija putem kojih se komični poticaj izražava, na način da se nove konvencije od strane publike iščitavaju kao inovacije unutar žanra (kao *suvremeni sitcom*), čemu doprinosi ukupni industrijski i kulturni kontekst (Mills, 2009: 75-76).

Tri su glavna elementa tradicionalnog *sitcoma:* (a) okruženje (eng.: *setting*) kojeg odlikuje ponavljanje vrlo ograničenog broja mjesta i likova tijekom serije; (b) prepoznatljiva estetika koju odlikuje vidljiva artificijelnost teksta i kazališni stil izvedbe uz zvučnu kulisu smijeha publike; (c) epizodna polusatna narativna struktura koju odlikuje ponavljajuća priroda priče (Mintz, 1985: 11). Prepoznatljivi strukturalni okvir žanra prati formulu: „epizoda = poznati *status quo* → učinjena ritualna pogreška → naučena ritualna lekcija → poznati *status quo*“ (Marc, 1997: 190). Pri tome pojedinačne epizode imaju klasičnu narativnu strukturu u kojoj je narativni tijek pokrenut nekim poremećajem ili prijetnjom stabilnoj situaciji, što zahtijeva kretanje prema ponovnom uspostavljanju stabilnosti. No, dok u drugim žanrovima završetak naracije može biti obilježen uspostavljanjem ravnoteže koja se razlikuje od one narušene na početku, u *sitcomu* kraj epizode uvijek predstavlja povratak u početnu situaciju (Neale i Krutnik, 2001: 234; vidi: Eaton, 1978: 69). Žanrovskom prepoznavanju tradicionalnog *sitcoma* pomažu način korištenja glazbe i stil snimanja jer kreiraju *stil sitcoma* (Mills, 2009: 39). Specifični vedri (eng.: *bright* [Curtis, 1982: 5, prema Mills, 2009: 38]) montažni uvodi u epizodu popraćeni glazbom, vitalni su za generičko prepoznavanje *sitcoma*. Glazba se koristi i unutar epizoda, no rijetko u emocionalne svrhe (Mills, 2009: 38). Glazbeni akcenti služe za prijelaze između sekvenci istovremeno ih razdvajajući i spajajući (Mundy i White, 2012: 101) i često prate eksterijerne kadrove mjesta u kojemu se, obično u interijeru, odvija radnja koja slijedi (Mills, 2009: 38). *Stil snimanja s tri kamere* omogućuje brzu montažu komunikacije između dva izvođača kao i to da izgovoreni tekst dobije jednaku težinu i u takozvanim reakcijskim kadrovima (Mills, 2009: 39).[160] Dva su glavna okružja tradicionalnog

[160] Reakcijski kadar je važan za komediju. Najprije, dodatnim prikazivanjem začuđene reakcije protagonista na nečiji netom viđen govor/ponašanje „publika se navodi da takvo ponašanje čita kao neuobičajeno i stoga komično“ (Mills, 2009: 39). Potom, smijeh publike najprije će biti izazvan kadrom komičnog ponašanja, a potom će naknadni kadar reakcije na to ponašanje izazivati još jedan smijeh (Mills, 2009: 39).

sitcoma: obitelj te određena zajednica izvan obitelji, najčešće povezana uz posao. Ova okružja formiraju i dvije osnovne podvrste *sitcoma*: obiteljski *sitcom* i *sitcom* radnog mjesta, kojeg, unatoč nazivu podžanra često odlikuje tendencija miješanja područja rada i opuštanja (Hartley, 2008a; Mundy i White, 2012; Neale i Krutnik, 2001).

Krajem 20. stoljeća u dijelu *sitcoma* počinju se gubiti ili rearltikulirati određeni tradicionalni gradivni elementi žanra; kreira se takozvani *suvremeni sitcom* (Mills, 2009: 40).[161] No, i za suvremene *sitcome* od središnje je važnosti njihova namjera da se smatraju zabavnima, duhovitima, komičnima (eng.: „*to be found funny*" [Mills, 2009: 49]). Iako je žanr vremenom počeo usvajati drugačiju estetiku, polako napuštajući pojedine tradicionalne konvencije koje možda najjasnije ukazuju na njegovu komičnu namjeru, vrlo rijetko dolazi do zabune kod publike o tome je li riječ o *sitcomu* ili ne (Mills, 2009: 48). Naime, u smislu žanra manje je važan način na koji u *sitcomu* šale funkcioniraju, a važniji je način na koji žanr signalizira svoju *namjeru* biti zabavan i duhovit, kreirajući tako prostor unutar kojeg je publika pripremljena smijati se. I ovaj žanr formiraju kontinuirani pregovori između autora i publike, a imperativ komičnog poticaja izvlači na površinu one njegove odlike koje *u određenom vremenu i za određenu publiku* najjednostavnije pomažu u ovim pregovorima (Mills, 2009: 93). Već poznate konvencije žanra pritom pomažu gledateljima u usklađivanju novih s postojećim tekstovima; one im omogućuju reagiranje na program na određene načine (usp.: Jancovich, 2000). Riječ je o *promjenjivom* skupu 'znakova' (eng.: *cues*) koji signaliziraju da je riječ o *sitcomu*, a koji se može sastojati od na različite načine kombiniranih 'znakova' poput promotivnih *trailera*[162] i drugih paratekstova, komičarskih zvijezda, tradicionalnih ili novouspostavljenih konvencija unutar samog teksta i slično (Mills, 2009: 84-85, 93-95).[163] Mills (2009) izdvaja dvije glavne podvrste suvremenog *sitcoma*: realistički/naturalistički *sitcom* i *sitcom* distinktivnog vizualnog stila.

(a) *Realistički/naturalistički sitcom* odbacuje kazališnu prirodu *sitcoma*, napušta snimljeni smijeh i nudi vizualni stil „koji gledatelja pozicionira kao promatrača svakodnevnog ponašanja" (Mills,

[161] Primjerice, dio *sitcoma* ne koristi snimljeni smijeh (Mills, 2009: 31), a kao u slučaju serije *Seks i grad,* krši i pravila ograničenog stalnog repertoara protagonista i lokacija (vidi: Akass i McCabe, 2004). Isto tako, *sitcomi* mogu trajati i do 60 minuta (Mills, 2009: 34). Artificijelnost *sitcoma* i izvedba nalik na kazališnu, zamijenjena je ili ublažena u dijelu *sitcoma* 'realističnom' estetikom (Neale i Krutnik, 2001: 236-237).
[162] *Trailer* je kratko promotivno audiovizualno djelo koje sadrži scene iz određenog djela kojeg promovira.
[163] Primjerice, reakcijski kadar i dalje ostaje nužan i moćan alat žanra, a inovacija se sastoji u tome što snimanje s jednom kamerom (ili s dvije kamere u scenama koje sadrže akciju) znači da su reakcijski kadrovi često izvedeni nešto drugačije nego u tradicionalnom *sitcomu.* Nadalje, određeni zvuk i dalje u dobrom dijelu suvremenih *sitcoma* upozorava da je nešto smješno. Snimljeni smjeh jest nestao, ali ga često zamjenjuje uporaba glazbenih akcenata sa istom svrhom (Mills, 2009: 130-131). Dakle, iako suvremeni *sitcomi* zasigurno izgledaju drugačije od onih tradicionalnih, narativne tehnike i uspostavljeni narativni ritmovi potrebni za uspješno plasiranje šala u osnovi ostaju gotovo netaknuti (Mills, 2009: 131).

2009: 128). Postoje dva načina na koja se to provodi. Prvi je putem usvajanja dokumentarne estetike. Takve su serije često snimane u maniri *mocumentaryja* (vidi: 10.3.4.), a likovi nerijetko govore i izravno u kameru, kao što je to običaj u faktografskim žanrovima. To su *sitcomi* često visoke kulturne legitimacije poput *The Office* (BBC, 2001-2003). Mills (2004) tu skupinu *sitcoma* naziva *comedy vérité* (vidi i: E. E. Thompson, 2007), smatrajući da funkcioniraju kao snažna kritika zabavnih faktografskih programa poput doku-*soapa* (vidi: Bruzzi, 2008; Kilborn, 2000) i sličnih (Mills, 2009: 128). Drugi realistički/naturalistički oblik *sitcoma* je onaj koji izgleda kao drama. Iako estetika ovih *sitcoma* čak može biti čak prilično slična onoj iz *comedy vérité*, ti *sitcomi* nisu lažni dokumentarci (eng.: *mocumentary*). Odlikuje ih to što ne koriste snimljeni smjeh, broj lokacija je veći u odnosu na tradicionalni studijski *sitcom*, uglavnom se pri snimanju koristiti jedna kamera, a izvor humora je više u ponašanju likova nego u šalama. Dok *'comedy vérité'* nužno usvaja estetiku forme koju izruguje, druga se skupina 'realističkih' *sitcoma* može smatrati „ništa više nego načinom da se program razlikuje od konotacija tradicionalnog sitcoma“ (Mills, 2009: 129), kao u *sitcomu Moderna obitelj* ([*Modern Family*] ABC, 2009-2020).

(b) *Sitcom distinktivnog vizualnog stila* eksplicitno se poigrava s upotrebom slike i na taj način uvodi inovacije u kreiranju humora i ostvaruje svoju distinktivnost u odnosu na tradicionalni *sitcom*. Pritom se može hibridizirati s različitim igranim žanrovima. Ti *sitcomi* izgledaju „tekstualno bogato“ (Mills, 2009: 130) i kreiraju inovativnu vizualnu estetiku koja se zamjetno razlikuje od realističkog/naturalističkog ili tradicionalnog *sitcoma*.[164] Putem visokih produkcijskih vrijednosti i usložnjavanjem narativa „pokušavaju se kategorizirati kao srodni 'kvalitetnoj' televizijskoj drami“ (Mills, 2009: 130).

No, koliko god se činilo da bi tradicionalni *sitcom* mogao izgubiti bitku sa suvremenim takmacima, prve dekade 21. stoljeća uz nove načine gledanja televizije, donose i pomalo paradoksalan obrat kada je riječ o kulturnoj valorizaciji forme tradicionalnog *sitcoma,* njegovoj popularnosti kod mlađe publike i uvrštavanju tradicionalne formule među 'moderne' *sitcome*. Naime, istovremeno

[164] Primjerice *sitcom Arrested Development* (Fox, 2003–2006) postavljen je u tipično okružje tradicionalnog *sitcoma* s premisom kaotične i disfunkcionalne obitelji. Prema elementima poput odbacivanja snimljenog smijeha i snimanja jednom kamerom, sličan je estetici naturalističkog/realističkog *sitcoma*. No, u signaliziranju komičnog poticaja rabi se dodatni skup tehnika koje ga označavaju kao različitog od drugih podvrsta *sitcoma* (Mills, 2009: 129). Mnoge šale u ovom *sitcomu* oslanjaju se na, za *sitcom* čest, nesklad između postupaka i riječi likova. No, to se dobrim dijelom postiže montažnim skokovima u radnji tako da se odmah nakon što lik nešto kaže, publici prikaže da, u drugom vremenu i na drugom mjestu, lik radi nešto sasvim drugo. Ovaj stil montaže prilično je u suprotnosti s linearnim narativnim strukturama tradicionalnih *sitcoma* (Mills, 2009: 130). Da bi se proturječilo izjavama likova osim ovih montažnih tehnika koriste se i glas ili natpisi, a za kreiranje šala koriste se i inovacije u stilu snimanja poput pokretne kamere, takozvanih *zoomova* (približavanja objekta pomoću objektiva) i neoštrih kadrova. Tako se kreira tekst koji koristi daleko širi raspon komunikacijskih tehnika u realizaciji komičnog poticaja nego što je to slučaj u tradicionalnom *sitcomu* (Mills, 2009: 130).

dok je *sitcom* 'odrâstao' i, napuštajući svoju tradicionalnu estetiku, postajao privlačan starijoj i obrazovanijoj publici, mlađa publika nalazila je zadovoljstvo u tradicionalnim formatima dostupnima na nišnim kanalima i na televiziji na zahtjev, što sugerira da postoje generacijske podjele u načinima na koje publika reagira na izgled *sitcoma* (Mills, 2009: 140). Tako je, primjerice (narativno tradicionalni) *sitcom Prijatelji* u prvom kvartalu 2018. godine, punih 20 godina nakon početka emitiranja, bio najgledaniji televizijski sadržaj od svih SVoD sadržaja u UK-u (Ofcom, 2018: 51). Općenito, naglašava Mills (2009: 142) najpopularniji *sitcomi* i dalje su oni tradicionalne narativne formule, a suvremeni scenaristi i komediografi pokazuju eksplicitnu namjeru daljnjeg oživljavanja tradicionalnog formata kao *modernog*.

10.3.1.1. Situacijska komedija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

U ukupnom istraživanom periodu prosječni rejting naslova *sitcoma* na ljestvici Top 10 u uzorku Total iznosi 13.89 % AMR-a (Staro doba: 15.20 %; Doba promjene: 14.12 %; Novo doba: 10.42 % AMR-a). Naslovi *sitcoma* ukupno i na razini svakog istraživanog petogodišnjeg perioda postižu najniže rejtinge u obrazovnoj skupini VŠS i VSS, a najviše rejtinge u skupini OŠ i bez. Na ljestvici se pojavljuje tek jedan zapadni *sitcom*.[165] Dominiraju bosanskohercegovački i hrvatski *sitcomi.* U Starom dobu dominiraju hrvatski naslovi. Od ukupno 16, domaćoj produkciji pripada 14 naslova. Ostalo sačinjavaju jedan američki i jedan bosanskohercegovački naslov. I u Dobu promjene dominiraju hrvatski naslovi. Od ukupno 15, pripada im 10 naslova. No, broj bosanskohercegovačkih naslova povećava se na pet naslova. U Novom dobu bosanskohercegovački naslovi počinju dominirati *sitcomom* na ljestvici: prisutan je jedan hrvatski i šest bosanskohercegovačkih naslova. Tablica 28 donosi podatke o ostvarenom rejtingu (AMR %) i udjelima u gledanosti (SHR %) naslova *sitcoma* u uzorku Total i u trima u obrazovnim skupinama te podatke o ostvarenom rejtingu (AMR %) u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka, u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu.

Tablica 28. Ljestvica Top 10: ostvareni rejtinzi naslova situacijskih komedija (AMR %) u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu, u uzorku Total, u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka

AMR % u uzorku	Staro doba	Doba promjene	Novo doba	Svi periodi
Total	15.20%	14.12%	10.42%	13.89%
OŠ i bez	17.48%	17.42%	15.00%	17.00%

[165] Jedini naslov sitcoma sa Zapada na ljestvici Top 10 je jedna sezona QTV serije *Seks i grad* (Staro doba). Za taj je naslov specifično to što mu rejting raste porastom stupnja obrazovanja publike (Total: 15.12 %; OŠ i bez 13.02 %; SSS 15.93 %; VŠS i VSS 17.31 % AMR-a).

SSS	14.22%	12.61%	9.61%	12.73%
VŠS i VSS	12.86%	10.68%	5.30%	10.61%
Žene	16.73%	15.11%	11.37%	15.10%
Muškarci	13.50%	13.02%	9.35%	12.55%
Urbani	14.37%	13.08%	9.03%	12.88%
Ruralni	16.01%	15.15%	11.84%	14.90%
18-30	8.24%	6.44%	4.29%	6.80%
31-45	15.04%	12.93%	7.79%	12.87%
46-60	17.19%	16.59%	13.57%	16.29%
60+	19.55%	19.83%	14.05%	18.65%

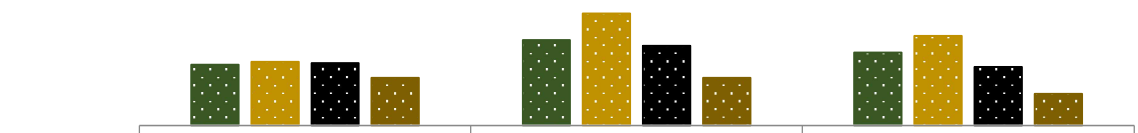
10.3.1.1.1. Specifičnost sitcoma Lud, zbunjen, normalan na ljestvici Top 10

Sitcom je žanr kod kojega ne bi trebalo dolaziti do izrazitih oscilacija u broju nastavaka po naslovu. Neki naslov *sitcoma* po sezoni produkcije broji uglavnom između desetak i dvadesetak nastavaka, iznimno do četrdesetak nastavaka. No, to je također žanr epizodnih serija pogodan za ponovljena emitiranja jer je humor, a ne rješenje zapleta, glavni privlačni element žanra. Na ljestvici Top 10 u Starom dobu emitirano je 16 naslova *sitcoma* s 450 emitiranih nastavaka (prosječno 28.13 nastavka po naslovu), a u Dobu promjene 15 naslova s 459 nastavaka (prosječno 30.6 nastavaka po naslovu). No, u Novom dobu emitirano je 7 naslova sa 754 nastavaka (prosječno 107.72 nastavka po naslovu). Prema broju emitiranih nastavaka ističe se bosanskohercegovački *sitcom Lud, zbunjen, normalan* (Federalna TV, 2007–2013, Face TV, 2015–2016, Nova BH 2019–2021). U Starom dobu *Lud, zbunjen, normalan* se na ljestvici pojavljuje kao jedan naslov s 42 nastavka.[166] U Dobu promjene od pet bosanskohercegovačkih naslova, četiri naslova (pojavljuje se četiri sezone) čini *Lud, zbunjen normalan*. Emitirano je ukupno 252 emitirana nastavka tog *sitcoma* (63 nastavka po naslovu/sezoni).[167] U Novom dobu od šest naslova iz BiH, *Lud, zbunjen, normalan* broji pet naslova/sezona, s ukupno 742 emitirana nastavka (prosječno 148.4 emitirana nastavka po

[166] Hrvatski nakladnik *sitcom Lud zbunjen normalan* nije emitirao na način da originalni broj nastavaka *produkcijske sezone* odgovara broju nastavaka u *sezoni emitiranja* nego je umjetno kreirao sezone emitiranja, što je usporedivo već i stoga što svaka originalna (producirana) sezona ima koloristički drugačiju najavnu špicu. Tako je primjerice prva produkcijska sezona imala 40 nastavaka (ostale sezone od dvadesetak do tridesetak nastavaka), a od strane hrvatskog nakladnika ta je prva produkcijska sezona podijeljena na dvije sezone emitiranja: 1. sezonu od 24 nastavaka i 2. sezonu od 16 nastavaka (Nova TV, n.d.b). Pri tome je hrvatski nakladnik većinom tijekom jedne sezone emitiranja kombinirao po prvi puta emitirane nastavke s već emitiranim nastavcima. Za raspored originalnih nastavaka po sezoni, kako ih je u sezone formirao hrvatski nakladnik, vidi: Nova TV (n.d.b).

[167] Napominjemo da u slučaju iste serije jedna *sezona* serije označava jedan *naslov* jer kada je ista serija emitirana tijekom više sezona, svaki se puta bilježi kao jedan naslov. Kada se isti *stcom* ponavlja iz sezone u sezonu, dalje ćemo izraze sezona i naslov rabiti naizmjence.

naslovu/sezoni). Usporedba broja po prvi puta tijekom neke sezone u Hrvatskoj prikazanih epizoda (usp.: Nova TV, n.d.b) i ukupnog broja emitiranih nastavaka po sezoni pokazuje da u okviru iste sezone redovito dolazi i do repriza već emitiranih nastavaka ovog *sitcoma*. No, u svim sezonama Novog doba broj repriziranih nastavaka znatno je povećan, a pri tome je serija zadržala dovoljnu popularnost da je u svih pet sezona uvrštena na ljestvicu Top 10. U istraživanom periodu *proizvedeno* je 10 sezona ovog *sitcoma* s ukupno 264 epizode (usp.: Nova TV, n.d.b). Na ljestvicu Top 10 uvršteno je svih 10 sezona, ali je *emitirano* ukupno 1 036 nastavaka (722 nastavka bila su ponavljanje). Takva popularnost brojnih repriznih nastavaka predstavlja stanoviti fenomen, osobito kada je riječ o najniže obrazovanima. *Lud, zbunjen, normalan* već je u Starom dobu bio nešto privlačniji obrazovnoj skupini OŠ i bez nego li ostalim obrazovnim skupinama. No, u Dobu promjene te razlike se produbljuju, osobito u odnosu na skupinu VŠS i VSS. I kod preostala dva bosanskohercegovačka *sitcoma* (2 naslova; Doba promjene i Novo doba) razlike u rejtinzima između skupina VŠS i VSS i OŠ i bez također su znatne u korist skupine OŠ i bez (vidi: Prilog 2), što ukupno ukazuje na privlačnost BiH *sitcoma* prvenstveno najslabije obrazovanima. Grafički prikaz 16 donosi rejtinge naslova *sitcoma Lud, zbunjen, normalan* (AMR %) za svaku obrazovnu skupinu, u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu.



	Staro doba	Doba promjene	Novo doba
Total	10.85%	15.24%	13.02%
OŠ i bez	11.36%	19.97%	15.96%
SSS	11.09%	14.17%	10.40%
VŠS i VSS	8.47%	8.48%	5.61%

Istraživani periodi
(niže pridružena tablica postignutog AMR-a % u istraživanim uzorcima)

Grafički prikaz 16. Sitcom Lud, zbunjen normalan na ljestvici Top 10: usporedba postignutih rejtinga po naslovu (AMR %) kod obrazovnih skupina OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, u Starom dobu (1 naslov), Dobu promjene (4 naslova) i u Novom dobu (5 naslova)

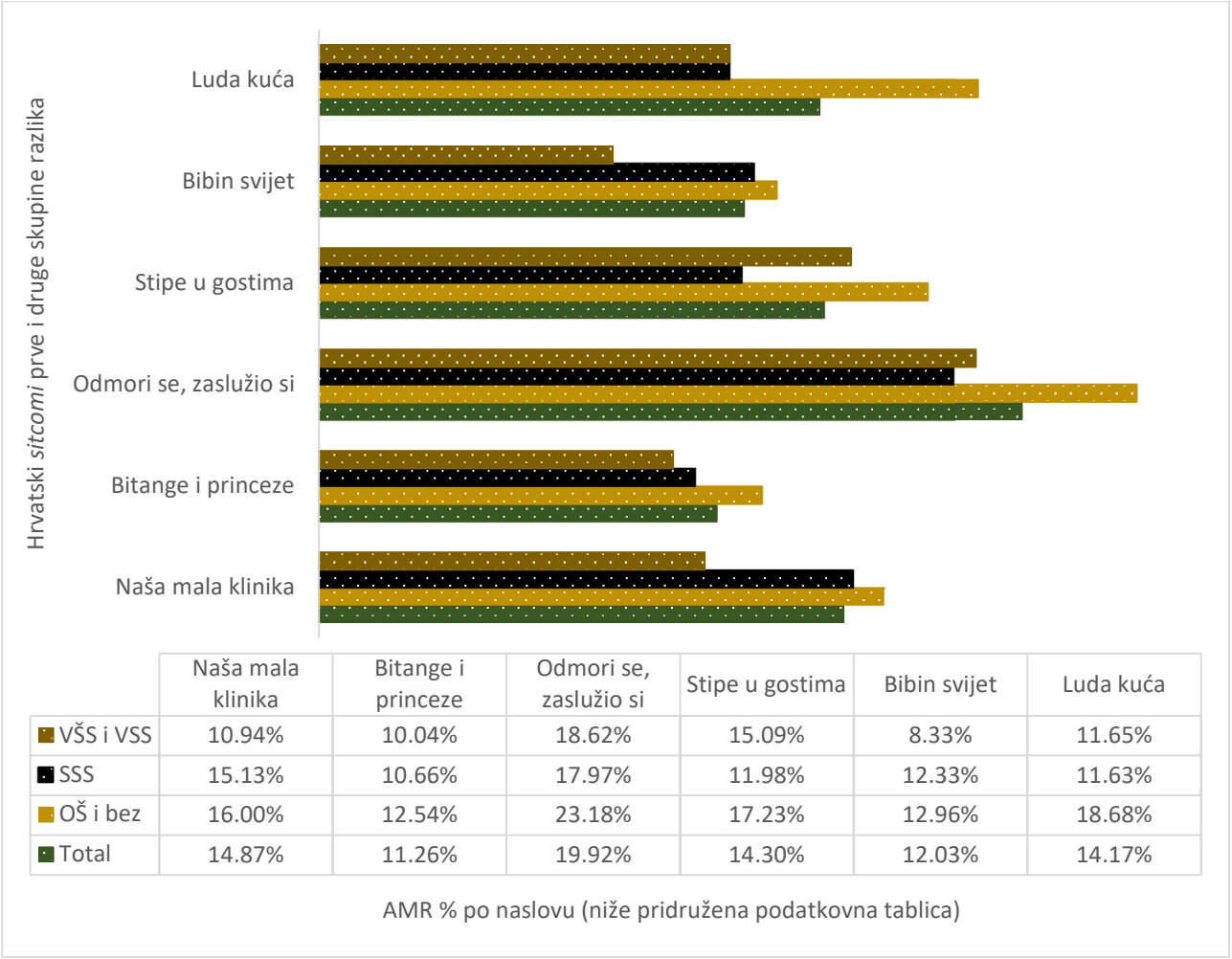
10.3.1.1.2. Obrazovna struktura publike hrvatskih sitcoma na ljestvici Top 10

Da bismo dobili grubu orijentacijsku mjeru razlika u rejtinzima vezano za stupanj obrazovanja zanimale su nas najprije razlike između skupina OŠ i bez i VŠS i VSS. Podijelili smo naslove na tri skupine razlika vezano za pripadnost nekoj od kategorija gledanosti (KaG) u pojedinoj sezoni:

(a) ne postoji razlika u kategorijama gledanosti (= nema razlike); (b) razlika iznosi jednu kategoriju (= razlika postoji); (c) razlika iznosi dvije kategorije i više (= razlika je znatna).

Prva skupina razlika. Četiri domaća *sitcoma* prisutna u Starom dobu i Dobu promjene u nekoj od sezona bilježe da nema razlika razliku u KaG-u među obrazovnim skupinama OŠ i bez i VŠS i VSS. To su: (a) *Bitange i princeze* (HRT, 2005-2010) bilježen kao 2 naslova, (b) *Stipe u gostima* (HRT, 2008-2014) bilježen kao 4 naslova, (c) *Odmori se, zaslužio si* (HRT, 2006-2014) bilježen kao 4 naslova i (d) *Naša mala klinika* (Nova TV, 2004-2007), bilježen kao 3 naslova. Kod prva dva *sitcoma* iz ove skupine oscilacije među obrazovnim skupinama ne prelaze vrijednosti od oko 3 postotna boda, dok su kod druga dva *sitcoma* one izraženije, do oko 5 postotnih bodova. *Odmori se, zaslužio si* najpopularniji je *sitcom* ljestvice u skupini VŠS i VSS (prosječnog rejtinga u toj skupini od 18.62 % AMR-a). Ipak, ukupni rejting po naslovu u skupini VŠS i VSS je za 4.56 postotna boda niži od rejtinga u skupini OŠ i bez, za 0.83 postotnih bodova viši od rejtinga u skupini SSS te za 1.3 postotna boda niži od rejtinga u uzorku Total. Ipak, unatoč netom iznesenim prosječnim razlikama u rejtinzima između obrazovnih skupina, u trećoj sezoni (2008/2009, Doba promjene) taj *sitcom* ostvaruje rejting u skupini VŠS i VSS veći nego u Totalu (za 2.12 postotnih bodova) i veći nego u obje druge obrazovne skupine (veći od rejtinga u skupini OŠ i bez za 0.54 postotna boda i veći od rejtinga u skupini SSS za 3.8 postotna boda).

Druga skupina razlika. Pojedine sezone dva domaća *sitcoma* prisutnih u Starom dobu i Dobu promjene kao najmanju razliku u kategorijama gledanosti među obrazovnim skupinama OŠ i bez i VŠS i VSS u ostvaruju drugu kategoriju razlike (razlika postoji). To su: (a) *Bibin svijet* (RTL, 2006-2011) bilježen kao 4 naslova i (b) *Luda kuća* (HRT, 2005-2010) bilježen kao tri naslova. Kod prvog *sitcoma* oscilacije među obrazovnim skupinama dosižu do oko 5 postotnih bodova, a kod drugog *sitcoma* dosižu do oko 7 postotnih bodova. Grafički prikaz 17 donosi podatke o rejtinzima hrvatskih *sitcoma* prve i druge skupine razlika, u Totalu te u obrazovnim skupinama OŠ i bez, SSS i VŠS i VSS. Riječ je o *sitcomima* iz Starog doba i Doba promjene.



	Naša mala klinika	Bitange i princeze	Odmori se, zaslužio si	Stipe u gostima	Bibin svijet	Luda kuća
VŠS i VSS	10.94%	10.04%	18.62%	15.09%	8.33%	11.65%
SSS	15.13%	10.66%	17.97%	11.98%	12.33%	11.63%
OŠ i bez	16.00%	12.54%	23.18%	17.23%	12.96%	18.68%
Total	14.87%	11.26%	19.92%	14.30%	12.03%	14.17%

AMR % po naslovu (niže pridružena podatkovna tablica)

Grafički prikaz 17. Hrvatski *sitcomi* prve i druge skupine razlika na ljestvici Top 10: prosječni postignuti rejtinzi po naslovu (AMR %) u Totalu i obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, u ukupnom istraživanom periodu

Treća skupina razlika. Kod ostalih hrvatskih *sitcoma* ostvarena je znatna razlika u kategorijama gledanosti. Kod *sitcoma Zlatni vrč* iz Starog doba, *Bračne vode* (Nova TV, 2008-2009) i *Periferija city* (Nova TV, 2009-2010) iz Doba promjene oscilacije u AMR-u % između skupina OŠ i bez i VŠS i VSS iznose od oko 8 do oko 11 postotnih bodova u korist skupine OŠ i bez. Kod *sitcoma Kazalište u kući* (HRT, 2006-2007) iz Starog doba i *Kad susjedi polude* (Nova TV, 2018) iz Novog doba oscilacije u AMR-u % između skupina OŠ i bez i VŠS i VSS iznose oko 9 postotnih bodova u korist skupine OŠ i bez. Svi ti *sitcomi* bilježeni su kao jedan naslov.

10.3.1.1.3. Sitcom na ljestvici Top 11-20

Ukupno je u Starom dobu na ljestvici Top 20 prisutno 18 domaćih naslova, jedan nezapadni i pet zapadnih naslova. U Starom su dobu na ljestvici Top 11-20 prisutna tri britanska i četiri hrvatska naslova (*Bitange i princeze* bilježen kao dva naslova te *Luda kuća* i *Naša mala klinika* [vidi: Prilog

2]). *Britanski sitcomi iz Starog doba najniže rejtinge ostvaruju u obrazovnoj skupini OŠ i bez*, a dva od njih najviše rejtinge ostvaruju u skupini VŠS i VSS. Riječ je o kultnim *sitcomima Mućke* ([*Only Fools and Horses*] BBC, 1981-2003), koji u Totalu ostvaruje rejting od 9.20 % AMR-a (OŠ i bez: 6.80 %; SSS: 10.1 8%; VŠS i VSS: 11.58 % AMR-a) i *Tanka plava linija* ([*The Thin Blue Line*] BBC, 1995-1996) koji u Totalu ostvaruje rejting od 8.92 % AMR-a (OŠ i bez: 7.62 %; SSS: 9.58 %; VŠS i VSS: 9.76 % AMR-a. Treći od britanskih *sitcoma, Mr. Bean* (ITV, 1990-1995) rejtinga u Totalu od 8.87 % AMR-a, najgledaniji je u skupini SSS (OŠ i bez: 7.65 %; SSS: 9.84 %; VŠS i VSS: 8.39 % AMR-a). U ostalim periodima, kao i na ljestvici Top 10, na ljestvici Top 11-20 zapadni *sitcomi* više nisu prisutni.

Ukupno je u Dobu promjene na ljestvici Top 20 prisutno 17 hrvatskih i pet naslova iz BiH. Dok u Dobu promjene na ljestvici Top 10 dolazi do porasta broja naslova iz BiH, na ljestvici Top 11-20 prisutni su samo hrvatski *sitcomi*, sedam naslova (vidi: Prilog 2), rejtinga u Totalu od 8.58 % AMR-a. Najgledaniji su u skupini OŠ i bez (10.86 % AMR-a), a slabije gledani u skupinama SSS (7.43 % AMR-a) i VŠS i VSS (6.58 % AMR-a).

Ukupno je na ljestvici Top 20 u Novom dobu zastupljeno sedam hrvatskih i 10 naslova iz BiH (vidi: Prilog 2; za naslove uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3). U Novom dobu, istovremeno s dominacijom bosanskih *sitcoma* na ljestvici Top 10, i na ljestvicu Top 11-20 prodiru četiri naslova iz BiH, rejtinga u od 7.22 % AMR-a. Ti naslovi u skupini OŠ i bez ostvaruju dvostruko više rejtinge nego u skupini VŠS i VSS (OŠ i bez: 9.31 %; SSS: 7.10 %; VŠS i VSS: 4.25 % AMR-a). Šest naslova je hrvatske proizvodnje, rejtinga od 7.09 % AMR-a. Najpopularniji su u skupini OŠ i bez (9.67 % AMR-a), a manje popularni u drugim obrazovnim skupinama (SSS: 6.33 %; VŠS i VSS: 5.17 % AMR-a)

10.3.2. Komedija-drama sredine

Od početka 1970-ih u sklopu JRT-a u Hrvatskoj se snimaju iznimno popularne serije poput *Našeg malog mista* (HRT, 1970), *Velog mista* (HRT, 1980), *Mejaša* (HRT, 1970), *Gruntovčana* (HRT, 1975) te *Prosjaka i sinova* (HRT, 1984). Jedina serija ove skupine koja u sklopu tadašnjeg JRT-a nije producirana u Hrvatskoj je srpska *Grlom u jagode* (RTS, 1975). U Hrvatskoj je ta tradicija nastavljena i nakon osamostaljenja *Crno-bijelim svijetom* iz druge dekade 21. stoljeća.[168] Riječ je o serijama koje diskursom mješavine komedije i drame plastično oslikavaju određeni mentalitet,

[168] Žanru pripada i srpska serija *Montevideo* (RTS, 2012-2014). Iako serija nije tako višeslojna i ne sadrži suptilnu društvenu kritiku kao ranije nabrojani naslovi, ona zadržava prepoznatljive elemente žanra (usp: Pavlić, 2013).

lokalnu sredinu i vrijeme, koje se doimaju autentičnim višeslojnim prikazom određenog lokalnog miljea u nekom trenutku vremena i koje pružaju širu lepezu arhetipskih karaktera poniklih iz *naše sredine.* Te serije donose ono što teoretičar kulture Raymond Williams (1981: 156) naziva *strukturom osjećaja* znakovitom za neku društvenu skupinu u određenom društveno-povijesnom trenutku na određenom užem prostoru. A struktura osjećaja nekog doba i zajednice najbolje je uočljiva upravo u „najdelikatnijim i najmanje opipljivim dijelovima naše aktivnosti" (R. Williams, 1981: 156) pa je za njeno oslikavanje potrebna određena suptilnost izraza. Serija ove skupine nema veliki broj, ali je većina njih svojom dugogodišnjom popularnošću, estetskom vrijednošću i ugledom snažno obilježila hrvatsku popularnu kulturu i povijest televizije u Hrvatskoj.

Nabrojane su serije žanrovski u javnom prostoru dvojako etiketirane – i kao drame, i kao komedije. Gotovo svaka od njih funkcionira kao kolektivno jasno prepoznatljiv brend pa je njihovo žanrovsko određenje nekako uvijek u drugom planu. Industrijske oznake tih serija češće upućuju na dramu, a akademske na komediju. Agencija Nielsen ih tako u svom primarnom istraživanju najvećim dijelom bilježi kao drame iako je primjerice scenarije za *Prosjake i sinove*, *Naše malo misto*, *Mejaše* i kasnije *Gruntovčane* tadašnja TVZ naručila temeljem inicijalnog natječaja za humoristične serije svog Zabavnog programa (Bajramović, 2012; Kanižaj, 2006). I domaći povjesničar televizije Nikola Vončina (2011) u analizi hrvatske dramske produkcije do 1970-ih *Malo misto* i *Mejaše* bilježi kao komedije. Leksikon radija i televizije (Galić, 2016) je neprecizan pa o tim serijama govori i kao humorističnim i kao dramskim serijama. Riječ je o narativno relativno jednostavnim serijalima koji se lako prate unatoč nerijetko široj lepezi karaktera i rukavaca radnje. Pisane su na dijalektu ili je korišten žargon lokalne sredine koju oslikavaju, a rađene su kao „jednosatne komedije" (Kanižaj, 2006) pa im epizode otprilike traju od oko 50 do oko 60 minuta. S obzirom na to da za tu skupinu komedija u javnoj uporabi ne postoji jasnija zajednička žanrovska oznaka, operativno smo ih odredili kao *komedije-drame sredine*.

Ta je skupina serija prema nekim svojim odlikama slična britanskoj *heritage* drami (vidi: Cooke, 2003). Kao i kod *heritage* drame riječ je o tekstovima više i visoke kulturne vrijednosti i nostalgičnog potencijala. Dijelom je riječ o nostalgiji za 'kvalitetom' autora (usp.: Chapman, 2014: 131-132; Cooke, 2003: 167-170; Turković, 2008a: 62-65), a dijelom o nostalgiji za nekim 'nestalim vremenom' (usp.: Turnbull, 2014: 11; Dunatov, 2015), za arhetipovima 'ljudi kakvih je nekad bilo' (usp.: H. Davis, 2001, Dunatov, 2015; Vuković, 2021) ili za romantiziranim odnosno idealiziranim predodžbama lokalnih sredina bez obzira jesu li priče smještene u bližu ili dalju prošlost (usp.: Ajduk, 2016; Simeunović-Bajić, 2018), ili čak i u sadašnjost (usp.: Bergin, 2012; Cooke, 2003: 170). Pri tome se kod domaćih komedija-drama sredine nastoji zadržati dojam

realizma priče pa je i pomalo idealizirana vizura uvijek kombinirana s nizom detalja koji ukazuju na probleme društvene stvarnosti koju te serije opisuju (usp.: Rafaneli, 2019; Simeunović Bajić, 2018; Turković, 2008a: 62-65; Vončina, 2011: 528). *Mejaši* su tako 1970. godine u zagrebačkom tjedniku *Studio* koji se bavio vijestima iz svijeta filma i televizije najavljivani kao priča o „suvremenom životu podravskog seljaka koja nije komedija situacije“ nego „realistički mozaik svakidašnjeg života, navika i običaja u selima gornje ili kajkavske Podravine“ (Studio, 1970).

Serije te skupine prate određenu ruralnu ili urbanu zajednicu povezanu rodbinskim, susjedskim, prijateljskim, ponekad i profesionalnim vezama, u kojima se specifične odlike sredine, mentalitet i društveni problemi ogledaju u osobnim preokupacijama i egzistencijama pa je jedno od čestih njihovih obilježja i njihova *društvena relevantnost*. Serija *Prosjaci i sinovi*, smještena u period prve polovice 20. stoljeća, bila je snimljena 1972. godine, ali je u tadašnjoj Jugoslaviji iz političkih razloga više od desetljeća bilo zabranjeno njeno emitiranje. Premijerno je prikazana tek 1984. godine (Galić, 2016: 416). *Naše malo misto*, smješteno u period od 1930-ih do 1960-ih godina, također pamti zabrane emitiranja. Specijalna epizoda ove serije, *Zagrebulje*, premijerno je emitirana 31. prosinca 1970. godine, a nakon premijere je iz političkih razloga uklonjena iz daljnjih emitiranja. Epizoda je tijekom godina zagubljena, a nađena je u arhivi HRT-a 2018. godine (HRT, 2018). Iako druge domaće komedije-drame sredine nisu zabranjivane, sve one su unatoč vedrom komediografskom diskursu, uronjene u probleme i preokupacije lokalnog stanovništva, sredine i vremena koje ocrtavaju pa otuda i njihova izražena etnografska vrijednost i društvena relevantnost kakve obično češće pripisujemo televizijskoj drami nego televizijskoj komediji. Govoreći o *Gruntovčanima*, smještenima u suvremeno doba druge polovice 20. stoljeća koje donosi raslojavanja sela, Hrvoje Turković (2008a: 65) kao jednu od glavnih odlika serije izdvaja upravo to što autori pažnju poklanjaju ambijentu, „tj. smještenosti i vezanosti ljudi uz ambijente protkanu dramski odmjerenim i bogatim etnografskim zapažanjima“. Vončina (2011: 528) napominje da *Naše malo misto* „humoristično tematizira sredinu i mentalitet nekog 'malog mista'“ tako da „s (pretežito) dobroćudnim podsmjehom“ ocrtava (često i vješto karikira) likove i njihove svakodnevne zgode i nezgode, „ali se istodobno, nerijetko i uz satirične žaoke, podruguje s mjesnim čelnicima a – preko njih – i režimima u razdoblju od predratnih i ratnih godina do onih 'izgradnje socijalizma' i turističke najezde na jadranska 'mala mista'“ (Vončina, 2011: 528).

Scenaristi i redatelji komedija-drama sredine istaknuti su filmski, literarni ili televizijski autori pa tu skupinu serija diskurzivno određuje i *autorska funkcija* (usp: Foucault 1984; Mittell, 2004). Umjesto da su građene prema prepoznatljivim televizijskim formulama, u tim su serijama često prisutni elementi književne proze te kazališne i filmske komedije i drame. Filmski redatelj i

teoretičar Branko Belan (1971, prema Vončina, 2011: 556), primjerice, u seriji *Naše malo misto* uočava, uz modifikacije i usložnjavanja postupaka tradicije komedije *del arte*, i melodramu te realizam filmske drame. Vončina (2011: 598) naglašava da su *Mejaši* u domaću televizijsku komediografiju „docrtali još jedno područje – Zagorje, sa tragičnim ljudskim životima, kakve smo upoznavali u djelu Slavka Kolara“ i završava: „možda je, pomišljajući na svog nespretnog Dudeka, autor čak pokušao da tragici i veselju Zagorja dopiše jednu novu dimenziju?“. *Gruntovčani* se u Leksikonu radija i televizije (Galić, 2016: 172) opisuju ovim riječima: „serija unikatnom kombinacijom humora i naturalizma slojevito opisuje mjesto i vrijeme radnje te portretira mentalitet sredine i ljudske karaktere na način blizak klasičnoj realističnoj književnosti i filmu, ukazujući na golem umjetnički potencijal TV serije kao forme“ (vidi i: Turković, 2004: 62-65). Leksikon radija i televizije (Galić, 2016: 416) *Prosjake i sinove* opisuje kao povijesnu i socijalno-psihološku fresku o žiteljima Dalmatinske zagore i zapadne Hercegovine u kontekstu srednjoeuropskih socijalno-političkih previranja u prvoj polovici 20. stoljeća. Kroatologinja Andrea Slišković (2014: 53) podsjeća da je scenarij za *Prosjake i sinove* Ivana Raosa (nastao prije romana) bio „TV humoreska u kojoj se prelijevaju lirski, tragični i ironični elementi“ i koja je građena na likovima snalažljivih lutalica poznatim još iz pikarskog romana (Slišković, 2014: 54-55). Nostalgični potencijal tih serija vremenom se povećava. Novinski kolumnist Dario Dunatov (2015) ovako opisuje osobni doživljaj repriznog gledanja serije *Naše malo misto*: „Danas, Naše malo misto predstavlja nostalgično putovanje u Dalmaciju kakva je nekad bila i u život malog mista koji u sebi nosi značajke svakog drugog dalmatinskog mjesta. (…) Likovi Malog mista arhetipski su primjeri dalmatinskih ribara, težaka, zanesenih pjesnika i umjetnika, temperamentni, ali nježni, surovi izvana, a krvavi iznutra, baš kao i kraj iz kojeg dolaze“.

U doba pripadnosti Hrvatske SFRJ, hrvatska se televizijska produkcija nametnula kao dominantna u kreiranju društveno relevantnih komedija-drama sredine. Tek je jedna (tada za hrvatsku publiku također 'domaća') komedija-drama sredine proizvedena u sklopu JRT-a, a izvan hrvatske produkcije, ostvarila tako visok kulturni status i široku popularnost. Riječ je o urbanoj komediji-drami sredine iz 1970-ih *Grlom u jagode* u produkciji RTS-a. I ta se serija zbog svoje žanrovski hibridne naravi također obilježava i kao drama, i kao komedija (usp.: Galić, 2016: 106, 201; Pogačar, 2010; Simeunović Bajić, 2018). Medijska i kulturna teoretičarka Nataša Simeunović Bajić (2018: 101) *Grlom u jagode* sagledava kao televizijski *bildungsroman* (roman o odrastanju) i vrhunsko djelo jugoslavenske popularne TV estetike temeljem kojeg je „moguće analizirati i tadašnje šire društvene procese“. U deset epizoda serija prati život mladog Beograđana Branislava Živkovića (Baneta Bumbara) od upisa u srednju školu do diplome. Riječ je o naizgled sasvim

jednostavnoj fabuli o mladiću koji „pokušava *postati čovjek*“ (Simeunović Bajić, 2018: 97). Serija je smještena u period 1960-ih godina, a svaka epizoda uvodi gledatelja u priču pregledom stvarnih događaja godine iz vizure glavnoga lika, što osnažuje dojam serije kao svojevrsnog dokumenta vremena (Galić, 2016: 201; Simeunović Bajić, 2018: 102). U toj se seriji mogla ogledati struktura osjećaja tog doba i prosječnih obitelji drugih socijalističkih jugoslavenskih gradova u kojima dolazi do naglog priljeva seoskog stanovništva, širenja radničke klase i istovremene ideje da će socijalistička budućnost možda za nove generacije biti svjetla. I *Grlom u jagode* ima snažan nostalgični potencijal. Simeunović Bajić (2018) smatra da je ta nostalgija prvenstveno usmjerena na čežnju za osobnom prošlošću, za nestalom mladošću. Teoretičar kulture Martin Pogačar (2010: 210) ukazuje na snažan nostalgični potencijal serije već i u vrijeme njenog nastanka i naglašava da taj osjećaj nostalgije samo raste s vremenom: „Zbog zastupljenosti popularne kulture šezdesetih godina, serija je ubrzo postala jedna od jugoslavenskih kultnih serija. Pokušala je ponovno stvoriti i dočarati – na kraju prilično uspješno – bezbrižno vrijeme mladosti, nemarnu vibraciju šezdesetih, žargon, arhitekturu i perspektivu bolje budućnosti“.

Domaća komedija-drama sredine snimljena nakon osamostaljenja Hrvatske je serija *Crno-bijeli svijet*. Označavana je kao komedija, drama i dramedija (vidi: Ajduk, 2016; Galić, 2016; Interfilm, n.d.). Kao i mi, i književni kritičar, pisac i redatelj Željko Ivanjek (2015) *Crno-bijeli svijet* shvaća kao nastavak tradicije domaćih komedija-drama sredine i piše: „Poslije uspjeha zavičajnih serija – Naše malo misto i Gruntovčani – prije gotovo 40 godina, danas se testira urbani njuh gledateljstva sa 'Crno-bijelim svijetom'“. Priča *Crno-bijelog* svijeta zbiva se 1980-ih i 1990-ih u onodobnom Zagrebu. Pledira na „autentičnost prilika, fenomena i društvenih odnosa toga doba“ (Galić, 2016: 70), a kreirana je kao svojevrsna kombinacija humorne kronike urbane kulture mladih u Zagrebu tog doba i obiteljske dramedije (Rafaneli, 2019). I ta serija ima izražen nostalgični potencijal (npr.: Ajduk, 2016; Ivanjek, 2015), a u tradiciji domaće komedije-drame sredine, s jedne strane romantizira prikazani svijet (reprezentira kulturni konstrukt „veselih osamdesetih“ [Ajduk, 2016]), a s druge strane, humornim diskursom prikazuje njegove negativne aspekte. „Serija kroz humor obrađuje teme poput korupcije i šverca u javnim poduzećima ili čestih nestašica ponekad suptilno povlačeći paralelu s današnjicom, ali u kontekstu opisa načina života, a ne ocjene je li se živjelo bolje ili gore“ (Rafaneli, 2019). *Crno-bijeli svijet* nema kultni status kvalitetnih 'zlatnih' (usp. Thompson, 1996) klasika poput ranije nabrojanih domaćih komedija-drama sredine. No, i tu seriju, kao i njene prethodnice, odlikuju narativna koherentnost, izražene produkcijske vrijednosti, dojam serije kao autentične slike vremena te stoga i dojam društvene relevantnosti (Pavlić, 2021b). 'Zlatne' komedije-drame sredine nastajale su u dobu ograničene

ponude televizijskih programa i bile su istovremeno veliki hitovi u općoj populaciji i hvaljeni primjeri kvalitetne televizijske fikcije (usp.: Vončina, 2011). Kao takve, te su serije imale snagu kreiranja zajedničkih imaginarija, a njihove su česte reprize tijekom prvih dekada 21. stoljeća našu televizijsku prošlost uspješno učinile i našom televizijskom sadašnjošću. Ukupno gledano, komedije-drame sredine možemo sagledavati kao nacionalno (manjim dijelom i regionalno) prepoznatljiv popularni diskurzivni klaster serija, kao lokalni televizijski žanrovski specifikum.

10.3.2.1. Komedija-drama sredine u Hrvatskoj: kvantitativna analiza

Domaće komedije-drame sredine uvrštavane su na ljestvice Top 10 i Top 11-20 tijekom sva tri analizirana petogodišnja perioda. Naslovi s ljestvice Top 10 (po jedan u Starom i Novom dobu te dva u Dobu promjene) ostvaruju prosječni rejting od 11.41 % AMR-a, a gledanost im je tijekom vremena relativno ujednačena. Privlače raznoliku publiku (muškarci: 11.92 %; žene 10.95 %; urbani: 10.59 %; ruralni: 12.21 % AMR-a), a popularnost im raste s porastom dobi gledatelja (dob 18-30: 5.40 %; dob 31-45: 10.08 %; dob 46-60: 14.19 %; dob 60+: 15.13 % AMR-a). Na ljestvicu Top 11-20 u Starom dobu i Dobu promjene uvršten je po jedan naslov (rejtinga 11.43 % te 9. 93 % AMR-a), a sastav publike približan je onome s ljestvice Top 10 (vidi: Prilog 2). U Novom je dobu na ljestvici veći broj naslova, ali oni ostvaruju niže rejtinge (pet naslova prosječnog rejtinga od 5.57 % AMR-a). I ovdje je sastav publike približan onome s ljestvice Top 10 (vidi: Prilog 2). Specifičnost žanra jest u tome što podjednako privlači i gledatelje svih obrazovnih skupina. *Pri tome serija Crno-bijeli svijet, jedina premijerna (ovostoljetna) domaća komedija-drama sredine najviše rejtinge ostvaruje u skupini VŠS i VSS*. U Tablici 29 donosimo rejtinge domaćih komedija-drama sredine na ljestvici Top 20 u uzorcima Total, OŠ i bez, SSS te VŠS i VSS uz napomenu da su te serije u analiziranom razdoblju i češće emitirane, no nisu se gledanošću uvrstile na ljestvicu. Za naslove uvrštene na zasebne ljestvice obrazovnih skupina vidi Prilog 3.

Tablica 29. Rejtinzi komedija-drama sredine prema naslovu i sezoni emitiranja u razdoblju od 2003. do 2018. godine na ljestvici Top 20 podijeljenoj na ljestvice Top 10 i Top 11-20, u uzorcima Total, OŠ i bez, SSS i VŠS i VSS

			Postignuti rejting (AMR %)			
Naslov	Period	Ljestvica	Total	OŠ i bez	SSS	VŠS i VSS
Naše malo misto						
	Staro doba	Top 10	11.38%	12.00%	10.88%	11.70%
	Novo doba	Top 11-20	5.69%	5.88%	5.20%	6.92%
Gruntovčani						

	Staro doba	Top 11-20	11.13%	15.21%	8.79%	9.58%
	Doba promjene	Top 10	12.41%	15.15%	11.04%	9.96%
	Novo doba	Top 11-20	7.57%	12.26%	5.81%	5.50%
Prosjaci i sinovi						
	Novo doba	Top 11-20	4.99%	5.96%	4.75%	4.17%
	Novo doba	Top 11-20	5.56%	6.05%	5.72%	4.26%
Velo misto						
	Doba promjene	Top 11-20	9.93%	10.86%	9.34%	9.63%
	Doba promjene	Top 10	9.44%	10.45%	8.78%	9.22%
Crno-bijeli svijet						
	Novo doba	Top 10	12.40%	8.25%	12.88%	17.68%
	Novo doba	Top 11-20	4.87%	4.20%	4.59%	6.89%

10.3.3. Romantična komedija[169]

Romantična komedija (*romcom*) ili *komedija spolova* (Neale i Krutnik, 2001: 132-173), može se uklopiti u gotovo sve vrste priča (Deleyto, 2009) i igra važnu ulogu u generičkoj hibridizaciji drame i komedije (Mundy i White, 2012: 80). Popularna formula *romansa* + *komedija* prisutna je tako u brojnim filmskim i televizijskim žanrovima pa izraz *romantična komedija* funkcionira osim kao žanrovska oznaka i kao „slobodno-plutajući označitelj koji može označiti zbunjujući niz mogućih kombinacija seksa i komedije“ (Krutnik, 2006: 133). *Kao žanr* na Zapadu se tijekom 20. stoljeća romantična komedija povezuje gotovo isključivo uz film, a uz televiziju uglavnom na tržištima izvan zapadnog kulturnog kruga.[170] Početak 21. stoljeća obilježava značajan porast popularnosti televizijske romantične komedije i na Zapadu (npr.: Carr, 2022; Cerar, 2018).

[169] Creeber (2001, 2008b, 2015c) ne analizira romantičnu komediju, a u literaturi se žanrovske odlike televizijske romantične komedije razmatraju povezano s filmskom romantičnom komedijom (npr.: Abbott i Jermyn, 2009; Cerar, 2018).

[170] Televizijske romantične komedije tijekom 20. stoljeća popularne su primjerice u kulturama istoka i jugoistoka Azije gdje se razvijaju lokalne inačice žanra. U tim kulturama dominiraju japanske i južnokorejske romanse (romantične melodrame i romantične komedije). Za popularnost i odlike južnokorejske romantične komedije koja se razvija u okviru takozvane K-drame vidi: Ji-Yeon, 2021; Ju, 2020, 2021; Korean Culture and Information Service, 2011, a za japansku 'urbanu romansu' vidi: Iwabuchi, 2004b. Rijetke su popularne zapadne televizijske romantične komedije starijeg datuma, poput serije-antologije *The Love Boat* (ABC, 1977-1986 [vidi: Saunders, 1998]). Iako je serija doživjela veliku popularnost, a kasnije je snimljen i nastavak *The Love Boat: The Next Wave* (UPN Network, 1998- 1999 [vidi: Schwichtenberg, 1984; Seiter, 1987; Thompson, 1983]), na zapadnim televizijama u 20. stoljeću prevagnulo je uklopljavanje formule romantične komedije u *sitcom* (kreirajući *romantični sitcom* [Parker 2000: 72-73]) te u žanrove drame (npr.: Ekdom Vande Berg, 1989).

U romantičnoj komediji komični elementi u osnovi proizlaze iz „diskurzivne igre“ (Neale i Krutnik, 2001: 151; vidi i: Mundy i White, 2002) – možemo je nazvati i 'ljubavnim pregovorima' – između glavnih protagonista. Tradicionalno, u glavnom zapletu žanr postavlja središnje pitanje „hoće li ove dvije osobe postati par?“ (Mernit, 2000: 13). Scenarist Billy Mernit (2000: 17) u slavnoj studiji romantične komedije piše: „U romantičnim komedijama prava tema je moć ljubavi. Iako se čini da mnoge romantične komedije u početku postavljaju partnera svog protagonista kao njegovog antagonista, u većini slučajeva zapravo je antagonist ljubav sama po sebi. To je sila s kojom se likovi priče moraju obračunati“. Osobito u ranijim inačicama žanra ljubav se pojavljuje kao 'čarobna sila' s kojom se ne može raspravljati pa ljubavni pregovori sretno završavaju ljubavnom zajednicom (Neale i Krutnik, 2001: 145). No, danas se romantična komedija više ne zasniva tek na specifičnoj ideologiji koja naglašava vrijednost braka i stabilnog heteroseksualnog para (usp.: Neale i Krutnik, 2001: 140-146) nego se bavi i širim spektrom tema povezanih s ljubavlju, romansom, intimnošću, prijateljstvom te seksualnim izborima i orijentacijama (Deleyto 2009: 18). Razlaz partnera postaje uobičajen kao i sretan završetak (Deleyto 2009: 25). U kontekstu takvog razvoja žanra, iako romantična komedija može sadržavati tek nekoliko, ili čak niti jednu šalu, *komična perspektiva* izdvaja se kao ključna komponenta žanra. Fleksibilnost žanru omogućuje središnji dio narativa (drugi čin), a osobito mehanizmi prema kojima humor i komika funkcioniraju u reprezentiranju diskursa žanra (Deleyto 2009: 18, 24).[171] Ono komično nije sekundarni dodatak iskustvu protagonista nego integralni element žanra koji kreira takozvani *komički prostor* (eng.: *comic space*) i za žanr specifičnu perspektivu sagledavanja ljudskih seksualnih i afektivnih problema (Deleyto 2009: 36). Komički je prostor fikcionalni socijalni prostor koji reflektira određene diskurse povezane s ljubavlju, intimnošću i seksualnošću, a koji omogućuje gledatelju ulazak u 'bolji svijet'. No, on je istovremeno i svojevrsni 'prazan koncept' kojeg svaki pojedinačni tekst, kulturni kontekst ili osobna gledateljeva perspektiva, može asocirati na različite diskurse povezane s intimnošću i ljubavlju. Iako komički prostor jest magični svijet transformacije protagonista povezan s intimnim odnosima (usp.: Neale i Krutnik, 2001: 143-145), on ne garantira samo jedan tip te transformacije (Deleyto 2009: 36-37). Stoga romantičnu komediju filmski i literarni teoretičar Celestino Deleyeto (2009: 30) određuje kao žanr koji koristi humor, smijeh i komiku da bi ispričao priče o međuljudskim afektivnim i erotskim odnosima.

[171] Sukladno strukturi većine holivudskih filmova i filmska je romantična komedija sastavljena od tri čina u okvirnim omjerima trajanja 1:2:1 (Bordwell, 2006: 28). Nakon tzv. 'slatkog susreta' (eng.: '*cute meet'*) budućeg para (prvi čin), slijedi glavni zaplet (drugi čin). Treći čin tradicionalno donosi razrješenje u obliku 'radosnog poraza' (eng.: *'joyful defeat'*) prepreka koje su stajale na putu ljubavnoj zajednici (Mernit, 2000: 13, 111-116).

Romantične komedije danas međusobno mogu značajno oscilirati u odabiru dramatičnih i/ili komičkih registara u obradi romantičnih odnosa, a mogu biti i nekonvencionalna djela o seksualnim navikama ili 'antiromantične' priče koje koristeći konvencije romantične komedije odbacuju ili čak preziru romantični idealizam karakterističan za žanr (Krutnik, 2006: 133). To mogu biti i priče u kojima je heteroseksualna ljubav zamijenjena prijateljstvom (Deleyeto, 2003: 168) jednako kao i ambivalentne i groteskne romantične komedije (Grindon, 2011: 64; vidi i Cerar, 2018). Kao što primjećuje Frank Krutnik (2006), zbog ukupnog raslojavanja publike i tehnoloških promjena na filmu i televiziji dolazi do vrlo snažne diversifikacije romantičnih komedija te do formiranja novih formula. Romantična komedija tijekom vremena se transformirala i prilagodila društvenim promjenama, a upravo je ta podatnost žanru osigurala kontinuiranu popularnost (Deleyeto, 2003: 168; vidi šire: Angyal, 2014; Cerar, 2018; Grindon, 2011; Jeffers Mcdonald, 2007, 2009; Krutnik, 1990, 1998; Neale, 1992; Neale i Krutnik, 2001).

U 21. stoljeću filmska romantična komedija se sve više i iz kino dvorana seli u kućni milje, a „gledanje romantičnih komedija redovito se doživljava kao kućni ritual“ (Cerar, 2018: 45; vidi: Brodesser-Akner, 2012; Meslow, 2022). Istovremeno se romantična komedija kao žanr s filma dobrim dijelom selili na televiziju (Cerar, 2018: 32), a u okviru QTV metažanra razvija se „*inovativna, suvremena i autorefleksivna* romantična komedija“ (Cerar, 2018: 33). Hibridni *sitcom* *Seks i grad* odigrao je presudnu ulogu u prepoznavanju suvremene televizije kao medija pogodnijeg i od filma za dalji razvoj žanra u 21. stoljeću (Oria, 2011).[172] Dolazi do svojevrsne televizijske 'dekonstrukcije' filmske romantične komedije. Naime, televizijska romantična komedija ponajprije strukturu same priče usklađuje s medijem televizije u kojemu je *serijalnost narativa* jedna od glavnih odlika fikcije pa dolazi do stanovitih dramaturških i narativnih inovacija. Pri tome televizija, za razliku od filma koji se uglavnom obraća srednjestrujaškoj publici, u želji da zadovolji i nišnu publiku različitih senzibiliteta vezanih za komično, obogaćuje žanr i pomiče njegove granice (Oria, 2011: 128-129).[173]

[172] Serija *Seks i grad* hibridizira *sitcom*, takozvanu *screwball* romantičnu komediju (brzog tempa i dosjetljivih dijaloga) i *high-end* dramu s elementima ispovjednog *talk showa* i sapunske opere (vidi: Akass i McCabe, 2004). Serija zadržava gradivne elemente *sitcoma* (usp.: Bignell, 2004: 163; Trinidad, 2005: 568) pa je u *The Television Genre Book* (Creeber, 2001, 2008c, 2015d) uvrštena u žanr situacijske komedije.

[173] Najprije, raste broj serija koje hibridiziraju romantičnu komediju sa širokim spektrom dramskih žanrova poput serije *Pushing Daisies* (ABC, 2007-2009), hibrida romantične komedije, *fantasyja* i detektivske fikcije. Osim ovakvih žanrovskih hibrida snimaju se i serije žanrovski jasno pripadne romantičnoj komediji, poput serija *Love Life* (HBO, 2020-), *The Baker and the Beauty* (ABC, 2020) ili *Sweet Magnolias* (Netflix, 2020-). Snimaju se i romantične komedije-drame koje u romantičnu komediju uvode snažniji realistični prikaz osobnih, obiteljskih i problema u rodnim odnosima, poput serije *Feel Good* (Channel 4, 2020-2021), *Insecure* (HBO, 2016-2021), *Younger* (TV Land, 2015-2020, Paramount i Hulu, 2021) ili *Modern Love* (Amazon Prime Video, 2019-2021).

Romantična komedija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Na ljestvicu Top 10 uvršten je u Dobu promjene jedan naslov romantične komedije, već spomenuta miniserija *Vjerujem u anđele*, nastala zajedno s istoimenim igranim filmom. Postigla je rejting od 11.84 % AMR-a (OŠ i bez: 13.72 %; SSS: 10.64 %; VŠS i VSS: 11.22 %; žene: 12.63 %; muškarci: 10.96 %; urbani: 11.81 %; ruralni: 11.87 %; dob 18-30: 4.20 %; dob 31-45: 8.07 %; dob 46-60: 14.18 %; dob 60+: 20.23 % AMR-a). Na ljestvici Top 11-20 nije bilo naslova ovog žanra. Osim navedene serije nije bilo drugih romantičnih komedija uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.3.4. Lažni dokumentarac (mockumentary)

Lažni dokumentarac (eng.: *mock-documentary* ili *mockumentary*) najdublje je ukorijenjen u britanskoj i američkoj audiovizualnoj tradiciji (C. J. Miller, 2012: xii: vidi i Hight, 2010).[174] Tijekom 20. stoljeća taj se žanr snažnije razvija na filmu nego na televiziji (Doherty, 2003; Mast, 2009). No suvremena je televizija, a ne film, medij je koji presudno doprinosi tome da danas o lažnom dokumentarcu možemo govoriti i kao žanru (Bayer, 2006: 169; vidi šire npr.: Juhasz and Lerner, 2006a; Rhodes i Springer, 2006b), ali i da možemo govoriti o široko prihvaćenom „mokumentarnom diskursu“ (eng.: *„mockumentary discourse“* [Hight, 2010: 8-9]) kao dijelu popularne kulture 21. stoljeća, oblikovanome specifičnim odnosom ne samo prema dokumentarcu nego i prema drugim „diskursima činjeničnosti“ (Hight, 2010: 11; Roscoe i Hight, 2001: 183; vidi i Hight, 2012). Kao i dokumentarna drama, i lažni se dokumentarac temelji na specifičnom načinu aludiranja na dokumentarni film (Lipkin, Paget i Roscoe, 2006: 12; Roscoe i Hight, 2001: 42-43). No, „dok se dokumentarna drama pokušava uskladiti s dokumentarizmom da bi potvrdila povezanost svojih tvrdnji s istinom“ (Roscoe i Hight, 2001: 46), namjera lažnog dokumentarca je „poigrati se dokumentarcem, potkopati ga ili izazvati“ (Roscoe i Hight, 2001: 47) u cilju refleksije određenih pojava, prožete humorom (Corner, 2008a: 127; vidi: Roscoe i Hight, 2001: 47-53). U najkraćem, 'dokumentarnost' i 'činjeničnost' atributi su koji se u tom žanru koriste za generiranje

---

Snimaju se i televizijske obrade filmskih romantičnih komedija poput serija *High Fidelity* (Hulu, 2020) ili *Four Weddings and a Funeral* (Hulu, 2019). Snimaju se i romantične komedije koje se snažnije oslanjaju na ambivalentne i groteskne romantične filmske komedije, poput hibrida crne komedije, romantične komedije i komedije-drame *You're the Worst* (FX, 2014, FXX, 2015-2019) ili hibrida romantične komedije i takozvane *cringe* komedije *The Mindy Project* (Fox, 2012-2015, Hulu, 2015-2017 [za spomenute serije vidi: Carr, 2022; Carver, 2020; Cerar, 2018]). *Cringe komedija* naziv je za komediju koja donosi 'bolni' smijeh „koji proizlazi iz nezgrapnosti u društvenim interakcijama i nedostatka samosvijesti ljudi“ (Susman, 2013).

[174] Eng.: *mock* – ismijavati se, rugati se; u složenicama – tobožnji, prividan, lažan. Danas su izrazi *mocumentary* i *mock-documentary,* koji jasno ukazuju na specifičan diskurzivni odnos prema dokumentarcu, najčešći u akademskoj i javnoj uporabi (Hight, 2010: 8). No, neki autori (npr.: Luhasz i Lerner, 2006) za *mockumentary* rabe i neprecizni engleski izraz *fake documentary* (vidi: Corner, 2008a: 126-127; C. J. Miller, 2012: xiii) ili rabe također neprecizni izraz pseudo-dokumentarac (eng.: *pseudo-documentary* [npr.: Jacobs, 2000, prema Hight, 2010: 8]). Žanr nije uvršten u *The Television Genre Book* (Creeber, 2001, 2008c, 2015d).

parodije i satire (Hight, 2010: 25).[175] Za predmet parodije lažni dokumentarac uzima i dokumentarac kao oblik komunikacije, ali i same i dokumentariste, kao i kulturne, društvene i/ili političke ikone (Lipkin i sur., 2006: 14), poigravajući se našim unutarnjim svjetovima i društvenim odnosima (C. J. Miller, 2012: xi). Žanr odlikuje „ugovor sklopljen između producenta i publike“ (Lipkin i sur., 2006: 17) koji od publike zahtijeva gledanje na tekst kao na 'dokumentarnu prezentaciju', ali s punom sviješću o njegovom stvarnom fikcionalnom statusu. Tekst stoga ne smije biti 'nečitljiv' već blizak 'pravoj stvari', a ono što postaje vidljivo kroz njen uočljivo pogrešan prikaz jest istovremena i međuovisnost između kopije i stvarnog, i „nemogućnost da jedno postane drugo“ (Juhasz i Lerner, 2006b: 7).

Filmski i televizijski teoretičari Jane Roscoe i Craig Hight (2001) u svojoj pionirskoj studiji lažnog dokumentarca ističu da ti tekstovi osobito teže prisvojiti i potkopati klasične generičke oznake povezane s diskursima dokumentarnog 'realizma' (Corner, 2008a: 125; vidi i: 2000, 2002) koje generiraju dojam autentičnosti dokumentarca.[176] Odnosno, lažni dokumentarci posebno potkopavaju autoritativni, didaktički, sveznajući diskurs često povezan s *izlagačkim* (eng.: *expository*) dokumentarnim modusom (Nichols, 2010: 149) ili diskurs objektivnosti i transparentnosti tipičan za takozvani *promatrački* (eng.: *observational'* [Nichols, 2010: 150]) takozvani *fly-on-the-wall* dokumentarni stil (dokumentarist je kao 'muha na zidu'), koji naglašava minimalizaciju intervencije kreatora programa. Roscoe i Hight (2001) dijele lažni dokumentarac na tri podskupine temeljem stupnja do kojeg se potkopavaju dokumentarne konvencije koje se prisvajaju i koriste (eng.: *degrees of 'mock-dockness'* [Roscoe i High, 2001: 64]). To su: *stupanj parodije*, *stupanj kritike* i *stupanj dekonstrukcije*. Valja ih shvatiti kao dijelove kontinuirane ljestvice koja se kreće od 'benevolentnog' do 'neprijateljskog' prisvajanja dokumentarnih konvencija pri čemu pojedini tekstovi mogu pripadati i više nego jednoj kategoriji. Također, ti stupnjevi u različitoj mjeri dovode do ostvarenja inherentne refleksivnosti (autoreferencijalnosti ili metakomentarnosti [Mast, 2009: 235-236]) lažnog dokumentarca. *Parodijski lažni dokumentarac* uključuje ono što bi se moglo nazvati 'benevolentnom' ili 'nevinom' upotrebom dokumentarnih kodova i konvencija (Roscoe i Hight, 2001: 68, 73). Dokumentarna estetika prisvaja se ponajviše iz stilskih razloga i radi isticanja humora, a tekstovi uglavnom parodiraju

[175] Parodija je „preoblikovanje nekog, najčešće poznatog i slavnog, djela na takav način da se dobiva komičan i/ili satiričan smisao“ (Solar, 2006: 212). Pretpostavlja „i ponavljanje i razliku“ (Hutcheon, 2000: 101) u odnosu na svoje subjekte pa može biti i 'parazitska' (u odnosu na 'original'), konzervativna, kritička i transformativna (Hutcheon, 2000: 75, 101; vidi i: Harries, 2000: 6). Satira „podrugljivo, duhovito i najčešće oštro karikirano osuđuje općeljudske ili društvene mane“ (Solar, 2006: 262).

[176] Lažni dokumentarci mogu se pozivati na (i dovoditi ih u pitanje) tri povezana standarda dokumentarizma. To su: (a) tehnologije/načini kazivanja istine; (b) 'autoritet' onih koji iznose (i primaju) takve tvrdnje istine, te (c) potreba da se kaže ono neispričano i ono djelomično istinito (Juhasz i Lerner, 2006b: 9-11).

neki segment popularne kulture (Roscoe i Hight, 2001: 68-69, 73).[177] *Kritički lažni dokumentarac* uključuje 'ambivalentno' prisvajanje dokumentarne estetike jer sadrži i „djelomičnu ili prigušenu kritiku medijskih praksi“ (Roscoe i Hight, 2001: 70). Ovdje se (gledatelju poznata) legalistička ili istraživačka pozicija zauzima da bi se ponudila parodijska kritika ljudi i događaja, ali i njihove medijske reprezentacije. Stoga tekstovi te skupine mogu propitivati mogućnost 'objektivnosti', sposobnost 'balansiranog' medijskog prikaza političke i društvene stvarnosti i slične teme (Roscoe i Hight, 2001: 71). U skupinu kritičkih lažnih dokumentaraca Roscoe i Hight (2001: 72) ubrajaju i 'podvalu' (eng.: *hoax*) koja namjerno kreira zbunjenost oko svog fikcionalnog statusa s intencijom da bude refleksivna u odnosu na činjenični diskurs.[178] *Dekonstrukcijski* lažni dokumentarci u prvi plan postavljaju eksplicitnu kritiku dokumentarne forme. Odnosno, cilj im je „istražiti, podrivati i dekonstruirati činjenični diskurs i njegov odnos prema dokumentarnim kodovima i konvencijama“ (Roscoe i Hight, 2001: 73). Njihov je stvarni subjekt sam dokumentarni projekt kao takav (Roscoe i Hight, 2001: 72). Za ove se lažne dokumentarce može reći da predstavljaju „'neprijateljsko' preuzimanje dokumentarne estetike“ (Roscoe i Hight, 2001: 72) pa ih ponekad nije lako prepoznati kao fikciju (Roscoe i Hight, 2001:169).[179]

Na televiziji na prijelazu iz 20. u 21. stoljeće dolazi do eksplozije produkcije lažnih dokumentaraca (Lipkin i sur., 2006: 24) na način da se razvijaju razni tipovi serijaliziranih *mocumentaryja,* a lažni dokumentarac počinje aludirati i na brojne druge činjenične žanrove osim dokumentarnog filma (vidi šire: Hight, 2010, 2012), osobito one u okviru *reality* televizije (Lipkin i sur., 2006: 24-25; za reality TV vidi: Dovey, 2000; Kilborn, 2000; Mast, 2009; Shattuc, 2014). Uglavnom su to tridesetominutne serije epizodne strukture manjeg broja nastavaka (Hight, 2010: 205, 2012: 75).[180]

---

[177] Primjer parodijskog lažnog dokumentaraca je kino film *This is Spinal Tap!* lažni *rock* dokumentarac iz 1984. godine koji parodira hipermaskulinitet *heavy metal rock* scene (vidi: Roscoe i Hight, 2001: 68-69, 100-130). Od strane široke televizijske publike obično su najprihvaćenije upravo lažno dokumentarne serije istaknutog parodijskog diskursa. Primjer takve serije je *Da Ali G Show* s elementima kritičkog *mocumentaryja* u kojoj Sacha Baron Cohen glumi tri neortodoksna novinara: lažnog pozera Ali G-a, kazahstanskog reportera Borata Sagdiyeva i homoseksualnog austrijskog modnog entuzijasta Brüna Geharda (usp.: Hight, 2010: 205, 2010-2011; vidi i: Popović, 2011).

[178] Primjer televizijskog kritičkog lažnog dokumentaraca je parodija rock dokumentarca *Bad News Tour* (Channel 4, 1983) koja za razliku od svog svojevrsnog prethodnika, kino filma *This is Spinal Tap!* iz 1984. godine izravnije eksploatira tenzije i kontradikcije prisutne u bilo kojoj suradnji između dokumentariste i njegova subjekta. Novozelandski televizijski film *Forgotten Silver* (Television New Zealand, 1995) o 'zaboravljenom' novozelandskom filmašu Colinu McKenzieu i pronalasku njegovih izgubljenih filmova primjer je kritičke 'podvale' (Roscoe i Hight, 2001: 70-72, 131-159), ali ujedno i primjer lažnog dokumentarca dekonstrukcije (Roscoe i Hight, 2001: 160).

[179] Primjer dokumentarca dekonstrukcije je belgijska filmska lažna dokumentarna studija fikcionalnog serijskog ubojice *Man Bites Dog* iz 1992. godine (Roscoe i Hight, 2001: 170-178).

[180] Takve su primjerice lažna kulinarska emisija, serija *Posh Nosh* (BBC, 2003) ili serija *Look Around You* (BBC, 2002-2005), parodija televizijskih obrazovnih i popularnih znanstvenih programa (vidi šire: Hight, 2010, 2012). Parodiraju se i televizijske vijesti te programi o aktualnim događanjima kao u seriji *The Day Today* (BBC, 1994), te

U kontinuumu različitih oblika i stupnjeva primjene mokumentarne premise u kreiranju televizijskih serija došlo je i do djelomičnog oslabljivanja granica između *sitcoma* i lažnog dokumentarca, o čemu je već vilo govora (vidi: 10.3.1.). Naime, dio suvremenih serija mokumentarnog diskursa hibridizira doku-*soap* i *sitcom.* Craig Hight (2010: 253) ih naziva mokumentarnim sapunicama (*„mockusoaps"*) jer se oslanjaju na bliskost gledatelja s žanrom doku-*soapa* i sagledava ih kao dio podvrste suvremenog *sitcoma* nazvane *comedy vérité,* (vidi: 10.3.1.). No u *comedy vérité*, kao i u drugim suvremenim *sitcomima* moguća je i tek vrlo ograničena upotreba mokumentarnog diskursa (Hight, 2010: 205-206, 2012: 74-75).

Lažni dokumentarac u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Na ljestvicu Top 10 nije uvršten niti jedan lažni dokumentarac. Na Ljestvicu Top 11-20 u Dobu promjene uvrštena je domaća serija *Instruktor* (RTL, 2010) prosječnog rejtinga od 8.01 % AMR-a koja je najveću gledanost ostvarila u obrazovnoj skupini VŠS i VSS (OŠ i bez: 6.19 %; SSS: 8.87 %; VŠS i VSS: 9.80 %; žene: 9.01 %; muškarci: 6.89 %; urbani: 7.85 %; ruralni: 8.17 %; dob 18-30: 6.59 %; dob 31-45: 10.48 %; dob 46-60: 8.41 %; dob 60+: 6.31 % AMR-a). Osim navedene serije nije bilo drugih lažnih dokumentaraca uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.3.5. Skeč komedija

Skeč komedija je na Zapadu dugovječan žanr komedije, a nastala je iz tradicije vodvilja, kazališne burleske i *music halla* (Krutnik i Neale, 1990; Neale, 2008b; Wilmut, 1980, 1985). Tijekom dvadesetog stoljeća skečevi su se iz kazališta proširili i na radio, film i televiziju. Ponekad bi djela u kojima su se skečevi pojavljivali bila isključivo igrana, a ponekad (na radiju i televiziji), skečevi su se uklapali u u 'program raznovrsne zabave', takozvani *variety show* (Neale, 2008b: 76; vidi i: Neale i Krutnik, 1990: 176-208; za televizijski *variety show* vidi: Scheurer, 1985).[181] Televizijski *variety show* možemo u najkraćemu opisati kao zabavnu emisiju u kojoj na televizijskoj pozornici i/ili u zasebno snimljenim segmentima nastupaju raznovrsni izvođači nudeći različite oblike zabave. Iako dobar dio *variety* programa sadrži neke komične elemente, oni ne moraju biti dominantni. U tom smislu teoretičar filma i televizije Timothy Scheurer (1985: 307) razlikuje opći *variety*, glazbeni *variety* i komedijski *variety*. Četiri su glavna oblika varijetetske komedije (Neale i Krutnik, 1990: 179). Osim (a) *komične pjesme* tu je i (b) *monolog* u kojemu se jedan izvođač izravno obraća publici. Kasnije se iz monologa razvija *stand-up* komedija (Neale i Krutnik, 1990:

različiti faktografski hibridi kao u seriji *Operation Good Guys* (BBC, 1997-2000) koja kritizira faktografske formate o djelovanju policije (Hight, 2010: 224-244).

[181] Kod nas se za takve izvedbe u ranijim godinama ponekad koristio i izraz *varijete* koji primarno označava kazalište u kojem se izvodi program sastavljen od glazbenih, plesnih, komičnih, artističkih i drugih točaka ili noćni lokal sa zabavnim programom.

182-187). (c) Nadalje, tu je i *komična izvedba u dvoje* (eng.: *double act*) „u smislu nastupa dvaju komičara, jednog koji ima smiješne replike dok drugi djeluje kao njegova marioneta“ (Wilmut, 1985: 53), a u kojemu se u osnovi izvođači pojavljuju kao personalizirani profesionalci, kao 'oni sami', ljudi čija je profesija komično izvođenje (Neale i Krutnik, 1990: 192). Postoje razni oblici izvedbi, od takozvanog 'unakrsnog razgovora' (eng.: *cross-talk*) koji može biti i blizak *stand-up* nastupu, do oblika koji uključuju i skečeve (Neale i Krutnik, 1990: 187-192; vidi i: Wilmut, 1985: 53-62). Na kraju, tu je i (d) *skeč.* Njegova su razlikovna obilježja „fikcionalni likovi i okružja (određeno 'drugdje'), dijalog i neka vrsta uzročnog događaja koji pokreće razgovor ili radnju“ (Neale i Krutnik, 1990: 192). U rano doba televizije svi ti oblici varijetetske komedije izvodili su se uživo pa ih je pratila aura performansa 'sada i ovdje'. Međutim, televizijska skeč komedija uvijek je manje ovisila o ovoj auri nego *stand-up* komedija. Skečevi su se stoga mogli otvorenije koristiti snimanjem, montažom i drugim televizijskim tehnikama i mogli su se pojavljivati kao očiti umetci u program (Neale, 2008b: 76-78). Kasnije su se skečevi počeli spajati u jedinstvenu igranu skeč komediju (engl: *comedy sketch show*) kao tekst trajanja od oko 30 do oko 60 minuta. Riječ je o samostalnim komedijama sastavljenima od skečeva koje mogu uključivati i druge raznovrsne elemente poput najava, animacija, titlova, glasovnog pripovjedača [eng.: *voice-over*] i drugih (npr.: Neale i Krutnik, 1990: 196-197). Pri tome su skečevi relativno slobodne forme koje mogu uključivati brojne oblike humora od parodije, satire, ironije, do humora zasnovanoga na (ponekad do apsurda dovedenih) ponavljajućih verbalnih fraza (eng.: *cataphrase humour*) i drugih oblika humora (Mundy i White, 2012: 123-124). Zbog svoje prirode 'varijetetske komedije' i jasne strukturne segmentiranosti, skeč komedije sastavljene od više skečeva nerijetko se jednostavno razvrstavaju i kao *variety* (vidi: Krutnik i Neale, 1990; Neale, 2008b).

Skečevi su kratke strukture, obično sačinjene od jedne scene.[182] Općenito, sastoje se od određenog okružja (eng.: *setting*), jednog ili više fikcionalnih likova te od unutarnjeg vremenskog okvira unutar kojeg se eksploatiraju komične mogućnosti neke premise (situacije, odnosa, teme razgovora, jezika, načina govora, ponašanja i slično) ili nekog drugog organizacijskog principa. Te komične mogućnosti ili se iskorištavaju do točke vrhunca i zaključka, ili se jednostavno napuštaju (Neale, 2008b: 76; vidi šire: Neale i Krutnik, 1990: 192-196). Kratkoća skečeva proizlazi iz njihova podrijetla u varijetetskim programima, u kojima radnje bilo koje vrste obično nisu trajale više od dvadeset minuta; većina je trajala oko deset minuta, a radijski i televizijski skečevi obično čak i kraće (Neale, 2008b: 76). Steve Neale (2008b: 76) razlikuje dvije temeljne opozitne skupine skečeva: *skečeve vizualne orijentacije* (poput ubrzanih sekvenci potjere u

[182] Već i sam engleski izraz *sketch* (skica, prvi nacrt, kroki) upućuje na kratku komediju.

skečevima komičara Bennyja Hilla, u kojima je jedini zvuk glazbena pratnja) i *skečeve uglavnom ili isključivo usredotočene na dijalog* (poput skečeva komičara Mela Smitha i Griffa Rhysa Jonesa u kojima je jedina radnja razgovor i gdje se okruženje sastoji jednostavno od stola i stolaca).[183]

Krajem 1960-ih pojavile su se prve inovativne skeč komedije koje aktivno istražuju i iskorištavaju tehnološke, konceptualne i komunikacijske odlike televizijskog medija (Neale, 2008b: 76). U SAD-u je to bio *Rowan and Martin's Laugh-In* (NBC, 1968-1973), a u UK-u – *Leteći cirkus Montyja Pythona* ([*Monty Pythons Flyng Circus*] BBC, 1969-1974). Te su skeč komedije među prvima istražile (i parodirale) forme i konvencije televizijskog emitiranja te prilagodile prezentaciju skečeva segmentnim ritmovima i strukturama televizije kreirajući jedinstvena djela (Neale, 2008b: 76-78). Mnogi od formom najinovativnijih televizijskih skečeva prikazani su u *Letećem cirkusu Montyja Pythona*, no ta skeč komedija unosi novosti ne samo u format televizijskog skeča, nego i u strukturu komedijskog varijetetskog programa u cjelini (Neale i Krutnik, 1990: 196-197; vidi i Wilmut, 1980: 195-232). Osim strukturalnih poigravanja, ono po čemu je *Leteći cirkus Montyja Pythona* najpoznatiji jest upotreba elementa začudnosti u postizanju komičnog učinka (Neale i Krutnik, 1990: 201; Wilmut, 1980: 198). Druga tipična korištena tehnika jest „uzeti neku ideju, a zatim joj dopustiti da uvelike izmakne kontroli, da se taj apsurd dalje nadograđuje u apsurdnosti“ (Wilmut, 1980: 198). Skeč komedija *Rowan and Martin's Laugh-In* popularizira stil u kojemu je materijal skečeva komprimiran, kondenziran i telegrafski (Neale, 2008b: 78). Inovacije donose i skečevi i komedijski varijetetski programi kreirani od strane žena i etničkih manjina ili programi namijenjeni djeci i obiteljskom gledanju poput serije *Muppet Show* (ITV, 1976-1981). Ipak, dominantne su tradicionalnije skeč komedije (Neale, 2008b: 78). No, dok se u UK-u tijekom 21. stoljeća nastavlja tradicija raznolikih vrsta skeč komedije (Mundy i White, 2012: 124), na američkoj je televiziji skeč komedija potisnuta od strane *sitcoma* i *stand-up* komedije (Neale, 2008b: 78). Većim je dijelom prisutna kao dio kasnovečernjih *talk show* programa ili danas rijetkih *variety show* programa poput *Saturday Night Live* (NBC, 1975-).

Skeč komedija u Hrvatskoj: kvantitativna analiza. Žanr nije uvršten na ljestvicu Top 10. Na ljestvicu Top 11-20 u Novom su dobu uvrštena dva naslova, britanski *Kad starci prolupaju* ([*Off Their Rockers*] ITV, 2013-2016) i srpski *Andrija i Anđelka* (Prva srpska televizija, 2015-2016). Skeč komedija *Kad starci prolupaju* ostvaruje rejting od 5.68 % AMR-a (OŠ i bez: 7.54 %; SSS: 5.46 %; VŠS i VSS: 3.34 %; žene: 6.50 %; muškarci: 4.78 %; urbani: 4.76 %; ruralni: 6.65 %; dob

[183] Neale (2008b: 76) naglašava da Wilmut (1985) dalje razlikuje 'skečeve' i 'komične izvedbe u dvoje' u kojima se skečevi grade oko dva jednako važna izvođača. No, „budući da su skečevi u komičnoj izvedbi u dvoje još uvijek skečevi“, Neale (2008b: 76) upozorava da je „korisnost ove specifične razlike možda otvorena za raspravu“.

18-30: 2.42 %; dob 31-45: 4.48 %; dob 46-60: 8.34 %; dob 60+: 6.39 % AMR-a). Skeč komedija *Andrija i Anđelka* ostvaruje rejting od 5.01 % AMR-a (OŠ i bez: 6.14 %; SSS: 4.69 %; VŠS i VSS: 4.21 %; žene: 6.01 %; muškarci: 3.91 %; urbani: 4.58 %; ruralni: 5.47 %; dob 18-30: 3.34 %; dob 31-45: 4.89 %; dob 46-60: 6.28 %; dob 60+: 5.30 % AMR-a). Osim navedenih serija nije bilo drugih skeč komedija uvrštenih na zasebne ljestvice obrazovnih skupina (vidi: Prilog 3).

10.4. Sapunska opera[184]

Sapunska opera (eng.: *soap opera*) žanrovska je skupina igranih serija specifične serijalizirane narativne strukture (R. Allen, 1995a) koja sentimentalnim i melodramatičnim diskursom tematizira osobnu sferu (McCarty, 2008: 60).[185] Televizijska je sapunska opera po uzoru na one radijske osmišljena 1950. godine kao američki niskobudžetni komercijalni dnevni serijal za kućanice (R. Allen, 1985: 110-114, 122-123), a temeljem te prvotne formule kreirana je žanrovska skupina bogata raznolikim lokalnim žanrovima (Bielby i Harrington, 2010: 80; vidi: R. Allen, 1995b). Ipak, osnovna narativna premisa sapunske opere nije se promijenila (Bielby i Harrinton, 2010: 82), a tekstovi pripadni toj žanrovskoj skupini i dalje dijele brojne zajedničke generičke odlike (Slade i Beckenham 2005: 338). Zapadna teorija žanra u okviru sapunske opere razlikuje dva temeljna žanra (usp.: Artz, 2015; Creeber, 2001, 2008c, 2015d). Prvi je *sapunska opera u užem smislu* (nazivamo je žargonski: *sapunica*), a drugi je *telenovela*. Oba su se žanra razvila kao melodramatske priče koje snažne emocije smještaju u svakodnevni osobni svijet (Abu-Lughod, 2008: 116). Na razini odlika narativa temeljna razlika između telenovele i sapunice ogleda se u tome što tradicionalna sapunica ima takozvani 'otvoreni' kraj, odnosno radnja se smišlja tijekom emitiranja serije i može se protezati čak i na nekoliko desetljeća emitiranja, a tradicionalna telenovela ima zatvoren narativni lûk – njeno je trajanje unaprijed ograničeno, obično na oko sedam mjeseci odnosno do dvjestotinjak epizoda po naslovu ili po sezoni ukoliko će serija biti nastavljena (R. Allen, 1995a: 17-18, 22; Matković, 2019: 226). No, suvremene telenovele na nekim se tržištima snimaju kao narativi otvorenog kraja (O'Donnell, 2004: 216; Tufte, 2008:

[184] Odjeljak o sapunskoj operi zbog same prirode te žanrovske skupine organiziran je nešto drugačije od odjeljaka o drami i komediji. Zbog bliskih odlika sapunice i telenovele (dvaju žanrova u okviru sapunske opere), u ovom ćemo ih odjeljku analizirati zajedno.

[185] Jane Feuer (1994: 551) ističe da je sapunska opera u 20. stoljeću televizijski ekvivalent filmskoj melodrami i za tu skupinu tekstova rabi izraz *televizijska melodrama* (vidi i: Gledhill, 1992). Ipak, u suvremenoj akademskoj praksi izrazima 'melodramatski serijal' (eng.: *series melodrama* ili *melodrama serial* [npr.: Artz, 2015: 193-194]) odnosno 'televizijska melodrama' (eng.: *televised melodrama* [npr.: Abu-Lughod, 2008: 116]), češće se u samim zemljama nezapada označavaju raznolike nezapadne inačice sapunske opere međunarodno poznate kao telenovele (Artz, 2015: 193).

73).[186] Broj nastavaka suvremenih telenovela zatvorenog kraja snažno varira od jedne do druge lokalne inačice (usp.: Allen, 1995b; Acosta-Alzuru: 2021; Donnell, 1999). Nadalje, dok se sapunice obično bave međuljudskim odnosima u određenoj „velikoj zajednici međusobno povezanih protagonista“ (R. Allen, 1995a: 18), telenovele su obično „visoko personalizirane priče o romansi i uspjehu“ (Artz, 2015: 194). K tome, sapunice su komercijalni proizvod Zapada, a telenovele, kao njihova izvedenica, „distinktivno nezapadni žanr“ (Havens: 2005: 271; vidi: R. Allen, 1995b; Artz, 2015).[187]

Sapunice osobne odnose prikazuju na tri osnovna načina koji se u praksi mogu na različite načine kombinirati (Liebes i Livingstone, 1998). *Dinastičke sapunice* usredotočene su na određenu moćnu obitelj, a protagonisti su povezani romansom, brakom ili rivalstvom. *Sapunice zajednice* usredotočene su na zajednice ili susjedstva koja sačinjavaju brojne odvojene jednako zastupljene višegeneracijske obitelji (ili simboličke 'obitelji') i izdvojeni likovi. *Dijadičke sapunice* usredotočene su na mrežu mladih i često generacijski bliskih parova protagonista povezanih prošlim, sadašnjim i budućim romantičnim vezama. Na Zapadu su se razvili brojni lokalni podtipovi sapunica (Dunleavy, 2005: 379; vidi npr.: Bowles, 2000; Picard, 2011; Liebes i Livingstone, 1998; Kreutzner i Seiter, 1995; O'Donnell, 1999), a temelje se na kombinaciji dva osnovna stila: američkog i britanskog (Liebes i Livingstone 1994, 1998). *Američka sapunica* oslanja se na filmski žanr melodrame (R. Allen, 1985; Feuer, 1984) i na romantične literarne žanrove (Gledhill, 1992; Modleski, 2007; Radway, 1991), a dijeli se na dva glavna tipa. Američka dnevna sapunica (eng.: *daytime soap*) jeftinije je produkcije i iznimno velikog broja svakodnevno emitiranih nastavaka, na nekim tržištima desetljećima kontinuirano prikazivanih bez podjela na sezone (vidi: R. Allen, 1985). Neke od najčešćih tema tradicionalne američke dnevne sapunice su: zla žena, velika žrtva, ponovno osvajanje otuđenog ljubavnika/supružnika, brak zbog novca, poštovanja i slično, nevjenčana majka, obmane o očinstvu djece, karijera vs. kućanstvo te žena (ponekad i muškarac) alkoholičar (Weibel, 1977, prema: Hobson, 1982: 28). Riječ je o je temeljnom tipu sapunske opere pa je neki autori izdvajaju kao 'pravu' sapunicu (npr.: Cantor i Pingree, 1983). Američka večernja sapunica (eng.: *prime time soap*; *night time soap;* ponekad i:

[186] Na nekim tržištima se period emitiranja telenovele toliko produžava da takav tip telenovele ponekad dobiva i zasebne žanrovske etikete (npr.: u Širi Lanki *mega teledrama*, od lokalnog izraza za telenovelu 'teledrama' [Gamage, 2018: 2-3]).

[187] Od 1980-ih, kada zbog popularnosti večernjih američkih sapunica sapunska opera postaje globalni fenomen, raste broj uvezenih odnosno izvezenih sapunskih opera. Pri tome sapunicama Zapada od 1990-ih ukupna popularnost opada (npr.: Irwin i Cassata, 2011: 22; TV Series Finale, 2022; Seiter Wilson, 2005). Porastom dostupnosti i popularnosti kabelske televizije 1990-ih raste broj hibrida sapunske opere i drugih žanrova, namijenjenih određenoj segmentiranoj publici (npr.: Seiter Wilson, 2005) i razvijaju se drugi žanrovi koji temetiziraju osobnu sferu. Istovremeno u zemljama nezapada raste popularnost i broj lokalnih podtipova telenovele (R. Allen, 1995b; Artz, 2015; Havens, 2005; O'Donnell, 1999; Stavans, 2010).

supersoap [Dunleavy, 2005: 374]), znatno je viših produkcijskih vrijednosti i manjeg broja nastavaka od dnevne sapunice, a obično se emitira u tjednom ritmu (vidi: Ang, 1985; Feuer, 1984; Gripsud, 1995; Kreutzner i Seiter, 1995). *Britanska sapunica* (vidi: Hobson, 1982; Dyer, Geraghty, Jordan, Lovel, Paterson i Stewart, 1981; C. Geraghty, 1995) razvija se u tradiciji takozvanog 'društvenog realizma' (C. Geraghty, 1995; Jordan, 1981; vidi i Cooke, 2003), usmjerava se na svakodnevne životne borbe 'običnog čovjeka', otvara društvene probleme i pledira na pedagoški učinak (Jordan, 1981: 27-28), a estetika joj je prilagođena dojmu „priče iz stvarnog života“ (eng.: *„real-life tale“* [Hobson, 1982: 24]). Emitira se uglavnom u predvečernjim terminima dva ili više puta tjedno, rjeđe svakodnevno radnim danima u sklopu dnevnog programa (vidi: Hobson, 1982; Dyer i sur.; 1981). Američka sapunica dominantno prikazuje zajednice obrazovane srednje ili više srednje klase (večernje sapunice prikazuju i elitu), a britanska se sapunica suprotno tome usmjerava na zajednice niže srednje klase i radničke klase (Allen, 1995a: 20; Stempel Mumford, 1997: 99).

Telenovela je pod utjecajem američke dnevne sapunice originalno kreirana 1950-ih u Južnoj Americi (Matković, 2019: 231-236; vidi: R. Allen, 1995b; Stavans, 2010).[188] Najčešće je namijenjena emitiranju u večernjem terminu (nerijetko i u dnevnom ritmu), glavna priča je ljubavna, a tradicionalno se snažnije nego sapunica oslanja melodramu (Panjeta, 2014: 157-158). U kasnijem razvoju osnovna latinoamerička formula telenovele doživljava brojne lokalne preinake koje uključuju i raznovrsna trajanja pojedine sezone emitiranja (npr.: Abu-Lughod, 2008; Allen, 1995b; Artz, 2015; Chua i Iwabuchi, 2008; Cai, 2017; Dénommée, 2018; Iwabuchi, 2004a; Sigismondi, 2020; Slade i Beckenham, 2005; Panjeta 2014). Kao svoju spoznajnu osnovu telenovela koristi individualizaciju društvenog svijeta. Nudeći publici neprestane drame prepoznavanja i ponovnog spoznavanja, telenovela pretvara socijalna i politička pitanja u osobne i obiteljske pojmove i na taj način svom gledatelju nudi smisao sve složenijeg svijeta (Martín-Barbero i Muñoz, 1992: 26–28, prema Lopez, 1995: 261; vidi i: Martín-Barbero, 1993, 1995). Stoga teoretičarka kulture i medija Ana M. Lopez (1995: 261) smatra da ne trebaju čuditi brojne generičke modifikacije unutar žanra koje nastaju sukladno razlikama u pojedinom društvenom trenutku i nacionalnom kontekstu. Telenovela ima za određenu kulturu specifičan predvidiv

[188] Osobito kada je riječ o telenoveli valja upozoriti na terminološku nedosljednost. Iako izraz 'telenovela' obuhvaća sve telenovele, taj izraz ponekad označava latinoameričku telenovelu (temeljni tip telenovele), a telenovelama drugih područja ponekad se dodaje atribucija koja označava zemlju porijekla ili se rabe originalni lokalni nazivi (npr.: Acosta-Alzuru, 2021; Gül, 2021; Milovanović, 2023). Također, kada se obuhvaća žanr u cjelini, ponekad se umjesto izraza 'telenovela' rabe izrazi poput 'televizijska melodrama' odnosno 'melodramatski serijal' (npr.: Abu-Lughod, 2008; Artz, 2015), 'nezapadna sapunica' (npr.: Md Syed, 2011) i druge. Također, ponekad se izraz 'melodrama' za telenovelu koristi i u samoj Latinskoj Americi (vidi: Acosta-Alzuru, 2003).

repertoar klasnih, moralističkih i svjetonazorskih polarizacija (Martín-Barbero, 1993: 134-137), a uglavnom se bavi potragom pojedinca za uspjehom i prepoznavanjem u društvu pa često iz tih narativa izvire žudnja za novcem, a melodramatske se tenzije uglavnom zasnivaju na kontrastiranju bogatih, iskvarenih, i siromašnih, dobrih (Abu-Lughod, 2008: 203). Obiteljska drama i romantični usponi i padovi prikazani su na način koji ističe tenzije između urbanog i ruralnog, modernosti i tradicije ili društvene integracije i fragmentacije, a željeni uspon na društvenoj ljestvici uglavnom je povezan s realizacijom određenih osobnih, najčešće ljubavnih odnosa ili s upornošću u postizanju ciljeva (Straubhaar, 2007: 202). Dio telenovela osim dominacije ljubavne priče, nevjerojatnih događaja, fantazijskih priča o uzdizanju 'od neimaštine do bogatstva' (eng.: *rags-to-riches*) i melodrame (univerzalnih tema, pretjeranih zapleta i arhetipskih likova), odlikuje i *humor* (Mirrless, 2013: 203; usp.: Lopez, 1995; Tate, 2014; Tufte, 2008). Već smo spominjali da je telenovela u samim zemljama Južne Amerike toliko sveprisutna da funkcionira kao nadžanr unutar kojeg se razvijaju lokalno prepoznatljivi žanrovi (Artz, 2015: 200-201; vidi šire: Benavides, 2017; Jonas Aharoni, 2015; Lopez, 1995; Trinta, 1989), poput povijesne i komedijske telenovele (Tufte, 2008: 72-73), tradicionalnije *telenovele rosa* s jednodimenzionalnim karakterima fokusirane na romansu i tragičku ljubavnu patnju, *telenovele de ruptura* koja istražuje društvena pitanja i uvodi kompleksne karaktere (Acosta-Alzuru, 2003: 271), narko-drame (Benavides, 2008: 1-24) i drugih.

Osim u tematskom fokusu i odlikama serijalnosti, glavne razlike između sapunica i telenovela mogu se pronaći, inicijalnim ciljevima produkcije, a često i u odlikama televizijskog tržišta. Dok je sapunica nastala prvenstveno da bi zadovoljavala komercijalne ciljeve (usp. Allen, 1985), telenovela je kreirana uglavnom iz odgojnih i/ili ideoloških pobuda (npr.: Abu-Lughod, 2008; Cai, 2017; Gillespie, 1995; Gibson i Teer-Tomaselli, 2020; Kraidi i Al-Ghazzi, 2013; Matković, 2019; Panjeta, 2014; Rofel, 1995), nerijetko da bi se u nedemokratskim režimima pričama usmjerenima na osobne emocije istovremeno zadovoljile i želje vlastodržaca, i zahtjevi publike (Keane, 2008: 152), ali i da bi se takozvanim 'prorazvojnim' telenovelama u zemljama trećeg svijeta potaknuo razvoj i društvene promjene (Singhal i Rogers, 1998).

Serijalnost sapunske opere

Ekstremna serijalnost i struktura narativa i drugačija od one kakva se pojavljuje u ostalim žanrovskim skupinama, izražena je žanrovska odlika sapunske opere (usp: Allen 1985; 1995a;

Ang, 1985: C. Geraghty, 1981; Modleski, 1979).[189] Filmska i televizijska teoretičarka Christine Geraghty (1981) izdvaja tri ključne narativne konvencije sapunske opere prisutne već u američkoj dnevnoj sapunici. Prva je *specifična organizacija vremena* (C. Geraghty, 1981: 9-11) kod koje narativni razvoj ima tendenciju biti u dobroj mjeri zakočen. Ritam zapleta je spor i redundantan (Cantor i Pingree, 1983: 23-24), a upravo je dio psihološko-emocionalnog 'realizma' sapunske opere to da se likovi opetovano kreću kroz iste scenarije i neprestano rade iste pogreške (Feuer, 1986: 112). Pri tome sapunske opere kreiraju i specifičan odnos prema prošlosti pa bilo koji element prošlosti može 'uskrsnuti' kao sadašnjost, čak se i osobe za koje je gledatelj vjerovao da su umrle, mogu ponovno pojaviti (C. Geraghty, 1981: 16-17). S obzirom na to da se radnja kontinuirano (ili vrlo dugo) razvija bez krajnjeg razrješenja, kreira se druga ključna konvencija, *specifičan osjećaj za budućnost* (C.Geraghty, 1981: 11) – takav koji gledatelju jasno ukazuje na to da budućnost likova i smjer razvoja događaja zapravo nikada nisu definirani. Treća ključna konvencija sapunske opere je *međusobno ispreplitanje priča* (C. Geraghty, 1981: 11-12) tako da dvije ili tri priče zauzimaju jednak prostor u okviru epizode na način da se često „međusobno reflektiraju ili nadigravaju“ (eng.: „*reflect on and play off*“), pri čemu priče nisu u istom stadiju razvoja i kada jedna od njih završi, zamjenjuje ju nova. U nekim sapunskim operama jedna od priča može služiti i kao komični balans ozbiljnoj drami koju donose druge priče (C. Geraghty, 1981: 14). Ta tri esencijalna elementa usko su povezana s organizacijom narativa, osobito s korištenjem dvaju međusobno povezanih narativnih alata. Prvi su alat brojni *cliffhangeri* (prekidi radnje u napetim trenutcima) različitog intenziteta i važnosti, koji se poigravaju s pažljivo projektiranim 'znanjem' gledatelja o događajima i protagonistima (C. Geraghty, 1981: 13-15). Drugi su alat rijetki trenutci privremenih razrješenja koji se izmjenjuju s *cliffhangerima*, a ova izmjena kreira matricu narativne organizacije sapunske opere (C. Geraghty, 1981: 15-16). Kao 'ženski' narativ sapunska opera već u najranijoj fazi razvoja preuzima od 'domaće' ('sentimentalne') fikcije osobinu da se umjesto na akciju i portretiranje događaja usmjerava na *dijalog*, a kao narativni alat rabi ga na *specifičan način* (usp: Gledhill, 1992: 111; C. Geraghty, 1981: 24-25; Modleski, 1979: 36-37). Postoji jaz između onoga što se namjerava i onoga što se stvarno govori, gledatelj ne može predvidjeti učinke izgovorenih priznanja, „tajne koje je bolje ostaviti zakopane mogu biti izbrbljane u nekim intenzivnim trenucima ili pak uskraćene upravo kada protagonist najviše želi reći sve“ (Modleski, 1979: 37), a element trača, glasine, ogovaranja (eng.: *gossip* [C.

[189] Sapunsku operu ponekad se u SAD-u kolokvijalno naziva i jednostavno: „serijal“ (Harrington i Bielby, 2022: 1; npr: Allen, 1995b; Bielby i Harrington, 2010). Naime, od 1950-ih do 1990-ih na američkoj televiziji su dnevnim emitiranjima dominirali *serijali* – bile su to dnevne sapunice, dok su emitiranjima u večernjim terminima dominirale *epizodne* serije skupina drame i komedije (Allen, 1995b: 2; vidi i: Kompare, 2005).

Geraghty, 1981: 24]) važan je narativni alat ove skupine tekstova. Sapunska opera glasinu rabi za uvođenje novih informacija, za detaljnija pojašnjenja razloga zašto se nešto dogodilo i za pružanje informacija o idejama i spekulacijama koje mogu bitno utjecati na neke protagoniste, a sami narativi se vrlo često vrte oko pitanja što određeni likovi znaju ili ne znaju (C. Geraghty, 1981: 24-25). Večernje sapunice, iako podijeljene u sezone i u načelu manjeg broja epizoda od dnevnih sapunica, dobrim dijelom zadržavaju odliku „nedostatka finalnog zatvaranja priče" (Feuer, 1994: 555) ostavljajući otvorenom mogućnost da se serijal nastavi snimati. Iako telenovele traju obično jednu, a rjeđe nekoliko sezona i imaju u načelu zatvoren narativni lûk (npr.: Panjeta, 2014), i one u pravilu zadržavaju strukturne i dramaturške elemente derivirane iz neprekinutog serijala, od „nadmetanja i ispreplitanja više zapleta" (Cantor i Pingree, 1983: 22), do takozvanih *cliffhangera*, obrata u odnosima i karakternih obrata ili pak obrata u radnji u posljednjem trenutku i drugih (McCarty, 2008: 60) ili specifične redundantnosti priče i specifične usmjerenosti na dijalog. Primjerice ritam turskih telenovela ima „spor narativni tijek, iako se radnja odvija na velikom broju lokacija i sa brojnim likovima (može sadržavati i do 50 glavnih likova). Čestom alternacijom mnoštva linija zapleta postiže se utisak narativne gustoće. Svako odstupanje od ove žanrovske karakteristike iznevjeruje očekivanja publike i može ugroziti emitiranje serije" (Milovanović, 2023: 14). Upravo prevaga važnosti složene *paradigmatske strukture* (u smislu toga kako postupci i događaji utječu na složene međusobne odnose protagonista u zajednici) u odnosu na sintagmatski lanac događaja (u smislu glavnog smjera razvoja priče), narativna je značajka koju u pripovijedanje uvodi dnevna sapunica kao neprekinuti serijal (Allen, 1995a: 7, 18-20; vidi Allen, 1985: 69-73), a koju će preuzeti sve inačice sapunske opere (Allen, 1995b: 1, vidi šire: 1985). Stoga suvremenu sapunsku operu u cjelini valja percipirati kao fleksibilan i prilagodljiv narativni oblik, podložan različitim varijacijama u različitim vremenskim i nacionalnim kontekstima (Feuer, 1994: 552; vidi i: McCarty, 2008: 61).

Melodramatičnost i sentimentalnost sapunske opere

Melodramatičnost i sentimentalnost važne su žanrovske odlike sapunske opere, osobito američke večernje sapunice (Ang, 1985; Feuer, 1994) i većeg dijela telenovela (Artz, 2015).[190] Već američku

[190] Iako će se neki složiti s Peterom Brooksom (1995: 12) da je sapunska opera „jeftina i banalna melodrama", odnos sapunske opere i melodrame – i kao modusa izražavanja, i kao narativne formule – nešto je složeniji. Christine Gledhill (1992: 104) upozorava da ukupno gledano stupanj oslanjanja sapunske opere na melodramu varira ovisno o konkretnom tekstu i o odlikama kulture iz koje izvire. U 20. stoljeću osobito su britanske sapunice isticane kao nisko melodramatični primjeri žanra (Jordan, 1981), a u 21. stoljeću od snažne melodrame možda su najudaljenije određene, na Zapadu popularne, telenovele Dalekog istoka poput japanske 'idol drame' (orig.: '*idol dorame*' [Lin, 2019: 114]), odnosno 'urbane romanse' (Iwabuchi, 2004b: 9) koje donose priče o modernom, popularnom načinu života i urbanim iskustvima mlađih protagonista koji postaju idoli svojim gledateljima. U japanskim idol dramama,

dnevnu sapunicu odlikuje izrazito melodramatski stil glume, ali i specifična melodramatska retorika uporabe kamere i montaže, koje u kreiranju vizualnog stila preuzimaju i dijelom modificiraju i sve kasnije izvedenice sapunske opere. Tako je za sapunsku operu primjerice prepoznatljivo specifično korištenje krupnih i ekstremnih krupnih planova (Timberg i Alba, 2011: 164, 169, 173; vidi: Allen, 1995b). Kako podsjeća Feuer (1994: 551), današnje svakodnevne konotacije izraza 'melodrama' kao što su: „slabost prema snažnoj emocionalnosti i užitak u njoj; moralna polarizacija i shematizacija; ekstremna stanja, situacije i djelovanja; otvorena zloća, progon dobrih i konačna nagrada za vrlinu; pretjerana i ekstravagantna ekspresija; mračni zapleti, neizvjesnost, peripetija koja oduzima dah“ (Brooks, 1995: 11-12), gotovo savršeno opisuju tu žanrovsku skupinu. Sapunska opera od melodrame preuzima narativne mehanizme kreiranja patosa (vidi: 6.2.4.), ali budući da se kontinuirano prikazuju odvojene linije radnje, gledatelj se ne pita samo o tome kamo vodi određena linija radnje nego i o tome kakav bi mogao biti *odnos između različitih linija radnje*. Često mijenjanje perspektive poistovjećuje gledatelja s različitim likovima pa je gledatelj konstituiran kao netko tko posjeduje veću mudrost od svih protagonista (Modleski, 1979: 30-31). Kreiranje patosa, ganutljivosti priče, pa i suza temeljem sažaljenja prema patnjama protagonista (Gledhill, 1986: 46) i nemoći gledatelja (Neale, 1986: 11), tipičan je tradicionalni narativni alat sapunske opere. Pri tome brojni podzapleti i likovi multipliciraju i raspršuju gledateljev osjećaj nemoći (Modleski, 1979: 30). Sapunice upravo odlikuje to poigravanje s gledateljevim očekivanjima melodramske forme, stalno potičući želju za pravednim završetkom priče, a s druge strane prikazujući tu želju kao neostvarivu (usp.: Modleski 1979, 2007). S druge strane, telenovele na kraju ovu kontradikciju ipak moraju razriješiti pa makar i nakon nekoliko sezona emitiranja (usp.: O'Donnell, 2004). Koliko god to odgađale, telenovele moraju odabrati neki oblik razrješenja barem glavne priče. No, završetci mogu biti različiti. Primjerice, latinoameričke telenovele duboko melodramatske prirode (Lopez, 1995: 260-261) zadržavaju sretan kraj nudeći fantaziju „nekog moralnog ili ideološkog reda“ (Allen, 1995a: 23), dok turske telenovele ne tipiziraju način kako će priča završiti i uvode mogućnost stradanja glavnih protagonista (Acosta-Alzuru, 2021: 3-4). Iako je velik dio patnje u sapunskim operama predstavljen kao neizbježan, višak patnje često je krivnja ženskog antagonista koji pokušava upravljati drugima i kontrolirati događaje. Ne samo da je takvog je antagonista dozvoljeno bezrezervno mrziti nego je prezir prema tom antagonistu jedan od važnih izvora užitaka u sapunskoj operi (Modleski, 1979: 32).

ljubavni odnosi jesu tema, ali emocionalna uključenost publike nije tako intenzivna. Suze gledatelja nisu ključne za užitak u tim serijama, a posebno važan element je reprezentacija elegantnog pomodnog ambijenata i urbanog stila života (Ko, 2004: 108; vidi i: Iwabuchi, 2002, 2004a).

10.4.3. Sapunska opera u Hrvatskoj: kvantitativna analiza[191]

10.4.3.1. Sapunica

Ljestvica Top 10. *U Starom dobu* emitirano je pet naslova zapadnih *primetime* sapunica, prosječnog rejtinga od 16.04 % AMR-a po naslovu, a najnižeg rejtinga ostvarenog u skupini VŠS i VSS (OŠ i bez: 20.56 %; SSS: 13.27%; VŠS i VSS: 14.76 % AMR-a). *Primetime* sapunice u Starom dobu više gledaju žene (19.42 % AMR-a po naslovu) nego muškarci (12.25 % AMR-a po naslovu). Nešto više ih gledaju ruralni (16.97 % AMR-a po naslovu) nego urbani (15.11 % AMR-a po naslovu). Popularnost im raste s porastom dobi gledatelja (dob 18-30: 6.59 %; dob 31-45: 10.95 %; dob 46-60: 19.19 %; dob 60+: 26.69 % AMR-a po naslovu). *U Dobu promjene* na ljestvici je prisutan jedan naslov *prime time* sapunice rejtinga 10.38 % AMR-a, a struktura publike je slična strukturi publike sapunica Starog doba (OŠ i bez: 15.36 %; SSS: 6.97 %; VŠS i VSS: 9.64 %; žene: 12.61 %; muškarci: 7.91 %; ruralni: 11.32 %; urbani: 9.44 %; dob 18-30: 3.07 %; dob 31-45: 5.80 %; dob 46-60: 10.89 %; dob 60+: 20.83 % AMR-a po naslovu). *U Novom dobu* na ljestvicu Top 10 nije uvrštena niti jedna sapunica.

Ljestvica Top 11-20. *U Starom dobu* na ljestvici su prisutna tri naslova sapunice, prosječnog rejtinga po naslovu od 10.05 % AMR-a. Riječ je o jednom naslovu zapadne *prime time* sapunice i dva naslova domaće sapunice. Ti naslovi u obrazovnoj skupini VŠS i VSS ostvaruju upola niže rejtinge nego u skupini OŠ i bez (OŠ i bez: 13.17 %; SSS: 8.84 %; VŠS i VSS: 6.34 % AMR-a). U ostalome struktura publike je slična strukturi publike sapunica s ljestvice Top 10. *U Dobu promjene* sapunica nema na ljestvici, a *u Novom dobu* je uvršten jedan naslov domaće sapunice rejtinga od 6.63 % AMR-a. Struktura gledatelja slična je onoj iz Starog doba (vidi: Prilog 2).

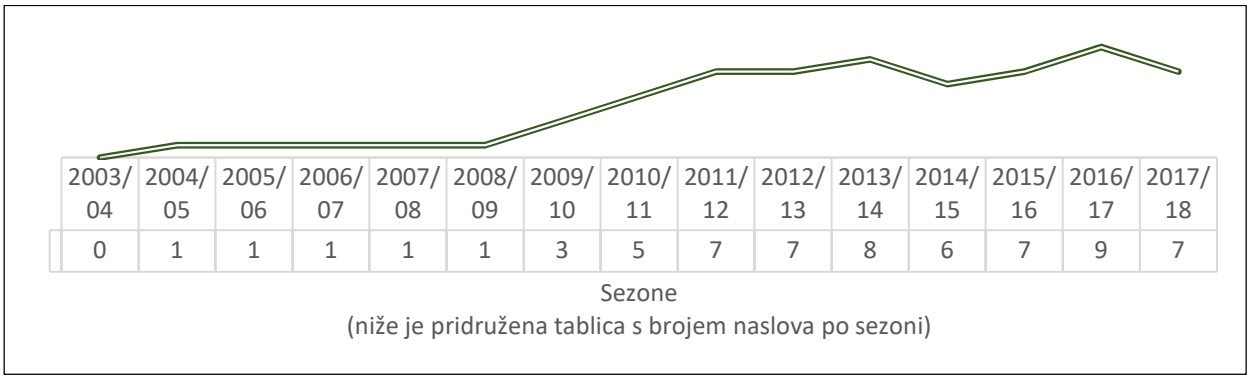
12.4.3.2. Telenovela na ljestvici Top 10

U prvoj sezoni Starog doba telenovele nema među žanrovima ljestvice Top 10, a u ostalim je sezonama tog perioda prisutna jedna (i to hrvatska) telenovela pa sezoni. No, u ukupnom analiziranom periodu na tu su ljestvicu uvrštena 64 naslova telenovele s ukupno 6 424 emitiranih nastavaka (u Starom dobu 685; u Dobu promjene 2 734; u Novom dobu 3 005 nastavaka). To je daleko najveći broj naslova i nastavaka kojeg je u okviru ljestvice Top 10 postigao neki žanr. U rekordnoj sezoni 2016/2017 čak je devet naslova telenovela bilo uvršteno na ljestvicu Top 10. U Starom dobu telenovela na ljestvici Top 10 ostvaruje prosječnu gledanost od 21.75 % AMR-a, u

[191] Osobito kod telenovele, postoje ponekad znatne oscilacije u broju emitiranih nastavaka po sezoni emitiranja. Mjereni su stoga rejtinzi (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) ne samo po naslovu (uobičajena mjera), nego i dodatno po emitiranju (kao preciznija mjera), što je uvijek u tekstu i naznačeno.

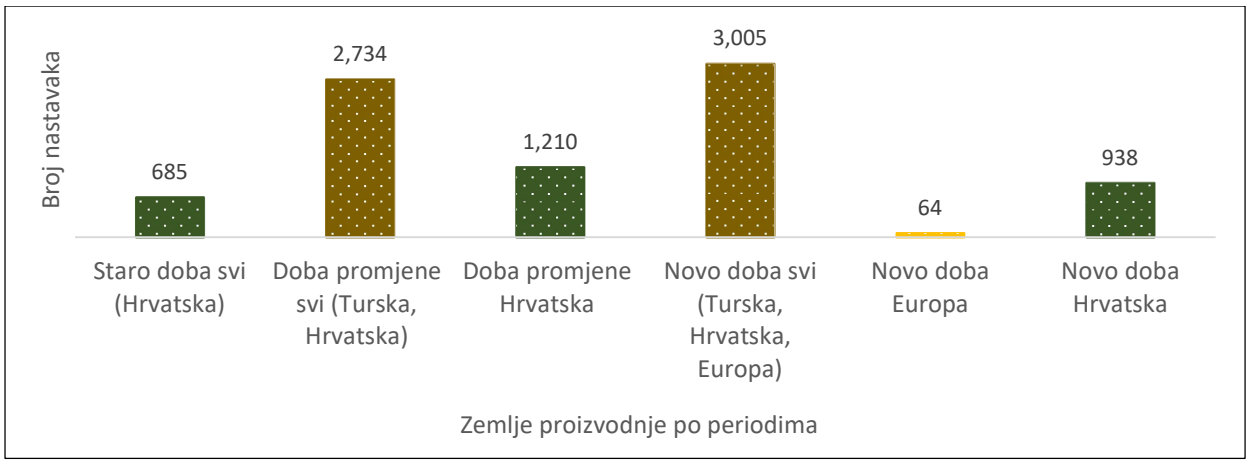
Dobu promjene ostvaruje prosječnu gledanost od 14.82 % AMR-a, a u Novom dobu ostvaruje prosječnu gledanost od 12.85 % AMR-a.

Na ljestvici brojem naslova dominiraju turske telenovele (45 naslova; 3 527 nastavaka; prisutne u Dobu promjene i Novom dobu). Slijede hrvatske telenovele (17 naslova, 2 833 nastavaka; prisutne u sva tri doba) te europske telenovele (2 naslova; 64 nastavka; prisutne u Novom dobu; po jedna telenovela iz Italije i Španjolske). Grafički prikaz 18 sažima dinamiku porasta broja naslova telenovela na ljestvici Top 10 po sezonama emitiranja.



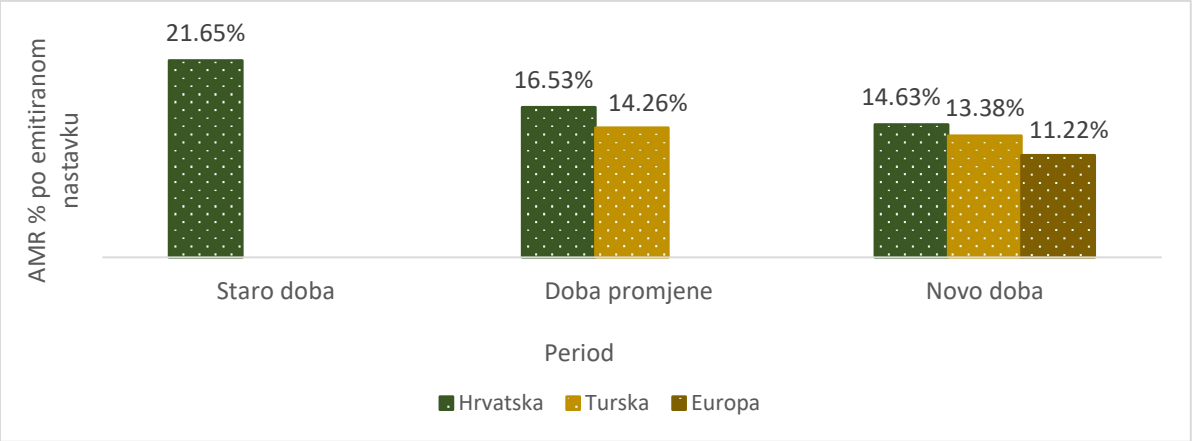
Grafički prikaz 18. Ljestvica Top 10: broj naslova žanra telenovele po sezonama u periodu od 2003. do 2018. godine

Grafički prikaz 19 sažima dinamiku broja emitiranih nastavaka u tri istraživana perioda, dodatno izdvajajući broj nastavaka hrvatskih i europskih telenovela. U Starom dobu kao zemlja proizvodnje prisutna je samo Hrvatska, u Dobu promjene prisutne su Hrvatska i Turska, a Novom dobu prisutne su Hrvatska, Turska i europske zemlje Italija i Španjolska.



Grafički prikaz 19. Ljestvica Top 10: broj emitiranih nastavaka žanra telenovele prema zemlji proizvodnje u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu

Prosječni rejting telenovele u ukupnom istraživanom razdoblju u uzorku Total iznosi 15.22 % AMR-a po nastavku (14.15 % po naslovu), a prosječni udio u gledanosti iznosi 35.15 % SHR-a po nastavku (33.67 % SHR-a po naslovu). Dok turska telenovela dominira brojem naslova, hrvatska telenovela ostvaruje najviše prosječne rejtinge unutar svakog od tri istraživana perioda (AMR % po emitiranju i po naslovu). U Starom dobu hrvatska telenovela je jedini podtip telenovele na ljestvici Top 10 i u uzorku Total ostvaruje prosječni rejting od 21.65 % AMR-a po emitiranju (21.75 % AMR-a po naslovu). U Dobu promjene ostvaruje prosječni rejting od 16.53 % AMR-a po emitiranju (16.46 % AMR-a po naslovu), a u Novom dobu ostvaruje prosječni rejting od 14.63 % AMR-a po emitiranju (14.30 % AMR-a po naslovu). Grafički prikaz 20 donosi usporedbu postignutih rejtinga telenovele prema zemlji proizvodnje u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu.



Grafički prikaz 20. Ljestvica Top 10: rejting (AMR %) telenovele u uzorku Total prema zemlji proizvodnje u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu

Razlike u gledanostima telenovele s obzirom na stupanj obrazovanja. U Starom dobu hrvatska je telenovela kao jedini podtip telenovele na ljestvici ostvarivala prosječni rejting u uzorku OŠ i bez od 26.56 % AMR-a po emitiranju (26.81 % AMR-a po naslovu), u uzorku SSS od 16.45 % AMR-a po emitiranju (16.49 % AMR-a po naslovu), a u uzorku VŠS i VSS od 16.45 % AMR-a po emitiranju (16.49 % po naslovu). Otkada u Dobu promjene naglo raste broj naslova i emitiranih epizoda telenovele, opada prosječni rejting telenovele po naslovu i emitiranom nastavku, osobito u skupini VŠS i VSS. U Dobu promjene u tom uzorku rejting telenovele iznosi 9.62 % AMR-a po emitiranju (9.16 % AMR-a po naslovu), a u Novom dobu opada na 6.78 % AMR-a po emitiranju (6.57 % AMR-a po naslovu). U uzorku SSS u Dobu promjene rejting telenovele iznosi 12.35 % AMR-a po emitiranju (11.96 % AMR-a po naslovu), a u Novom dobu opada na 11.24 % AMR-a po emitiranju (10.65 % AMR-a po naslovu). Rejting telenovele kod publike OŠ i bez u Dobu

promjene iznosi 21.59 % AMR-a po emitiranju (20.76 % AMR-a po naslovu). U Novom dobu rejting po emitiranju kod ove skupine raste i iznosi 22.64 % AMR-a po emitiranju (rejting od 20.55 % AMR-a po naslovu približan je rejtingu po naslovu ostvarenom u Dobu promjene). Tablica 30 donosi podatke o prosječnim ostvarenim rejtinzima (AMR %) i udjelima u gledanosti (SHR %) po naslovu i po emitiranim nastavcima u skupini Total i ispitivanim obrazovnim skupinama, kao i podatke o rejtinzima (AMR %) po naslovu u drugim ispitivanim sociodemografskim skupinama. Izdvojene su hrvatske i europske telenovele (za turske telenovele vidi: 10.4.3.4.). Podatci su razvrstani prema periodima: Staro doba s prisutnim samo hrvatskim telenovelama, Doba promjene s hrvatskim i turskim telenovelama te Novo doba s hrvatskim, turskim i europskim telenovelama.

Tablica 30. Ljestvica Top 10: ostvareni prosječni rejtinzi (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) telenovele u istraživanim obrazovnim skupinama te AMR % u uzorcima sociodemografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka, u Starom dobu, Novom dobu i Dobu promjene (u Starom dobu prisutni su samo hrvatski naslovi)

	Staro doba	Doba promjene		Novo doba			Ukupno sva doba
	Sve	Sve	Hrvatske	Sve	Hrvatske	Europske	Sve
AMR % po naslovu Total	21.75%	14.82%	16.46%	12.91%	14.30%	11.12%	14.15%
AMR % po emitiranju Total	21.65%	15.26%	16.53%	13.72%	14.63%	11.22%	15.22%
SHR % po naslovu Total	50.13%	33.59%	35.55%	31.94%	31.03%	29.13%	33.67%
SHR % po emitiranju Total	49.96%	34.46%	35.96%	32.40%	31.64%	29.68%	35.15%
AMR % po naslovu OŠ i bez	26.81%	20.76%	23.23%	20.55%	22.44%	15.32%	21.02%
AMR % po emitiranju OŠ i bez	26.56%	21.59%	23.31%	22.64%	22.92%	15.36%	22.61%
SHR % po naslovu OŠ i bez	54.90%	40.53%	43.49%	44.29%	43.07%	40.19%	43.61%
SHR % po emitiranju OŠ i bez	54.75%	41.65%	43.84%	44.63%	43.74%	40.04%	44.44%
AMR % po naslovu SSS	16.49%	11.96%	13.21%	10.65%	12.07%	10.32%	11.49%
AMR % po emitiranju SSS	16.45%	12.35%	13.22%	11.24%	12.36%	10.37%	12.27%
SHR % po naslovu SSS	46.06%	29.27%	30.87%	27.96%	27.49%	26.86%	29.56%
SHR % po emitiranju SSS	45.84%	29.80%	31.19%	28.34%	28.07%	27.42%	30.83%
AMR % po naslovu VŠS i VSS	16.49%	9.16%	9.98%	6.57%	7.02%	6.79%	8.12%

AMR % po emitiranju VŠS i VSS	16.45%	9.62%	10.19%	6.78%	7.18%	7.13%	9.02%
SHR % po naslovu VŠS i VSS	47.83%	24.18%	25.02%	18.18%	16.71%	18.62%	22.19%
SHR % po emitiranju VŠS i VSS	47.70%	24.59%	25.83%	18.01%	17.08%	19.87%	23.98%
AMR % po naslovu žene	25.09%	18.01%	18.81%	16.56%	17.09%	14.47%	17.62%
AMR % po naslovu muškarci	18.05%	11.28%	13.86%	8.75%	11.23%	7.42%	10.24%
AMR % po naslovu urbani	18.37%	12.60%	13.92%	11.00%	12.38%	10.35%	12.04%
AMR % po naslovu ruralni	25.12%	17.02%	18.99%	14.76%	16.28%	11.91%	16.22%
AMR % po naslovu, dob 18-30	10.49%	5.93%	7.25%	4.00%	5.45%	3.75%	5.10%
AMR % po naslovu dob 31-45	18.26%	11.03%	13.64%	6.64%	9.39%	6.22%	8.95%
AMR % po naslovu dob 46-60	23.93%	18.07%	19.42%	14.94%	17.94%	15.04%	16.63%
AMR % po naslovu dob 60+	33.24%	23.63%	24.75%	22.79%	21.73%	17.07%	23.74%

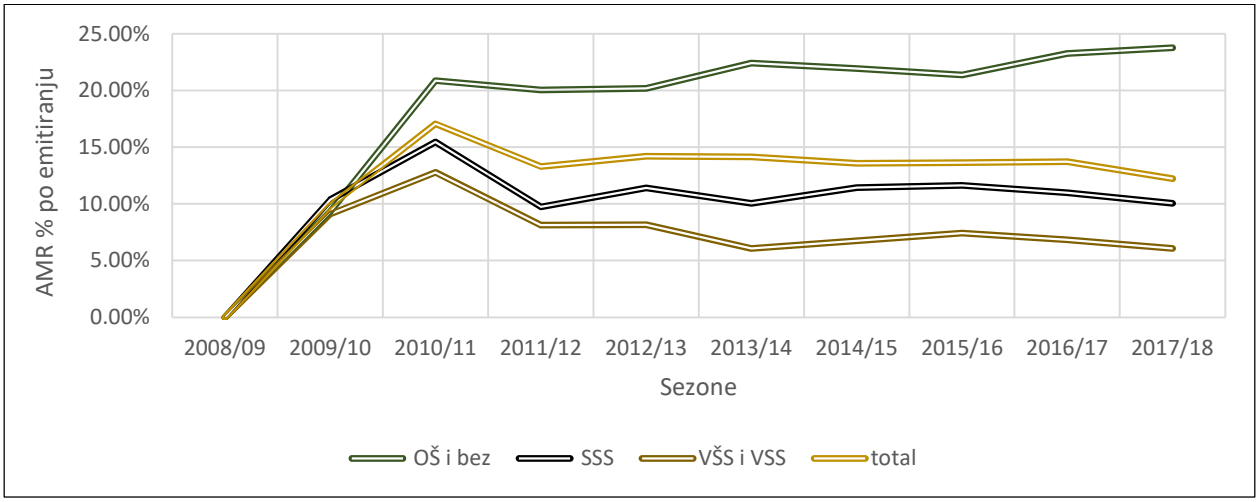
10.4.3.3. Telenovela na ljestvici Top 11-20

U Dobu promjene na ljestvicu je uvršteno sedam naslova telenovela: tri turska, jedan indijski, dva iz Srbije i Crne Gore i jedan hrvatski naslov, a postižu prosječni rejting po naslovu od 8.05 % AMR-a. Naslovi telenovele su najpopularniji u obrazovnoj skupini OŠ i bez, a najmanje popularni u skupini VŠS i VSS (OŠ i bez: 9.47 %; SSS: 7.48 %; VŠS i VSS: 5.48 % AMR-a). Kao i naslove telenovela s ljestvice Top 10, i te naslove više gledaju žene (9.53 % AMR-a) nego muškarci (6.42 % AMR-a), nema velikih razlika između urbanih (7.59 % AMR-a) i ruralnih (8.51 % AMR-a), a popularnost naslovima raste s porastom dobi gledatelja (dob 18-30: 3.92 %; dob 31-45: 6.78 %; dob 46-60: 10.16 %; dob 60+: 11.08 % AMR-a). U Novom dobu na ljestvici je prisutno 11 naslova: šest turskih i pet hrvatskih. Ostvaruju prosječni rejting po naslovu od 7.12 % AMR-a, no dok im rejting u skupini OŠ i bez blago raste u odnosu na Doba promjene, u skupini VŠS i VSS rejtinzi su još niži no ranije (OŠ i bez: 10.83 %; SSS: 6.07 %; VŠS i VSS: 3.76 % AMR-a; žene: 8.71 %; muškarci: 5.37 %; urbani: 6.67 %; ruralni: 7.59 %; dob 18-30: 2.80 %; dob 31-45: 4.82 %; dob 46-60: 8.72 %; dob 60+: 11.14 % AMR-a).

10.4.3.4. Turska telenovela na ljestvici Top 10

U ukupnom istraživanom periodu emitirano je 45 naslova turskih telenovela s prosječno 78.38 nastavaka po naslovu (ukupno 3 527 emitiranih nastavaka). Otkada u sezoni 2009/2010 započinje emitiranje tih serija, prisutne su na ljestvici u svih devet daljnjih istraživanih sezona U tom devetogodišnjem periodu na ljestvicu Top 10 uvršten je prosječno godišnje 391.89 nastavak neke turske telenovele. Prosječni rejting po emitiranju u tih devet sezona iznosio je 13.76 % AMR-a po emitiranju (po naslovu: 13.23 % AMR-a), a udio u gledanosti iznosio je 33.03 % SHR-a po emitiranju (po naslovu: 32.47 % SHR-a). U Dobu promjene od 50 naslova ljestvice, turskoj telenoveli pripada 16 naslova, a u Novom dobu 29 naslova. Prema broju nastavaka emitiranih u okviru ljestvice, rekordna je sezona 2011/2012 s 594 emitirana nastavka, a slijedi sezona 2012/2013 s 588 emitiranih nastavaka. Prema broju naslova uvrštenih na ljestvicu, rekordna je sezona 2016/2017 s osam naslova na ljestvici, a slijede ju sezone 2012/2013, 2013/2014 i 2017/2018 s po šest naslova na ljestvici.

Razlike u gledanostima s obzirom na stupanj obrazovanja. Najniži rejtinzi na ljestvici Top 10 ostvareni su u skupini VŠS i VSS. U toj skupini u Dobu promjene rejting po emitiranju turske telenovele iznosi 9.17 % AMR-a, a u Novom dobu gledanost opada na 6.58 % AMR-a. Nešto više rejtinge turska telenovela postiže u skupini SSS, no i u ovoj skupini rejtinzi s vremenom opadaju. U Dobu promjene rejting po emitiranju iznosi 11.65 % AMR-a, a u Novom dobu taj rejting opada na 10.75 % AMR-a. Kod publike OŠ i bez turska telenovela u Dobu promjene ostvaruje gotovo dvostruko viši rejting nego u skupini SSS. Taj rejting iznosi 20.22 % AMR-a po emitiranju. Gledanosti u skupini najniže obrazovanih tijekom vremena rastu. U Novom dobu gledanost turske telenovele iznosi 22.75 % AMR-a. Dinamika promjena rejtinga (AMR-a %) po emitiranom nastavku kod obrazovnih skupina te u skupini Total ilustrirana je Grafičkim prikazom 21.



Grafički prikaz 21. Turske telenovele na ljestvici Top 10: dinamika promjena ostvarenih rejtinga po emitiranju (AMR %) u skupini Total i u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, u Dobu promjene i Novom dobu

Podatci o rejtinzima (AMR %) i udjelima u gledanosti (SHR %) turskih telenovela za sve istraživane skupine u Dobu promjene i Novom dobu prikazani su u Tablici 31.

Tablica 31. Ljestvica Top 10: rejtinzi (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) turskih telenovela, ukupno i u ispitivanim sociodemografskih skupinama u Dobu promjene i Novom dobu

	Doba promjene (16 naslova)	Novo doba (29 naslova)
AMR % po naslovu, Total	14.10%	12.75%
AMR % po emitiranju, Total	14.26%	13.38%
SHR % po naslovu, Total	32.74%	32.32%
SHR % po emitiranju, Total	33.26%	32.85%
AMR % po naslovu, OŠ i bez	19.69%	20.52%
AMR % po emitiranju, OŠ i bez	20.22%	22.75%
SHR % po naslovu, OŠ i bez	39.24%	44.83%
SHR % po emitiranju, OŠ i bez	39.91%	45.20%
AMR % po naslovu, SSS	11.41%	10.38%
AMR % po emitiranju, SSS	11.65%	10.75%
SHR % po naslovu, SSS	28.57%	28.13%
SHR % po emitiranju, SSS	28.70%	28.50%
AMR % po naslovu, VŠS i VSS	8.80%	6.46%
AMR % po emitiranju, VŠS I VSS	9.17%	6.58%
SHR % po naslovu, VŠS i VSS	23.81%	18.45%
SHR % po emitiranju, VŠS i VSS	23.61%	18.38%
AMR % po naslovu, žene	17.66%	16.59%
AMR % po naslovu, muškarci	10.15%	8.32%
AMR % po naslovu, urbani	12.03%	10.76%
AMR % po naslovu, ruralni	16.15%	14.64%
AMR % po naslovu, dob 18-30	5.35%	3.72%
AMR % po naslovu, dob 31-45	9.89%	6.10%
AMR % po naslovu, dob 46-60	17.48%	14.32%
AMR % po naslovu, dob 60+	23.15%	23.40%

11. REZULTATI POMOĆNOG ISTRAŽIVANJA

11.1. Vrijednosna kulturna bliskost s Turskom

Da bi testirali H4 (*postoje statistički značajne razlike u percepciji kulturne bliskosti s Turskom u segmentu vrijednosne bliskosti između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji Tursku percipirati kulturno bliskijom od negledatelja*), vrijednosnu kulturnu bliskost s Turskom mjerili smo petostupanjskom ljestvicom: (1) nikako se ne slaže; (2) uglavnom se ne slaže; (3) niti se slaže, niti ne slaže; (4) uglavnom se slaže; (5) apsolutno se slaže (faktori: *Bliskost turske kulture*; *Privlačnost Turske*). T-test pokazuje statistički značajne razlike među skupinama kod oba mjerena faktora, veličine efekta između srednje i velike (Bliskost turske kulture: d = 0.71; Privlačnost Turske: d = 0.77). Oba mjerena faktora kod ispitanika gledatelja turskih telenovela su izražena (Bliskost turske kulture: M = 3.10, SD = 0.95; Privlačnost Turske: M = 3.90, SD = 0.83). Kod ispitanika negledatelja turskih telenovela Bliskost turske kulture nije izražena (M = 2.48, SD = 0.78). Privlačnost Turske je izražena (M = 3.25, SD = 0.85), na način da je izražena privlačnost zemlje u smislu njenog turističkog potencijala, dok privlačnost života u Turskoj nije izražena. Tablica 32 donosi listu čestica i pripadajuću deskriptivnu statistiku.

Tablica 32. Lista čestica ljestvice kulturne bliskosti Turske i pripadajuća deskriptivna statistika s obzirom na odgovor na pitanje Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije? (N = 1185; petostupanjska ljestvica)

	Gledaju		Ne gledaju		d
	M	SD	M	SD	
F1 Bliskost turske kulture*	3.10	0.95	2.48	0.78	0.71
1. Blizak mi je mentalitet ljudi u Turskoj (sličan je našemu).*	3.22	1.12	2.53	0.97	0.66
2. Bliski su mi odnosi u društvu u Turskoj (slični su našima).*	3.02	1.11	2.30	0.95	0.70
3. Ljudi u Hrvatskoj i Turskoj dijele iste preokupacije.*	3.12	1.12	2.60	0.96	0.49
4. Ljudi u Hrvatskoj i Turskoj dijele iste vrijednosti.*	3.03	1.17	2.50	0.95	0.50
F2 Privlačnost Turske*	3.90	0.83	3.25	0.85	0.77
5. Mislim da bih se lako prilagodio/prilagodila na život u Turskoj.*	3.23	1.25	2.46	1.11	0.65
6. Mislim da je Turska privlačna zemlja.*	4.35	0.82	3.75	0.96	0.67
7. Rado bih posjetio/posjetila Tursku.*	4.65	0.63	4.29	0.95	0.45
8. Rado bih živio/živjela neko vrijeme u Turskoj.*	3.36	1.37	2.49	1.25	0.66

Legenda: * $p < .001$ za Welchov t-test, d – Cohenov d.

Obrazovanje je statistički značajno negativno povezano s rezultatima Bliskosti turske kulture ($r = -.116$, $p < .001$) i Privlačnosti Turske ($r = -.070$, $p = .016$) pa smo proveli i analiza uz kontrolu obrazovanja. Ona pokazuje da ispitanici gledatelji turskih telenovela postižu statistički značajno više rezultate na ljestvicama Bliskost turske kulture ($F (1, 1178) = 106.69$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .083$) i Privlačnost Turske ($F (1, 1178) = 132.81$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .101$), slabo izražene veličine efekta. Tablica 33 donosi deskriptivne podatke o razlikama između skupina uz kontrolu obrazovanja.

Tablica 33. Deskriptivni podaci o razlikama rezultata ljestvice kulturne bliskosti Turske između sudionika koji gledaju i ne gledaju turske telenovele, uz kontrolu obrazovanja

Zavisna varijabla	Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?	EMM	SE
Bliskost turske kulture	Da	3.08	0.05
	Ne	2.49	0.03
Privlačnost Turske	Da	3.92	0.05
	Ne	3.24	0.03

Legenda: EMM – procijenjene marginalne aritmetičke sredine, SE – standardna pogreška, $p < .001$ za sve usporedbe.

11.2. Kulturni angažman i poznavanje stranih jezika

Da bi testirali H5 (*postoje statistički značajne razlike u kulturnom angažmanu između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji iskazivati niži kulturni angažman od negledatelja*), stupnjeve kontakta s indikatorima kulturnog angažmana i stupnjeve poznavanja stranih jezika (faktori: *Kulturni angažman*; *Strani jezici*) mjerili smo četverostupanjskom ljestvicom: (1) nema kontakta/ne može pratiti sadržaje na stranom jeziku; (2) kontakt postoji/može pratiti sadržaje na jednom stranom jeziku; (3) srednje visok stupanj kontakta/odlično prati sadržaje na jednom stranom jeziku, na drugom slabije; (4) visok stupanj kontakta/može pratiti sadržaje na dva ili više stranih jezika. T-test pokazuje statistički značajne razlike među mjerenim skupinama, kod faktora Kulturni angažman velike veličine efekta ($d = 1.09$), a kod pitanja Strani jezici srednje veličine efekta ($d = 0.52$). U skupini gledatelja turskih telenovela razine niže od 2 (nema kontakta/ne poznaje se strani jezik) vezane su uz posjedovanje i čitanje knjiga, afinitete prema klasičnom baletu, operi i klasičnoj glazbi te posjete muzejima kao i uz mogućnost praćenja sadržaja na barem jednom stranom jeziku. Negledatelji turskih telenovela kod ni jedne od ispitivanih čestica nisu ostvarili vrijednost nižu od 2 što ukazuje na to da ukupno kontakt s višom i visokom kulturom postoji/mogu se pratiti sadržaji na barem jednom stranom jeziku. Tablica 34 donosi listu čestica i pripadajuću deskriptivnu statistiku o postignutim rezultatima.

Tablica 34. Lista čestica ljestvice Kulturni angažman i pitanja Strani jezici te pripadajuća deskriptivna statistika s obzirom na odgovor na pitanje Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije? (N = 1185; četverostupanjska ljestvica)

	Gledaju		Ne gledaju		d
	M	SD	M	SD	
F1 Kulturni angažman*	2.00	0.78	2.75	0.57	1.09
1. Koliko često godišnje idete u kazalište (kad nema korone)?*	2.04	0.98	2.62	0.92	0.61
2. Koliko često godišnje idete u muzeje (kad nema korone)? *	1.95	1.00	2.72	0.87	0.83
3. Koliko volite klasični balet, operu ili klasičnu glazbu?*	1.87	1.07	2.77	0.90	0.91
4. Imate li kućnu biblioteku (ne računajte kuharice, priručnike za vrtlarenje ili druge slične praktične priručnike)?*	1.85	1.01	2.67	0.82	0.89
5. Koliko volite orkestralnu, zborsku ili *jazz* glazbu?*	2.23	1.09	2.91	0.87	0.70
6. Koliko ste knjiga pročitali u zadnjih godinu dana (ne računaju se priručnici, kuharice i slično)?*	1.88	1.00	2.73	0.88	0.89
7. Koliko često godišnje idete u kino (kad nema korone)?*	2.04	1.00	2.78	0.93	0.76
8. Volite li u stanu/kući imati moderne umjetničke slike ili dizajnerske predmete?*	2.17	1.00	2.78	0.89	0.65
Pitanje Strani jezici*					
9. Na koliko stranih jezika u originalu možete pratiti filmove i serije ili čitati knjige?*	1.97	1.01	2.45	0.86	0.52

Legenda: * p < .001 za Welchov t-test, d – Cohenov d.

Obrazovanje je statistički značajno povezano s rezultatima Kulturnog angažmana ($r = .551$, $p < .001$) i Stranih jezika ($r = .321$, $p < .001$) pa smo proveli i analizu uz kontrolu obrazovanja. Ona pokazuje da sudionici gledatelji turskih telenovela postižu statistički značajno niže rezultate, vezano za Kulturni angažman uz srednje izraženu veličinu efekta ($F (1, 1178) = 180.04$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .133$), a vezano za pitanje Strani jezici, uz slabo izraženu veličinu efekta ($F (1, 1178) = 24.39$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .020$). Tablica 35 donosi deskriptivne podatke o rezultatima ljestvica uz kontrolu obrazovanja.

Tablica 35. Deskriptivni podaci o rezultatima ljestvice Kulturni angažman i pitanja Strani jezici za sudionike koji gledaju i ne gledaju turske telenovele, uz kontrolu obrazovanja

Zavisna varijabla	Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?	EMM	SE
Kulturni angažman	Da	2.17	0.03
	Ne	2.69	0.02
Strani jezici	Da	2.10	0.05

	Ne	2.40	0.03

Bilješka: EMM – procijenjene marginalne aritmetičke sredine, SE – standardna pogreška, p < .001 za sve usporedbe.

11.3. Televizijske žanrovske preferencije

Da bi testirali H6 (*postoje statistički značajne razlike u televizijskim žanrovskim preferencijama između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će žanrove niskog kulturnog statusa gledatelji više voljeti od negledatelja*) obavili smo nekoliko analiza. Provjera povezanosti obrazovanja, Kulturnog angažmana i Stranih jezika (kao indikatora kulturnog kapitala) s trima kategorijama Žanrovskog kulturnog stila pokazala je da je povezanost Kulturnog angažmana sa Stilom visokog kulturnog statusa (r = .606, p < .001) te Stilom srednjeg kulturnog statusa (r = .247, p < .001) statistički značajno pozitivnija od povezanosti Kulturnog angažmana sa Stilom niskog kulturnog statusa (r = -.524, p < .001; Stiegerov Z (SVKS/SNKS) = 37.20, p < .001); Stiegerov Z (SSKS/SNKS) = 32.86, p < .001). Povezanost kulturnog angažmana sa Stilom visokog kulturnog statusa statistički je značajno pozitivnija od povezanosti sa Stilom srednjeg kulturnog statusa (Stiegerov Z = 8.82, p < .001). Najveće pozitivne povezanosti između Kulturnog angažmana, Stranih jezika i obrazovanja s pojedinim Žanrovskim kulturnim stilovima ostvarene su sa Stilom visokog kulturnog statusa te potom Stilom srednjeg kulturnog statusa, dok sa Stilom niskog kulturnog statusa imaju negativne povezanosti. Te su povezanosti prikazane u Tablici 36.

Tablica 36. Pearsonovi koeficijenti korelacije Kulturnog angažmana, Stranih jezika i obrazovanja s kategorijama Žanrovskog kulturnog stila dobivenih faktorskom analizom

	Kulturni angažman	Strani jezici	Obrazovanje
Stil niskog kulturnog statusa (*Lowbrow*)	-.524**	-.370**	-.407**
Domaći zabavni natjecateljski show	-.300**	-.255**	-.225**
Domaća reality natjecanja	-.522**	-.305**	-.405**
Domaće serije na RTL-u i Novoj TV	-.460**	-.346**	-.364**
Stil srednjeg kulturnog statusa (*Middlebrow*)	.247**	.213**	.197**
Moderne američke situacijske komedije	.268**	.191**	.231**
Klasične domaće i strane situacijske komedije	.241**	.168**	.208**
Američke policijske serije	.117**	.162**	.047
Domaći i strani filmovi laganijeg sadržaja	.028	.034	.044
Stil visokog kulturnog statusa (*Highbrow*)	.606**	.306**	.371**
Domaće serije koje obrađuju ozbiljne i teške teme	.362**	.081*	.201**

Domaći i strani zahtjevni i umjetnički filmovi	.473**	.280**	.290**
Moderne zahtjevnije serije sa Zapada	.448**	.278**	.303**
Klasične britanske serije	.471**	.241**	.277**

Legenda: * p < .01, ** p < .001

Žanrovske preferencije mjerili smo trostupanjskom ljestvicom privlačnosti programa razvrstanih u tri kategorije Žanrovskog kulturnog stila: (1) ne voli; (2) umjereno voli; (3) jako voli. T-test ukazuje na statistički značajne razlike između gledatelja i negledatelja turskih telenovela i to kod Stila niskog kulturnog statusa (d = 0.58) i Stila visokog kulturnog statusa (d = 0.52) srednje veličine učinka, a kod Stila srednjeg kulturnog statusa veličine učinka između male i srednje (d = 0.46). Najomiljeniji sadržaji gledateljima turskih telenovela su domaće telenovele na RTL-u i Novoj TV Stila niskog kulturnog statusa (M = 2.21, SD = 0.75), a negledateljima turskih telenovela su to domaći i strani zahtjevni i umjetnički filmovi Stila visokog kulturnog statusa (M = 2.41, SD = 0.64). Samo za domaće i strane filmove laganijeg sadržaja Stila srednjeg kulturnog statusa rezultati ne ukazuju na statistički značajne razlike u preferencijama među ispitivanim skupinama (gledatelji turskih telenovela: M = 2.13, SD = 0.61; negledatelji turskih telenovela: M = 2.08, SD = 0.56). Riječ je, čini se, o kulturno najneutralnijim sadržajima od svih ispitivanih; jedino ova skupina sadržaja nije niti statistički značajno povezana s Kulturnim angažmanom, Stranim jezicima i obrazovanjem; operativno smo je nazvali *kulturno neutralnom*. Ukupno, vrijednosti jednake ili veće od 2, koje ukazuju na prihvaćanje žanra, u skupini gledatelja turskih telenovela ostvarile su dvije žanrovske skupine Stila niskog kulturnog statusa i već spomenuta kulturno neutralna žanrovska skupina filmova laganijeg sadržaja Stila srednjeg kulturnog statusa, a u skupini negledatelja turskih telenovela, sve četiri žanrovske skupine Stila srednjeg kulturnog statusa i sve četiri žanrovske skupine Stila visokog kulturnog statusa. Tablica 37 donosi deskriptivnu statistiku svih čestica za tri Žanrovska kulturna stila.

Tablica 37. Lista čestica ljestvice Žanrovski kulturni stil i pripadajuća deskriptivna statistika s obzirom na odgovor na pitanje Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije? (N = 1185; trostupanjska ljestvica)

	Gledaju		Ne gledaju		d
	M	SD	M	SD	
Stil niskog kulturnog statusa*	2.03	0.67	1.40	0.41	1.14
1. Domaći zabavni natjecateljski *show* programi (kao što su Tvoje lice zvuči poznato, Zvjezdice, Hrvatska traži zvijezdu, The Voice i slične).*	1.88	0.84	1.16	0.41	1.09

2. Domaća *reality* natjecanja (kao što su Život na vagi, Farma, Brak na prvu, Ljubav je na selu, Večera za pet i slične).*	2.00	0.83	1.33	0.57	0.94
3. Domaće dramske serije na RTL-u i Novoj TV koje se emitiraju svakodnevno tijekom tjedna (kao što su Zora dubrovačka, Čista ljubav, Zlatni dvori, Larin izbor, Ruža vjetrova, Vatre ivanjske i slične).*	2.21	0.75	1.71	0.66	0.70
Stil srednjeg kulturnog statusa*	1.90	0.52	2.13	0.40	0.50
4. Moderne američke situacijske komedije (kao što su Prijatelji, Seks i grad, South Park, Moderna obitelj, Kako sam upoznao vašu majku i slične).*	1.76	0.72	2.14	0.62	0.56
5. Klasične domaće i strane situacijske komedije (kao što su Svi vole Raymonda, Dva i pol muškarca, Mućke, Odmori se, zaslužio si, Bitange i princeze, Malcolm u sredini, Teorija velikog praska i slične).*	1.82	0.72	2.21	0.61	0.59
6. Američke policijske serije (kao što su Mentalist, Kosti, Navy CIS, CSI Miami i slične).*	1.88	0.83	2.09	0.72	0.27
7. Domaći i strani filmovi laganijeg sadržaja (kao što su akcijski filmovi, romantične komedije, vesterni i slični).	2.13	0.61	2.08	0.56	0.09
Stil visokog kulturnog statusa*	1.61	0.58	2.19	0.46	1.10
8. Domaće serije koje obrađuju ozbiljne i teške teme (kao što su Novine, Počivali u miru i slične).*	1.42	0.64	1.80	0.75	0.54
9. Domaći i strani zahtjevni i umjetnički filmovi (kao što su psihološke i socijalne drame, psihološki trileri i slične ili filmove redatelja koji su proslavljeni kao umjetnici).*	1.80	0.81	2.41	0.64	0.83
10. Moderne zahtjevnije serije sa Zapada (kao što su Kuća od karata, Igra prijestolja, Na putu prema dolje [Breaking Bad], Domovina, Milijarde, Twin Peaks i slične).*	1.58	0.77	2.25	0.76	0.88
11. Klasične britanske serije (kao što su Ubojstva u Midsomeru, Opatija Abbey, Otac Brown, Poirot i slične).*	1.65	0.77	2.29	0.70	0.88

Legenda: * $p < .001$ za Welchov t-test, d – Cohenov d; podatci o nakladnicima i periodima izvornih emitiranja spomenutih serija i zabavnih sadržaja navedeni su u popisu Televizijska djela.

Obrazovanje je statistički značajno povezano sa Stilom niskog kulturnog statusa ($r = -.407$, $p < .001$), Stilom srednjeg kulturnog statusa ($r = .197$, $p < .001$) te Stilom visokog kulturnog statusa ($r = .371$, $p < .001$). Proveli smo stoga miješanu analizu varijance uz kontrolu obrazovanja. Pronađen je statistički značajan interakcijski efekt velike veličine efekta (F_{GG} (1.80, 59.82) = 257.28, $p < .001$, $\eta_p^2 = .179$). Jednostavnim glavnim efektima utvrđeno je da sudionici gledatelji turskih telenovela statistički značajno više vole Stil niskog kulturnog statusa (F (1, 1178) = 255.50 $p < .001$, $\eta_p^2 = .178$), a statistički značajno manje vole Stil srednjeg kulturnog statusa (F (1, 1178) = 38.58, $p < .001$, $\eta_p^2 = .032$) i Stil visokog kulturnog statusa (F (1, 1178) = 204.27, $p < .001$, $\eta_p^2 = .148$) nego sudionici negledatelji turskih telenovela. Također je utvrđeno da sudionici gledatelji turskih telenovela u različitoj mjeri vole različite Žanrovske kulturne stilove (F_{GG} (1.42, 462.19)

= 137.01, $p < .001$, $\eta_p^2 = .304$). Usporedbe po parovima pokazale su da statistički značajno više vole Stil niskog kulturnog statusa i Stil srednjeg kulturnog statusa nego Stil visokog kulturnog statusa ($p < .001$) te više vole Stil niskog kulturnog statusa nego Stil srednjeg kulturnog statusa ($p = .029$). I sudionici negledatelji turskih telenovela u različitoj mjeri vole različite Žanrovske kulturne stilove (F_{GG} (1.86, 1601.76) = 25.00, $p < .001$, $\eta_p^2 = .035$). Oni značajno više vole Stil srednjeg kulturnog statusa i Stil visokog kulturnog statusa nego Stil niskog kulturnog statusa ($p < .001$) te više vole Stil visokog kulturnog statusa nego Stil srednjeg kulturnog statusa ($p = .012$). Zaključno, gledatelji turskih telenovela preferiraju Stil niskog kulturnog statusa nad Stilom srednjeg kulturnog statusa te Stil srednjeg kulturnog statusa nad Stilom visokog kulturnog statusa, a negledatelji preferiraju Stil visokog kulturnog statusa nad Stilom srednjeg kulturnog statusa te Stil srednjeg kulturnog statusa nad Stilom niskog kulturnog statusa. Deskriptivni podaci nalaze se u Tablici 38.

Tablica 38. Deskriptivni podaci o rezultatima ljestvice Kulturni žanrovski stil za sudionike koji gledaju i ne gledaju turske serije, uz kontrolu obrazovanja

	Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?					
	Da		Ne		Ukupno	
	EMM	SE	EMM	SE	EMM	SE
Stil niskog kulturnog statusa	1.95	0.03	1.43	0.02	1.69	0.02
Stil srednjeg kulturnog statusa	1.93	0.03	2.12	0.01	2.03	0.01
Stil visokog kulturnog statusa	1.69	0.03	2.16	0.02	1.92	0.02

Bilješka: EMM – procijenjene marginalne aritmetičke sredine, SE – standardna pogreška

11.4. Percepcija žanrovske pripadnosti turskih telenovela

Da bismo testirali H7 (*postoje statistički značajne razlike u percepciji žanrovske pripadnosti turskih telenovela između gledatelja i negledatelja turskih telenovela*) usporedili smo odgovore gledatelja i negledatelja turskih telenovela na pitanje „Kojoj vrsti serija po Vašem mišljenju pripadaju turske serije?“. Sudionici gledatelji turskih telenovela statistički se značajno razlikuju od sudionika koji ih ne gledaju po tome kojoj vrsti serija smatraju da turske serije pripadaju, uz snažno izraženu veličinu efekta. ($\chi 2$ (5) = 445.326, $p < .001$, $V = .614$). Oni koji ih gledaju češće će reći da su to obiteljske ($z = 7.53$, $p < .001$), ljubavne ($z = 11.78$, $p < .001$) ili dramske serije ($z = 13.36$, $p < .001$), dok će oni koji ih ne gledaju češće reći da spadaju u sapunice ($z = 12.40$, $p < .001$) ili telenovele ($z = 6.16$, $p < .001$). Skupine se ne razlikuju po tome koliko često biraju

odgovor da takve serije spadaju u melodrame (z = 0.04, p = .967). Deskriptivna statistika vezana za mišljenja o žanrovskoj pripadnosti turskih telenovela prikazana je u tablici 39.

Tablica 39. Kontingencijska tablica odgovora na pitanje „Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?“ i „Kojoj vrsti serija po Vašem mišljenju pripadaju turske serije?“

Kojoj vrsti serija po Vašem mišljenju pripadaju turske serije?	Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?	
	Da	Ne
Sapunica	24.1%	64.7%
Obiteljska serija	10.8%	1.3%
Melodrama	6.6%	6.7%
Telenovela	6.6%	22.2%
Ljubavna serija	21.2%	1.6%
Dramska serija	30.7%	3.5%

Bilješka: za svaki odgovor kod svake skupine ispitanika prikazan je % stupca.

11.5. Motivi gledanja turskih telenovela

Da bismo ustanovili *koji su prema mišljenju njihovih gledatelja statistički značajno istaknuti razlozi gledanja turskih telenovela*, analizirali smo ljestvicu motiva gledanja turskih telenovela. Od osam ispitivanih faktora ljestvice, njih je sedam prisutno istaknutije od srednje vrijednosti 3, a tek je Percipirana bliskost s likovima prisutna neznatno niže od srednje vrijednosti (M = 2.96, SD = 1.34). Pet motiva dovoljno je istaknuto da bi bili statistički značajno viši od srednje vrijednosti 3 (p < .001). Krenuvši od najistaknutijeg motiva, to su: (a) *Ugodno imerzivno iskustvo* (M = 4.18, SD = 0.82), (b) *Razvijen odnos prema likovima* (M = 3.73, SD = 1.09), (c) *Percipirana društvena relevantnost* (M = 3.55, SD = 1.15), (d) *Rješavanje problema* (M = 3.42, SD = 1.23), te (e) *Gledanje serija kao dio svakodnevice* (M = 3.33, SD = 1.34). Rezultati analize svih faktora s pripadajućim česticama prikazani su u Tablici 40.

Tablica 40. Lista čestica ljestvice motiva gledanja turskih telenovela i pripadajuća deskriptivna statistika (N = 314)

Zašto volite gledati turske serije?	M	SD
F1 Percipirana sličnost	3.10	1.27
1. Vidim sebe u nekim likovima iz tih serija.	2.95	1.33
2. Prepoznajem u likovima iz tih serija ljude oko sebe.	3.24	1.20
3. Mogu sebe zamisliti u situacijama u kojima se znaju naći likovi iz tih serija.	3.16	1.27
F2 Ugodno imerzivno iskustvo*	4.18	0.82

4. Te serije su uzbudljive.	4.18	0.82
5. Te serije su napete.	4.17	0.88
6. Zanimljive su, bude interes i znatiželju.	4.18	0.80
7. Likovi u tim serijama su lijepi /zgodni / atraktivni.	4.27	0.70
8. Uživam u njima.	4.09	0.92
F3 Bijeg u svijet bogatih	3.03	1.29
9. Gledanje tih serija je bijeg u svijet dobro odjevenih ljudi, divnih automobila i kuća – u neki svijet mode i stila.	3.02	1.28
10. Gledanje tih serija je bijeg u svijet bogatih. Vidim kako oni žive.	3.03	1.29
F4 Gledanje serija kao dio svakodnevice*	3.33	1.34
11. To je već postala navika, rutina.	3.45	1.29
12. Vezan/vezana sam za njih, te serije su kao neka moja ovisnost.	3.20	1.38
F5 Rješavanje problema*	3.42	1.23
13. Kad vidim probleme s kojima se suočavaju likovi u tim serijama, moji mi se problemi čine manjima.	3.17	1.29
14. Vidim da nisam jedini/jedina koji/koja ima određeni problem.	3.38	1.24
15. Kad gledam probleme likova u tim serijama, razmišljam i o sebi - što bih učinio/učinila u toj situaciji (ili već jesam), da li bih postupio/postupila kao oni (ili već jesam).	3.81	1.18
16. Saznajem kako se snaći vezano za neki problem.	3.30	1.22
F6 Razvijen odnos prema likovima*	3.73	1.09
17. Mogu osjetiti ono što osjećaju i proživljavaju likovi u tim serijama.	3.71	1.12
18. Te serije bude vrlo različite osjećaje u meni.	3.81	1.00
19. Mogu gledati na događaje iz tih serija onako kako na njih gledaju likovi.	3.48	1.18
20. Stvaram neki svoj odnos prema likovima iz tih serija i prema nekima osjećam simpatiju, a prema nekima antipatiju.	3.91	1.06
F7 Percipirana društvena relevantnost*	3.55	1.15
21. Te serije se imaju hrabrosti suočiti s realnošću umjesto da je izbjegavaju.	3.68	1.11
22. Te serije pokazuju interes za postojeće i bitne probleme u nekoj zajednici ljudi (obitelji i šire).	3.87	1.04
23. Mogu u njima prepoznati probleme /situacije / događaje iz svog vlastitog života.	3.11	1.31
F8 Percipirana bliskost s likovima	2.96	1.34
24. Doživljavam likove iz tih serija kao da su dio neke moje obitelji ili kruga ljudi koji su mi važni ili bliski.	2.61	1.34
25. Osjećam se kao dio njihovog svijeta.	2.58	1.33
26. Likovi iz tih serija mi se čine toliko poznati, bliski - kao da sam se s njima sreo/srela licem u lice.	3.19	1.35

27. Doživljavam likove iz tih serija kao stvarne ljude.	3.47	1.32

Legenda: * p < .001 za t-test za jedan uzorak razlike od srednje vrijednosti ljestvice 3 (samo za ljestvice).

Ispitali smo i povezanosti između istraživanih faktora ljestvice motiva gledanja turskih telenovela. Sve su korelacije pozitivne. Najistaknutiji faktor Ugodno imerzivno iskustvo značajno je pozitivno povezan s tri također istaknuta faktora: Percipiranom društvenom relevantnošću (r = 0.503), Razvijenim odnosom prema likovima (r = 0.495) te Gledanjem serija kao dijelom svakodnevice (r = 0.403). Drugi faktor po istaknutosti, Razvijen odnos prema likovima, osim s Ugodnim imerzivnim iskustvom značajno je pozitivno povezan s ovim istaknutim faktorima: Percipiranom društvenom relevantnošću (r = 0.572), Rješavanjem problema (r = 0.469) te Gledanjem serija kao dijelom svakodnevice (r = 0.408). Tablica 41 prikazuje korelacijsku matricu faktora ljestvice motiva gledanja turskih telenovela.

Tablica 41. Korelacijska matrica faktora ljestvice motiva gledanja turskih telenovela

Faktor	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
F1 Percipirana sličnost	0.370	0.323	0.347	0.342	0.531	0.480	0.507
F2 Ugodno imerzivno iskustvo	-	0.340	0.403	0.322	0.495	0.503	0.287
F3 Bijeg u svijet bogatih		-	0.421	0.407	0.359	0.293	0.385
F4 Gledanje serija kao dio svakodnevice			-	0.399	0.408	0.470	0.470
F5 Rješavanje problema				-	0.469	0.458	0.537
F6 Razvijen odnos prema likovima					-	0.572	0.561
F7 Percipirana društvena relevantnost						-	0.514
F8 Percipirana bliskost s likovima							-

Bilješka: Sve dobivene korelacije statistički su značajne uz p < .001

12. RASPRAVA

12.1. Uvodne napomene

Naše glavno istraživanje imalo je za cilj steći uvide u trendove povezane s popularnim televizijskim serijama emitiranima na linearnim zemaljskim televizijskim kanalima u Hrvatskoj u periodu od 2003. do 2018. godine – u smislu žanrovske pripadnosti tih serija, u smislu obrazovne strukture njihove publike i u smislu pripadnosti zemlje porijekla tih serija zapadnom svijetu. Riječ je o je periodu u kojemu u novoosnovanoj post-socijalističkoj Hrvatskoj ukupne političke, ekonomske i društvene promjene prati i liberalizacija televizijskog tržišta. Pošli smo od tri hipoteze. Hipoteza 1 tvrdi da je došlo je do promjena u produkcijskom porijeklu popularnih TV serija na način da su zemlje Zapada izgubile primat, a preuzela ga je Turska. Hipoteza 2 tvrdi da je došlo do promjena u žanrovskoj distribuciji popularnih TV serija na način da je raznovrsnost žanrova ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru. Hipoteza 3 tvrdi da je došlo do promjene strukture gledatelja popularnih TV serija u smislu odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja. Postavljene hipoteze testirane su sekundarnom analizom gledanosti (AMR %) naslova serija emitiranih u večernjem terminu od 19:00 do 22:30 sati, izmjerenom putem uređaja *peoplemetera* na reprezentativnom uzorku hrvatske odrasle populacije. Period od 2003. do 2018. godine podijeljen je na tri razdoblja od po pet sezona emitiranja: Staro doba (sezone 2003/2004 – 2007/2008), Doba promjene (sezone 2008/2009 – 2012/2013) i Novo doba (sezone 2013/2014 – 2017/2018). Hipoteze su testirane usporedbom gledanosti Starog i Novog doba, a rezultatima istraživanja sve tri postavljene hipoteze su potvrđene.

Nakon provedenog glavnog istraživanja željeli smo dublje razumjeti dobivene rezultate na način da retrospektivni dijakronijski pogled na naš nacionalno specifičan odabir popularnih televizijskih žanrova zemaljske televizije u prvim dekadama 21. stoljeća (kakav na makro-razini nude rezultati glavnog istraživanja), dopunimo sinkronijskim, temeljno poredbeno usmjerenim istraživanjem. Namjera nam je bila steći dodatni uvid u sociokulturne odlike i ukuse gledatelja serija, njihove motive gledanja određenog žanra i percepciju pripadnosti određenog korpusa serija nekom žanru. Kao odvojene skupine gledatelja serija zanimali su nas s jedne strane gledatelji turskih telenovela, a s druge strane – negledatelji tih serija. Proveli smo pomoćno istraživanje na odrasloj populaciji s tri glavna cilja. Prvi je cilj bio usporedba triju sociokulturnih odlika tih dviju skupina: usporedba kulturne bliskosti s Turskom u segmentu vrijednosne bliskosti, usporedba kulturnog kapitala povezanog sa znanjem stranih jezika i ukusima u kulturnoj potrošnji te usporedba ukusa vezano za druge televizijske žanrove, klasificirane prema kulturnom statusu i povezanosti s kulturnim

kapitalom gledatelja. Drugi je cilj bio usporedba percepcije žanrovske pripadnosti turskih telenovela kod ove dvije skupine gledatelja. Samo treći cilj nije bio poredbeno usmjeren; željeli smo istražiti istaknute razloge gledanja turskih telenovela kod gledatelja tih serija. Strukturirali smo nove četiri hipoteze. Hipoteza 4 tvrdi da između gledatelja i negledatelja turskih telenovela postoje statistički značajne razlike u percepciji kulturne bliskosti s Turskom u segmentu vrijednosne bliskosti u smislu da će gledatelji Tursku percipirati kulturno bliskijom od negledatelja. Hipoteza 5 tvrdi da između gledatelja i negledatelja turskih telenovela postoje statistički značajne razlike u kulturnom angažmanu u smislu da će gledatelji iskazivati niži kulturni angažman od negledatelja. Hipoteza 6 tvrdi da između gledatelja i negledatelja turskih telenovela postoje statistički značajne razlike u televizijskim žanrovskim preferencijama u smislu da će žanrove niskog kulturnog statusa gledatelji više voljeti od negledatelja. Hipoteza 7 tvrdi da između gledatelja i negledatelja turskih telenovela postoje statistički značajne razlike u percepciji žanrovske pripadnosti turskih telenovela. Postavljene hipoteze testirane su anketnim istraživanjem metodom snježne grude na prigodnom uzorku odrasle populacije od 1185 ispitanika. Rezultatima istraživanja hipoteze su potvrđene, a izdvojeno je pet istaknutih motiva gledanja turskih telenovela: ugodno imerzivno iskustvo, razvijen odnos prema likovima, percipirana društvena relevantnost, pomoć u rješavanju problema te gledanje serija kao dio svakodnevice.[192]

12.2. Promjene u zemlji porijekla popularnih serija

Udio zemalja Zapada kao proizvođača naslova s ljestvice Top 10 popularnih serija od Starog do Novog doba opada sa 56 % na 10 %. Udio Turske koja u Starom dobu ne sudjeluje na domaćem televizijskom tržištu, u Novom dobu iznosi 58 %. Ovim je rezultatima potvrđena hipoteza 1. Odnosno, rezultati pokazuju da tijekom procesa liberalizacije televizijskog tržišta u Hrvatskoj dolazi do promjena u produkcijskom porijeklu popularnih serija zemaljske televizije na način da zemlje Zapada gube primat, a preuzima ga Turska. No, Turska nije jedini nezapadni proizvođač serija kojemu rastu udjeli na ljestvici Top 10. U Novom dobu Bosna i Hercegovina ostvaruje 12 % udjela u naslovima. Ukupno, dok u Starom dobu nezapadne zemlje na ljestvici Top 10 sudjeluju s neznatnim udjelom u naslovima od 2 % (BiH), u Novom dobu te zemlje dominiraju ljestvicom s visokih 70 % udjela u naslovima. Strelovit rast udjela nezapadnih zemalja započinje tijekom Doba promjene. Slabije gledanom ljestvicom Top 11-20 u Starom dobu zapadni naslovi dominiraju još izrazitije nego ljestvicom Top 10, ostvarujući udio od 80 %. No, u Novom dobu udio zapadnih

[192] Kao što je već spomenuto, javno je predstavljen znanstveni rad koji donosi rezultate testiranja H4, H5 i H6 (Karuza Podgorelec, 2023).

naslova opada na 31 %, a udio nezapadnih naslova raste na 28 %. Među nezapadnim zemljama proizvodnje i na toj ljestvici prednjači Turska s 14 % udjela u naslovima, a slijedi Bosna i Hercegovina s 10 % udjela (Srbija i Crna Gora ostvaruju 4 % udjela). Ekspanzija nezapadnih serija ne istiskuje samo naslove sa Zapada. I domaći su naslovi sve manje popularni u odnosu na one nezapadne pa polovica domaćih naslova s popularne ljestvice Top 10 migrira na manje gledanu ljestvicu Top 11-20. Odnosno, dok se od Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 udio domaćih naslova prepolovljuje (sa 42 % opada na 20 %), na ljestvici Top 11-20 njihov se udio udvostručuje (sa 20 % raste na 41 %).

Izneseni nalazi pokazuju da domaća popularna linearna zemaljska televizija, koja tijekom 20. stoljeća dobrim dijelom upravo putem serija predvodi proces pozapadnjačenja široke domaće publike (usp.: Pušnik i Starc, 2008; Vučetić, 2018), početkom druge dekade 21. stoljeća (tijekom Doba promjene), stubokom mijenja smjer svoje kulturne usmjerenosti kada je riječ o serijama, a time mijenja i smjer svojega kulturnog utjecaja. Takvi trendovi udaljavanja od popularne kulture Zapada u segmentu serija i opadanja popularnosti domaćih naslova, upravo su suprotni trendovima prisutnima na televizijama razvijene Europe. Za svojevrsnu usporedbu s praksama zapadnoeuropskih nakladnika, neka posluži istraživanje koje u UK-u, Njemačkoj, Francuskoj, Italiji i Španjolskoj tijekom sezone 2018/2019 provodi medijski teoretičar Emili Prado sa suradnicima (2020), analizirajući program besplatnih općih kanala tamošnjih komercijalnih i javnih televizija. Ponajprije, tamo fikcijom dominira serijalna fikcija (Prado i sur., 2020: 4-5). Domaća produkcija svih žanrova u svim tim zemljama snažno je razvijena, a bez izuzetaka važnija je javnim televizijama nego njihovim komercijalnim rivalima. Od inozemne fikcije na tamošnjim se javnim i komercijalnim besplatnim općim kanalima prikazuju europske i američke produkcije te međusobne koprodukcije. Od stranih produkcija američka produkcija ne dominira tek na javnim televizijama u Njemačkoj i Francuskoj; tamo (uz snažnu domaću produkciju) prevladava ona europska. Manjim se dijelom prikazuju europske i američke koprodukcije sa zemljama izvan Europe i SAD-a (zapadnima i nezapadnima). Inozemnu fikciju porijeklom izvan europsko-američkog kruga emitiraju tek francuski komercijalni kanali (6.5 % udjela u inozemnoj fikciji) i španjolski kanali. Na španjolskoj javnoj televiziji taj udio iznosi 9.7 %, a na komercijalnim kanalima 3.1 % ukupnog udjela u inozemnoj fikciji (Prado i sur., 2020: 8-9). Medijski teoretičar Jean K. Chalaby (2023: 39) navodi da je 2017. godine u svim zemljama članicama Europske unije (EU) porijeklo fikcije ukupno na linearnoj televiziji (zemaljskoj i *Pay* TV), ovako raspoređeno: 49.7 % naslova porijeklom je iz EU-a, 1.4 % porijeklom je iz ostatka Europe, 39.0 % porijeklom

je iz SAD-a, a 9.9 % porijeklom je iz ostatka svijeta. Unutar EU kategorije 52 % naslova je domaćeg porijekla, a 48 % porijeklom iz drugih članica EU-a.

Od 1970-ih empirijska istraživanja globalnog tijeka televizijskih sadržaja ukazuju na dominantni položaj američke audiovizualne industrije (De Bens i de Smaele, 2005: 36). Domaće su serije u načelu najomiljenije (Hoskins i Mirus, 1988), a tako je i u europskim zemljama (De Bens i de Smaele, 2005: 36). No, europske zemlje, osobito one manje, nemaju dovoljno razvijene nacionalne televizijske industrije da one zadovolje potrebe televizijskih nakladnika za serijama (De Bens i de Smaele, 2005; Prado i sur., 2020). Već tijekom 1980-ih i 1990-ih, ne samo u Hrvatskoj (usp.: Pokrajac, 2018) nego i u ukupno u Europi, američke su serije drugi izbor publike (npr.: Silj, 1988: 119; pregled istraživanja: De Bens i de Smaele, 2005: 36). S obzirom na to da se putem tih serija ostvaruje snažan američki kulturni utjecaj, u Europi najprije razvijene zemlje započinju 'uzvraćati udarac' i proizvoditi sve više domaćih serija (vidi šire: de Bens i de Smaele, 2005; Silj, 1988). Istovremeno sa željom smanjenja američkog kulturnog utjecaja, dolazi i do liberalizacije europskog medijskog tržišta i porasta konkurencije među kanalima, što donosi ukupno povećanje proizvodnje serija namijenih *prime timeu* u dobrom dijelu europskih zemalja (de Bens i de Smaele, 2005). U hrvatskom procesu liberalizacije i komercijalizacije televizijskog tržišta, prema našim nalazima, ne samo oni zapadni (dominantno američki), nego i brojni domaći naslovi gube bitku za gledanosti. U Hrvatskoj je zbog rata i poraća 1990-ih dramski program HRT-a, tada jedinog nakladnika s nacionalnom koncesijom, u znatnom kvantitativnom i kvalitativnom opadanju u odnosu na ranije godine (Rafaelić, 2016: 631). Pojavom novih nakladnika već se tijekom Starog doba povećava proizvodnja domaćih serija, a one udjelom u naslovima ljestvice Top 10 ne zaostaju znatno za onim Zapadnima. No, nastavkom procesa liberalizacije i komercijalizacije televizijskog tržišta brojni domaći naslovi postaju manje popularni od novopridošlih nezapadnih serija. Teorija globalnog tijeka televizijskih sadržaja upućuje na to da globalna televizijska publika aktivno traga za kulturnom bliskošću s kulturnim proizvodima kojima je izložena (Straubhaar, 1991) te upravo stoga domaće serije voli više od inozemnih. Naime, stranim je serijama umanjena kulturna privlačnost zbog nedostatka kulturne bliskosti s gledateljima (Hoskins i Mirus, 1988). Dvije skupine inozemnih serija izbjegavaju tu prepreku. Prvu skupinu čine serije iz kulture dugo prisutne na nekom tržištu i bliske publici (Straubhaar, 2007: 200), kao što su u Hrvatskoj ranije to bile američke i druge zapadne serije (vidi: 3.1.; 3.2.). Drugu skupinu čine serije s tržišta prema kojima gledatelji osjećaju kulturnu bliskost (Straubhaar, 1991, 2007, 2010). No, kulturna je bliskost povezana s kulturnim kapitalom gledatelja (npr.: Iwabuchi, 2002; Straubhaar, 2007, 2010). Stoga

smo vezano za zemlju proizvodnje dodatno promotrili i zasebne ljestvice deset najgledanijih naslova triju istraživanih obrazovnih skupina.

Ljestvicom Top 10 OŠ i bez u Starom dobu sa 62 % udjela dominiraju domaći naslovi. No, njih u Novom dobu dobrim dijelom zamjenjuju oni nezapadni, dominirajući ljestvicom sa 72 % udjela. Udio domaćih naslova opada na 22 %. Istodobno se od Starog do Novog doba značajno smanjuje i udio zapadnih naslova, sa 36 % na 6 %. *Na ljestvici Top 10 VŠS i VSS* u Starom dobu nema nezapadnih naslova. Općenito, tu ljestvicu odlikuje najmanji udio nezapadnih naslova (24 % u Dobu promjene; 34 % u Novom dobu) te najveći udio zapadnih naslova (66 % u Starom dobu; 46 % u Dobu promjene; 42 % u Novom dobu). Riječ je o jedinoj ljestvici na kojoj u Novom dobu ne dolazi do prevage nezapadnih naslova. *Ljestvicom Top 10 SSS* u Starom dobu sa 64 % udjela dominiraju zapadni naslovi, no u Novom dobu njihov udio opada na 10 %. Nezapadni naslovi u Starom dobu nisu prisutni niti na toj ljestvici. No, u Novom dobu oni istiskuju zapadne naslove i prevladavaju na ljestvici s udjelom od 68 %. Ovi naši nalazi ukazuju na povezanost stupnja obrazovanja i preferencija gledatelja kada je riječ o zemlji porijekla serija. Odnosno, nalazi ukazuju na to da je prihvaćanje zapadnih produkcija tijekom cijelog ispitivanog razdoblja najslabije izraženo kod najniže obrazovanih slojeva. Radije od zapadne oni najprije biraju domaću, a potom nezapadnu produkciju. Ukupno, prihvaćanje kulturne usmjerenosti serijalne fikcije od one prema Zapadu do one prema nezapadnim kulturama (možemo reći i: *prema Istoku* [usp.: Luketić, 2013]), snažnije je izraženo što je stupanj obrazovanja gledatelja niži. Pri tome nezapadne produkcijske kulture ne uspijevaju ostvariti dominaciju jedino u skupini gledatelja s višim i visokim stupnjem obrazovanja.

Naši su nalazi sukladni rezultatima istraživanja globalnog tijeka televizijskih sadržaja koji ukazuju na to da će unutar određene nacionalne zajednice stupanj kulturne bliskosti s istom serijom varirati od jedne skupine do druge (npr.: La Pastina i Straubhaar, 2005; Straubhar i sur., 2022). No, kulturna je bliskost višeslojni fenomen (La Pastina i Straubhaar, 2005) pa pri njenoj analizi valja razmotriti i odlike sadržaja koji dolazi iz određene kulture, osobito žanr. Hrvoje Turković (2000) ističe da svaki fikcionalni žanr kreira neki osobiti svijet, a John Cawelti (1977: 7) pripovjedne arhetipove te popularne pripovjedne formule i žanrove sagledava kao sredstvo generaliziranja korisno prije svega „za donošenje povijesnih i kulturnih zaključaka o kolektivnim fantazijama koje dijele velike skupine ljudi i prepoznavanje razlika u tim fantazijama iz jedne kulture ili razdoblja u drugu“. Već Cawelti (1977: 42) ukazuje na usku vezu između različitih načina korištenja arhetipskih priča i samih kultura koje proizvode popularne formule i žanrove povezane s određenim arhetipom. Ti različiti načini znače da će se narativni arhetipovi i formule prilagođavati

preokupacijama i senzibilitetu kulture unutar koje nastaju. Stoga određeni žanr i kulturu koja bira izraziti neke svoje preokupacije upravo putem tog žanra (pritom kreirajući 'svoju inačicu' žanra), valja sagledavati kao međusobno povezane.

12.3. Promjene u žanrovskoj pripadnosti popularnih serija

Istodobno s promjenama u zemlji proizvodnje, tijekom prvih dviju dekada 21. stoljeća zbivaju se i promjene u žanrovskoj pripadnosti popularnih naslova igrane serijalne fikcije zemaljske televizije u Hrvatskoj. U Starom dobu ljestvicu popularnih naslova Top 10 odlikuje raznolikost žanrova. Naslovi drame na ljestvici sudjeluju sa 48 % udjela. Prisutno je pet žanrova drame. Najzastupljeniji su kriminalistički naslovi s 30 % udjela, a na ljestvici su prisutne i akcijske, ratne, povijesne i znanstveno-fantastične serije te drame o osobnoj svakodnevici (*soap* drame; drame u užem smislu). Hrvatska dvama povijesnim naslovima ostvaruje 4 % udjela. Ostali su naslovi drame zapadne proizvodnje, pretežno američke (28 % udjela). Naslovi komedije ostvaruju 34 % udjela, a prisutna su dva žanra. Naslovima situacijske komedije pripada 32 % udjela, a ostatak pripada domaćoj komediji-drami sredine. Većina naslova *sitcoma* je domaće proizvodnje (28 % udjela), a s po 2 % udjela na ljestvici sudjeluju SAD i BiH. Dva žanra sapunske opere ukupno ostvaruju 18 % udjela na ljestvici. Pri tome (zapadne) sapunice s 10 % udjela blago prednjače nad (domaćim) telenovelama koje ostvaruju 8 % udjela na ljestvici.

U Novom dobu na ljestvici Top 10 više nije prisutna ta žanrovska raznolikost. Sa čak 74 % udjela u naslovima ljestvicom dominira telenovela kao jedini žanr sapunske opere. U rekordnoj sezoni 2016/2017 (Novo doba), od ukupno deset, na ljestvicu je uvršteno čak devet naslova telenovela. Turskim telenovelama u Novom dobu pripada 58 % udjela na ljestvici, a domaćim telenovelama 12 % udjela. S po 2 % udjela na ljestvici kao proizvođači telenovela pojavljuju se Španjolska i Italija. *Dakle, Turska se u Novom dobu (kao dominantna zemlja proizvodnje) na ljestvici Top 10 nameće isključivo svojom lokalnom inačicom telenovele, zvanom dizi* (Acosta-Alzuru, 2021; Gül, 2021; Milovanović, 2023; Öztürkmen, 2018). Ukupni udio drame na ljestvici opada na 10 %, a broj žanrova drame opada na tri žanra. Pri tome čak 8 % udjela pripada naslovima serija izraženog melodramatskog kôda deriviranog iz telenovele: po 4 % udjela na ljestvici ostvaruju talijanski kriminalistički naslovi tematski i estetski hibridizirani s kôdovima telenovele (vidi: 10.2.1.1.) i domaći TV mjuzikl izraženog melodramatskog kôda telenovele (vidi: 10.2.13.). Tek s preostala 2 % udjela sudjeluje jedan američki akcijsko-avanturistički naslov. U Novom dobu udio komedije opada na 16 % (*sitcom* 14 %; domaća komedija-drama sredine 2 %). Naslovi *sitcoma* uglavnom su bosanskohercegovačke proizvodnje (12 % udjela), a domaći naslovi *sitcoma* ostvaruju tek 2 %

udjela. Ovim nalazima potvrđena je hipoteza 2. Tijekom procesa liberalizacije televizijskog tržišta došlo je do promjena u žanrovskoj distribuciji popularnih serija zemaljske televizije na način da je raznovrsnost žanrova ustupila mjesto telenoveli kao dominantnom žanru.

12.3.1. Drama na istraživanim ljestvicama

Čak je petnaest žanrova drame uvršteno u žanrovsku matricu serija prisutnih na analiziranim ljestvicama Top 20, Top 20 OŠ i bez, Top 20 SSS te Top 20 VŠS i VSS. Ovlašnim bi se pogledom na tu matricu mogao steći dojam žanrovskog obilja popularne serijalne drame na zemaljskim kanalima u Hrvatskoj (vidi: Tablica 22). No, naši nalazi ukazuju na odumiranje prisutnosti drame među popularnim serijama domaće zemaljske televizije. Ukupno se na široj ljestvici Top 20 u Novom dobu od 100 naslova nalazi 26 naslova drame u odnosu na 63 naslova u Starom dobu. Od Starog do Novog doba na gledanijoj ljestvici Top 10 udio naslova drame snažno opada, s 48 % na 10 %. Isti se proces zbiva i na slabije gledanoj ljestvici Top 11-20. Tamo udio naslova drame sa 78 % opada na 42 %. Riječ je o procesu suprotnom procesima koji se istovremeno odvijaju na Zapadu gdje upravo serijalna drama najviše od svih žanrovskih skupina doživljava procvat žanrovske raznolikosti, popularnosti i opsega proizvodnje (usp.: Esquenazi, 2013; Moïsi, 2016). Serijalna drama se primjerice 2022. godine u SAD-u nalazi na vrhu popularnosti *svih* televizijskih žanrova (Stoll, 2023). U Hrvatskoj se na ljestvici Top 20 prepolovljuje udio kriminalističkih naslova, a opada i udio naslova drugih žanrova poput akcijsko-avanturističkog i znanstveno-fantastičnog. Ostali na Zapadu vrlo popularni žanrovi, poput bolničke drame, 911 serije ili kostimirane drame (usp.: Creeber, 2001, 2008b, 2015c), prisutni su tek na slabije gledanoj ljestvici Top 11-20, predstavljeni su s manje od pet naslova u ukupnom istraživanom periodu, a tijekom vremena opada njihov ionako skroman udio. Nakon Starog doba povijesne serije i *soap* drame sele na slabije gledanu ljestvicu Top 11-20, a udjeli ovih žanrova su niski. Politička i ratna serija te horor na ljestvici Top 20 predstavljeni su s tek jednim naslovom, a neki su žanrovi s jednim naslovom prisutni samo na ljestvicama obrazovnih skupina – primjerice *fantasy* (Top 20 VŠS i VSS) i TV vestern (Top 20 OŠ i bez). TV mjuzikl prisutan je na ljestvici Top 10, no riječ je o domaćoj seriji izraženih kôdova telenovele (vidi: 10.2.13.). Dokumentarna drama prisutna je na ljestvici Top 11-20, a predstavljaju je dva domaća tabloidna naslova (vidi: 10.2.15.).

Dok je na Zapadu produkcija drame u snažnom porastu, najveći pad udjela na zemaljskoj televiziji u Hrvatskoj doživljavaju upravo zapadne drame koje u Starom dobu dominiraju ukupnom ljestvicom Top 20. Od Starog do Novog doba udjeli naslova zapadne drame na ljestvici Top 10 opadaju sa 44 % na 6 %, a na ljestvici Top 11-20 opadaju sa 72 % na 34 %. U Dobu promjene na

ukupnu ljestvicu Top 20 prodiru nezapadne drame, ali njihov je udio skroman; uglavnom je riječ o naslovima iz Srbije i Crne Gore. Na ukupnoj ljestvici Top 20 skromni su i udjeli domaće drame. Ti udjeli u Novom dobu ostaju nepromijenjenu u odnosu na Staro doba (4 % na Top 10 i 6 % na Top 11-20), a u Dobu promjene domaća je drama prisutna tek na ljestvici Top 11-20, i to s 2 % udjela. *No, i ponuda domaće drame je siromašna*. Domaću dramu u najvećoj mjeri proizvodi javna televizija, no i ona u vrlo malom opsegu. Primjerice, u Dobu promjene 2010. godine HRT ukupno producira 85 nastavaka serija, no polovicu te produkcije čine niskobudžetni *sitcomi*.[193] HRT 2012. godine proizvodi 35 novih epizoda komedije, uglavnom *sitcoma*, a nove drame u produkciji HRT-a nema (Zajović, 2014). O krizi domaće serijalne drame raspravlja i Programsko vijeće HRT-a, a tadašnji ravnatelj Hrvatskog audiovizualnog centra Hrvoje Hribar u medijima izjavljuje: „u vrijeme kad Amerikanci i Skandinavci dosežu vrhunac u TV proizvodnji, mi udaramo o dno“ (u: Zajović, 2014). Usporedbe radi promotrimo situaciju s proizvodnjom domaćih serija 1971. godine, u doba rane televizije (TV I) i postojanja jednog televizijskog kanala koji program emitira tek određeni broj sati u danu. Televizija Zagreb tijekom 1971. godine producira više od dvadeset epizoda triju novih domaćih dramskih serija (Vončina, 2011: 698). Među njima je i kultna serija *Kuda idu divlje svinje* (Mirošćenko, 2013), u 21. stoljeću uz komedije-drame sredine također prisutna na ljestvici Top 20. Producira se i petnaestak epizoda novih ciklusa serija *Naše malo misto* i *Veliki i mali*, tri TV drame originalnih scenarija, jedna TV drama prema obradi kazališnog teksta, jedna dramatizacija proznog teksta te dvije kraće dramske forme (Vončina, 2011: 698).

Drami na zemaljskim kanalima u istraživanom razdoblju najvjerniji ostaju gledatelji s višim i visokim obrazovanjem. Od Starog do Novog doba na ljestvici *Top 10 VŠS i VSS* udio naslova drame opada sa 60 % na 46 %, a na ljestvici Top 11-20 VŠS i VSS taj udio opada sa 82 % na 60 %. No, unatoč padu udjela, drama zadržava dominaciju na objema ljestvicama. Nasuprot tome, drama ni u jednom periodu ne dominira ljestvicom Top 10 najniže obrazovanih gledatelja. Ipak, u Starom dobu na ljestvici *Top 10 OŠ i bez* naslovi drame ostvaruju udio od 34 % (nadmašuje ih komedija). Najslabije obrazovanima u Starom dobu drama je, da tako kažemo, uglavnom 'drugi izbor' pa tada na slabije gledanoj ljestvici Top 11-20 OŠ i bez naslovi drame ostvaruju zavidan udio od 86 %. No, prodorom nezapadnih telenovela drama kod najniže obrazovanih doživljava dramatičan pad popularnosti, a 'drugi izbor' te publike postaje komedija (ranije najpopularnija). U Novom dobu udio drame na ljestvici Top 10 OŠ i bez opada na samo 8 %, a na ljestvici Top 11-

[193] Zajović (2014) navodi da je u to doba epizoda sapunske opere u prosjeku stajala 170 000 kuna (danas bi to iznosilo oko 22 500 eura), epizoda *sitcoma* 220 000 kuna (danas bi to iznosilo oko 29 200 eura),, a epizoda drame najmanje 700 000 kuna (danas bi to iznosilo oko 92 900 eura).

20 OŠ i bez, na 30 %. Za razliku od najniže obrazovanih, srednje obrazovanima u Starom su dobu naslovi drame prvi izbor i na ljestvici *Top 10 SSS* ostvaruju udio od 60 %. No, taj udio značajno opada i u Novom je dobu sličan udjelu kod najniže obrazovanih (10 %). Ipak, za razliku od ljestvice najniže obrazovanih, na slabije gledanoj ljestvici srednje obrazovanih Top 11-20 SSS udio naslova drame opada tek u Novom dobu, a i tada drama ostaje dominantna (70 % udjela u Starom dobu i Dobu promjene, 44 % udjela u Novom dobu). Rekli bismo, drama se u ovoj skupini dobrim dijelom zadržava kao 'drugi izbor'.

12.3.1.1. Drama srednjeg i visokog kulturnog statusa

Iako drame vezano za kulturni status mogu pripadati svim trima kategorijama, zapadne i domaće *prime time* drame prisutne na ljestvicama popularnih serija iz glavnog istraživanja u literaturi su opisane kao pripadne *middlebrow* i *highbrow* serijama (usp.: Feuer i sur., 1984; Jenner, 2022; Newman i Levine, 2012; Thompson, 1996). S tim su opisima sukladni nalazi našeg glavnog istraživanja. *Lowbrow* drami (drami koja najviše gledanosti ostvaruje kod najniže obrazovanih, a najniže gledanosti kod više i visoko obrazovanih) pripadaju primjerice dvije domaće niskobudžetne tabloidne dokumentarne drame (vidi: 10.2.15.) i domaći 'telenovelizirani' TV mjuzikl (vidi: 10.2.13.), no na ljestvicama je ukupno *lowbrow* drama slabo zastupljena. Rejtinzi 911 serija najniži su u skupini OŠ i bez, a najviši u skupini SSS pa potom u skupini VŠS i VSS. TV vestern, znanstveno-fantastični i akcijsko-avanturistički naslovi širokog su diskurzivnog raspona pa privlače i heterogenu publiku, no s iznimkom jednog akcijsko-avanturističkog naslova i jednog naslova TV vesterna, rejtinzi su ipak najniži u skupini OŠ i bez. Povijesne, ratne i horor serije privlače heterogenu publiku. Američke bolničke drame, političke serije i kostimirane drame najviše privlače visoko obrazovnu publiku. Kod *soap* drame diskurzivno i narativno vrlo različite domaće i američke serije najviše rejtinge ostvaruju u skupini više i visoko obrazovane publike. Nasuprot tome, također diskurzivno i narativno vrlo različite srpske *soap* drame u skupini više i visoko obrazovane publike ostvaruju najniže rejtinge. Detekcijske kriminalističke serije privlače heterogenu publiku prvenstveno srednjeg, višeg i visokog obrazovanja, a kriminalističke fuzije s telenovelom privlače prvenstveno najniže obrazovane.

Kulturni status određenih skupina *middlebrow* i *highbrow* dramskih serija dodatno smo provjerili u pomoćnom istraživanju, nudeći primjere naslova emitiranih na domaćoj zemaljskoj televiziji. Određene žanrove prema njihovom kulturnom statusu podijelili smo u tri kategorije Žanrovskog kulturnog stila (niskog, srednjeg i visokog kulturnog statusa). Provjerili smo povezanost obrazovanja, kulturnog angažmana i znanja stranih jezika (kao šireg skupa indikatora kulturnog

kapitala) s tim trima kategorijama. Najveće, statistički značajne pozitivne povezanosti između kulturnog angažmana, znanja stranih jezika i obrazovanja ostvarene su sa Stilom visokog kulturnog statusa (*highbrow*) te potom Stilom srednjeg kulturnog statusa (*middlebrow*). Sa Stilom niskog kulturnog statusa (*lowbrow*) povezanosti su negativne (usp.: Bennett, 2006).

Kao i na Zapadu (npr.: Bennett, 2006; Jenner, 2022; Kompare 2010), u pomoćnom su istraživanju kao *middlebrow* drame klasificirane globalno popularne američke detekcijske proceduralne serije visoke produkcijske vrijednosti koje u Starom dobu i Dobu promjene dominiraju kriminalističkim serijama na ljestvici Top 10, najgledanijima u skupinama SSS te VŠS i VSS (vidi: 10.2.1.1.). Kriminalističke serije (i kod nas najpopularnije u okviru drame), pripadaju 'žanrovima pravde' (Pribram, 2011) jer problematiziraju pitanja zakonitosti, društvenog poretka i pravde, a detekcijske serije pritom pripadaju profesijskim dramama jer tematiziraju profesionalnu stvarnost pripadnika snaga zakona i reda (Isani 2004, 2018; Laudisio, 2018; Petit, 1999). Riječ je o većinom formulaičnim pričama u kojima je društvo zaštićeno pomoću snaga reda (Cooke, 2008: 29). Detekcijski procedurali bave se društvom igrajući važnu ulogu u otklanjanju dvojbi i strahova suvremenog zapadnog gledatelja. Glavni protagonisti, istražitelji, imaju širi idealizirajući značaj, sugerirajući da pojedinci mogu utjecati na promjene (eng.: *make a diference*) i u suvremenom društvu kojeg odlikuju strah, nesigurnost i skepsa prema moralu vladajućih elita. Naglasak na realizmu i narativni fokus na istražiteljima kao moralnim 'profesionalcima' uvjeravaju publiku da je su institucije zakona i reda u konačnici ispravne i moralne (vidi: Broe, 2004; Bull, 2016; Dean-Ruzicka, 2009; Kompare, 2010: 56; Lee, 2004; Scaggs, 2005: 98). Jedan od ključnih elemenata uspjeha serija o detektivima-herojima jest sama atraktivnost istražitelja u smislu njegova potencijala kreiranja osjećaja bliskosti s gledateljem. „Unutar svog fikcionalnog svijeta heroj igra ulogu vodiča, obično opremljenog pouzdanim moralnim kompasom“, koji 'dozvoljavava' gledatelju da vidi što i on te da na taj način „sudjeluje u pronalaženju istine“ (Turnbull, 2014: 98).

U *highbrow* drame, kao i na Zapadu klasificirane su dvije skupine serija. (a) Prvu skupinu čine kompleksne QTV (također i one postmoderne i metamoderne) serije raznih žanrova (vidi: 6.2.4.), većim dijelom pripadne takozvanim 'serijama straha' (vidi: 6.2.2.). Možemo ih podijeliti na dvije podskupine. Prvu podskupinu čine zapadne serije poput političke *Kuće od karata*, serije fantastike *Igre prijestolja*, kriminalističke *Na putu prema dolje* ([*Breaking Bad*] AMC, 2008-2013), akcijsko-avanturističke *Domovina*, *soap* drame *Milijarde* ([*Billions*] Showtime, 2016-2023), postmoderne kriminalističke drame *Twin Peaks* i sličnih. Drugu podskupinu čine lokalne QTV serije poput domaćih – političke *Novine*, kriminalističke *Počivali u miru* i sličnih (Karuza Podgorelec, 2022).

QTV serije straha raznih žanrova bave se društvom intenzivno tematizirajući odnose dobra i zla. Pri tome donose kaos, relativizam, cinizam, mračno viđenje svijeta i oštru kritiku društva kojeg oslikavaju (Moïsi, 2016: 19). Riječ je o serijama uglavnom namijenjenima zahtjevnoj nišnoj publici (Schlütz, 2015). (b) Drugu skupinu serija kategoriziranu u *highbrow* serije sačinjavaju klasične britanske serije poput *Ubojstava u Midsomeru*, *Opatije Abbey*, *Oca Browna* (*Father Brown*; [BBC, 2013-]), *Poirota* [ITV, 1989-2013] i sličnih, koje pripadaju takozvanim 'serijama nade' (vidi: 6.2.2.). Riječ je o globalno popularnim britanskim kostimiranim dramama i detekcijskim serijama, najčešće književnim adaptacijama ili serijama nastalima prema literarnim motivima, čestima na općim kanalima zapadnih televizija, koje promoviraju pomalo bajkovit nostalgični prikaz britanskog identiteta (vidi šire: Bergin, 2012; Brewer, 2016; McCaw, 2012). Ta skupina serija izvire iz britanske takozvane *heritage* drame koju odlikuje specifičan diskurs sagledavanja svijeta (Brewer, 2016; Davis, 2001; McCaw, 2012). Vrijednosno su povezane s britanskom tradicijom 'kvalitete' (Chapman, 2014: 131-132), ali i nekom širom nostalgijom „za izgubljenim i sigurnijim svijetom, pa čak i ako je on postojao samo u mašti“ (Turnbull, 2014: 11). Višu ili visoku kulturnu vrijednost tih serija konstituiraju angažman prestižnih glumaca, literarni izvor (a kasnije i oponašanje 'literarnog' stila), visoki budžeti te stilizirana predodžba o britanskoj baštini namijenjena izvozu (eng.: *„heritage export“* [Brunsdon, 1990: 85-86]). Te serije mogu biti smještene u prošlost i u sadašnjost. Često je riječ o pričama povezanima s mikrokozmosom britanskog malog mjesta (eng.: *country side*) i „svijetom savršenog reda“ (McCaw, 2012: 41),[194] ili pak o pričama koje bude nostalgiju za složenim karizmatičnim osobnostima, rekli bismo – za 'ljudima kakvih je nekad bilo' (Davis, 2001: 137).[195]

Sudeći prema rezultatima glavnog istraživanja, prisutnijoj *middlebrow* drami i nešto slabije prisutnoj *highbrow* drami, udio na ljestvicama popularnih serija naglo opada od Doba promjene. Osobito kada je riječ o nehumornim žanrovima (drami i sapunskoj operi), 'popularne serije' u Starom dobu ukazuju na to da su domaći gledatelji skloni zapadnoj televizijskoj estetici koja reflektira mješavinu ukusa uglađene zapadnjačke srednje i više srednje klase (usp.: Pušnik i Starc, 2008), i unutar te formule prihvaćaju usložnjavanja igranih žanrova do kojih dolazi na Zapadu (vidi: 3.2.). Serije izraženo niže ili više kulturne legitimacije i tada, dakako, privlače i različitu publiku. No, ipak su prosječno na ljestvicama Top 10 i Top 11-20 relativno ujednačeno bile

[194] Primjer serija te skupine smještenih u prošlost su *Poirot* (vidi: Brewer, 2016), prema pričama Agathe Christie, ili *Otac Brown,* prema motivima priča Gilberta Keitha Chestertona i slične, a primjer serije smještene u sadašnjost su *Ubojstva u Midsomeru*, prema motivima priča Caroline Graham (vidi: Bergin, 2012; McCaw, 2011: 108-124).
[195] Toj skupini pripada primjerice serija *Inspektor Morse* ([*Inspector Morse*] ITV, 1987-2000) prema motivima priča Colina Dextera smještena u sveučilišni gradić Oxford (vidi: Davis, 2001; McCaw, 2011: 160-74; Lyn, 1995).

zastupljene sve obrazovne skupine gledatelja koji su gledali serije raznih žanrova i stupnja složenosti (vidi: Prilog 2). Popularne serije možemo promatrati kao kulturne posrednike (Bourdieu, 1984: 326), tvorce ukusa (Pušnik i Starc, 2008: 784; usp.: Lynes, 1980) i medij neformalnog obrazovanja o određenoj dominantnoj ideologiji (G. Jowett i Linton, 1989), a žanrove serija kao institucije koje reflektiraju preokupacije i obilježja društva unutar kojih doživljavaju popularnost (Cawelti, 1977: 42; Todorov, 1990: 19), kao razmjenu između industrije i publike putem koje progovara kultura sama (Feuer, 1992: 109), odnosno „kao način kulturalnog 'mišljenja'“ (Altman, 2000: 8). U tom kontekstu ovako snažan pad popularnosti cijelog spektra *middlebrow* i *highbrow* žanrova drame na kakav ukazuju naši nalazi, ukazuje na to da širinu preokupacija (širinu 'svjetova' [Turković, 2000] koje donose raznoliki žanrovi) i estetskih tradicija na domaćoj zemaljskoj televiziji dominantno zamjenjuje telenovela koja gledateljev 'svijet' s ukupnosti društ(a)va sužava na 'vlastito dvorište': na obiteljska previranja unutar konzervativne sredine i žudnju za osobnim uspjehom (vidi: 3.7.; 10.4.), a 'žuđenu' estetiku srednje i više klase Zapada (Pušnik i Starc, 2008), zamjenjuje prvenstveno vizualna estetika turske telenovele (Berg, 2023: 70) kao standard 'kvalitete' (Okumus, 2020).

Prodorom turske telenovele u Dobu promjene, pad popularnosti drame najizrazitiji je kod najniže obrazovanih. Rezultati pomoćnog istraživanja u tom smislu pružaju nam i dodatni uvid. Oni ukazuju na to da *middlebrow* i *highbrow* dramu zapravo odbacuju ljubitelji sapunske opere (telenovele), a da je ostatak publike prihvaća. Odnosno, ti nalazi ukazuju na *polarizaciju publike* zemaljske televizije i formiranje dviju skupina gledatelja: ljubitelje telenovele i neljubitelje telenovele. Do sličnih zaključaka dolaze i Krešimir Krolo, Željka Tonković i Dina Vozab (2023). Temeljem istraživanja nacionalno probabilističkom uzorku punoljetnih hrvatskih građana ti autori u segmentu serija zaključuju da jedna publika (radnička klasa) preferira ponuđenu im sapunsku operu i odbacuje druge žanrove (zapadnjačkih) serija, dok druga publika (dominantna klasa) odbacuje sapunsku operu i favorizira zapadnjačke, među ostalima i QTV serije uglavnom engleskog govornog područja (Krolo i sur., 2023: 13). Ovdje valja podsjetiti da se tijekom perioda analiziranog u glavnom istraživanju mijenja model prikazivanja drama. Nekada dominantne američke *middlebrow* kriminalističke serije tijekom Novog doba u *prime timeu* se počinju emitirati prema modelu *kontinuiranih repriza i sporadičnih premijera* pa vlada *oskudica* premijera takvih serija (vidi: 9.4.2.), a pritom ostale *middlebrow* i *highbrow* drame u udarnom terminu nisu česte, odnosno na programu zemaljske televizije vlada i njihova *oskudica* (vidi: 3.4.; 3.5.). Stoga naši rezultati otvaraju i pitanje *o želji* domaće zemaljske televizije da i putem serija zadrži osobito *middlebrow*, ali i i *highbrow* publiku. Na to ćemo se pitanje u raspravi još vraćati.

12.3.2. Komedija na istraživanim ljestvicama

Komedija je uz dramu na Zapadu i danas najpopularnija žanrovska skupina serija (usp.: Kamm i Neuman, 2016; Marketing Charts, 2019; Roy Morgan, 2019; Stoll, 2023). U našu je žanrovsku matricu uvršteno pet žanrova komedije, a kao što je uobičajeno i na Zapadu (Mundy i White, 2012; Neale i Krutnik, 2001), komedijom dominira *sitcom*. U okviru komedije se na Zapadu tijekom 21. stoljeća osnažuje produkcija romantične komedije i lažnog dokumentarca (vidi: 10.3.3.; 10.3.4.). No, romantičnu komediju i lažni dokumentarac (*mockumentary*) u našoj matrici reprezentira tek po jedan (domaći) naslov, pri čemu je *mockumentary* uvršten na slabije gledanu ljestvicu Top 11-20. Na istu ljestvicu uvrštena su i dva naslova skeč komedije, a proizvođači tih naslova su Srbija i Crna Gora te UK. Hrvatski je specifikum izdvajanje komedije-drame sredine kao popularnog lokalnog žanra komedije. Iako je tijekom istraživanog perioda snimljena tek jedna nova domaća serija tog žanra, domaće komedije-drame sredine uvrštavane su na ljestvice Top 10 i Top 11-20 tijekom sva tri analizirana petogodišnja perioda. Riječ je mahom o arhivskim naslovima koji mješavinom komedije i drame plastično oslikavaju određeni mentalitet, lokalnu sredinu i vrijeme, a koji pružaju širu lepezu arhetipskih karaktera poniklih iz 'naše sredine' (vidi: 10.3.2.). Kontinuirana popularnost arhivskih komedija-drama sredine ukazuje na njihovu bliskost sa „strukturom osjećaja“ (R. Williams, 1981: 156) domaće suvremene publike. No, umjesto da se temeljem te bliskosti snažnije razvije produkcija novih domaćih komedija-drama sredine više kulturne vrijednosti, privlačnost kôdova tog lokalnog žanra kod domaće publike sustavnije iskorištava tek domaća humorna telenovela, o čemu će još biti riječi (vidi: 12.4.1.2.).

Komedija, kao i drama, tijekom vremena gubi bitku s telenovelom, ali u manjem obujmu i na način da polovica naslova migrira s gledanije ljestvice Top 10 na manje gledanu ljestvicu Top 11-20. Pritom dominaciju domaćeg *sitcoma* zamjenjuje dominacija onog bosanskohercegovačkog koji je domaćoj publici već i lingvistički blizak i može se pratiti bez jezičnih prilagodbi (nije potrebno čitati titlove na hrvatskom jeziku). Od Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 udio komedije opada sa 34 % na 16 %, a na ljestvici Top 11-20 raste sa 16 % na 34 %. Također, od Starog do Novog doba udio *domaće komedije* na ljestvici Top 10 opada sa 30 % na 4 %, a na ljestvici Top 11-20 raste sa 10 % na 22 %. Od Starog do Novog doba udio *domaćeg sitcoma* na ljestvici Top 10 opada sa s 28 % na 2 %, a na ljestvici Top 11-20 raste sa 8 % na 12 %. Od Starog do Novog doba udio *bosanskog sitcoma* na ljestvici Top 10 raste sa 2 % na 12 %, a na ljestvici Top 11-20, raste s 0 % na 8 %. Ovdje valja upozoriti da se fenomen popularnosti bosanskog humora na ljestvici Top 10 temelji najvećim dijelom na prisutnosti dugovječnog *sitcoma Lud zbunjen normalan* (vidi: 10.3.1.1.1.), dok je prodor *sitcoma* iz BiH na ljestvicu Top 11-20 u Novom dobu povezan s drugim

naslovima. Zapadna komedija niti u jednom razdoblju ne ostvaruje značajnije udjele. U Starom je dobu na ljestvici Top 10 prisutna s udjelom od 2 %, a na ljestvici Top 11-20 s udjelom od 6 %. U Novom je dobu, jednako kao i komedija iz Srbije i Crne Gore, prisutna samo na ljestvici Top 11-20, i to s udjelom od 2 %.

Ukupno gledano, komedija kakva se u istraživanom periodu prikazuje na domaćoj zemaljskoj televiziji, zapravo jedino *na ljestvici najniže obrazovanih* pod naletom telenovele jednostavno s gledanije ljestvice *migrira na manje gledanu ljestvicu*. Od Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 OŠ i bez udio komedije opada sa 40 % na 12 %, a na ljestvici Top 11-20 OŠ i bez raste sa 8 % na 44 %. Ukupno *najslabije udjele i najveći pad udjela* komedija bilježi *na ljestvici više i visoko obrazovanih*. Od Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 VŠS i VSS udio komedije opada sa 22 % na 12 %, a na ljestvici Top 11-20 VŠS i VSS opada sa 18 % na 16 %. *Na ljestvici srednje obrazovanih* udjeli komedije *variraju*. Na ljestvici Top 10 SSS udio od 26 % iz Starog doba, u Dobu promjene raste na 34 %, a u Novom dobu opada na 18 %. Na ljestvici Top 11-20 SSS udio od 28 % iz Starog doba, u Dobu promjene opada na 14 %, a u Novom dobu raste na 30 %.

Gledateljske preferencije vezano za komediju geokulturno su specifične (za kratki pregled vidi: Pavić i Krivokapić, 2020). Na recepciju humora i kreiranje značenja u komediji utječe kulturna bliskost sa sredinom na koju se komedija referira i iz koje potječe (Bielby i Harrington, 2008: 53; vidi i: Mundy i White, 2012: 209; Medhurst, 2007; Popović, 2011). Iako sve kulture dijele duboke strukture onoga što 'prolazi kao komično' (usp.: Klaviknes, 2011), nacionalni, regionalni ili uži lokalni humor ponekad se sastoji i od nijansiranih elemenata koji se odnose na kontekst i specifičnosti određene zajednice (Medhurst, 2007: Were the Crazy Gang from New Guinea?). Postoje i geokulturno određeni *humorni stereotipi* odnosno stereotipne predodžbe o pojedinim sredinama vezano za njihovu „sposobnost proizvodnje, korištenja i uvažavanja humora“ (Pavić i Krivokapić, 2020: 115), pa time i za njihovu sposobnost kreiranja 'dobre komedije'. Željko Pavić i Nataša Krivokapić (2020), istražujući iz sociološke perspektive pitanja međusobnih humornih stereotipa među studentima četiriju država bivše Jugoslavije (među njima i Hrvatske), ukazuju na negativne stereotipe o humoru Hrvata i Slovenaca, a pozitivne stereotipe o humoru Bosanaca. Pavić i Krivokapić (2020: 124) svoje uvide pojašnjavaju na dvije razine. Dijelom je riječ o medijatiziranoj predodžbi o duhovitosti Bosanaca koju i građani Hrvatske baštine još od popularnih bosanskohercegovačkih skeč komedija s kraja 1980-ih, nadahnutih britanskim *Letećim cirkusom Montyja Pytona* i nastalih u okviru urbanog kulturnog pokreta ironičnog naziva Novi primitivizam (usp.: Karajlić, 2014; Kult portal, 2016; Vučković, 2017). No, Pavić i Krivokapić svoje rezultate kontekstualiziraju i hrvatskom pomalo romantiziranom predodžbom o Balkanu na

koju u svom istraživanju upućuje i Katarina Luketić (2013). Iako je predodžba o nasilnom i primitivnom geografskom i kulturnom prostoru Balkana živo prisutna u postsocijalističkoj Hrvatskoj, Balkan se zamišlja i kao prostor hedonizma, viška emotivnosti, životne radosti i spontanosti. „Humor je dio takvog 'viška' i spontanosti; to je jedna od ključnih karakteristika po kojoj se Balkan navodno razlikuje od 'ozbiljnog' i 'dosadnog' Zapada“ (Pavić i Krivokapić, 2020: 124; usp.: Luketić, 2013). I komunikolog Božo Skoko (2012: 9, prema: Pavić i Krivokapić, 2020: 113) navodi da je danas druga najčešća asocijacija vezana uz Bosnu i Hercegovinu kod Hrvata i Srba “humor i život bez stresa”.

No, gledateljske preferencije vezano za komediju ovise i o gledateljevom kulturnom kapitalu (Bennett, 2006; Bennett, i sur., 2009; Claessens i Dhoest, 2010; Friedman, 2011, 2014; Friedman i Kuipers, 2013; Jontes, 2012; Kuipers, 2006a, 2006b, 2009; kratki pregled: Pavić i sur., 2021). Bosanskohercegovački su producenti hrvatsku post-socijalističku publiku zemaljske televizije osvojili (pretežno obiteljskim) *sitcomom* privlačnim najslabije obrazovanima, a ne, kao ranije, britkom humorom povezanim s *rock* kulturom koji je za cilj imao otpor prema primitivizmu (Vučković, 2017: 100). Već je u Starom dobu bosanskohercegovački *sitcom* najprivlačniji najniže obrazovanima, a u Dobu promjene te se razlike dodatno produbljuju, osobito u odnosu više i visoko obrazovane. Tako primjerice *sitcom Lud, zbunjen, normalan* u Novom dobu u skupini OŠ i bez ostvaruje gledanost od 15.96 % AMR-a, a u skupini VŠS i VSS ostvaruje gledanost od 5.61 % AMR-a. *Sitcom* je tijekom 20. stoljeća uglavnom sagledavan kao jedan od onih 'malih', čak i 'drugorazrednih' (eng.: *'small-time'*) odnosno visokoformulaičnih žanrova niske cijene koštanja i jednako niske kulturne vrijednosti (Mills, 2009: 1-2). Zbog čestog baratanja stereotipima osobito je najraširenija i najkonvencionalnija podvrsta *sitcoma* – obiteljski *sitcom* – često sa sobom nosio pejorativne konotacije. No, popularni dugovječni *sitcomi* u određenoj kulturi snažno određuju ukupni smjer razvoja lokalne žanrovske formule srednjestrujaškog *sitcoma* kao popularne obiteljske zabave (Daković i Milovanović, 2016). Primjerice, dok se američka situacijska komedija dugo povezivala samo s jeftinom serijalnom proizvodnjom niske kulturne vrijednosti (vidi: Mundy i White, 2012: 102), britanski se *sitcom* odmah razvijao kao žanr kod kojeg se osjećala hijerarhija unutar onog što nazivamo 'popularnim' izrazom (Hunt, 1998: „Rubbish amongst the gold“). Naime, u britanskoj tradiciji televizijske komedije i u žanru *sitcoma* pojavljivao se autorski pristup (Mundy i White, 2012: 103), izraženija ironija, parodija ili politički komentar. U doba SFRJ televizijska komedija se osobito razvijala u okviru srpske televizijske produkcije gdje već od početka 1960-ih djeluju Radivoje Lola Đukić i Novak Novaković (Petrović, Nikolić i Bakiu, 2014; Savičević, 1994). Prvi, najdugovječniji i najpoznatiji *sitcom* u bivšoj

Jugoslaviji srpski je obiteljski *sitcom Pozorište u kući* snimljen prema scenariju Novaka Novakovića (RTS, 1972-1975, 1980, 1984 [Erdei, 2017; Daković i Milovanović, 2016]). Riječ je o seriji nastaloj u vremenu kada je televizija bila institucija „koja je pratila zapadne standarde zabave u svim područjima“ (Dragićević-Šešić 2007: 753, prema: Daković i Milovanović, 2016: 130). *Pozorište u kući* zapadnu estetiku, urbano okružje, spektakularizaciju svakodnevnog života i raznovrsne reference na tekstove popularne kulture, kombinira s tradicijom ranijih jugoslavenskih (uglavnom srpskih) komedija koje se zasnivaju na konfliktu ruralno/urbano, odnosno tradicionalno/moderno. Na taj način, za razliku od suvremenih bosanskohercegovačkih *lowbrow sitcoma*, *Pozorište u kući* funkcionira kao indikator razvoja modernosti tadašnjeg socijalističkog društva, a ujedno i kao indikator razvoja modernosti srednjestrujaških medija u tom društvu (Daković i Milovanović, 2016).

Vezano za suvremene preferencije prema *highbrow* i *lowbrow* humoru, Željko Pavić sa suradnicima (2021) ustanovljuje da postoje nacionalne razlike u ukusima publike četiriju ex-Jugoslavenskih zemalja (među njima i Hrvatske), a da preferencije prema *highbrow* humoru nisu povezane s navedenim humornim stereotipima koji favoriziraju bosanskohercegovački humor. Naši nalazi ukazuju na to da se popularnost bosanskohercegovačkog humora, kakav je iskazan suvremenim bosanskohercegovačkim *sitcomom*, može pripisati kvaliteti humora koja odgovara ponajprije ukusima niže klase, što neizravno ukazuje i na to da domaći stereotipi o duhovitim Bosancima posredovani televizijom u stvarnosti najbolje korespondiraju s osobama manje sofisticiranog smisla za humor (usp.: Pavić i sur., 2021: 219-220). No, naši rezultati ukazuju i na prevagu *lowbrow sitcoma* i među *domaćim* situacijskim komedijama na ljestvici Top 10. Četiri domaća *sitcoma* prisutna u Starom dobu i Dobu promjene u nekoj od sezona bilježe da nema razlika u kategoriji gledanosti (KaG-u) među obrazovnim skupinama OŠ i bez i VŠS i VSS. Razlike u rejtinzima između najviše i najniže obrazovanih od pet i više postotnih bodova, a da pritom niti u jednoj sezoni *nije* zabilježeno da nema razlike u KaG-u među tim skupinama, zabilježene su kod sedam domaćih *sitcoma* s ljestvice. Odnosno, sudeći prema obrazovnoj strukturi publike sedam *sitcoma* s ljestvice Top 10 mogli bismo okarakterizirati kao *lowbrow*. Četiri *sitcoma iz* Starog doba i Doba promjene mogla bi imati nešto viši kulturni status, što smo provjerili u pomoćnom istraživanju.

12.3.2.1. Situacijska komedija srednjeg i visokog kulturnog statusa

Highbrow sitcomi, i oni distinktivnog vizualnog stila (Mills, 2009), i oni naturalistički pripadni *comedy vérité* (Mills, 2004; E. Thompson, 2007) – funkcioniraju kao „komedije distinkcija“

(Mills, 2009: 133). Njihova je konzumacija usko povezana s iskazivanjem kulturnog kapitala gledatelja (Mills, 2009: 133-134) i uglavnom se emitiraju na nišnim kanalima ili distribuiraju putem SVoD-a. U našem istraživanju jedini *sitcom* na ljestvici Top 10 kojemu rejting raste porastom stupnja obrazovanja publike je *Seks i grad* emitiran u Staro doba. U pomoćnom istraživanju zanimalo nas je stoga šire istražiti koji bi *sitcomi* emitirani na domaćoj zemaljskoj televiziji mogli pripadati skupinama srednjeg i visokog kulturnog statusa. Temeljem istraživanja u drugim zemljama i Millsovoj (2009) podjeli *sitcoma* (vidi: 6.1.2.; 10.3.1.), formirali smo dvije skupine situacijskih komedija. (a) Skupina *moderne američke situacijske komedije* obuhvaća američke kultne 'romantizirane' *sitcome* o alternativnoj obitelji, realističke/naturalističke *sitcome* izgledom slične drami i inteligentnog srednjestrujaškoj humora (usp.: Mils, 2009) te animirane *sitcome.* Kao primjere ponudili smo naslove *Prijatelji*, *Seks i grad*, *South Park* (Comedy Central, 1997-), *Moderna obitelj* i *Kako sam upoznao vašu majku* ([*How I Met Your Mother*] CBS, 2005-2014). (b) Skupina *klasične domaće i strane situacijske komedije* obuhvaća klasični američki obiteljski *sitcom*, klasični britki britanski *sitcom* (usp.: Kamm i Neumann, 2016) i 'novi klasični' *sitcom* o alternativnoj obitelji koji pledira na novu publiku koja ponovno preferira stil tradicionalnog *sitcoma* (usp.: Mils, 2009). Kao primjere ponudili smo naslove *Svi vole Raymonda* ([*Everybody Loves Raymond*] CBS, 1996-2005), *Dva i pol muškarca* ([*Two and a Half Men*] CBS, 2003-2015), *Mućke*, *Malcolm u sredini* ([*Malcolm in the Middle*] Fox, 2000-2006) i *Teorija velikog praska* ([*The Big Bang Theory*] CBS, 2007-2019). Tim smo britanskim i američkim *sitcomima* pridružili i dva domaća klasična *sitcoma*. Obiteljski *sitcom Odmori se, zaslužio si* pridružen je jer glavno istraživanje pokazuje da je riječ o ukupno najpopularnijem domaćem *sitcomu,* i o najpopularnijem *sitcomu* u skupini VŠS i VSS. *Sitcom* o alternativnoj obitelji *Bitange i princeze* uvršten je su jer su rezultati glavnog istraživanja pokazali najuravnoteženije gledanosti u svim trima istraživanim obrazovnim skupinama.

Analiza je pokazala da obje skupine *sitcoma* pripadaju *middlebrow* serijama. Slično kao i kod *middlebrow* i *highbrow* drame, pomoćno istraživanje ukazuje na to da *middlebrow sitcome gledatelji telenovela ne prihvaćaju*, a ostali ih gledatelji prihvaćaju. Pri tome oni koji prihvaćaju *middlebrow sitcome* nešto manje vole 'moderni američki *sitcom'* od 'klasičnog domaćeg i stranog *sitcoma'*. No, domaćeg je *middlebrow sitcoma* malo (u Novom dobu gotovo nestaje), a zapadni *middlebrow sitcom*, kao i *middlebrow* drama u *prime timeu* emitiran po modelu svakodnevnih kontinuiranih repriza (vidi: 9.4.2.) – u potpunosti nestaje s ljestvice Top 20. I ovi rezultati, ne samo da ukazuju na polarizaciju publike, nego i oni otvaraju pitanje na koje ćemo se vraćati – pitanje o tome kojoj su od dviju suprotstavljenih publika (ljubitelji telenovele i lokalnih [domaćih i

bosanskohercegovačkih] *lowbrow sitcoma* vs. ostali) prvenstveno namijenjene serije u udarnim terminima domaće zemaljske televizije, odnosno pitanje *o želji* domaće zemaljske televizije da putem serija zadrži osobito *middlebrow*, a potom i *highbrow* publiku.

12.3.3. Sapunska opera na istraživanim ljestvicama

Tijekom vremena sapunica gotovo nestaje s ukupne ljestvice Top 20. Njen udio iz Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 opada sa 10 % na 0 %, a na ljestvici Top 11-20 opada sa 6 % na 2 %. Telenovela je ta koja počinje dominirati krajolikom zemaljske televizije. Od Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 udio naslova telenovele raste sa 8 % na 74 %, a na ljestvici Top 11-20 sa 0 % na 22 %. Pritom turskim telenovelama pripada 58 % udjela na ljestvici Top 10 i 12 % udjela na ljestvici Top 11-20. Ukupno se na ljestvici Top 20 od 100 naslova u Novom dobu nalazi 48 naslova sapunske opere, u odnosu na 12 naslova u Starom dobu.

Domaćim telenovelama u Novom dobu na ljestvici Top 10 pripada 12 % udjela u naslovima (u usporedbi s 8 % u Starom dobu), a na ljestvici Top 11-20 im pripada 10 % udjela u naslovima (u Starom ih dobu nije bilo na ljestvici). Ukupno se na ljestvici Top 20 u Novom dobu nalazi 11 naslova domaćih telenovela, u odnosu na četiri naslova iz Starog doba. Dok naslovi domaće drame i komedije uzmiču i dobrim se dijelom s ljestvice Top 10 premještaju na ljestvicu Top 11-20, domaća telenovela sve je prisutnija na objema ljestvicama (Top 10 i Top 11-20). Od Starog do Novog doba na ljestvici Top 10 udio domaće drame i komedije opada sa 34 % (uglavnom je riječ o *sitcomu*) na 8 % (polovicu udjela čini komedija, a polovicu već spomenuti domaći TV mjuzikl snažno izraženog kôda telenovele). Na ljestvici Top 11-20 udio domaće drame i komedije raste sa 16 % na 30 % (8 % drama, 22 % komedija). Pri tome 8 % udjela čine reprizni naslovi domaće komedije-drame sredine proizvedeni još u socijalizmu (vidi: 10.3.2.1.; Prilog 2). Domaće su serije tijekom 20. stoljeća žanrovski i estetikom dominantno pod zapadnim utjecajima i nemaju nizak kulturni status (npr.: Erdei, 2017; Mirošičenko, 2013; Simeunović Bajić, 2016, 2018; Vončina, 2011). Sudeći prema našim nalazima, u Hrvatskoj krajem prve i tijekom druge dekade 21. stoljeća domaća komedija postaje sve više *lowbrow*, broj domaćih telenovela raste, a domaća drama odumire ili se 'telenovelizira' i 'tabloidizira' pa *ukupno domaća popularna igrana serijalna fikcija počinje imati nizak kulturni status*.

U Hrvatskoj se od samih početaka telenovela emitira prema modelu svakodnevnog ritma emitiranja tijekom radnog tjedna. U periodu monopola javne televizije popularnost latinoameričke telenovele ne dovodi do produkcije domaćih inačica žanra, a sama latinoamerička telenovela, smještena u ranopopodnevne dnevne termine namijenjene domaćicama i umirovljenicima (HRT,

interni uvid u programsku shemu), ne predstavlja konkurenciju večernjim serijama. Tek nakon početka liberalizacije tržišta, u Starom dobu, pokreće se i domaća proizvodnja telenovela pod mentorstvom latinoameričkih eksperata (Grozdanić, 2004; Vujnović, 2008). No, niti tada ne dolazi do telenovelizacije serijalne fikcije na zemaljskoj televiziji. Telenovela je, sukladno zapadnom modelu kreiranja programske sheme, prisutna u večernjim terminima *prije* središnjih vijesti i popularna (HRT, interni uvid u programsku shemu; Nielsen, podatci primarnog istraživanja). I dalje su na domaćoj zemaljskoj televiziji jednako popularni žanrovi drame i komedije, premijerni nastavci kojih se emitiraju u udarnim terminima *nakon* večernjih vijesti. Kao što pokazuju naši nalazi, do promjene odnosa snaga između telenovele i ostalih žanrova dolazi tijekom Doba promjene, a ti se odnosi zadržavaju i u Novom dobu. K tome, pod utjecajem popularnosti turske telenovele, same domaće telenovele imaju ambiciju, poput onih turskih, osim domaćoj biti zanimljive i publici telenovela s prostora bivše Jugoslavije, ali i široj nezapadnoj publici telenovela diljem svijeta, pa i onoj bliskoistočnoj (Premec, 2019). Stoga njima dominira nezapadna estetika. Ti se procesi zbivaju već nakon što na Zapadu popularnost sapunske opere značajno opada i nakon što dolazi do njene hibridizacije s brojnim žanrovima drame i komedije (Seiter i Wilson, 2005: 150), osobito s romantičnom komedijom (Seiter i Wilson, 2005: 149-154). Već krajem 20. stoljeća ti su *soap*-hibridi namijenjeni mlađoj publici utrli put hibridnim serijama izvan sapunske opere poput serije *Seks i grad* koja od njih baštini stil, dijaloge i okoliš u kakvom se kreću likovi, kao i ideju kako bi mladi urbani 'moderni' karakteri trebali izgledati (Klitgaard Povlsen, 2003: 117-119; vidi i Akass i McCabe, 2004). Na Zapadu dnevna sapunica odumire (Ford, de Kosnik i Harrington, 2011), a večernja se sapunica dobrim dijelom modificira u „magazin o modernom životu i stilu“ (Klitgaard Povlsen, 2003: 119). S druge se strane osuvremenjuje i osnažuje produkcija drugih 'ženskih žanrova' poput kostimiranih romansi namijenjenih mlađoj publici (npr.: Matthew, 2020) i romantičnih komedija (vidi: 10.3.3.), a kao novi žanr koji problematizira osobnu svakodnevicu izrasta *soap* drama (vidi: 10.2.11.).

12.3.3.1. Kulturna bliskost gledatelja turskih telenovela s Turskom

Zbog različitih habitusa gledatelja realna kulturna blizina ne mora nužno donijeti zadovoljstvo programom. Istovremeno može postojati *vrijednosna kulturna rezonancija* i pozitivna identifikacija sa stranim serijama koje se doimaju privlačno, poželjno, a time i 'slično', 'blisko' (Iwabuchi, 2002: 133-135), bilo da je riječ o žuđenoj modernosti (npr.: Pušnik i Starc, 2008; Iwabuchi, 2002), ili o žuđenim tradicionalnim odnosima i vrijednostima (npr.: La Pastina i Straubhaar, 2005; Ferriera, 2022). Vrijednosna kulturna bliskost percepcija je kulturne 'sličnosti' (Iwabuchi, 2002: 133-135) u smislu bliskosti mentaliteta, osobnih vrijednosti i preokupacija te

odnosa u društvu (Iwabuchi, 2002; La Pastina i Straubhaar, 2005; Rohn, 2011; Straubhaar, 2007). U pomoćnom smo istraživanju usporedili percipiranu vrijednosnu kulturnu bliskost s Turskom gledatelja turskih telenovela i onih koji to nisu. Rezultati ukazuju na to da je obrazovanje negativno povezano s vrijednosnom kulturnom bliskošću Turske. No i uz kontrolu obrazovanja i bez nje, nalazi ukazuju na to da postoje statistički značajne razlike u percepciji kulturne bliskosti s Turskom u segmentu vrijednosne bliskosti između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji Tursku percipirati kulturno bliskom. Ovim je nalazima potvrđena hipoteza 4. Ispitanici gledatelji turskih telenovela, za razliku od negledatelja, Tursku smatraju privlačnom za život i smatraju da su preokupacije, vrijednosti i mentalitet ljudi te odnosi u društvu u Turskoj slični našima, i tako iskazuju vrijednosnu bliskost Turskoj (usp.: Iwabuchi, 2002).

Priče turskih telenovela naglašavaju željenu bliskost bogatstva i uspjeha postignutog u patrijarhalnoj konzervativnoj sredini i ističu obiteljske vrijednosti na način da stariji i religiozni likovi pružaju moralno sidro, a žena je u slabijoj poziciji i nižeg statusa od muškarca (Halaček, 2014: 40–41; Kaynak, 2015: 241; vidi i: Berg, 2023). Stoga se u kontekstu hrvatske kulture i društvenih vrijednosti vrijednosna bliskost turskih telenovela iščitava kao *regresivna bliskost s konzervativnim patrijarhalnim tradicionalnim vrijednostima* (usp.: Kasapović, 2012). Teorija globalnog tijeka televizijskih sadržaja upućuje na to da su gledatelji slabije akumulacije kulturnog kapitala skloniji lokalnim i nacionalnim medijskim odabirima te onima temeljenima na kulturnoj bliskosti od gledatelja s višom akumulacijom kulturnog kapitala (usp.: Straubhaar, 2007: 203), a deficit kulturnog kapitala biti će povezan s razumijevanjem kulturnog proizvoda tek prema gledateljevim moralnim prosudbama i usporedbama iz vlastitog života (usp.: Bourdieu, 1984: 2-5). Sukladno tome turske telenovele *upravo uspostavljanjem vrijednosne kulturne bliskosti* na koju ukazuju naši nalazi, osnažuju svoju privlačnost upravo kod gledatelja niže akumulacije kulturnog kapitala, koji prema našim nalazima i jesu najveći ljubitelji sapunske opere (ali ne više one zapadne).

12.3.3.2. Kulturni status telenovele te kulturni angažman i žanrovske preferencije njene publike

Za razliku od komedije i drame koje obuhvaćaju tekstove različitih kulturnih statusa, sapunske su opere na Zapadu u cijelosti niskoga kulturnog statusa (npr.: Bennett, 2006; Jontes, 2012). Ta kulturna valorizacija dijelom proizlazi iz specifičnih odlika narativa i ciljeva proizvodnje sapunske opere (Allen, 1996; Martín-Barbero, 1995), a dijelom ne samo iz obrazovne, nego i iz rodne pripadnosti njezine publike (Gledhill, 1997). Prema rezultatima našeg glavnog istraživanja, najveći ljubitelji sapunske opere u Hrvatskoj su starije žene (vidi: Tablica 30) i publika najnižeg

stupnja obrazovanja (usp.: Krolo i sur., 2023). Porastom obrazovanja gledatelja popularnost te žanrovske skupine značajno opada. Tijekom analiziranog razdoblja zapadne i domaće sapunice, a kasnije domaće i turske telenovele, najslabije gledanosti na ljestvici Top 20 ostvaruju u skupini visokoobrazovanih, a najveće gledanosti u skupini najniže obrazovanih. Tako u Novom dobu rejting po emitiranju telenovele s ljestvice Top 10 u skupini OŠ i bez iznosi visokih 22.64 % AMR-a po emitiranju. U skupini SSS taj je rejting dvostruko niži, iznosi 11.24 % AMR-a po emitiranju. U skupini VŠS i VSS telenovele s ljestvice Top 10 ostvaruju daleko najniži rejting, tek 6.78 % AMR-a po emitiranju. Također, ukupni naslovi sapunske opere ostvaruju najmanje udjele na ljestvici Top 20 VŠS i VSS, a najviše udjele na ljestvici Top 20 OŠ i bez.

I rezultati pomoćnog istraživanja *ukazuju na to da domaća i turska telenovela pripadaju skupini lowbrow žanrova, zajedno s domaćom reality televizijom*. No, rezultati pomoćnog istraživanja ukazuju i na to da u televizijskim ukusima uz obrazovanje ulogu igra i kulturni angažman gledatelja (usp.: Bennett, 2006) te njihovo poznavanje stranih jezika kao svojevrsna oznaka kozmopolitizma (usp.: Prieur i Savage, 2013). Naime, u pomoćnom smo istraživanju najprije utvrdili da domaća telenovela, domaća *reality* natjecanja i domaći zabavni natjecateljski *show* (također pripadan *reality* televiziji [usp.: Creeber, 2001, 2008c,2015d]), pripadaju skupini *lowbrow* žanrova (ispitivane drame i komedije, kao što je već spomenuto u raspravi, pripadaju *middlebrow* i *highbrow* žanrovima). Ustanovili smo potom i da postoje statistički značajne razlike u televizijskim žanrovskim preferencijama između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će nabrojane *lowbrow* žanrove gledatelji turskih telenovela više voljeti od negledatelja. Tim smo nalazom potvrdili hipotezu 6. Dok (i uz kontrolu obrazovanja i bez) ispitanici *gledatelji* turskih telenovela najviše vole *lowbrow* žanrove, *negledatelji* turskih telenovela ih odbacuju, a prihvaćaju širi spektar *middlebrow* i *highbrow* žanrova. Ukupno, žanrovske preferencije gledatelja turskih telenovela *uskog su spektra*, a najomiljeniji sadržaj su im domaće telenovele. Negledatelji turskih telenovela pokazuju suprotan ukus kada je riječ o serijama. Prihvaćaju širi spektar *middlebrow* i *highbrow* drama i komedija, prihvaćajući tako i *širok raspon* narativnih svjetova i načina na koji su priče ispričane. Odbacuju samo telenovelu (uz tursku i onu domaću) te lokalna *reality* natjecanja; ti žanrovi ne rezoniraju s njihovim habitusom. S obzirom na to da u pomoćnom istraživanju većinu ispitanika u objema skupinama čine žene, te rezultate ne treba sagledavati iz perspektive telenovele kao 'ženskog sadržaja'.

Kulturni angažman i poznavanje stranih jezika povezani su s obrazovanjem. No, i uz kontrolu obrazovanja i bez nje, nalazi pomoćnog istraživanja upućuju na to da su ukusi i prakse kulturne

potrošnje, osobito oni povezani s ‘visokom kulturom’ (Bourdieu, 1984) poput posjedovanja ili čitanja knjiga, posjeta muzejima ili afiniteta prema klasičnom baletu, operi i klasičnoj glazbi, kod *gledatelja* turskih telenovela *slabo izraženi* dok *negledatelji* iskazuju *viši kulturni angažman*. Odnosno, naši nalazi ukazuju na to da postoje statistički značajne razlike u kulturnom angažmanu između gledatelja i negledatelja turskih telenovela u smislu da će gledatelji iskazivati niži kulturni angažman od negledatelja. Tim je nalazom potvrđena hipoteza 5 te je dodatno ukazano na *lowbrow* status i turskih telenovela, unatoč tome što taj lokalni podtip telenovele (po uzoru na američku večernju sapunicu [Panjeta, 2014]) odlikuju visoka ulaganja i kinematografski efekt. Naši su nalazi sukladni nalazima u zapadnom kulturnom krugu gdje sapunske opere bez obzira na produkcijska ulaganja u širem krugu gledatelja nisu prihvaćene kao 'prestižne' (usp.: Mittell, 2020: 15-16).

I prema našim nalazima (usp.: Bennett, 2006) kao specifičnost televizije osobito je izražena pozitivna povezanost upravo kulturnog angažmana sa *highbrow* žanrovima i negativna povezanost sa *lowbrow* žanrovima. Dakle, *ne samo obrazovanje, nego i kulturni angažman i poznavanje stranih jezika razlikovna su obilježja publike koja preferira lowbrow, middlebrow ili highbrow televizijske sadržaje*. Naime, televizijska fikcija djeluje unutar strukturiranog prostora vlastitih zakona funkcioniranja i međuodnosa snaga (*polja;* eng.: *field;* franc.: *champ*) kojeg Pierre Bourdieu (1993) konceptualizira kao *polje kulturne proizvodnje*. Suptilno iščitavanje kulturnih oblika se uči. Odnosno, percipiranjem sve složenijih kôdova postajemo vještiji gledatelji/čitatelji (Bordwell, 1985: 30–35) i rafiniraniji konzumenti kulturnih proizvoda (Bourdieu, 1984: 2–5). Ujedno, kulturni angažman kao jedan od načina akumuliranja kulturnog kapitala širi i naše ukupne vidike. Oni s ukupnim višim kulturnim kapitalom ne samo da su „širi i pronicljiviji u svojim kulturnim praksama” (Prieur i Savage, 2013: 262), nego i ukupno svoj svijet shvaćaju šire od onih s nižim kulturnim kapitalom (Holt, 1997: 112). Uskoća u kulturnom angažmanu i nepoznavanje stranih jezika gledatelja telenovela (usp.: Krolo i sur., 2023) tako se ogleda i u njihovim žanrovskim preferencijama. Svaki žanr ocrtava neki osobit svijet i obrađuje specifičan spektar tema (Straubhaar, 2007: 138), a da bi ga prihvatila, publika sadržaj mora smatrati relevantnim, bliskim i prikladnim (Rohn, 2011: 633). Odlike gledatelja s nižom akumulacijom kulturnog kapitala (Straubhaar, 2007: 203) su iščitavanja jednostavnih kôdova i značenja koja mogu shvatiti temeljem svog iskustva (Bourdieu, 1984: 2–5), uzak odabir estetskih tradicija (Peterson i Simkus, 1992: 168–169; vidi i: Peterson i Kern, 1996) te sklonost 'lokalnim' i nacionalnim medijskim odabirima temeljenima na kulturnoj bliskosti (Straubhaar, 1997).

12.3.3.3. Popularnost telenovele i lokalne lowbrow komedije u kontekstu neofolk kulture

Turska se telenovela, sudeći prema našim nalazima, uz onu domaću tako svrstala u skupinu tekstova koji reflektiraju *uzak i lokalno usmjereni lowbrow ukus*. Ti su nalazi sukladni nalazima Krole i suradnika (2020) koji kod mlade populacije Hrvatske nalaze polarizaciju ukusa vezano za televiziju: kod onih s nižom akumulacijom kulturnog kapitala domaće televizijske spektakle i sapunske opere (jedini strani sadržaj) kao „lokalne spektakle“ koji reflektiraju *kulturnu zatvorenost*, nasuprot „stranoj TV fikciji“: zapadnim, pretežno QTV serijama i kino filmovima kod onih s višom akumulacijom kulturnog kapitala, koji reflektiraju *kulturni kozmopolitizam*. Do sličnih nalaza Krolo i suradnici (2023) dolaze i vezano za odraslu hrvatsku populaciju. Kod radničke klase uočavaju preferencije prema TV sadržajima na domaćem jeziku, sapunskim operama te talent i *reality showovima* (prema 'lokalnim' *lowbrow* TV izborima) koji reflektiraju kulturnu zatvorenost, dok obrazovanija dominantna klasa odbacuje te sadržaje i preferira zapadnjačke *middlebrow* i *highbrow* serije kao refleksiju kulturnog kozmopolitizma. Krolo i suradnici (2023: 13) svojim nalazima dokazuju jednu važnu odliku domaće televizijske *lowbrow* publike: njihove *preferencije prema domaćoj pop-folk glazbi jasno su povezane s takvim lokalnim lowbrow televizijskim ukusom*. Nasuprot tome, preferencije prema domaćoj i stranoj pop i *rock* glazbi jedni su od najvažnijih prediktora sklonosti prema zapadnim *middlebrow* i *highbrow* serijama izvan sapunske opere; te preferencije, čini se, reflektiraju kozmopolitski oblik kulturnog kapitala (Krolo i sur., 2023: 13-14).

Domaća pop-folk glazba pripada populističkoj 'novokomponiranoj' *neofolk kulturi* (Dragićević-Šešić, 1994:14, 22; Luketić, 2013: 399). U svojoj studiji balkanizma Katarina Luketić (2013) napominje da neofolk, kao „nesumnjivo najsnažnija balkanska kulturna poveznica“ (Luketić, 2013: 401), jest taj agens koji osnažuje i dalje razvija kulturnu bliskost (usp.: Straubhaar, 1991, 1997) populacije *lowbrow* ukusa iz zemalja povezanih s bivšom Jugoslavijom i Balkanom. Pri tome pojam Balkana kao *neofolk kulturnog prostora* uključuje i Hrvatsku (Luketić, 2013: 401; šire o Hrvatskoj i Balkanu vidi: Mršen, 2019). Već 1990-ih Milena Dragićević-Šešić (1994:14) neofolk kulturni model u domicilnoj Srbiji s glazbe proširuje među ostalim i na jeftinu domaću komediju i 'ljubiće', *lowbrow* fikciju s temom ljubavnih odnosa. Paralelno s razvojem neofolka u glazbi i njegovog proširenja na zemlje bivše Jugoslavije i šire prostore Balkana, televizija na te prostore umjesto 'ljubića' u udarne večernje termine donosi svakodnevnu telenovelu (domaću/ex Yu i tursku), lokalne post-socijalističke izvedenice *lowbrow* situacijske komedije (usp.: Jontes i Trdina, 2018), ali i lokalne izvedenice *reality* televizije (npr.: Dovey, 2000, 2008; A. Hill, 2007, 2008; Shattuc, 2008, 2014) i ukupnu *reality kulturu* koja ne samo da spektakularizira neofolk zvijezde

(Luketić, 2013: 401-402), nego i ukupno popularizira *lowbrow* medijske sadržaje (Domazet i Nikolić, 2020: 1355-1356). Kao populistički retardacijski model kulture, neofolk je Balkanom u 21. stoljeću još snažnije zavladao dobrim dijelom upravo zahvaljujući medijima (Luketić, 2013: 401, 404), afirmirajući nove „vrijednosti, uzore, ikone i modele reprezentacije“, promovirajući „određeni svjetonazor, poželjno ponašanje, tip identifikacije i integracije u društvo“ i na taj način stvarajući „novi tranzicijski kulturni ambijent koji odražava šire društvene promjene i nove sustave vrijednosti“ (Luketić, 2013: 402). Tradicionalizam neofolka uklapa se u dominantnu patrijarhalnost Balkana, istovremeno promovirajući kombinaciju „'fingirane emancipacije'“ u kojoj su žene ipak određene tradicionalnom ulogom prema muškarcu (Luketić, 2013: 403-405) i specifičnog „kulta emocija i strastvenosti“ (emotivnosti, spontanosti, poželjne afektivnosti, 'povišenog' stanja bivanja, ljubavnog predavanja i slično [Luketić, 2013: 425]), tako promovirajući Balkan i ukupno Istok kao opoziciju 'dosadnoj' popularnoj kulturi Zapada (usp.: Luketić, 2013; Pavić i Krivokapić, 2020).

Stoga neofolk kulturu valja promatrati šire od glazbe, u značenju balkanskog (= lokalnog; 'zajedničkog') tranzicijskog pop-kulturnog prostora koji zahvaća lepezu oblika popularne *lowbrow* zabave posredovane medijima (usp.: Dragićević-Šešić, 1994; Luketić, 2013). Sagledavanje nalaza Krole i suradnika (2023) o povezanosti 'lokalnog' (kulturno zatvorenog) *lowbrow* televizijskog ukusa sa pop-folk glazbom i naših nalaza o preferencijama televizijske publike i kulturnoj bliskosti gledatelja turskih telenovela s Turskom, implicira da danas o neofolk kulturi u Hrvatskoj možemo govoriti kao o lokalnoj inačici popularne kulture niske kulturne vrijednosti koja osim 'lokalne' (kulturno balkanske, 'zajedničke') *lowbrow* pop-folk glazbe obuhvaća i *lowbrow* 'lokalnu' (kulturno balkansku, 'zajedničku') popularnu televizijsku zabavu. Neofolk uključuje domaće inačice *reality* televizije, *lowbrow sitcome* (domaće i bosanske = bliske, 'zajedničke') te telenovele (domaće i turske = 'svima nama na Balkanu bliske' [usp.: Gündüz, 2020, Kraidy i Al-Ghazzi, 2013]), reflektirajući kulturnu zatvorenost Zapadu i uskoću u odabiru estetskih tradicija u dijelu populacije *ukupne* niže akumulacije kulturnog kapitala (ne samo nižeg obrazovanja već i niže kulturne potrošnje i znanja stranih jezika bez obzira na formalno obrazovanje). Već Dragićević-Šešić (1994) populistički novokomponirani kulturni model dominantno pronalazi kod onih 'manje uglednih zanimanja' bez obzira na njihov materijalni status, koji veliki dio slobodnog vremena provode pred malim ekranima, a ne zanima ih čitanje knjiga. Riječ je o konzervativnoj publici željnoj stjecanja materijalnih vrijednosti i punoj poštovanja prema glamuru, a istovremeno vezanoj za obitelj, tradiciju i tradicionalno, za lokalno i regionalno te za razumijevanje jednostavnih umjetničkih kôdova i 'funkcionalnu' recepciju umjetnosti (Dragićević-Šešić, 1994: 56).

Unatoč tome (odnosno, *upravo stoga* [usp.: Luketić, 2013]) što neofolk narativi izrastaju iz društveno i politički turbulentnih tranzicijskih vremena raspada Jugoslavije, rata, poraća i pokušaja uspostave demokratskih društava, njihov 'svijet' ne obuhvaća društvo. Premještajući fokus na osobnu sferu, neofolk narativi svoj ukupni univerzum sužavaju na svijet obitelji i pojedinca (Luketić, 2013). Po toj je osobini razvoj neofolka na Balkanu pomalo nalik razvoju telenovele (također dominirajućeg 'kulta emocija i strastvenosti') koja u turbulentnim vremenima i nedemokratskim režimima nudi 'kruha i igara', kao svoju epistemiologiju iskorištavajući personalizaciju društvenog svijeta, a socijalna i politička pitanja pretvarajući u osobne i obiteljske pojmove (Martín-Barbero i Muñoz, 1992: 26–28, prema Lopez, 1995: 261), te tako istovremeno zadovoljavajući i želje vlastodržaca i zahtjeve masovne publike za svakodnevnom zabavom (Keane, 2008: 152). Već ranije smo spomenuli da se i *lowbrow* 'balkanski humor' (osobito onaj bosanski koji u Novom dobu dominira domaćom zemaljskom televizijom) jednako tako može promatrati kao dio tog emotivnog 'viška' i spontanosti po kojemu se (neofolk) Balkan odnosno Istok navodno razlikuje od 'ozbiljnog' i 'dosadnog' Zapada (usp.: Pavić i Krivokapić, 2020). U takvom kontekstu razvoja lokalne *lowbrow* kulture na Balkan iznimno brzo i uspješno (usp.: Panjeta, 2014) prodire visokoproducirana turska telenovela, *projektirana* da novim privlačnim konzervativizmom uz dašak glamura i dozirane imitacije Zapada (eng. ironično: *Neo-Ottoman Cool* [Kraidy i Al-Ghazzi, 2013: 18, 25]) *spoji (kulturno približi)* kulture bivšeg osmanskog carstva (vidi: 3.7.). Turska telenovela fokus usmjerava na obiteljske odnose fuzijom isticanja obiteljskih vrijednosti i glamuroznosti, nudeći vrijednosti, teme, motive i kulturne obrasce slične onima u balkanskoj kulturnoj geografiji (Gündüz, 2020). Tako postaje *lokalna (naša, bliska i zajednička* [usp.: Iwabuchi, 2002: 133-135]), *inačica visokoproducirane televizije*, s mnoštvom likova s kojima se gledatelj na Balkanu može poistovjetiti (Gündüz, 2020), razumljivija, relevantnija, atraktivnija i uzbudljivija od visokoproduciranih serija Zapada koje odražavaju svjetove i preokupacije 'sve dalje' od preokupacija neofolk gledatelja (vidi: 6.2.2.). O tim atributima turske telenovele bit će više riječi u idućem odjeljku. (vidi: 12.3.3.4.).

Marvin Kraidy i Omar Al-Ghazzi (2013: 26) smatraju da je popularnost turske telenovele u određenim kulturama nezapada, dok istovremeno sapunice gube zapadnu publiku (usp.: Seiter i Wilson, 2005), refleksija fenomena kojeg Néstor García-Canclini (1994) i Martín-Barbero (1993) nazivaju *pomiješanim vremenitostima* (španj.: *tiempos mixtos;* eng.: *mixed temporalities).* Ta opservacija uključuje i (tranzicijski neofolk) Balkan, pa tako i Hrvatsku. Izraz *tiempos mixtos* označava „sociokulturne hibride u kojima su pomiješani tradicionalno i moderno“ (García-Canclini, 1994: 2) i koji djeluju kao označitelji hibridnih nezapadnih kultura u vremenu

globalizacije koje odlikuju unutarnje proturječnosti, socijalna heterogenost i sukob „između različitih povijesnih vremenitosti koje koegzistiraju u istoj sadašnjosti“ (García-Canclini, 1994: 54). Hrvatska želja pripadanja 'europskom identitetu' kao onome zapadnome (vidi: Pavić, Đukić i Bijuković Maršić, 2014), opterećena je regresijom i retradicionalizacijom s jedne strane, i potrebom za modernizacijom, rastom i razvojem s druge strane (Mitrović, 2006: 14; Vesnić-Alujević i Simeunović Bajić, 2013: 193). Ako je suditi po najpopularnijim serijama njene zemaljske televizije, Hrvatskom snažno vlada taj „tranzicijski identitet“ (Mitrović, 2006: 14), odnosno rascjep između *retradicionalizacije i kulturne zatvorenosti* (izražene putem 'lokalne' *lowbrow* neofolk kulture i okrenutosti Istoku), i s druge strane, *modernizacije, vesternizacije i kozmopolitizma* (izražene putem *middlebrow* i *highbrow* kulture). No, u tom rascjepu domaćom popularnom televizijom tijekom 21. stoljeća sve snažnije počinju dominirati upravo priče niske kulturne vrijednosti koje populariziraju Istok i Balkan, konzervativnu patrijarhalnu kulturu i kulturnu zatvorenost (usp.: Kasapović, 2012), ojačavajući neofolk kulturu i sustav vrijednosti kojeg donosi.

Sapunske opere općenito pogodne su za teme koje služe i uvođenju „novih ideoloških usmjerenja“ (Fiske i Hartley, 1992: 58; vidi i: Modleski, 1979). Naime, zbog brojnih osobnih perspektiva koje otvaraju likovi i podzapleti sapunske opere, kod gledatelja se potkopava stvaranje nedvosmislenih prosudbi pa su takve priče pogodne za kreiranje svjetonazora (npr.: Modleski, 1979: 32). Odabir tema i ideološki pristup stvarnosti ovisit će o kulturi (ponekad i o državi i njenim vlastodršcima) koja sapunsku operu proizvodi (npr.: Kraidi i Al-Ghazzi, 2013). S jedne strane, fokus na osobnu sferu zajedno sa strukturom narativa i navikom gledanja koju ta struktura ohrabruje, omogućuju sapunskoj operi istraživanje širokog raspona pitanja detaljnije nego li bilo kojoj drugoj televizijskoj fikcionalnoj žanrovskoj skupini (Stempel Mumford, 1997: 99). S druge strane, ta pogodnost sapunske opere da služi kao popularni poligon za otvaranje različitih tema i njihovo sagledavanje kroz prizmu obitelji učinila je osobito telenovelu učinkovitom platformom za popularizaciju (poželjnih) ideoloških stajališta i poruka (npr.: Abu-Lughod, 2008; Cai, 2017; Gillespie, 1995; Gibson i Teer-Tomaselli, 2020; Kraidi i Al-Ghazzi, 2013; Matković, 2019; Panjeta, 2014; Rofel, 1995; Singhal i Rogers, 1998).

12.3.3.4. Motivi gledanja turskih telenovela

Iako individualna čitanja turskih telenovela, kao i svih drugih tekstova (Hall, 1980) mogu biti različita i vrlo kompleksna (Halaček, 2014; Petrić, 2019a, 2019b), presudni je motiv gledanja serija užitak (Sherry, 2004), a popularni je užitak „prije svega užitak prepoznavanja” (Ang, 1985: 20).

Istraživanja teorije zabave ukazuju na to da je užitak u gledanju serija usko povezan s identifikacijom s protagonistima, a nju je "teško odvojiti od okruženja i situacija u kojima se likovi susreću" (Busselle i Bilandzic, 2009: 322). Efekti izlaganja zabavnim sadržajima zapravo su usko povezani s motivima njihovog praćenja. Određene serije gledamo *jer želimo* da u nama proizvedu određene emocionalne i kognitivne učinke. Mi *želimo* da te serije u nama pobude određeni emocionalni doživljaj jer na taj način u njima uživamo (vidi: 6.3.1.). A što više u njima uživamo, što je naš narativni angažman snažniji, ne samo da se bolje 'zabavljamo', nego i te priče ostvaruju veći persuazivni utjecaj na nas, osobito ako im se svakodnevno izlažemo tijekom dužeg vremena. Naime, upravo užitak u priči i uživljenost u nju olakšavaju utjecaj fikcije na stavove, vjerovanja i ponašanja unatoč svijesti gledatelja da su te priče plod mašte (vidi: 6.3.2.). Uživljenost u priču (vidi: 6.3.2.), identifikacija s likovima i parasocijalni kontakti s njima mogu potaknuti osjećaj osobne relevantnosti priče (Busselle i Bilandzic, 2009; Igartua, 2010), a fikcionalni likovi mogu funkcionirati i kao modeli koji gledateljima prenose „znanje, vrijednosti, kognitivne vještine i nove stilove ponašanja" (Bandura, 2004: 78). Stoga nas je u pomoćnom istraživanju dodatno zanimalo ispitati i razloge zbog kojih gledatelji turskih telenovela vole te serije, odnosno, koje to užitke i vrijednosti za sebe u njima pronalaze. Rezultati ukazuju na pet motiva dovoljno istaknutih da bi bili statistički značajno viši od neutralne srednje vrijednosti 3. Persuazivna snaga priče prije svega ovisi o uronjenosti gledatelja u svijet priče i njegovoj povezanosti s fikcionalnim likovima (Moyer-Gusé, 2008; vidi: 6.3.2.), a sudeći prema našim nalazima, upravo su imerzivnost priče i povezanost s likovima dva najistaknutija razloga privlačnosti turskih telenovela za njihove gledatelje.

U*godno imerzivno iskustvo* (M = 4.18, SD = 0.82) najistaknutiji je motiv gledanja turskih telenovela, pri čemu sve čestice ovog faktora postižu srednje vrijednosti veće od 4. Svojim gledateljima turske telenovele su privlačne zbog fizički atraktivnih likova, one nose uzbuđenje i napetost, zanimljive su te bude njihov interes i znatiželju; gledatelji će reći da jednostavno 'uživaju u njima'. Imerzivnost priče, odnosno njena sposobnost da nas 'uvuče' (transportira) u svoj svijet (vidi: 6.3.2.) narativno iskustvo čini nalik realnom (Green i Brock, 2002; Strange, 2002), a Melanie C. Green i Timoty C. Brock (2002: 325) naglašavaju snažan eskapistički aspekt takve intenzivne uronjenosti u fikciju. Imerzivno iskustvo nije pasivno (Gwenllian-Jones, 2004: 84). Ono kreira snažne afektivne odnose prema protagonistima i vodi prema većoj simpatiji prema njima (Green i Brock, 2000: 702). Ne čudi stoga da je uronjenost u priču pozitivno povezana s užitkom (Busselle i Bilandzic, 2008; Hall i Bracken, 2011). Nekoliko je međusobno isprepletenih efekata uronjenosti u priču: smanjena kritičnost prema narativu, povezanost s likovima, formiranje živopisnih mentalnih slika, emocionalna angažiranost i pojačana subjektivna percepcija realizma priče

(Fitzgerald i Green, 2017). Duljina vremena provedenog u gledanju neke serije utječe na povećanje njene imerzivnosti (Warren, 2016), a s obzirom na to da gledatelj takvo ugodno iskustvo želi doživjeti ponovno (Nakamura i Csikszentmihalyi, 2002), on ga planira i štiti (Green i Brock, 2002: 326).

Drugi po redu istaknuti motiv je *razvijen odnos prema likovima* (M = 3.73, SD = 1.09). Ispitanici gledatelji turskih telenovela mogu osjetiti ono što osjećaju i proživljavaju likovi u tim serijama, mogu kognitivno sagledavati događaje onako kako na njih gledaju likovi, a te serije bude vrlo različite osjećaje u njima. Dakle, izražena je i kognitivna i emocionalna razina identifikacije s likovima (vidi: Cohen, 2001: 256). Identifikacija dovodi do toga da ispitanici gledatelji turskih telenovela stvaraju neki 'svoj odnos' prema likovima iz tih serija, prema nekima osjećajući simpatiju, a prema nekima antipatiju. A svi ti probuđeni osjećaji prema protagonistima priče u gledateljima bude užitak gledanja (Raney, 2011). Identifikacija je prediktor ukupne afektivne uronjenosti u fikciju, a povezana je sa snažnijom kognitivnom elaboracijom, kompleksnijim refleksivnim procesima tijekom gledanja serije i potiče veći stupanj učenja iz poruke (Green i Brock, 2000; Cohen, Weimann-Saks i Mazor-Tregerman, 2017; Igartua, 2010; Slater i Rouner, 2002). Gledanje serijalnih narativa osnažuje identifikaciju jer se kreira ukupni duži vikarijski kontakt s likovima (Igartua, 2010; Oliver, Weaver i Sargent, 2000). Likovi iz tih serija gledatelju se čine toliko poznati, bliski, kao da su se s njima susreli licem u lice (M = 3.19, SD = 1.35). Oni, dakle, osim identifikacije ostvaruju i parasocijalne kontakte s likovima; ostvaruju 'intimnost ostvarenu na daljinu' (Horton i Wohl, 1956). I parasocijalni kontakti igraju aktivnu ulogu u kreiranju užitka i uživljenosti u priču, a duže trajanje parasocijalne povezanosti s protagonistima pozitivno je povezano sa snažnijim utjecajem na gledatelje (npr.: Klimmt, Hartmann i Schramm, 2011; Sood i Rogers, 2000). Ranija istraživanja sugeriraju i da produljeno izlaganje sapunskim operama osim *povezanosti* s likovima osnažuje i *polarizaciju* gledateljeve sklonosti prema njima vezano za prosudbu njihove moralne ispravnosti, što pak osnažuje ukupnu emocionalnu reakciju i užitak gledatelja kao 'moralnog monitora', osobito pri (privremenim) pobjedama 'dobrih' (Tamborini, Weber, Eden, David Bowman i Grizzard, 2010).

Već rana istraživanja percepcije sapunskih opera ukazuju na gledateljsku snažnu afektivnu, kognitivnu i bihevioralnu involviranost u priču (Ang, 1985; Rubin i Perse 1987: 262). Stoga naše nalaze treba smatrati uobičajenima za 'dobru sapunsku operu'. Odnosno, „sapunske su opere za svoju publiku estetsko iskustvo“ (R. Allen, 1996: 111), a njihovi su gledatelji duboko involvirani u živote svojih heroja i heroina (A. Rubin i Perse, 1987: 264: usp.: Ang, 1985; Radway, 1991). No, ovako izražena imerzivnost i razvijen odnos prema likovima, kao što je rečeno, osnažuju

subjektivni dojam realizma priče. I u našem istraživanju gledatelji doživljavaju likove iz tih serija kao stvarne ljude (M = 3.47, SD = 1.32). Stoga ne čudi da su iduća dva istaknuta motiva gledanja turskih telenovela upravo *percipirana društvena relevantnost* (M = 3.55, SD = 1.15) i *rješavanje problema* (M = 3.42, SD = 1.23). Ispitanici gledatelji turskih telenovela smatraju da se te serije imaju hrabrosti suočiti s realnošću umjesto da je izbjegavaju i da pokazuju interes za postojeće i bitne probleme u nekoj zajednici ljudi (obitelji i šire), a gledatelji u njima mogu prepoznati probleme, situacije i događaje iz svog vlastitog života. Stoga probleme likova u turskim telenovelama intenzivno uspoređuju sa svojima („Kad vidim probleme s kojima se suočavaju likovi u tim serijama, moji mi se problemi čine manjima.“; „Vidim da nisam jedini/jedina koji/koja ima određeni problem.“). Gledatelji promišljaju kako bi oni postupili u takvim situacijama („... što bih učinio/učinila u toj situaciji [ili već jesam], da li bih postupio/postupila kao oni [ili već jesam].“). Već Herta Herzog (1944: 24-25) navodi da su zabava, emocionalna stimulacija i subjektivno percipirani 'realizam' glavni privlačni atributi sapunske opere, uočavajući da već slušatelji radijskih sapunica zaplete doživljavaju kao izvor savjeta za obrasce ponašanja korisne pri suočavanju s različitim životnim situacijama. Herzog (1941) stoga sapunske opere naziva „posuđenim iskustvom“. I kasniji nalazi istraživanja percepcije američke večernje sapunice *Dallas* Elihua Katza i Tamar Liebes (1990), sugeriraju da razlozi popularnosti sapunske opere upravo leže u tome što je gledatelji koriste kao 'forum' za razmišljanje o svom identitetu.

S obzirom na to da se turske telenovele u Hrvatskoj emitiraju u udarnim terminima svakodnevnim ritmom ne iznenađuje da je peti istaknuti motiv gledanja tih serija *to što ih gledatelj sagledava kao dio svoje svakodnevice* (M = 3.33, SD = 1.34). Gledanje turskih telenovela za njih je već postala navika, rutina, čak su i vezani za te serije kao da su neka njihova ovisnost. I turska je telenovela, kao i sapunska opera općenito, narativno redundantan tekst sporog narativnog tijeka temeljen na dijalogu. Utisak narativne gustoće u turskim se telenovelama postiže čestom alternacijom mnoštva linija zapleta te velikog broja lokacija i likova (Milovanović, 2023: 14). Dugotrajno ritmično emitiranje ovako redundantne, „porozne“ (Martín-Barbero, 1993: 132) priče temeljene na dijalogu, dovodi do toga da se drama, emocije i intriga koje se odvijaju u obiteljskim ili drugim zajednicama unutar svijeta priče gledatelju doimaju kao da se pojavljuju u istom ritmu kao i njegov svakodnevni život (McCarty, 2008: 60-61; vidi: C. Geraghty, 1981; Martín-Barbero, 1993: 131). A upravo takav 'suživot' sa sapunskom operom kod gledatelja osnažuje subjektivni dojam realizma priče (Gledhill, 1992: 113-114) i jedan je od razloga popularnosti tih serija (usp.: C. Geraghty, 1981: 10-12; Martín-Barbero, 1993: 132). Ukupno, naši su nalazi u skladu su ranijim istraživanjima o glavnim motivima gledanja sapunske opere. U kontekstu ranije rasprave, ti su

rezultati zanimljivi jer ukazuju i na prihvaćanje turske telenovele kao atraktivnog i bliskog *društveno relevantnog učitelja o životu* od strane njene publike, što je čini učinkovitom platformom za popularizaciju konzervativnih stajališta i poruka kakve sadrži.

12.4. Promjene u obrazovnoj strukturi gledatelja popularnih serija

Prosječna gledanost ljestvice Top 10 najgledanijih naslova serija zemaljske televizije u Starom dobu iznosi 15.47 % AMR-a. U Dobu promjene ta gledanost opada na 13.65 % AMR-a, a u Novom dobu opada na 12.41 % AMR-a. Općenito, rejtinzi ljestvice Top 10 od Starog do Novog doba zadržavaju se samo kod starijih od 60 godina. Kod onih u dobi od 46 do 60 godina rejtinzi opadaju za 3.4 postotna boda. Kod onih u dobi od 18 do 30 godina rejtinzi opadaju za 5.32 postotna boda. Najveći je pad rejtinga kod onih u dobi od 31 do 45 godina; u toj skupini rejting ljestvice opada za 8.77 postotnih bodova. I u Starom su dobu žene vjerniji gledatelji serija s ljestvice Top 10; razlika rejtinga u odnosu na muškarce iznosi 3.67 postotnih bodova. No, u Novom dobu ta se razlika gotovo udvostručuje i iznosi 6.47 postotnih bodova. Naime, kod žena pad rejtinga iznosi tek 2.22 postotna boda, a kod muškaraca je pad izrazitiji i iznosi 5.02 postotnih bodova. U Starom dobu urbani i ruralni podjednako gledaju serije s ljestvice Top 10 (razlika rejtinga iznosi 0.28 postotnih bodova u korist ruralnih). Tijekom vremena ta se razlika povećava i u Novom dobu iznosi 3.5 postotnih bodova.

Istovremeno s ukupnim blagim padom rejtinga ljestvice Top 10, *broj nastavaka* po sezoni emitiranja naslova uvrštenih na tu ljestvicu tijekom vremena kontinuirano raste. U Starom dobu prosječno po sezoni svoje mjesto na ljestvici Top 10 nalazi 360 nastavaka neke serije. Možemo to promatrati na način da ustvrdimo da je u Starom dobu na zemaljskoj televiziji u večernjem terminu prosječno prisutno otprilike onoliko nastavaka 'popularne serije' (one koja ulazi među deset najgledanijih), koliko je i dana u godini. Već u dobu promjene svoje mjesto na ljestvici Top 10 nalazi 675 nastavaka neke serije, odnosno tijekom godine u večernjem terminu prosječno je prisutno skoro dva puta više nastavka 'popularne serije' nego li je dana u godini. U Novom dobu svoje mjesto na ljestvici Top 10 nalazi 768 nastavaka neke serije. Odnosno, tijekom godine u večernjem terminu prosječno je prisutno više od dva puta više nastavaka 'popularne serije' nego li je dana u godini. Ti nalazi sugeriraju da u ispitivanom razdoblju tijekom večeri *dolazi do više nego dvostruko veće izloženosti gledatelja zemaljske televizije 'popularnim serijama' nego ranije*, a pritom tim serijama prosječni rejting opada samo za 3.06 postotnih bodova. Moglo bi se tako reći da je ljubitelja 'popularnih serija' zemaljske televizije nešto manje, a da *oni vjerni tim serijama (dominantno telenovelama) sve više vremena provode uz svoje heroje i heroine, tijekom radnog*

tjedna iz večeri u večer uživajući u po dvije serije ili više.[196] Već je i iz ranijih nalaza razvidno da je dominantno riječ o najniže obrazovanim slojevima društva. Upravo je u toj populaciji daleko najviša gledanost telenovele, udjelom od 74 % dominantne na ljestvici Top 10. U Novom dobu ta gledanost kod najniže obrazovanih iznosi čak 22.64 % AMR-a po emitiranom nastavku. Osim što telenovela ostvaruje najviše gledanosti kod osoba najnižeg stupnja obrazovanja, naši nalazi pokazuju da su dominantna publika tog žanra žene (dvostruko više nego muškarci) i osobe starije od 46 godina, a izrazito osobe starije od 60 godina (vidi: 10.4.3.2.). U skupini najniže obrazovanih najviša je i ukupna gledanost ljestvice Top 10, a tijekom vremena ona kontinuirano raste – sa 16.77 AMR-a u Starom dobu (*1.3 postotna boda više od prosjeka ljestvice*), na 19.04 % AMR-a u Novom dobu (*4.36 postotnih bodova više od prosjeka ljestvice*). Naši su nalazi sukladni nalazima Krole i sur. (2023: 10-12) koji ukazuju na to da su starija dob i pripadnost nižoj socijalnoj klasi važni negativni prediktori preferencija prema vesterniziranoj (kozmopolitskoj) *middlebrow* i *highbrow* serijaliziranoj drami i da žene više od muškaraca uživaju u 'lokalnim' *lowbrow* sadržajima.

Preferencije najniže obrazovanih još su jasnije vidljive ukoliko se razmotri *gledanost ljestvice Top 10 OŠ i bez*. U Starom dobu gledanost te ljestvice iznosi 17.44 % AMR-a, a u Novom dobu ona dosiže 19.33 % AMR-a. Ljestvicom sa čak 80 % udjela dominira telenovela i ukupno prevladavaju nezapadni naslovi. *Riječ je o čak 6.92 postotna boda višoj gledanosti od one ljestvice Top 10*. Tome doprinosi ukupno proširenje lepeze gledanijih naslova, uglavnom telenovela. Ljestvicu najniže obrazovanih stoga odlikuje i najveće povećanje broja nastavaka po sezoni, sa 469.2 nastavka u Starom dobu na čak 807 nastavka po sezoni u Novom dobu. Naši nalazi tako ukazuju na to da u najniže obrazovanim slojevima društva tijekom liberalizacije televizije dolazi do ukupnog povećanja interesa za serije. *Oni ih gledaju u većem postotku, a pritom uz njih provode dvostruko više vremena nego ranije*, postajući njihovim najvjernijim gledateljima. Riječ je dominantno o turskim telenovelama. Ukoliko prihvatimo da su na poruke sapunskih opera najosjetljiviji oni koji ih dugo i često gledaju (Carveth i Alexander, 2009) te ukoliko prihvatimo naš nalaz da turska telenovela (koja dominira žanrom telenovele i ukupnim ljestvicama Top 10 i Top 10 OŠ i bez) za dobar dio svojih gledatelja funkcionira kao društveno relevantan učitelj o životu – može se zaključiti da će na konzervativne poruke turske telenovele najosjetljiviji biti upravo niže obrazovani slojevi hrvatskog društva, a da njihova izloženost takvom tipu narativa tijekom vremena izrazito raste.

[196] Iako epizoda serije prosječno traje do 60 minuta, serije se prekidaju dugim reklamnim blokovima pa zapravo traju oko 70 minuta i duže.

Skupinu najniže obrazovanih odlikuje i *najmanji pad gledanosti na ljestvici slabije gledanih naslova Top 11-20 OŠ i bez*. Gledanost te ljestvice u Starom dobu iznosi 9.77 % AMR-a. To je jedina ljestvica na kojoj je u Starom dobu prisutna latinoamerička telenovela (vidi: Prilog 3). U Novom dobu u udjelima prevladava komedija. Ukupno dolazi do zgušnjavanja viših gledanosti pretežno oko naslova komedija i sapunskih opera, pa iako je ukupna gledanost ljestvice nešto niža nego ranije (7.38 % AMR-a), gledanost naslova prvog dijela ljestvice ostaje ista (u Starom dobu gledanost Top 11-15 OŠ i bez iznosi 10.55 % AMR-a, a u Novom dobu iznosi 10.04 % AMR-a). Ljestvica u svim periodima sadrži najmanje zapadnih i najviše nezapadnih naslova od svih ljestvica 11-20 najgledanijih naslova, a na ljestvici kontinuirano raste broj hrvatskih naslova.

Istovremeno dok gledanost serija zemaljske televizije kod nisko obrazovanih raste, u drugim obrazovnim skupinama te serije gube gledatelje. Najprije, već sveprisutna telenovela ne korespondira jednako uspješno s drugim članovima društva. Podsjetimo, u Novom dobu rejting telenovele na ljestvici Top 10 po emitiranju kod srednje obrazovanih gotovo je dvostruko niži nego kod najniže obrazovanih i iznosi 11.24 % AMR-a. Kod više i visoko obrazovanih rejting telenovele još je niži i iznosi 6.78 % AMR-a. U skupini više i visoko obrazovanih ukupno dolazi do najvećeg pada gledanosti ljestvice Top 10. Gledanost naslova ljestvice od 13.84 % AMR-a iz Starog doba, u Novom se dobu u toj skupini prepolovljuje i iznosi 6.58 % AMR-a. Tim je nalazom potvrđena hipoteza 3. Tijekom procesa liberalizacije televizije na zemaljskoj televiziji dolazi do promjene strukture gledatelja popularnih serija u smislu odljeva više i visoko obrazovanih gledatelja. Dolazi do relativno jednakomjernog pada rejtinga na svim dijelovima ljestvice. *Riječ je o 5.83 postotna boda nižoj gledanosti od prosjeka ljestvice*. Gledanost ljestvice Top 10 opada i u skupini srednje obrazovanih, sa 14.87 % AMR-a na 10.62 % AMR-a. Strategije ponude serija zemaljskih nakladnika u *prime timeu* reflektiraju se i na pad gledanosti ljestvice Top 11-20, sa 10.36 % AMR-a u Starom dobu na 5.99 % AMR-a u Novom dobu, pri čemu i ovdje dolazi do najvećeg pada gledanosti u skupini više i visoko obrazovanih, a rejtinzi kod najniže obrazovanih viši su od prosjeka ljestvice (OŠ i bez 7.33 %; SSS 5.61 %; VŠS i VSS 4.84 % AMR-a).

Zanimanje za serije kakve u *prime timeu* nudi zemaljska televizija kod onih više i visoko obrazovanih najbolje se uočavaju analizom *gledanosti ljestvice Top 10 VŠS i VSS*. I ovdje se gledanost od Starog do Novog doba prepolovljuje, sa 14.98 % na 7.00 % AMR-a. *Riječ je o 5.41 postotnih bodova nižoj gledanosti od gledanosti ljestvice Top 10*. Pad gledanosti kod više i visoko obrazovanih, i na ljestvici Top 10, i na ljestvici Top 10 VŠS i VSS, najveći je u odnosu na druge analizirane ljestvice. Ljestvicu Top 10 VŠS i VSS svo vrijeme odlikuje najmanji broj nastavaka po sezoni (321 u Starom dobu, 393 u Dobu promjene i 490 u Novom dobu), kao i najmanji udio

nezapadnih i najveći udio zapadnih naslova. Riječ je o jedinoj ljestvici na kojoj ne dolazi do prevage nezapadnih naslova i sapunske opere. Kao što je već rečeno, unatoč značajnom padu udjela tijekom vremena, najveći udio na toj ljestvici svo vrijeme ostvaruje drama.

I *gledanost ljestvice Top 11-20 VŠS i VSS* od Starog do Novog doba također se prepolovljuje, s 10.33 % na 5.36 % AMR-a. I ovdje je riječ o najvećem padu gledanosti u odnosu na druge takve ljestvice. Na ljestvici tijekom vremena dolazi do sve većeg uravnoteženja odnosa rejtinga gornjeg i donjeg dijela ljestvice; sve je manje nešto gledanijih naslova. Ljestvica sadrži najmanje hrvatskih i najviše zapadnih naslova od svih ljestvica 11-20 popularnih serija, a unatoč padu gledanosti, ljestvicom i u Novom dobu snažno dominira drama. Ipak, zbog strategija svakodnevnog prikazivanja reprizne drame u *prime timeu* komercijalnih nakladnika, na ljestvici od Starog do Novog doba broj emitiranja po sezoni raste sa 192 emitiranja na 395.6 emitiranja.

Od Starog do Novog doba opada i *gledanost ljestvice Top 10 SSS,* sa 15.08 % na 10.68 % AMR-a (*za 1.73 postotna boda niže od prosjeka ljestvice Top 10*). Rejtinzi opadaju na svim dijelovima ljestvice. Pri tome se od Starog do Novog doba udvostručuje broj emitiranih nastavaka po sezoni, sa 348 na 747 nastavaka. Naime, za razliku od ljestvice Top 10 VŠS i VSS, na toj ljestvici snažnu dominaciju drame i zapadnih produkcija iz Starog doba u Novom dobu zamjenjuje još snažnija dominacija nezapadnih naslova i sapunske opere. I *gledanost ljestvice Top 11-20 SSS* se od Starog do Novog doba prepolovljuje, sa 10.86 % na 5.59 % AMR-a. Pri tome su odnosi rejtinga gornjeg i donjeg dijela ljestvice relativno ujednačeni. U Novom dobu na ljestvici dolazi do približavanja udjela hrvatskih, zapadnih i nezapadnih naslova. Ljestvicom u Starom dobu i Dobu promjene snažno dominiraju naslovi drame. Oni i u Novom dobu prednjače u udjelima, ali se ti udjeli gotovo prepolovljuju. Udjeli naslova sapunske opere rastu. Udjeli naslova komedije variraju od perioda do perioda, a najviši su u Novom dobu pa je komedija u tom periodu po udjelima druga žanrovska skupina nakon drame. Dakle, dio srednje obrazovanih napušta 'popularne serije' kakve tijekom liberalizacije televizije počinju dominirati zemaljskom televizijom, a dio ostaje uz serije zemaljske televizije. Dijelom na to svakako može imati i utjecaja njihova platežna moć koja smanjuje spremnost ulaganja u *Pay* TV i VoD sadržaje (Ipsos, 2016). No, kao što je pokazalo naše pomoćno istraživanje, preferencije prema 'lokalnim' (turskim i balkanskim odnosno neofolk) *lowbrow* sadržajima ne ovise samo o stupnju obrazovanja, nego su i jasno povezane s kulturnim angažmanom gledatelja, a on je, prema nalazima pomoćnog istraživanja, kod srednje obrazovanih slabije izražen nego kod više i visoko obrazovanih. K tome, skupina srednje obrazovanih vrlo je heterogena i u smislu kulturnog kapitala akumuliranog već putem formalnog obrazovanja. Tako andragozi upozoravaju da je osobito u srednje obrazovanoj populaciji koja ima završene

industrijske i obrtničke trogodišnje strukovne škole nerijetko prisutna niska razina takozvane prozne pismenosti (vidi: Dijanošić, 2015); dio takvih osoba ima izrazito nisku razinu akumuliranog kulturnog kapitala.

Ukupno, naši nalazi pokazuju da *dolazi do sve većih razlika u gledanostima serija zemaljske televizije s obzirom na stupanj obrazovanja njihovih gledatelja*. U odnosu na ljestvicu Top 10 OŠ i bez, gledanost ljestvice Top 10 VŠS i VSS u Starom dobu manja je tek za 2.55 postotnih bodova; već smo spominjali da raznovrsne žanrove s ljestvice Top 10 u Starom dobu publika različite obrazovne strukture relativno ujednačeno prihvaća. No, tijekom vremena žanrovska raznolikost ponude *premijernih sadržaja* nestaje (vidi više: 12.5.), a razlika u gledanostima između ljestvica najviše i najniže obrazovanih se povećava. Tako *u Novom dobu ta razlika iznosi čak 12.33 postotna boda*. Slično ranijim istraživanjima kulturne potrošnje u zemljama bivše Jugoslavije (Cvetičanin i Popescu, 2011; Cvetičanin, Tomić-Koludrović, Petrić, Zdravković i Leguina, 2021; Jontes, 2012; Krolo i sur., 2020, 2023; Tonković, Marcelić i Krolo, 2022), i naši nalazi ukazuju na postojanje razlika u obrascima kulturne potrošnje između više i slabije obrazovanih koja je sukladna podjelama 'lokalno' (zatvoreno)/*lowbrow* vs. globalno (otvoreno)/*middlebrow* i *highbrow* u kulturnim ukusima. No, naši nalazi ukazuju i na to da se, kada je riječ o domaćoj zemaljskoj televiziji, *te razlike u ukusima intenziviraju*, pri čemu se zemaljska televizija premijernim serijama u udarnim terminima priklanja ukusima slabije obrazovanih (vidi više: 12.5.).

Odljev više i visoko obrazovanih (i dijela srednje obrazovanih), osobito onih mlađe i srednje životne dobi sa zemaljskih televizijskih kanala zasigurno jest povezan i s ponudom serija na *Pay* TV kanalima kao i s pojavom televizije na zahtjev. Digitalizacija medija i obilje sadržaja pospješuju polarizaciju ukusa osobito na način da će obrazovaniji i mlađi lakše usvajati nove načine gledanja serija i brže prihvaćati sve kompleksnije narative, a da će se osobito nišni kanali i televizija na zahtjev prilagođavati njihovim ukusima (usp.: Bennett i sur., 2020; Chalaby, 2023; Karuza Podgorelec, 2020a, 2020b, 2022; Lotz i Lobato, 2023; Medina, Herrero-Subías i Portilla-Manjón, 2019; Padovani, 2007). Ipak, valja podsjetiti da pojava VoD-a nije dovela do napuštanja linearne televizije, nego do takozvanog *hibridnog gledanja televizije*, odnosno do toga da većina televizijskih gledatelja kombinira linearnu i televiziju na zahtjev (npr.: Longoria, 2022). K tome, u Hrvatskoj su procesi prihvaćanja novih načina gledanja serija u istraživanom periodu tekli znatno sporije nego na razvijenom Zapadu. U Hrvatskoj i 2021. godine samo 52 % domaćinstava koristi *Pay* TV s (pretežno zapadnim) nišnim kanalima, a tek nakon 2018. godine značajnije raste broj korisnika televizije na zahtjev u dobi od 16 do 64 godine (42 % u prvih šest mjeseci 2023. godine) jer tek tada dolazi do značajnijih pomaka u jezičnim prilagodbama stranih serija plasiranih putem

SVoD-a (Ipsos, 2023). Stoga su zemaljski kanali u istraživanom periodu u Hrvatskoj imali daleko veću mogućnost *okupljanja različitih publika*, nego što su je u istom periodu imali zemaljski kanali razvijenog Zapada. Sociolozi Omar Lizardo i Sara Skiles (2009) pronalaze da po pitanju gledanosti linearne televizije čak i od strane *highbrow* publike postoje tri prakse usko povezane s komercijalizacijom televizije i razinom produkcije u pojedinoj zemlji. U zemljama u kojima su televizijski sadržaji visoko komercijalizirani i okrenuti generičkoj i produkcijskoj standardiziranosti u korist profita, oni koji gledaju ozbiljne sadržaje ne rezoniraju sa širom televizijskom ponudom i ne gledaju značajno druge vrste programa i obratno: tamo gdje je nizak stupanj komercijalizacije i profitu okrenute generičke i produkcijske standardiziranosti, *highbrow* gledatelji gledaju čak širi raspon televizijskih programa od onih koji nisu *highbrow*. U sredini su zemlje u kojima nema razlike između *lowbrow* i *highbrow* gledatelja u širini raspona programa koje prate, a njihove televizijske industrije su također u sredini između prvih dviju krajnosti. Dakle, žanr, raznolikost, kvaliteta i kulturna vrijednost serija emitiranih na zemaljskoj linearnoj televiziji, i danas su važne varijable u kreiranju strukture njene publike. Na Zapadu je televizijskim nakladnicima besplatnih zemaljskih kanala koji se dijelom ili u potpunosti financiraju od reklama uvijek bilo važno u *prime timeu* zadržati *middlebrow* i *highbrow* publiku jer ta publika ima najveću platežnu moć (Jordan, 2007: 79). Upravo je to usmjerenje doprinijelo razvoju sve kvalitetnijih serija najprije u SAD-u gdje televizijskim krajolikom suvereno vlada komercijalna televizija (Feuer i sur., 1984; McCabe i Akass, 2007; Newman i Levine, 2012; R. 1996). No, u Hrvatskoj se događaju obrnuti procesi. Komercijali kanali zemaljske televizije koji se financiraju od reklama fokusom premijernog programa na *lowbrow* ukus, sve više pridobivaju publiku nižeg stupnja obrazovanja (a time i najniže platežne moći), a sve slabije zadržavaju publiku višeg stupnja obrazovanja (a time i veće platežne moći). Na taj način ne samo da se osnažuju podjele u društvu u medijski kreiranim kulturnim ukusima (usp.: Lynes, 1980; Pušnik i Starc, 2008), nego se osnažuju i svjetonazorske, kao i podjele u osjećaju pripadnosti Istoku ili Zapadu.

12.5. Uloga industrije u promjenama ukusa publike zemaljske televizije

Ukusi publike se u relativno kratkom periodu od pet godina (Doba promjene) stubokom ne mijenjaju bez snažnih promjena u samom medijskom sustavu; medijska je publika proizvod društvenog konteksta i odgovor na određeni obrazac medijske ponude (McQuail, 2010: 398, 420). Televizijski studiji polaze od toga da su industrija (uključivo tehnologiju i regulativu), publika i tekst međuovisne varijable (J. Gray i Lotz, 2004). Stoga, da bi se razumjele tektonske promjene

do kojih u segmentu serija dolazi u ukusima domaće publike zemaljske televizije, važno je u istraživanom periodu sagledati ulogu i karakter same televizijske industrije.

Ukupno, u Starom dobu HRT uspijeva sačuvati primat u gledanostima. No, u drugoj dekadi 21. stoljeća komercijalni zemaljski kanali preuzimaju prevlast u gledanostima nad javnom televizijom (Karuza Podgorelec, 2019a; Peruško, 2011; Roller, 2014). Dakle, upravo se u Dobu promjene mijenja ukupni odnos snaga javne televizije i njenih komercijalnih rivala, a značajna programska inovacija u *prime time* programu domaće zemaljske televizije u tom periodu *zbiva se upravo u segmentu serija*.[197] HRT 2006. godine (u Staro doba) sa svoja dva opća kanala ostvaruje 67 % udjela u Top 100 programa, a šest godina kasnije, 2012. godine (krajem Doba promjene) taj udio se prepolovljuje na 33 % (Ipsos, MediaHub i Nielsen, 2014: 29, 33). Gledanosti kanala HTV1 u *prime timeu* u općoj populaciji starijoj od četiri godine od 2006. godine (u Staro doba) do 2017. godine (do pred kraj Novog doba) opadaju sa 14.90 % na 4.41 % AMR-a, a gledanosti kanala HTV2 u *prime timeu* opadaju sa 7.42 % na 2.36 % AMR-a (Karuza Podgorelec, 2018a: 29).

Tijekom Doba promjene i Novog doba naplatni nišni kanali u Hrvatskoj sporo osvajaju publiku (usp.: HAKOM, 2011, 2019). Ukupno kanalima koji nemaju nacionalne koncesije, uključujući kabelske, satelitske i IPTV kanale ('ostali' [Nielsen, 2013: 39]), u *prime timeu* gledanost iz 2006. godine od 2.75 % AMR-a, u 2017. godini raste na 5.63 % AMR-a (Karuza Podgorelec, 2018a: 29). Iz perspektive zemaljskih nakladnika uočljiv je sraz dviju krajnosti. Riječ je o srazu „patronizirajućeg elitizma“ (Marko, 2017: 219-220), koncepcijske zastarjelosti (usp.: Ugovor s Vladom, 2013: čl. 17.) i financijske inferiornosti (usp.: HRT, n.d.; Ministarstvo kulture i medija, 2021; Vlada RH, 2014) javne televizije s jedne strane i, s druge strane, agresivnog okretanja komercijalnih televizija prema nezapadnim produkcijama (usp.: Kasapović, 2012; Panjeta, 2014), nezapadnim modelima kreiranja večernje programske sheme (usp.: Jordan, 2007: 79; Prado i sur., 2020) i nezapadnoj estetici (Premec, 2019; vidi šire: 3.4., 3.5.). U tom srazu komercijalni kanali tijekom Doba promjene preuzimaju ukupnu prevlast u gledanostima na domaćoj zemaljskoj televiziji (Karuza Podgorelec, 2019a; Peruško, 2011; Roller, 2014), a sudeći prema našim nalazima, tome snažno doprinosi prevlast u gledanostima u segmentu serija koje svakodnevno tijekom radnog tjedna postaju perjanica njihovog udarnog večernjeg programa. Za razliku od javne televizije kod koje dolazi do oskudice serija u *prime timeu* (vidi: 3.5.), komercijalni nakladnici upravo *prioritiziraju emitiranje serija* i povlače dva ključna poteza. Izrazito povećavaju broj emitiranih nastavaka serija, emitirajući navečer svakodnevno tijekom radnog tjedna i po dvije

[197] Komercijalni nakladnici s emitiranjem *reality show* programa započinju već u Starom dobu (usp.: RTL, 2014).

serije ili više (Kasapović, 2012; Panjeta, 2014). Pritom se na svojim općim kanalima u segmentu strane produkcije naglašeno okreću turskim telenovelama (usp.: Kasapović, 2012; Panjeta, 2014).

12.5.1. Novi način kreiranja večernje programske sheme komercijalnih nakladnika

Iako joj broj nastavaka po sezoni emitiranja može uvelike varirati (npr.: Acosta-Alzuru, 2021; O'Donnell, 2000, 2004), telenovela u načelu ima veliki broj nastavaka, na nekim tržištima i do dvjestotinjak (R. Allen, 1995a: 17-18, 22; Matković, 2019: 226). U Hrvatskoj se od samih početaka taj žanr emitira prema modelu svakodnevnog ritma emitiranja tijekom radnog tjedna. No, sukladno zapadnom modelu kreiranja programske sheme, telenovela je prisutna tijekom dana i u večernjim terminima *prije* središnjih večernjih vijesti (HRT, interni uvid u programsku shemu; Nielsen, podatci primarnog istraživanja). Početkom druge dekade 21. stoljeća (u Dobu promjene) komercijalni nakladnici zemaljskih kanala napuštaju zapadni model kreiranja večernje programske sheme općih kanala kojeg u terminima nakon središnjih informativnih emisija odlikuje raznovrsnost žanrova drame i komedije. Ta se praksa na Zapadu provodi da bi se privukla raznolika publika što veće platežne moći, a određeni se naslov premijerne serije u udarnim terminima emitira u tjednom ritmu (usp: Jordan, 2007; Prado i sur., 2020). Kod nas komercijalni nakladnici uvode nezapadni, latinoamerički model (usp.: Tufte, 2008) i tijekom radnog tjedna započinje praksa svakodnevnog emitiranja premijerne telenovele u udarnim terminima *nakon središnje večernje informativne emisije*. Time se naslovima telenovele omogućuje kontinuirano svakodnevno prikazivanje u 'elitnom terminu', onome s najvećim mogućim dnevnim brojem gledatelja pred malim ekranima. Na taj se način u udarnom terminu projektira (u odnosu na zapadni model kreiranja programske sheme) tjedno *upeterostručeni broj nastavaka istog naslova*/žanra (istog 'svijeta' [Turković, 2000]) koji će privući i zbog serijalnosti glavne priče za sebe svakodnevno vezati istu publiku. Odnosno, tim modelom svakodnevne 'sveprisutnosti' telenovele (usp.: Kasapović, 2012; Olson, 1999: 110) u najgledanijim terminima komercijalni nakladnici kreiraju potencijal snažne cikličke svakodnevne povezanosti najvećeg mogućeg broja gledatelja zemaljske televizije s naslovom telenovele koji je na rasporedu emitiranja. Posljedica te strategije je kreiranje *žanrovske oskudice* u udarnim večernjim terminima.

12.5.1.1. Prekrajanje turskih telenovela

Da bi se realizirala takva programske shema originalne se turske telenovele 'prekrajaju'. Turske telenovele u originalu imaju manji broj epizoda izuzetno dugog trajanja, između 140 i 165 minuta bez komercijalnih prekida, a emitiraju se jednom tjedno (Acosta-Alzuru: 2021: 3). No te se epizode na ponekim tržištima (ili već od strane samih distributera) 'prekrajaju' na način da se kreira u

prosjeku stotinjak kraćih nastavaka (trajanja do jednog sata), pogodnih za emitiranje svih pet radnih dana u tjednu (Berg, 2023: 24). Tako turska telenovela postiže *sveprisutnost* koja gledatelju „ulijeva osjećaj uključenosti i sudjelovanja“ (Olson, 1999: 110) u onome u čemu sudjeluje i njegova okolina, a njeno ritmično svakodnevno emitiranje ostavlja dojam 'suživota' ritma priče i ritma gledateljeve svakodnevice (vidi: McCarty, 2008: 60-61; C. Geraghty, 1981; Martín-Barbero, 1993: 131; usp.: Silverstone, 1981) koji osnažuje subjektivni dojam realizma priče (Gledhill, 1992: 113-114) i jedan je od glavnih aduta u ostvarivanju visokih gledanosti (usp.: C. Geraghty, 1981: 10-12; Martín-Barbero, 1993: 132). Već u Dobu promjene dolazi do znatnog povećanja broja naslova telenovele uvrštenih na ljestvicu Top 10, a time i do ukupnog značajnog povećanja broja nastavaka telenovele na ljestvici. Riječ je o povećanju sa ukupno 685 nastavaka telenovele u Starom dobu na čak 3 005 nastavaka u Novom dobu, što po sezoni iznosi 601 nastavak telenovele uvrštene na ljestvicu Top 10. Dok turska telenovela dominira brojem naslova, ona hrvatska ostvaruje najviše gledanosti u sva tri istraživana perioda (vidi: Grafički prikaz 20).

12.5.1.2. Uvođenje humornih telenovela

S obzirom na novi model kreiranja programske sheme, komercijalni nakladnici ne povećavaju produkciju serija manjeg broja nastavaka (drama i komedija) jer ih premijerno nije moguće dugo emitirati u svakodnevnom ritmu; drame i komedije po premijernoj sezoni sadrže daleko manji broj nastavaka od telenovele. Potrebu za emitiranjem humora ti nakladnici počinju rješavati tako da tijekom Novog doba dio domaćih telenovela uvodi humorne elemente. Kreira se domaća humorna telenovela (ponekad nazivana 'humorističkom serijom' [npr.: Pavlić, 2014, 2020; Premec, 2019]). Humorna telenovela poznata je još iz ranih latinoameričkih inačica žanra (usp.: (González i Rodriguez y Gibson, 2015; Lopez, 1995; Tate, 2014), a domaći je producenti prilagođavaju lokalnom mentalitetu. Naime, bliskost hrvatskog gledatelja s kôdovima komedije-drame sredine (vidi: 10.3.2.), odnosno bliskost s elementom komediografskog oslikavanje karaktera i sredina kroz prizmu 'svakodnevnih priča' o mentalitetu i putem uronjenosti protagonista u etnografski ambijent, hrvatske telenovele komercijalno uspješno eksploatiraju. Pritom se gubi element etnografske autentičnosti, društvene relevantnosti i suptilnosti prikaza likova i situacija koji odlikuju domaću komediju-dramu sredine, a element drame zamjenjuje se elementom 'dnevne telenovele'. Tako dio suvremenih hrvatskih takozvanih *brzovoznih* (Turković, 2008a: 48) dnevnih serijala žanra telenovele hibridizira telenovelu s određenim klišeiziranim, a ponekad i

banaliziranim komediografskim elementima komedije-drame sredine.[198] Ponajviše se to odnosi na odabir imaginarnih malih sredina kao ambijenata za kreiranje narativa, na kombinaciju narativne strukture telenovele i jednosatne komedije te na kreiranje plošnih, stereotipnih i ponekad prenaglašenih anegdotalnih lokalno obojenih karaktera i situacija (usp.: Pavlić, 2014, 2020).

12.5.1.3. Manipulacije žanrovskom etiketom telenovela

Istovremeno s premještanjem telenovela u udarne termine, redefiniranjem formula domaće telenovele i uvođenjem turske telenovele, komercijalni nakladnici počinju manipulirati žanrovskom etiketom tih serija (vidi: 5.3.2.). Gledatelji ponavljanjem iskustva gledanja istih generičkih kategorija u isto doba dana kreiraju (neosvješteni) osjećaj o tome koja se skupina žanrova emitira u određeno doba dana (Caughie, 1991: 149; Mellencamp, 1992: 240). S obzirom na to da je žanr važan element projektiranja narativne predodžbe o seriji (Ellis, 1992; Neale, 2005a) i element kreiranja njene kulturne vrijednosti, nakladnici uvođenje novih formula mogu koristiti i s ciljem promjene percepcije o tome kojem žanru pripadaju određene serije. U izgradnji takvih predodžbi važan je medijski diskurs, pri čemu osobito u najranijim fazama javne promidžbe djela industrija igra ključnu ulogu (Ellis, 1992; Neale, 2005a). U javno komuniciranom diskursu domaćih komercijalnih nakladnika, premještanjem u udarne večernje termine telenovele prestaju biti 'sapunske opere' i uglavnom postaju 'pripadne drami' (rjeđe humorističnim serijama). Upravo publika telenovela prati njihovu medijsku promociju i može biti izložena takvim žanrovskim (pre)kvalifikacijama. Iz tih smo razloga u pomoćnom istraživanju proveli usporednu analizu percepcije žanrovske pripadnosti turskih telenovela kod gledatelja i negledatelja tih serija. Rezultati provedene analize pokazuju da se ispitanici koji gledaju turske telenovele statistički značajno razlikuju od sudionika koji ih ne gledaju po tome kojem žanru odnosno žanrovskoj skupini serija smatraju da turske serije pripadaju, uz snažno izraženu veličinu efekta. Tim je nalazom potvrđena hipoteza 7. Oni koji ih gledaju, češće će od onih koji ih ne gledaju reći da je riječ o nekom žanru drame, da su to 'dramske', 'ljubavne' (romanse) ili 'obiteljske' serije (ukupno njih 62.7 %). Od onih koji turske telenovele ne gledaju, njih ukupno 86.9 % reći će da je riječ o nekom žanru sapunske opere (64.7 % da je riječ o sapunici, a 22.2 % da je riječ o telenoveli).

[198] Hrvoje Turković (2008a: 47-52) televizijsko žargonsko razlikovanje brzovoznih i sporovoznih emisija primjenjuje i na serije. Brzovozne su serije 'nižestandardne'. One imaju kraću pripremu, snimaju se i montiraju u kratkom vremenu i često se scene snime tek u jednom ili dva ponavljanja jer nema novca i vremena za finije popravke; to je slučaj kod domaćih telenovela i sapunica kod kojih se u jednom danu nerijetko snimi i cijela epizoda, a emitiraju se u dnevnom ritmu tijekom radnog tjedna. Sporovozne su serije 'višestandardne', one dopuštaju dulju pripremu, snimanje i montažu, imaju manji broj epizoda, ne emitiraju se u dnevnom ritmu, a cijena epizode daleko nadmašuje cijenu epizode 'nižestandardne' brzovozne serije.

Naši nalazi ukazuju na uspješnost domaće manipulacije žanrovskom etiketom telenovele. No, valja reći da, glorificirajući uvjerljivost i produkcijske vrijednosti turske telenovele, ni sami domaći srednjestrujaški mediji na početku pojave tih serija ne znaju jasno odrediti njihovu žanrovsku pripadnost, a time ni kulturnu vrijednost koja i sama čini žanr (usp.: Mittel, 2004: 16). Primjerice, Davorka Grenac (2010) naziva ih sapunicama „koje su ipak više od sapunica", a Merita Arslani (2010) smatra da turska telenovela nije sapunica, nego „fenomen". No, već i medijske rasprave o tim serijama ukazuju na važnost žanrovske etikete u kulturnom vrednovanju novopridošlih telenovela. Višeslojni su razlozi zašto u Hrvatskoj turske telenovele za vlastite gledatelje većinom funkcioniraju žanr u okviru žanrovske skupine *drame* (sa svim atributima koje etiketa 'drame' unosi u kreiranje značenja i vrijednosti), a za širi ostatak populacije kao žanr u okviru žanrovske skupine sapunske opere (opet sa svim atributima koje u kreiranje značenja i vrijednosti unosi ta etiketa). Naši rezultati u ukupnosti ukazuju na sinergiju žanrovske manipulacije i *važnosti* turskih telenovela za njihove gledatelje u Hrvatskoj. Ritualni pristup žanru upozorava da popularnost žanra odražava i *vjernost publike vrijednostima koje emanira* (Neale, 2008a: 4), a ideološki pristup da se putem popularnih žanrova *naturaliziraju ideologije* izražene u tekstu (Feuer, 1992: 109]. Da se poslužimo vrijednosnom usporedbom Mirjane Kasapović (2012): turske telenovele za njih nisu „sapunice" nego „prave dramske serije". Tako Paula Čačić (2016) smatra da „turske serije zaslužuju vlastito ime: naziv telenovela pokatkad zvuči kao isključivo rezerviran za meksičke serije koje se kod nas još posprdno nazivaju sapunicama". Naime, žanrovskoj preformulaciji turskih telenovela zasigurno doprinosi i to što one za svoje gledatelje funkcioniraju kao *vizualno atraktivan* (visokoproduciran) i istovremeno *imerzivan, realističan i društveno relevantan učitelji o životu*, a javno plasirana žanrovska određenja tih serija kao pripadnih drami, *potvrđuju* ta njihova uvjerenja. Jednako žanrovski preformulirane kao i turske telenovele, i domaće telenovele, zajedno s turskima emitirane u istim udarnim terminima, preuzimaju te nove žanrovske etikete i odriču se svoje stvarne pripadnosti sapunskoj operi, postajući 'drame'/'obiteljske serije' i 'humoristične serije' (npr.: Pavlić, 2014, 2017a, 2020; Premec, 2019). Naši nalazi potvrđuju složenost percepcije žanra na koju među ostalima upozorava i Jason Mittell (2004). K tome, oni otvaraju i teme ritualnog, vrijednosnog, svjetonazorskog, industrijskog i kulturnog značaja žanra. A takva su pitanja, a ne samo ona usko definicijska, u središtu interesa komunikologa.

12.5.1.4. Telenovelizacija strukture superteksta

Komercijalni nakladnici ubrzo model svakodnevnog emitiranja iste serije proširuju s modela emitiranja telenovele i na druge žanrove, emitirajući svakodnevno tijekom radnog tjedna *u*

udarnom terminu iste naslove dugovječnih drama i komedija (rijetko premijerne, a daleko češće *reprizne* nastavke [vidi: 9.4.2.; 10.3.1.1.1.]). Time ukupno dolazi do *udvostručenja* broja emitiranih nastavaka po sezoni naslova uvrštenih na istraživane ljestvice i potenciranja *oskudice premijernih drama i komedija* udarnim večernjim terminima. Najprije na ljestvici Top 10 broj nastavaka raste sa 360 nastavaka u Starom dobu na 675 nastavaka u Dobu promjene te na 768 nastavaka u Novom dobu. Potom dolazi i do osjetnog povećanja broja emitiranja na ljestvici Top 11-20 (271 emitiranje u Starom dobu; 270 u Dobu promjene; 412 u Novom dobu). Na taj način 'telenovelizacija' domaće zemaljske televizije prekoračuje okvire samog teksta (telenovele i telenovelističkih produkcija) i prelijeva se na samu strukturu jedinstvenog superteksta (Browne, 1984) kao projektirane cjeline televizijskog programa sastavljene od niza zasebnih tekstova. Odnosno, ne dolazi samo do prevlasti telenovele kao žanra nego dolazi i do prevlasti nove, 'telenovelizirane', konvencije gledanja serija u *prime timeu* zemaljske televizije u Hrvatskoj koja nalaže da se tijekom cijelog radnog tjedna u istom terminu prikazuje ista serija ili druga ista emisija. Riječ je o konvenciji prisutnoj na nišnim *Pay* TV kanalima ukoliko je riječ o terminima repriznih sadržaja. *Zapadna zemaljska televizija ovu konvenciju ne koristi u udarnim večernjim terminima* (za emitiranje premijernih drama i komedija) – komercijalni nakladnici zbog potrebe privlačenja što raznovrsnije publike što veće platežne moći (usp: Jordan, 2007), a javne televizije zbog diktata žanrovske raznolikosti kao jednog od kriterija kvalitete programske isporuke (usp.: Mulgan, 1990: 8-29). Može se reći da i na razini superteksta ovim repetiranjem 'istosti' dolazi do svojevrsne kulturne zatvorenosti; elitni termini zemaljske televizije, kada je riječ o premijernim serijama, otvorili su se samo prema telenoveli i istovremeno se zatvorili prema bogatstvu priča, perspektiva i estetika koje bi u udarnim terminima u hrvatske domove donijele nove serije različitih žanrova drame i komedije.

12.5.2. Turska telenovela kao izbor domaćih komercijalnih nakladnika

Turska telenovela po uzoru na američku večernju sapunicu osnažuje ukupnu razinu produkcije pa dolazi do kinematografskog efekta (serije djeluju više 'filmski'), do izraženije nijansiranosti karaktera i do osnaživanja ukupne uvjerljivosti priče u odnosu na latinoameričku inačicu (Panjeta, 2014). Ulaganje u produkciju i dosizanje zapadnih produkcijskih standarda jedan je od razloga uspjeha ovih serija (Beğendik, 2019: 40). No, medijske teoretičarke Behiye Beğendik (2019) i Bilge Yesil (2015) pokazuju da do popularnosti turskih telenovela ne bi došlo bez ofenzive turskih distributera čije strategije prodora na nova tržišta, uz delokalizaciju sadržaja (micanje globalnoj publici neprivlačnih lokalnih elemenata) i njegovo prilagođavanje rezultatima analiza preferencija gledatelja, uključuju i vrlo povoljne cijene emitiranja (time i visoke profite za lokalne nakladnike).

Nakon snimanja, razrađivale su se strategije prodora na nova tržišta koje su uključivale i vrlo povoljne cijene po epizodi, prilagođene veličini tržišta, trenutnoj popularnosti turskih serija i potencijalu daljnje penetracije na određeno tržište. Tako Rigoutsou i Özay (2013) izvještavaju da je u Grčkoj cijena jedne epizode 2012. godine, na vrhuncu popularnosti turskih telenovela u toj zemlji, iznosila od 5 000 eura na više dok Yesil (2015: 44) navodi da su na etabliranim tržištima cijene jedne epizode varirale između 15 000 i 150 000 američkih dolara, ovisno o seriji i tržištu. U Hrvatskoj Poslovni dnevnik izvještava da 2010. godine cijena originalne (duže) epizode telenovele 1001 noć, „stoji oko 1 500 eura, a RTL televizija samo na reklamama koje se emitiraju prije i za vrijeme serije zaradi od 2 do 2.5 milijuna kuna, naplaćuju li reklame po službenom cjeniku. To bi značilo da RTL-ov posao desetljeća, kako ga zovu neki u televizijskim krugovima, toj televiziji donosi oko 227 puta više nego što su platili (ne računajući reprize)“ (Vejnović, 2010). S porastom popularnosti cijene po epizodi turske telenovele rastu i u Hrvatskoj, no još uvijek su te cijene znatno niže čak i od cijene proizvodnje domaćih niskobudžetnih sapunica (Premec, 2013). Rezultati istraživanja koje provodi Beğendik (2019) ukazuju na to da je popularnost turskih telenovela rezultat sinergije velikih produkcijskih ulaganja, jednostavnije međunarodne trgovine televizijskim sadržajima, turske politike ekspanzionizma i nametanja turske kao uzora (*Neo-Ottoman Cool* [Kraidy i Al-Ghazzi, 2013]), proaktivnih distributera, formiranja stalne publike, pogodnosti sadržaja za takozvano obiteljsko gledanje i sustavnog marketinškog rada na podizanju imidža turskih telenovela. Djelujući zajedno, ove aktivnosti dovode do efekta snježne grude i daljnje popularizacije tih serija i ulaganja u njih (Beğendik, 2019: 40-46).

Sociopolitički i ukupni medijski kontekst, iz različitih razloga u svakoj od sredina, omogućio je turskim producentima lakši pristup široj publici na Bliskom istoku, Balkanu i jugoistočnoj Europi. Najčešće je bila riječ o političkim ili ekonomskim udarcima na lokalne produkcije u regijama kulturološki bliskima Turskoj ili o tamošnjim nerazvijenim lokalnim produkcijama koje su zbog malog lokalnog tržišta pribjegavale kupnji jeftinog sadržaja (Kaynak, 2015: 237; Rigoutsou i Özay, 2013). Primjerice, na Bliskom istoku su političkim previranjima opustošena značajna produkcijska čvorišta poput Sirije i Egipta, u Grčkoj je financijska kriza usporila proizvodnju serija, u Pakistanu je zabrana indijskih kanala otvorila put turskoj televiziji za ulazak na tržište (Kaynak, 2015: 233, 237). Ekonomska kriza i stagnacija gospodarstva u zemljama jugoistočne Europe utjecali su i na stagnaciju kulturnih politika i smanjenje investicija u domaću kvalitetnu dramsku produkciju, ali i na smanjenje ulaganja u inozemne kvalitetne serije manjeg broja nastavaka i više cijene koštanja. Turske su telenovele imale nisku cijenu i donosile su visoke gledanosti pa su privatni kanali (a ponegdje i kanali u vlasništvu države) umjesto okrupnjavanja

produkcije i primjene turskog modela monetizacije serija ekspanzijom na druga tržišta, pribjegli komercijalnom modelu lokalne instant-zarade. Agresivni ulazak turskih sapunica na ta tržišta stvorio je ogorčenje; lokalne televizijske industrije od Grčke do Pakistana često su izražavale zabrinutost za svoje izglede u novoj podjeli karata (Kaynak, 2015: 233, 237). Iako su i u jugoistočnoj Europi neki krugovi upozoravali na štetnost kulturne invazije turskih telenovela na lokalne audiovizualne industrije, nije bilo organiziranog i učinkovitog odgovora na produkcijski bogate turske ljubavne priče (Gündüz, 2020: Reasons for popularity; Mihalakopoulos, 2011: 186).

Naši nalazi impliciraju da su domaći zemaljski nakladnici politikama iskazanima putem dizajna programskih shema (usp.: Prado i sur., 2020) utjecali na promjene ukusa publike domaće zemaljske televizije. Ti nalazi potvrđuju ono na što upozorava i Kuipers (2012: 554), a to je da su nakladnici i prodavači sadržaja glavni akteri u širenju određenih programa i praksi u domove gledatelja. U Hrvatskoj je sudar zastarjelog i elitističkog s novopridošlim nezapadnim konceptom kreiranja *prime timea* općih kanala od strane nakladnika utjecao na to da popularna domaća zemaljska televizija putem serija tijekom liberalizacije medijskog tržišta sve slabije posreduje u širenju *middlebrow* i *highbrow* zapadnog kulturnog kapitala i kozmopolitskog kulturnog ukusa (usp.: Pušnik i Starc, 2008; Lynes, 1980), a da 'lokalni' nezapadni *lowbrow* kulturni kapital i kulturni ukus, posredovani komercijalnim kanalima, zauzmu to značajno mjesto u hrvatskom medijskom prostoru, popularizirajući neofolk kulturu. Pritom na umu valja imati da se ti pop-kulturni procesi događaju istovremeno s tranzicijom Hrvatske prema uspostavi novog ekonomskog, političkog, kulturnog i nacionalnog identiteta te s pridruživanjem zajednici europskih država (Zapadu). Lucia Vesnić-Alujević i Nataša Simeunović Bajić (2013) primjećuju da su *upravo televizijski kanali* na prostorima bivše Jugoslavije svojim programskim politikama odigrali značajnu ulogu u procesu kreiranja specifičnog „tranzicijskog identiteta“ (Mitrović, 2006: 14). Katarina Luketić (2013) iz hrvatske perspektive naglašava ulogu medija u osnaživanju 'zajedničke' (balkanske) populističke neofolk kulture niske kulturne vrijednosti kao *sve prisutnijeg* iskaza tog tranzicijskog identiteta. Time se otvara pitanje stvarnog karaktera novopridošlog medijskog pluralizma u Hrvatskoj na njegovoj mikrorazini odnosno na razini pluralizma televizijskih sadržaja *dostupnih* publici (Roller, 2014: 145; vidi: McQuail, 1992).

Koncentracija predstavlja suprotnost medijskoj raznovrsnosti, a može se izraziti ne samo putem koncentracije vlasništva, nego i uredničkim odabirom sadržaja (The Dutch Media Authority, 2011, prema Roller, 2014: 147). Besplatni opći kanali zbog ekonomskih i tehnoloških ograničenja publike snažno dominiraju domaćim televizijskim pejzažom (Nielsen, 2013; vidi: 3.4.).

Novopridošli medijski pluralizam u stvarnosti televizijskih serija na tim kanalima u terminima kada najveći dio građana Hrvatske gleda televiziju (usp.: Ministarstvo kulture i medija, 2021: 18) donosi *koncentraciju* telenovela na općim kanalima komercijalnih nakladnika (usp.: Kasapović, 2012; Panjeta, 2014), *koncentraciju* repriza zapadnih drama i komedija na njihovim specijaliziranim kanalima (usp.: 9.4.2.) i *oskudicu* serija na javnoj televiziji (usp.: 3.5.). Pružajući nešto širu sliku promjena u ukupnoj žanrovskoj raznolikosti domaće televizije od 1959. do 2009. godine (do ranog Doba promjene), Zinjka Peruško i Antonija Čuvalo (2014: 143-144), utvrđuju da je već tada razvidno da je održavanje ukupne žanrovske raznolikosti u doba pojave komercijalnih nakladnika nakon 2000. godine „gotovo isključivo posljedica emitiranja programa na javnoj televiziji“, dok komercijalne televizije ukupno nude ograničen raspon žanrova, pretežno fikcije i zabave. Sudeći prema našim nalazima, u segmentu *prime time* serija takvi su se trendovi koncentracije 'istoga' upravo u Dobu promjene izrazito intenzivirali.

I danas, više od deset godina nakon prodora turskih i domaćih telenovela u svakodnevne udarne večernje termine zemaljskih komercijalnih televizija mediji i dalje izvještavaju da su telenovele u vrhu najgledanijih večernjih igranih programa zemaljske televizije (npr.: Samojver, 2021). I osnovnoškolci telenovele gledaju u obiteljskom krugu, a one postaju *jedan od njihovih omiljenih sadržaja* (Balić, 2017). Zemaljska je televizija u Hrvatskoj prestala u segmentu serija biti sustav poruka kojemu su podjednako izloženi svi članovi društva, a došlo je i do promjene njenog kulturnog usmjerenja pa time i utjecaja. Najprije, kreirana su dva televizijska krajolika, onaj koji se plaća (novi) i besplatni (stari), ne samo *dostupna*, nego i *privlačna* različitim skupinama društva. U segmentu serija stubokom se promijenila *upravo ona stara* besplatna zemaljska televizija koju zbog ekonomskih i tehnoloških razloga gleda oko polovice stanovništva. I ta je televizija kod nas postala 'nova'. Usmjerila se u najgledanijim terminima na izrazitu koncentraciju 'lokalnih' (nezapadnih i domaćih) *lowbrow* serija, uglavnom sapunskih opera te manjim dijelom komedija, te na oskudicu domaćih i zapadnih *middlebrow* i *highbrow* drama i komedija. Sapunske opere prije svega služe “interesima institucija koje ih proizvode, emitiraju i sponzoriraju“ (Allen, 1995a: 23), a distribucija serija na kakvu ukazuju naši nalazi doprinosi *gledateljskom nezadovoljstvu* serijama domaće zemaljske televizije. Na to ukazuju rezultati istraživanja zadovoljstva besplatnim zemaljskim kanalima u Hrvatskoj koje 2015. godine (u Novo doba) za Agenciju za elektroničke medije na uzorku od 1000 ispitanika (2 % OŠ; 59 % SSS, 17 % VŠS i VSS) provodi agencija Ipsos (2016). Preferirani sadržaji su filmovi (voli ih 57 % ispitanika) i dokumentarci (voli ih 45 %

ispitanika).[199] Od serija, upravo su turske telenovele najmanje omiljene; voli ih 22 % ispitanika. Emitirane hrvatske serije svih žanrova su najomiljenije, ali ih voli tek 30 % ispitanika. Ostale emitirane serije voli 25 % ispitanika (Ipsos, 2016: 22). Ipsos (2016: 23) analizira i gledateljsku procjenu kvalitete emitiranog programa, a izražava je ocjenama od 1 do 5. Najvišu ocjenu dobivaju emitirani dokumentarci (3.4). Emitirani filmovi dobivaju ocjenu 3.2. Hrvatske i ostale serije dobivaju ocjenu kvalitete 2.9, a turske telenovele ocjenu kvalitete 2.6. Manje turskih telenovela na programu želi 54 % ispitanika, a manje hrvatskih i ostalih serija kakve se tada prikazuju želi između 26 i 27 % ispitanika (Ipsos, 2016: 24). Čak 46 % ispitanika *želi* više dostupnih kanala, ali 42 % ispitanika, iako ih žele, nove kanale nije spremno dodatno platiti (Ipsos, 2016: 16). Iščitavajući iznesene rezultate, valja primijetiti da su u istraživanju Ipsosa izrazito slabo zastupljeni ispitanici s najnižim stupnjem obrazovanja. A upravo su oni, prema našim nalazima, skupina u kojoj su telenovele i *lowbrow* komedije najpopularnije.

Teoretičar kulture Geoff Mulgan (1990: 8-29) razvija sedam dimenzija kvalitete televizije, temeljenih na prirodi medija, njegovoj ulozi u društvu te prirodi ljudi koji medij konzumiraju. To su: (a) kvaliteta i profesionalizam producenata, (b) kvaliteta potrošača i tržišta, (c) kvaliteta medija u smislu televizijske estetike, (d) kvaliteta televizije kao rituala i zajedničkog utočišta, (e) kvaliteta odnosa televizije s osobom koja je konzumira, (f) istinoljubivost televizije i vrijednosti koje podržava te (g) raznovrsnost programa kao kvaliteta. Liberalizacija televizije u Hrvatskoj trebala je poslužiti da televizija, kako to formulira John Ellis (1990: 38) kvalitetnije „igra ulogu megafona pluralističkog i segmentiranog društva“. Sudeći prema našim nalazima domaća zemaljska televizija je u segmentu serija pala na tom ispitu. Istovremeno su serije u udarnim večernjim terminima postale agens koji određuje pobjednika u utrci za ostvarenim gledanostima (eng.: *game changer*), a upravo je u segmentu serija kvalitetna besplatna televizija prestala biti univerzalno dostupna (usp.: Padovani, 2007).

12.6. Ograničenja studije i znanstveni doprinos

U svojoj slavnoj studiji *Genres in Discourse* Tzvetan Todorov (1990: 19) piše: „Kao i svaka druga institucija, žanrovi iznose na vidjelo konstitutivna obilježja društva kojemu pripadaju. […] Postojanje određenih žanrova u jednom društvu, njihova odsutnost u drugom, otkrivaju ideologiju (tog društva, op. a.) i dopuštaju nam da je više ili manje pouzdano ustanovimo”. Povjesničar i teoretičar kulture Richard Slotkin (2007: xi) napominje da razumjeti načine razvoja i promjena

[199] Informativni i glazbeni program ostvaruju iste rezultate, voli ih 36 % ispitanika. Sport voli 34 % ispitanika, kvizove voli 24 % ispitanika, a *reality show* voli 17 % ispitanika (Ipsos, 2016: 22).

popularnih žanrova znači i 'otvoriti prozor' za sagledavanje silnica koje oblikuju način gledanja na svijet određene nacionalne zajednice. Komunikologinja i teoretičarka žanra Carolyn R. Miller (1984: 163) sugerira da je „broj žanrova u bilo kojem društvu neodređen i ovisi o složenosti i raznolikosti društva“. Nadamo se stoga da je dijakronijski pogled na naš nacionalno specifičan odabir popularnih serijalnih igranih televizijskih žanrova zemaljske televizije u prvim dekadama 21. stoljeća, kojeg izlažemo kao prvog takve vrste u domaćoj znanstvenoj zajednici – omogućio da i mi u Hrvatskoj kroz prizmu žanrova popularnih serija lakše sagledamo ne samo koje to priče svojom popularnošću reflektiraju naš način gledanja na svijet i naše preokupacije, nego i da sagledamo kako se priče koje volimo mijenjaju i koju ulogu u tim promjenama ima i sam medijski sustav. Naša studija nudi tu nedostajuću obuhvatniju dijakronijsku sliku procesa promjene popularnih serija i njihove publike u Hrvatskoj, prateći istovremeno preferencije publike i promjene u medijskom sustavu. Stoga očekujemo da će naši uvidi doprinijeti produbljivanju i aktualiziranju teorijskih uvida o čimbenicima kreiranja ukusa televizijske publike. Određeni medijski sustav dio je šireg pop-kulturnog konteksta koji sukreira ukuse publike. Rezultati glavnog istraživanja provedenog na reprezentativnom uzorku pružaju sliku procesa u kojemu se promjene u medijskom sustavu reflektiraju na promjene ukusa publike i ukazuju na to da će publika različitih sociokulturnih odlika na različite načine reagirati na promjene u medijskom sustavu. Kulturni kapital gledatelja, koji se osim stupnjem obrazovanja manifestira ukupnom kulturnom potrošnjom i znanjem stranih jezika, determinirat će njegov odgovor na ta ukupna pop-kulturna kretanja.

Studija će poslužiti prvenstveno domaćim istraživačima u analizama hrvatskih specifičnosti vezano za serije i njihove gledatelje te u istraživanjima medijskog sustava, kulturne stratifikacije povezane s televizijom, fenomena kulturne bliskosti, ali i širih odnosa televizijskih serija i društva. No, naši su uvidi primjenjivi i u europskim i svjetskim analizama odnosa medijskog sustava, kulturnog kapitala i žanrovskog ukusa publike serija. Očekujemo da će naša studija biti korisna i istraživačima televizijskih žanrova. Žanrovska matrica koja sadrži sintezu odlika dvadeset dva žanra serija pogodna je i za implementaciju u programe znanstvenih i stručnih medijskih studija. Riječ je o prvoj domaćoj žanrovskoj matrici popularnih serija utemeljenoj na teoriji TV žanra.

Pomoćno istraživanje nije provedeno na reprezentativnom uzorku pa se njegovi rezultati ne mogu generalizirati. Valja ga shvatiti kao alat za bolje razumijevanje rezultata glavnog istraživanja. Ipak, ono obuhvaća sve dobne i obrazovne skupine odrasle populacije i po prvi puta u Hrvatskoj istražuje istaknute razloge gledanja turskih telenovela te uspoređuje televizijski ukus i sociokulturne odlike gledatelja turskih telenovela i onih koji to nisu, klasificirajući serije i druge zabavne sadržaje prema njihovom kulturnom statusu povezanom s kulturnim kapitalom gledatelja.

13. ZAKLJUČAK

Istraživački problem od kojega polazimo odnosi se na to da se gledatelji TV serija razlikuju u svojim kulturnim ukusima. No, ti se ukusi oblikuju u okviru određenog medijskog sustava, u dodiru s konkretnim medijima i žanrovima o kojima publika akumulira znanje i stavove, ali i u kontekstu ukupnog društvenog i kulturnog ozračja u kojemu živi. Domaći se televizijski medijski sustav u prvim dvjema dekadama 21. stoljeća stubokom promijenio pa smo istražili jesu li se i u kojem smjeru u segmentu serija te tektonske promjene televizije reflektirale na promjene ukusa publike različitih sociokulturnih odlika. Naše je glavno istraživanje dijakronijsko kvantitativno longitudinalno strukturno istraživanje. Provedeno je na reprezentativnom uzorku pa se dobiveni rezultati mogu generalizirati. Istraživanje je dopunjeno kvalitativnim pristupom – žanrovskom klasifikacijom analiziranih serija i sintezom akademskih uvida o distinktivnim značajkama žanrova kojima pripadaju. U glavnom istraživanju ispitujemo promjene vezano za zemlju porijekla popularnih serija zemaljske televizije, njihovu žanrovsku pripadnost i strukturu njihove publike. Da bismo bolje razumjeli rezultate glavnog istraživanja provodimo i pomoćno istraživanje. Uspoređujemo sociokulturne odlike i ukuse te žanrovsku percepciju turskih telenovela kod gledatelja i negledatelja ovih serija i istražujemo motive gledanja turskih telenovela. Vezano za sociokulturne odlike i ukuse uspoređujemo gledatelje i negledatelje turskih telenovela u trima dimenzijama: u vrijednosnoj kulturnoj bliskosti s Turskom, u odlikama kulturnog kapitala povezanima s kulturnim angažmanom i znanjem stranih jezika te u televizijskom žanrovskom ukusu, pri čemu žanrove prema kulturnom statusu kategoriziramo u tri skupine: visokog, srednjeg i niskog statusa. Istraživanje provodimo putem digitalnog anketnog upitnika na prigodnom uzorku metodom snježne grude na 1185 sudionika. Rezultati pomoćnog istraživanja ne mogu se generalizirati, ali ipak ono obuhvaća sve dobne i obrazovne skupine odrasle populacije i po prvi puta u Hrvatskoj, osim što istražuje subjektivnu procjenu istaknutih razloga gledanja turskih telenovela, uspoređuje televizijski ukus i sociokulturne odlike gledatelja turskih telenovela i onih koji to nisu te klasificira televizijske serije i druge zabavne sadržaje prema njihovom kulturnom statusu povezanom s kulturnim kapitalom gledatelja.

Naša studija, kao prva takve vrste u domaćoj znanstvenoj zajednici, nudi obuhvatnu dijakronijsku sliku procesa promjene popularnih serija i njihove publike u Hrvatskoj, prateći istovremeno preferencije publike i promjene u medijskom sustavu. Ukupni rezultati u najkraćem ukazuju na to da se u segmentu serija promjene u medijskom sustavu i ukupnom pop-kulturnom ozračju reflektiraju na promjene ukusa publike, pri čemu publika različitih sociokulturnih odlika na različite načine reagira na promjene u medijskom sustavu. Kulturni kapital gledatelja, koji se osim

stupnjem obrazovanja manifestira ukupnom kulturnom potrošnjom i znanjem stranih jezika, determinirat će njihov odgovor na pop-kulturna kretanja. Naša studija pokazuje da proces liberalizacije televizije koji se odvija početkom 21. stoljeća doprinosi tome da domaća zemaljska televizija u najgledanijim terminima prestaje biti sustav poruka *privlačan* svim članovima zajednice. Dolazi do snažnih promjena u njenom kulturnom usmjerenju i prirodi njenog društvenog utjecaja, a raznovrsnost (pluralizam) žanrova ustupa mjestu koncentraciji istih žanrova. Ukupno, kada je riječ o serijama kao obliku popularnog užitka u televiziji, kreiraju se dva nova polarizirana televizijska krajolika. Prvi je krajolik te 'nove' zemaljske televizije. Ona postaje niske kulturne vrijednosti (*lowbrow*). Umjesto popularne kulture Zapada srednje i visoke kulturne vrijednosti (*middlebrow* i *highbrow*), intenzivno se počinje medijatizirati rastuća popularnost neofolk kulture kao agensa koji okuplja *lowbrow* pop-kulturne tekstove u zemljama bivše Jugoslavije i šire na Balkanu. Neofolk kultura apsorbira u sebe i Hrvatsku, emanirajući kulturnu zatvorenost i djelujući kao snažna balkanska kulturna poveznica i agens koji osnažuje kulturnu bliskost s Istokom. Pritom i domaća popularna igrana serijalna fikcija počinje imati nizak kulturni status, u velikoj mjeri preuzimajući nezapadnu *lowbrow* (neofolk) estetiku. Takav besplatno dostupan televizijski krajolik tijekom vremena *middlebrow* i *highbrow* publika sve intenzivnije napušta. Drugi, također 'novi' krajolik onaj je globalne (dominantno zapadne) naplatne nelinearne i nišne linearne televizije kojeg bi valjalo pomnije istražiti. Tamo dobrim dijelom bježi *middlebrow* i *highbrow* publika, koja odabirom serija i dalje iskazuje težnju pripadnosti kulturi Zapada i kulturnu otvorenost, a takve premijerne sadržaje sve rjeđe pronalazi u udarnim terminima zemaljske televizije. Na taj način programske politike nacionalnih zemaljskih nakladnika ne samo da osnažuju podjele u društvu u medijski kreiranim kulturnim ukusima, nego osnažuju i svjetonazorske te podjele u osjećaju pripadnosti građana Hrvatske Istoku ili Zapadu.

Najprije, tijekom procesa liberalizacije televizijskog tržišta dolazi do promjena u produkcijskom porijeklu popularnih serija zemaljske televizije na način da zemlje Zapada gube primat, a preuzima ga Turska. No, uz Tursku se i BiH pojavljuje kao značajan proizvođač popularnih serija. Naslovi s Istoka ne istiskuju samo Zapadne nego i domaće naslove. Prihvaćanje kulturne usmjerenosti serijalne fikcije od one prema Zapadu do one prema Istoku, snažnije je izraženo što je stupanj obrazovanja gledatelja niži. Pri tome nezapadne produkcijske kulture ne uspijevaju ostvariti dominaciju jedino u skupini gledatelja s višim i visokim stupnjem obrazovanja. Istodobno s promjenama u zemlji proizvodnje zbivaju se i promjene u žanrovskoj pripadnosti popularnih naslova na način da u udarnim terminima nakon središnjih informativnih emisija raznovrsnost žanrova ustupa mjesto dominaciji telenovele, žanra niskog kulturnog statusa. Ti se procesi zbivaju

već nakon što na Zapadu popularnost sapunske opere značajno opada. Drami (uglavnom srednjeg i visokog kulturnog statusa) koja u udarnim terminima većim dijelom postaje reprizna, najvjerniji ostaju gledatelji s višim i visokim obrazovanjem, a pad popularnosti te žanrovske skupine najizraženiji je kod najniže obrazovanih. I komedija, doduše u manjem obujmu, gubi bitku s telenovelom, a prevlast domaćeg *sitcoma* zamjenjuje prevlast bosanskohercegovačkog *sitcoma* niske kulturne vrijednosti. No, i hrvatski *sitcomi* postaju sve više *lowbrow.* Ukupno gledano, dok su domaće serije tijekom 20. stoljeća žanrovski i estetikom dominantno pod zapadnim *middlebrow* i *highbrow* utjecajima, tijekom liberalizacije televizije i one počinju najvećim dijelom imati nizak kulturni status i biti pod utjecajem Istoka. Među njima opada udio domaće drame i komedije, a raste udio telenovele kojom dominira nezapadna estetika. Promjene u zemlji proizvodnje i žanrovskoj distribuciji serija reflektiraju se i na polarizaciju publike. Popularne *lowbrow* serije zemaljske televizije kod najniže obrazovanih tijekom vremena postaju sve popularnije i oni uz njih provode sve više svog slobodnog vremena, postajući njihovim najvjernijim gledateljima. Istovremeno, u drugim obrazovnim skupinama 'popularne serije' gube gledatelje. Do najvećeg odljeva gledatelja dolazi u skupini više i visoko obrazovanih. Gledanosti se u toj skupini prepolovljuju. Dok je početkom 21. stoljeća publika zemaljske televizije različitog stupnja obrazovanja relativno ujednačeno prihvaćala raznovrsne žanrove, tijekom liberalizacije televizije dolazi do njene polarizacije na način da zanimanje za nove 'popularne serije' zemaljske televizije (presudno telenovele, osobito turske) izrazito opada porastom stupnja obrazovanja gledatelja. Najniže i najviše obrazovani gledatelji nalaze se na suprotnim polovima vezano za svoje preferencije prema serijama zemaljske televizije. Pri tome se zemaljska televizija u udarnim večernjim terminima, umjesto na raznolikost, izrazito usmjerava na koncentraciju nezapadnih i domaćih *lowbrow* serija uskog žanrovskog spektra i oskudicu domaćih i zapadnih premijera *middlebrow i highbrow* serija različitih žanrova, snažno se priklanjajući ukusima onih niže akumulacije kulturnog kapitala.

Pomoćno istraživanje pruža dublje uvide u sociokulturne odlike gledatelja turskih telenovela, lokalnog podtipa telenovele koji suvereno vlada domaćom zemaljskom televizijom. Rezultati tog istraživanja sugeriraju da su gledatelji turskih telenovela slabijega kulturnog angažmana te poznavanja stranih jezika od negledatelja te da (suprotno od negledatelja) iskazuju preferencije prema drugim 'lokalnim' *lowbrow* žanrovima poput domaćih telenovela i domaće *reality* televizije, a odbacuju širi spektar zapadnih i domaćih *middlebrow* i *highbrow* žanrova drame i komedije. Također, suprotno od negledatelja, gledatelji iskazuju vrijednosnu kulturnu bliskost s Turskom: smatraju je *privlačnom* za život i smatraju da su preokupacije, vrijednosti i mentalitet ljudi te

odnosi u društvu u Turskoj *slični* našima. Gledatelji turske telenovele ne smatraju samo atraktivnima, nego dobrim dijelom i društveno relevantnim pričama iz kojih uče o životu. Većina njih ne smatra da je riječ o sapunskim operama, nego o dramama, sa svim konotacijama koje etiketa pripadnosti drami (a ne sapunskoj operi) nosi sa sobom. Ukupne preferencije domaće publike serija *lowbrow* ukusa povezane su s afinitetom prema balkanskoj neofolk kulturi koja osnažuje kulturnu zatvorenost i razvija kulturnu bliskost s Balkanom i Istokom. Stoga danas o neofolk kulturi u Hrvatskoj možemo govoriti kao o dijelu popularne kulture koja signalizira kulturnu zatvorenost, a koja osim 'lokalne' ('zajedničke', kulturno balkanske) *lowbrow* glazbe obuhvaća i *lowbrow* 'lokalnu' ('zajedničku', kulturno balkansku) popularnu televizijsku zabavu: *reality* televiziju, bosanske i domaće *lowbrow sitcome* te turske i domaće telenovele. Ovaj uvid temeljimo na rezultatima naših dvaju istraživanja u kontekstu uvida Gündüz (2020), Krole i suradnika (2020, 2023) i Luketić (2013).

Dobivene rezultate tumačimo i iz kroz prizmu uloge domaće televizijske industrije, sagledavajući popularnost *lowbrow* žanrova kao refleksiju sraza patronizirajućeg elitizma, koncepcijske zastarjelosti, financijske inferiornosti i oskudice serija u *prime timeu* javne televizije s jedne strane i, s druge strane, agresivnog okretanja komercijalnih televizija prema nezapadnim produkcijama, nezapadnim modelima kreiranja večernje programske sheme i nezapadnoj estetici. U tom srazu komercijalni kanali, otkrićem turske telenovele i bosanskohercegovačkog *lowbrow sitcoma* te redizajniranom domaćom telenovelom (*lowbrow* narativima bliskima publici kulturno na neofolk Balkanu), preuzimaju prevlast u gledanostima. Pritom ne dolazi samo do prevlasti telenovele kao žanra nego dolazi i do prevlasti nove, 'telenovelizirane', konvencije gledanja serija u *prime timeu* zemaljske televizije koja nalaže da se tijekom cijelog radnog tjedna u istom terminu prikazuje ista serija ili druga ista emisija. Tim se modelom uglavnom emitiraju reprizne zapadne *middlebrow* drame i komedije pa publika koja voli taj tip serija premijerne naslove mora potražiti negdje drugdje. Naši nalazi tako neizravno ukazuju na to da su domaći zemaljski nakladnici politikama iskazanima putem dizajna programskih shema utjecali na koncentraciju istovrsnih premijernih sadržaja (suprotnu ideji medijskog pluralizma), polarizaciju ukusa publike domaće zemaljske televizije i populariziranje *lowbrow* ukusa bliskog neofolk kulturi i konzervativnom kulturnom prostoru Balkana. Istovremeno su serije u udarnim večernjim terminima postale katalizatori pobjede u utrci za gledanostima, a upravo je u segmentu serija kvalitetna besplatna televizija prestala biti univerzalno dostupna. Kao i u slučaju drugih država bivše Jugoslavije, ni Hrvatsku nije mimoišla popularizacija neofolk kulture. U toj popularizaciji svojom programskim politikama ulogu imaju i nacionalni domaći besplatni zemaljski televizijski kanali.

Literatura[200]

Abbott, Stacey (2018). Masters of mise-en-scène: The stylistic excess of Hannibal. U: Linda Belau i Kimberly Jackson (ur.): *Horor Television in the Age of Comsumption: Binging on Fear* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com

Abbott, Stacey i Jermin, Deborah, ur. (2009). *Falling in Love Again: Romantic Comedy in Contemporary Cinema*. London: I. B. Tauris.

Abbot i Stacey i Jowett, Lorna (2021). *Global TV Horror*. Cardiff: University of Wales Press.

Abercrombie, Nicholas (1996). *Television and Society*. Cambridge: Polity Press.

Abu-Lughod, Lila (2008). *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*. Chicago: University of Chicago Press.

Acland, Charles R. (2009). Curtains, carts and the mobile screen, *Screen,* 50 (1), 148–166. https://doi.org/10.1093/screen/hjn071

Acosta-Alzuru, Carolina (2003). 'I'm not a feminist . . . I only defend women as human beings': The production, representation, and consumption of feminism in a telenovela. *Critical Studies in Media Communication,* 20 (3): 269–294. https://doi.org/10.1080/07393180302775

Acosta-Alzuru, Carolina (2021). Will it travel? The local vs. global tug-of-war for telenovela and turkish dizi producers, 1–26. U: Özlem Arda, Pınar Aslan i Constanza Mujica (ur.): *Transnationalization of Turkish Television Series* [e-knjiga]. Istambul: Istambul University Press.

Adams, John (1993). Yes, Prime Minister: 'The ministerial broadcast' (Jonathan Lynn and Antony Jay): Social reality and comic realism in popular television drama, 62–85. U: George W. Brandt (ur.): *British Television Drama in the 1980s*. Cambridge: Cambridge University Press. https://archive.org/details/britishtelevisio0000unse/

AEM (n.d.). Istraživanje gledanosti televizije. *AEM*. https://www.aem.hr/istrazivanje-gledanosti-televizije/ (7. siječnja 2021.).

Agger, Gunhild (2016). Nordic Noir: Location identity and emotion, 134–152. U: Alberto N. Garcia (ur.): *Emotions in Contemporary TV Series*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

[200] Napomena: Dio knjiga posuđen je u besplatnoj digitalnoj biblioteci tiskanih knjiga Internet Archive (https://archive.org/). Za knjige posuđene u ovoj biblioteci navedene su poveznice putem kojih je moguće posuditi navedeni naslov. Također, dio knjiga je posuđen u naplatnoj biblioteci elektroničkih izdanja knjiga Perlego (https://www.perlego.com/). Uz tako posuđen naslov također je navedena poveznica za pristup ovoj naplatnoj biblioteci (https://ereader.perlego.com). Za te naslove nije navođen datum posudbe.

Ajduk, Marija (2011). 'Vesele' osamdesete kroz prizmu televizijske serije Crno-bijeli svijet, *Antropologija*, 16 (2), 9–25. http://anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/30fcf4f2aa1449b3996655113087757b.pdf (2. siječnja 2019.).

Akass, Kim i McCabe, Janet, ur. (2004). *Reading Sex and the City*. London: I. B. Tauris.

Akass, Kim i McCabe, Janet, ur. (2005). *Reading Six Feet Under: TV to Die For*. London: I. B. Tauris.

Aksoy, Asu i Robins, Kevin (2000). Thinking across Spaces: Transnational Television from Turkey. *European Journal of Cultural Studies,* 3 (3), 343–365. https://doi.org/10.1177/136754940000300305

Alam, Nizia i So, Jiyeon (2020). Contributions of emotional flow in narrative persuasion: An empirical test of the emotional flow framework, *Communication Quarterly*, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1080/01463373.2020.1725079

Alcorn Baron, Sabrina (2015). Desacralizing the icon: Elizabeth I. on television, 125-139. U: James Leggott i Julie Anne Tadeo (ur.): *Upstairs and Downstairs: British Costume Drama Television from The Forsyte Saga to Downton Abbey*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Al-Jaf, Ali Ismael (2017). Significance of archetypes in literature with reference to literary criticism. *Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences,* 1 (26), 689–695. https://www.iasj.net/iasj/article/144922 (7. veljače 2021.).

Allen, Dave (2009). Secret gardens and magical realities: Tales of mystery, the English landscape, and English children, 93–112. U: Lincoln Geraghty (ur.): *Channeling the Future Essays on Science Fiction and Fantasy Television*. Lanham: The Scarecrow Press.

Allen, Michael, ur. (2007). *Reading CSI: Crime Under the Microscope*. London: I. B. Tauris.

Allen, Robert C. (1985). *Speaking of Soap Operas*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Allen, Robert C., ur. (1992). *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism, Second Edition* [1. izd. 1987]. New York: Routledge.

Allen, Robert C. (1994). Making sense of soaps, 242–257. U: Robert C. Allen i Annette. Hill (ur.): *The Television Studies Reader*. London: Routledge.

Allen, Robert C (1995a). Introduction, 1–26. U: Allen Robert C. (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Allen Robert C., ur. (1995b). *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Allen, Robert C. (1996). As the world turns: Television soap operas and global media culture, 110–127. U: Emile G. McAnany i Kenton T. Wilkinson (ur.): *Mass Media and Free Trade: NAFTA and the Cultural Industries*. Austin: University of Texas Press.

Allison, Tanine (2010). Screen combat: Recreating World War II in American film and media. Doktorska disertacija. Pittsburgh: University of Pittsburgh. http://d-scholarship.pitt.edu/10217/1/Tanine_Allison_2010ETD.pdf (4. siječnja 2022.).

Allrath, Gaby, Gymnich, Marion i Surkampp, Carola (2005). Introduction: Towards a narratology of TV series, 1–46. U: Gaby Allrath i Marion Gymnich (ur.): *Narrative Strategies in Television Series*. Basingstoke: Palgrave Mcmillan.

Altman, Rick (1986). Television/Sound, 39–54. U: Tania Modleski (ur.): *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*. Bloomington: Indiana University Press.

Altman, Rick (1989). *The American Film Musical* [orig. izd. 1987]. Bloomington i London: Indiana University Press i BFI.

Altman, Rick (1998). Reusable packaging: Generic products and the recycling process, 1-41. U: Nick Browne (ur.): *Refiguring American Film Genres: Theory and History*. Berkley: University of California Press.

Altman, Rick (1999). *Film/Genre*. London: BFI.

Altman, Rick (2000). Kinematografija i žanr. *Hrvatski filmski ljetopis*, 6 (22), 3–8 [izv. obj. 1996].

Altman, Rick (2012). A semantic/syntactic approach to film genre, 27–41 [izv. obj. 1994.]. U: Barry Keith Grant (ur.): *Film Genre Reader IV*.[orig. izd. 1986]. Austin: University of Texas Press.

Alvarado, Manuel; Bounanno, Milly; Gray, Herman i Miller, Toby (2015). *The SAGE Handbook of Television Studies* [e-knjiga]. London: SAGE Publications. https://ereader.perlego.com

American Psychological Association (n.d.). APA dictionary of psychology: 'als ob'. *American Psychological Association*. https://dictionary.apa.org/als-ob (17. lipnja 2021.).

Ambrose, Stephen E. (1993). *Band of Brothers: E Company, 506th Regiment, 101st Airborne from Normandy to Hitler's Eagle's Nest* [e-knjiga]. New York: Simon & Schuster.

Andreeva, Nellie (2017). 'Grey's Anatomy' spinoff about firefighters from Shondaland gets ABC series order. *Dedline*, 16. svibnja. https://deadline.com/2017/05/greys-anatomy-spinoff-firefighters-shondaland-abc-series-order-1202094236/ (27. listopada 2021.).

Andreeva, Nellie (2021). 'Grey's Anatomy' renewed for season 18 with Ellen Pompeo, Chandra Wilson & James Pickens Jr. set to return; 'Station 19' picked up for season 5 by ABC.

Dedline, 10. svibnja. https://deadline.com/2021/05/greys-anatomy-renewed-season-18-ellen-pompeo-chandra-wilson-james-pickens-jr-station-19-season-5-abc-1234753110/ (27. listopada 2021.).

Andrejevic, Mark (2011). The work that affective economics does. *Cultural Studies*, 25 (4-5), 604-620. http://dx.doi.org/10.1080/09502386.2011.600551

Andrew, Dudley (1984). *Concepts in Film Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Ang, Ien (1985). *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Routlegde.

Angyal, Chloe Sarah (2014). Gender, Sex, and Power in the Postfeminist Romantic Comedy, Doktorska disertacija. Sydney: The University of New South Wales. https://www.unsworks.unsw.edu.au/primo-explore/fulldisplay/unsworks_12432/UNSWORKS (21. 6. 2021.).

Armstrong, Jennifer K. (2018). Why The Handmaid's Tale is so relevant today. *BBC*, 25. travnja. www.bbc.com/culture/story/20180425-why-the-handmaids-tale-is-so-relevant-today (25. rujna 2021.).

Arslani, Merita (2010). Ma kakva Šeherezada! Novi hit zove se Gumus, sapunica čiju je zadnju epizodu gledalo 85 milijuna ljudi. *Jutarni list*, 22. listopada. https://www.jutarnji.hr/video/spektakli/ma-kakva-seherezada-novi-hit-zove-se-gumus-sapunica-ciju-je-zadnju-epizodu-gledalo-85-milijuna-ljudi-1888269 (1. rujna 2021.).

Arte (n.d.). Arte TV. https://www.arte.tv/en/ *Arte*. (17. svibnja 2023.).

Artz, Lee (2015). Telenovelas: Stories for our global times. *Perspectives on Global Development and Technology,* 14 (1-2), 193–219. https://www.researchgate.net/publication/272402242_Telenovelas_Television_Stories_for_Our_Global_Times (24. srpnja 2021.).

Asimov, Isac (1977). Social science fiction, 29 –61 [orig. obj. 1953]. U: Damon Knight (ur.): *Turning Points: Essays on the art of Science Fiction*. New York: Harper & Row. https://archive.org/details/turningpointsess00knig

Asimow, Michael (2014). Ally McBeal and subjective narration. Mrežno izdanje rukopisa objavljenog iste godine u: Michael Asimow, Kathryn Brown i David Papke (ur.): *Law & Popular Culture: International Perspectives*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing. http://www.michaelasimow.com/wp-content/uploads/2016/09/Ally-McBeal-and-Subjective-Narration.pdf (26. srpnja 2021.).

Attebery, Brian (1992). *Strategies of Fantasy*. Bloomington: Indiana University Press.

Auerbach, Erich (1993). *The Courage to Write: Women Novelists of 19th-Century America*. Madison: University of Wisconsin.

Ausiello, Michael (2021). Law & Order: NBC revives original flagship series, orders season 21 a decade after abrupt cancellation. *TV Line*, 28. rujna. https://tvline.com/2021/09/28/law-order-season-21-reboot-nbc-renewal-cast-premiere-date/ (31. listopada 2021.).

Auster, Al (2005). HBO's approach to generic transformation, 226–246. U: Gary R. Edgerton i Brian G. Rose (ur): *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Australian Bureau of Statistics (2021). Confidentiality and relative standard error. *Australian Bureau of Statistics*, 19. studenog. https://www.abs.gov.au/statistics/microdata-tablebuilder/tablebuilder/confidentiality-and-relative-standard-error (15. rujna 2022.).

Aydos Serpil (2017). Popular culture and national identity: A study on university students in Bosnia and Herzegovina who are the Magnificent Century viewers, *Series*, 3 (2), 63–76. https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/7629

Babrow, Austin S. (1987). Student motives for watching soap operas. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 3 (3), 309–321. https://doi.org/10.1080/08838158709386666

Babrow, Austin S. (1989). An expectancy-value analysis of the student soap opera audience. *Communication Research*, 16 (2), 155–178. https://doi.org/10.1177/009365089016002001

Babrow, Austin S. (1990). Audience motivation, viewing context, media content, and form: The interactional emergence of soap opera entertainment. *Communication Studies,* 41 (4), 343-361. https://doi.org/10.1080/10510979009368315

Bajramović, Dino (2012). Prosjaci i sinovi: četrdeset godina zabranjene serije. *Slobodna Bosna*, 26. siječnja. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj-uPis0PPxAhXTgP0HHZPmA94QFjAHegQICxAD&url=https%3A%2F%2Fwww.scribd.com%2Fdocument%2F472528271%2FSlobodna-Bosna-794-pdf&usg=AOvVaw3O_hb6uM45Vhp7bWHKZcuY (21. srpnja 2021).

Baldwin, Kate (1995). Montezuma's revenge: Reading Los Ricos También Lloran in Russia, 285–301. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued … Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Balić, Hani (2017). Medijski uzori i sadržaji: preferencije učenika osnovnoškolske dobi. Diplomski rad. Split: Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu.

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwji5rDru6rwAhUeh_0HHa63BvcQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fzir.nsk.hr%2Fislandora%2Fobject%2Ffffst%3A1135&usg=AOvVaw3WXcjibx1XIEpUHWa3US3y (4. siječnja 2021.).

Baltar, Fabiola and Brunet, Ignasi (2012). Social research 2.0: Virtual snowball sampling method using Facebook. *Internet Research,* 22 (1), 57–74. https://doi.org/10.1108/10662241211199960

Bandura, Albert (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Bandura, Albert (2002). Social cognitive theory of mass communication, 121–154. U: Jennings Bryant i Dolf Zillmann (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Second Edition*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Bandura, Albert (2004). Social cognitive theory for personal and social change by enabling media, 75–96. U: Arvind Singhal, Michael J. Cody, Everett M. Rogers i Miguel Sabido (ur.): *Entertainment-Education and Social Change: History, Research, and Practice*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Baran, Şebnem (2017). Crossing the western borders: Women of Son, *Series*, 3 (2), 43–62. https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/7628

Barrett, Gregory (1989). *Archetypes in Japanese Film: The Sociopolitical and Religious Significance of the Principal Heroes and Heroines*. Selinsgrove: Susquehanna University Press.

Barson, Michael (1985). TV Western, 57–72. U: Brian G. Rose (ur.): *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Bartsch, Anne (2012). Emotional gratification in entertainment experience: Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions. *Media Psychology,* 15 (3), 267–302. https://doi.org/10.1080/15213269.2012.693811

Bartsch, Anne; Magnold, Roland; Vierhoff, Rienhold i Vorderer, Peter (2006). Emotional gratifications during media use: An integrative approach, *The European Journal of Communications Research*, 31 (3), 261–278. https://doi.org/10.1080/15213269.2012.693811

Basinger, Jeanine (2003). *The World War II Combat Film: Anatomy of a Genre, 2nd Edition* (1. izd. 1986). Middletown: Wesleyan University Press.

Basinger, Jeanine (2007). War films, 337–346. U: Barry Keith Grant (gl. ur.): *Schirmer Encyclopedia of Film, Volume 4*. Detroit: Thomson Gale.

Bazzan, Ana L. C. (2020). Similar yet different: The structure of social networks of characters in Seinfeld, Friends, How I met Your Mother, and The Big Bang Theory. *Revista de Informática Teórica e Aplicada,* 27 (2), 66–80. http://dx.doi.org/10.22456/2175-2745.98367

Bawarshi, Anis S. i Reiff, Mary Jo (2010). *Genre: An Introduction to History, Theory, Research, and Pedagogy*. West Lafayette: Parlor Press.

Bayer, Gerd (2006) Artifice and artificiality in mockumentaries, 164–178. U: Gary D. Rhodes i John Parris Springer (ur.): *Docufictions: Essays on the Intersection of Documentary and Fictional Filmmaking*. Jefferson: McFarland & Company.

BBC (2004). *Building Public Value, Renewing the BBC for a digital world.* London: BBC. https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf (3. veljače 2018.).

BBC (2021). BBC daytime's Father Brown returns to filming for the ninth series. *BBC*, 17. lipnja. https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2021/father-brown (7. srpnja 2021.).

BBC One (n.d.). BBC One HD. *BBC*. https://www.freeview.co.uk/get-freeview-play/channels/bbc-one-hd (15. svibnja 2023.).

Beeler, Stan (2008). Stargate SG-1 and the quest for the perfect science fiction premise, 267–282. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Beğendik, Behiye (2019). Internationalization of Turkish soap operas: A qualitative analysis on Turkish soap opera exporters. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7 (2) , 31–49. https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.31-49

Belau, Linda i Jackson, Kimberly, ur. (2018a). *Horor Television in the Age of Comsumption: Binging on Fear* [e-knjiga]. New York. Routledge. https://ereader.perlego.com/

Belau, Linda i Jackson, Kimberly (2018b). Introduction: binging on horror. U: Linda Belau i Kimberly Jackson (ur.): *Horor Television in the Age of Comsumption: Binging on Fear* [e-knjiga]. New York. Routledge. https://ereader.perlego.com/

Benavides, Hugo (2008). *Drugs, Thugs, and Divas: Telenovelas and Narco-Dramas in Latin America*. Austin: University of Texas Press.

Benavides, Hugo (2017). Mexican Telenovelas. U: *Oxford Research Encyclopedias: Latin American History* [mrežno izdanje članka]. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199366439.013.458

Bene, Lana (2018). Reprezentacija podravskog sela u TV seriji Gruntovčani. Diplomski rad. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

https://repozitorij.fpzg.unizg.hr/islandora/object/fpzg%3A812/datastream/PDF/view (17. svibnja 2021.)

Bennett, Tony (2006). Distinction on the box: Cultural capital and the social space of broadcasting, *Cultural Trends,* 15 (2–3), 193–212. https://doi.org/10.1080/09548960600713080

Bennett, Tony; Carter, David; Gayo, Modesto; Kelly, Michelle i Noble, Greg, ur. (2020). *Fields, Capitals, Habitus: Australian Culture, Inequalities and Social Divisions*. Abingdon: Routledge [e-knjiga]. https://ereader.perlego.com/

Bennett, Tony; Savage, Mike; Silva, Elizabeth; Warde, Alan; Gayo-Cal, Modesto i Wright, David (2009). *Culture, Class, Distinction*. London: Routledge.

Bennett, Tony i Woollacott, Janet (1987). *Bond and Beyond: The Political Career of a Popular Hero*. Basingstoke: Macmillan Education.

Berg, Miriam (2017). The importance of cultural proximity in the success of Turkish dramas in Qatar. *International Journal of Communication*, 11, 3415–3430. https://www.ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6712 (7. ožujka 2021).

Berg, Miriam (2023). *Turkish Drama Serials: The Importance and Influence of a Globally Popular television Phenomenon*. Exter: University of Exter Press.

Berger, Arthur Asa (2011). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches, Second Edition*. Los Angeles: Sage.

Bergin, Tiffany (2012). Identity and nostalgia in a globalised world: Investigating the international popularity of Midsomer Murders. *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 9 (1), 83–99. https://doi.org/10.1177/1741659012451985

Bergman, Paul (2007). Emergency!: Send a TV show to rescue paramedic services!. *University of Baltimore Law Review.* 36 (3), 347–369. http://scholarworks.law.ubalt.edu/ublr/vol36/iss3/5 (21. listopada 2021.).

Bernhardt, Mark (2019). History's ghost haunting Vince Gilligan's New Mexico: Genre, myth, and the new Western history in Breaking Bad. *Journal of Popular Film and Television*, 47 (2), 66–80. https://doi.org/10.1080/01956051.2018.1512948

Best Fantasy Books (n.d.). Top 25 fantasy series. *Best Fantasy Books.com*. http://bestfantasybooks.com/top-25-fantasy-tv-series (1. veljače 2022.).

Bielby, Denise D. i Harrington, C. Lee (2008). *Global TV: Exporting Television and Culture in the World Market*. New York: New York University Press.

Bielby, Denise D. i Harrington, C. Lee (2010). Opening America? The telenovela-ization of U.S. soap operas, 79–92. U: Ilan Stavans (ur.): *Telenovelas*. Santa Barbara: Greenwood.

Biernacki, Patrick i Waldorf, Dan (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research,* 10 (2), 141–163. https://doi.org/10.1177/004912418101000205

Bignell, Jonathan (2004). Sex, confession and witness, 161–176. U: Kim Akass i Jannet McCabe (ur.): *Reading Sex and the City*. London: I. B. Tauris.

Bignell, Jonathan (2010) Transatlantic spaces: production, location and style in 1960s-1970s action-adventure TV series. *Media History,* 16 (1), 53–65. https://doi.org/10.1080/13688800903395460

Bignell, Jonathan (2011). Docudramatizing the real: developments in British TV docudrama since 1990. *Studies in Documentary Film,* 4 (3), 195–208. http://dx.doi.org/10.1386/sdf.4.3.195_1

Bignell, Jonathan (2018). James Bond's forgoten beginnings: Television adaptations, 41–60. U: Jeremy Strong (ur.): *James Bond Uncovered*. Cham: Palgrave Macmillan.

Bilandzic, Helena i Busselle, Rick W. (2008). Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates. *Journal of Communication,* (3), 508–529. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00397.x

Bilandzic, Helena i Busselle, Rick W. (2011). Enjoyment of films as a function of narrative experience, perceived realism and transportability, *Communications,* 36, 29–50. https://doi.org/10.1515/COMM.2011.002

Bilandzic, Helena i Busselle, Rick W. (2012). A narrative perspective on genre-specific cultivation, 261–285. U: Michael Morgan, James Shanahan i Nancy Signorielli (ur.): *Living With Television Now: Advances in Theory & Research*. New York: Peter Lang Publishing. https://archive.org/details/livingwithtelevi0000unse_q8b6

Bilandzic, Helena i Rössler, Patrick (2004). Life according to television. Implications of genre-specific cultivation effects: The Gratification/Cultivation model, *Communications,* 29, 295–326. https://doi.org/10.1515/comm.2004.020

Bilić, Paško (2012). Hrvatski medijski sustav između refleksivne modernizacije i medijatizacije: societalna i institucionalna analiza. *Društvena istraživanja: Journal for General Social Issues,* 21 (4), 821–842. https://doi.org/10.5559/di.21.4.01

Biltereyst, Daniël i Meers, Philippe (2000). The international telenovela debate and the contra-flow argument: A reappraisal. *Media, Culture & Society,* 22 (4), 393–413. https://doi.org/10.1177/016344300022004002

Biltereyst, Daniël i Meers, Philippe (2010). The international telenovela debate and the contraflow argument: A reappraisal, 33–50 [orig obj. 2000; korištena oba izdanja]. U: Ilan Stavans (ur.): *Telenovelas*. Santa Barbara: Greenwood.

Biocca, Frank (2002). The evolution of interactive media: Toward being there in non-linear narrative worlds, 97–130. U: Melanie C. Green, Jeffrey J. Strange i Timothy C. Brook (ur.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Birkinbine, Benjamin J.; Gómez, Rodrigo i Wasko, Janet (ur.): *Global Media Giants*. New York: Routledge.

Blakley, Johanna; Watson-Currie, Erica; Shin, Hee-Sung; Trotta Valenti, Laurie; Saucier, Camille i Boisvert, Heidi (2018). Are you what you watch?. Istraživanje provedeno u okviru Lear Center's Media Impact Project. *The Norman Lear Center.* https://learcenter.org/publications/ (2.srpnja 2021.).

Black List (n.d.). TV scripts standards: Guide 002. *BlackList.com*. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjswtO64-3sAhVMBBAIHamgAAEQFjAQIBBAC&url=https%3A%2F%2Fwww.yumpu.com%2Fen%2Fdocument%2Fview%2F54162086%2Ftv-script-standards&usg=AOvVaw10Puej8F0H9WeV8AzC0DVx (7. listopada 2020.).

Bloom, Clive (1990). Introduction, 1–11. U: Clive Bloom (ur.): *Spy Thrillers: From Buchan to Le Carre*. London: Macmillan.

Blumenberg, Hans (1985). *Work on Myth* [Arbeit am Mythos, 1979]. Cambridge: MIT Press.

Board, Virginia E. (2011). Semper Fi: How images of death in NCIS affect attitude change. Diplomski rad. Blacksburg: Virginia Polytechnic Institute and State University. https://vtechworks.lib.vt.edu/handle/10919/32724 (21. svibnja 2019).

Boddy, William (1998). 'Sixty million viewers can't be wrong': The rise and fall of the Television Western, 119–140. U: Edward Buscombe i Roberta E. Pearson (ur.): *Back in the Saddle Again: New Essays on the Western*. London: BFI.

Boddy, William (2008). The Western; Alias Smith and Jones; Deadwood, 20–24. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Bolter, Jay D. i Grusin, Richard (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

Boone, Brian (2021). The untold truth of the One Chicago franchise. *Looper*, 7. siječnja. https://www.looper.com/308688/the-untold-truth-of-the-one-chicago-franchise/ (21. listopada 2021.).

Bordwell, David (1985). *Narration in the Fiction Film*. Madison: University of Wisconsin Press.

Bordwell, David (1989). *Making Meaning: Inftrence and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge: Harvard University Press.

Bordwell, David (2006). *The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies*. Berkeley: University of California Press.

Bordwell, David (2012) *Pandora's Digital Box: Films, Files, and the Future of Movies*. Madison: Irvington Way Institute Press.

Bothmann, Nils (2018). *Action, Detection and Shane Black: Antiessentialist Genre Theory and Its Application*. Wiesbaden: Springer.

Bould, Mark (2003). Film and television, 79–95. U: Edward James i Farah Mendlesohn (ur.): *The Cambridge Companion to Science Fiction*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bould, Mark; Butler, Andrew; Roberts, Adam i Vint, Sherryl, ur. (2009). *The Routledge Companion to Science Fiction* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://www.perlego.com/

Bourdieu Pierre (1980). The aristocracy of culture. *Media, Culture & Society,* 2 (3), 225–254. https://doi.org/10.1177/016344378000200303

Bourdieu Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* [La Distinction: Critique sociale du jugement, 1979]. Cambridge: Harvard University Press.

Bourdieu Pierre (1986). The forms of capital, 241–258. U: John Richardson (ur.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport: Greenwood.

Bourdieu, Pierre (1987) What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups, *Berkeley Journal of Sociology*, 32, 1–17. https://www.jstor.org/stable/41035356

Bourdieu, Pierre (1990). Introduction; Part I, 1–98. U: Pierre Bourdieu, Luc Boltanski, Robert Castel, Jean-Claude Chamboredon i Dominique Schnapper: *Photography: A Middle-Brow Art.* [orig. izd. 1965]. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.

Bourdieu Pierre (2013). *Outline of a Theory of Practice* [1. izd. 1977; Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de trois études d'ethnologie kabyle, 1972]. Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, Pierre i Passeron, Jean-Claude (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture* [1. izd.1977]. London: Sage Publications.

Bourdon, Jerome i Méadel, Cécile (2020). Globalizing the peoplemetered audience, 121–130. U: Shawn Shimpach (ur.): *The Routledge Companion to Global Television*. New York: Routledge.

Bowen, Jamie (2020). HBO's Band of Brothers: Countertendencies and the World War II combat film genre, *The Popular Culture Studies Journal*, 8 (1), 59 –73. https://mpcaaca.org/wp-content/uploads/2020/04/Bowen-Brothers-Finalized.pdf (20. prosinca 2020.).

Bowles, Kate (2000) Soap opera: No end of story, ever, 117–129. U: Graeme Turner i Stuart Cunningham (ur:): *The Australian TV Book*. St Leonards: Allen & Unwin.

Boyd-Barrett, Oliver (1979). Media imperialism: Towards an international framework for the analysis of media systems, 116-140. U: James Curran, Michael Gurevitch i Jane Woolacott (ur.): *Mass Communication and Society* [orig. izd. 1977]. Beverly Hills: Sage Publications. https://archive.org/details/masscommunicatio0000unse_y6o5

Boyd-Bowman, Susan (1984). The Day After: Representations of the nuclear Holocaust. *Screen,* 25 (4-5), 71–97. https://doi.org/10.1093/screen/25.4-5.71

Bracken, Cheryl Campanella (2005). Presence and image quality: The case of high-definition television. *Media Psychology,* 7 (2), 191–205. http://dx.doi.org/10.1207/S1532785XMEP0702_4

Brevini, Benedetta i Swiatek, Lukasz (2017). Mediaset (Gruppo Mediaset), 181–190. U: Benjamin J. Birkinbine, Rodrigo Gómez i Janet Wasko (ur.): *Global Media Giants*. New York: Routledge.

Brewer, Mary F. (2016) Exporting englishness: ITV's Poirot. U: Ruth McElroy (ur.): *Contemporary British Television Crime Drama: Cops on the Box* [e-knjiga]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Brickman-Bhutta, Christine (2012). Not by the book: Facebook as a sampling frame. *Sociological Methods & Research,* 41 (1), 57–88. https://doi.org/10.1177/0049124112440795

Brljavac, Bedrudin (2011). Turkey entering the European Union through the Balkan Doors: In the style of a great power!? *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, 48 (3), 521–531. https://hrcak.srce.hr/72437

Brookers, Emily (2008). Euro novelas are hot to trot. *C21Media*, 3. studenog. https://www.c21media.net/euro-novelas-are-hot-to-trot/ (11. listopada 2022.).

Bryant Jennings i Miron, Dorina (2002). Entertainment as media effect, 549 –582. U: Jennings Bryant i Dolf Zillman (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Second Editon*. Mahwah: Erlbaum.

Bryant, Jennings i Miron, Dorina (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication,* 54 (4), 662–704. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x

Bryant, Jennings; Roskos-Ewoldsen, David i Cantor, Joanne, ur. (2003). *Communication and Emotion: Essays in Honor of Dolf Zillmann*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Bryant, Jennings i Zillmann, Dolf (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states, *Journal of Broadcasting,* 28 (1), 1–20. https://doi.org/10.1080/08838158409386511

Bryant, Jennings i Zillmann, Dolf, ur. (2002). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Mahwah: Erlbaum.

Brock, Timothy C.; Strange, Jeffrey J. i Green, Melanie C. (2002). Power beyond reckoning: An introduction to Narrative Impact, 1–16. U: Melanie C. Green, Jeffrey J. Strange i Timothy C. Brook (ur.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Broe, Dennis (2004). Genre regression and the new Cold War: The return of the police procedural. *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 45 (2), 81–101. http://www.jstor.org/stable/41552415 (26. lipnja 2021.).

Brodesser-Akner, Claude (2012). Can the romantic comedy be saved?. *Vulture*, 27. prosinca. https://www.vulture.com/2012/12/can-the-romantic-comedy-be-saved.html (10. ožujka 2022.).

Brown, Allan i Picard, Robert G. (2005). *Digital Terrestrial Television in Europe*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Brown, Jeffrey A. (2017). *The Modern Superhero in Film and Television: Popular Genre and American Culture*. New York: Routledge.

Browne, Nick (1984). The political economy of the television (super) text. *Quarterly Review of Film Studies*, 9 (3), 175–178. https://doi.org/10.1080/10509208409361210

Brooker, Keith M. (2008). The politics of Star Trek, 195–208. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Brooks, Peter (1995). *The Melodramatic Imagination: Balzac, Herny James, Melodrama, and the Mode of Excess, with a new Preface* [orig. izd. 1976]. New Haven: Yale University Press.

Brower, Sue (1992). Fans and tastemakers: Viewers of Quality Television, 163–184. U: Lisa A. Lewis: *Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.

Brunsdon, Charlotte (1981). Crossroads: Notes on soap opera. *Screen*, 22 (4), 32–37. , https://doi.org/10.1093/screen/22.4.32

Brunsdon, Charlotte (1990). Problems with quality. *Screen,* 31 (1), 67–90. https://doi.org/10.1093/screen/31.1.67

Brunsdon, Charlotte (1995). The role of soap opera in the development of feminist television scholarship, 49–65. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Brunsdon, Charlotte (1998a). Structure of anxiety: recent British television crime fiction. *Screen,* 39 (3), 223–243. https://doi.org/10.1093/screen/39.3.223

Brunsdon, Charlotte (1998b). What is the 'television' of television studies?, 95–113. U: Christine Geraghty i David Lusted (ur.): *The Television Studies Book*, London: Edward Arnold.

Brunsdon, Charlotte (2005). *Screen Tastes: Soap Opera to Satellite Dishes* [e-knjiga, orig. izd. 1997]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Brunsdon, Charlotte (2016). Bad sex, target culture and the anti-terror state: New contexts for the twenty-first century British television police series, pogl. 1. U: Ruth McElroy (ur.): *Contemporary British Television Crime Drama: Cops on the Box* [e-knjiga]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Bruzzi, Stella (2008). Docusoaps, 138–141. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Bryant Jennings i Miron, Dorina (2002). Entertainment as media effect, 549–582. U: Jennings Bryant i Dolf Zillman (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Second Edition*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Bryant, Jennings i Vorderer, Peter, ur. (2011). *Psychology of Entertainment* [e-knjiga, orig. obj. 2006]. New York: Routledge.

Buckingham, David (1993). *Children Talking Television: The Making of Television Literacy* [e-knjiga]. London: Falmer Press. https://ereader.perlego.com

Buckland, Warren (2000). *The Cognitive Semiotics of Film*. Cambridge: Cambridge University Press.

Buckland, Warren (2009). Introduction: Puzzle plots, 1–12. U: Warren Buckland (ur.): *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema.* Malden: Wiley-Blackwell.

Bull, Sofia (2016). From crime lab to mind palace: Post-CSI forensics in Sherlock. *New Review of Film and Television Studies*, 14 (3) [mrežno izdanje prije tiska]. http://dx.doi.org/10.1080/17400309.2016.1187890

Buonanno, Milly (2008). *The Age of Television: Experiences and Theories*. Bristol: Intellect.

Buonanno, Milly (2009). From literary to format adaptation: Multiple interactions between the foreign and domestic in Italian TV drama. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 4 (1), 65–83. https://doi.org/10.7227/CST.4.1.6

Buonanno, Milly (2012). *Italian TV Drama and Beyond: Stories from the Soil, Stories from the Sea* [e-knjiga]. Bristol. Intellect. https://ereader.perlego.com

Buonanno, Milly (2015). Italian TV drama: The multiple forms od European influence, 195–213. U: Ib Bondebjerg, Eva Novrup Redvall i Andrew Higson (ur.): *European Cinema and Television: Cultural Policy and Everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Burch, Elizabeth (2002). Media literacy, cultural proximity and TV aesthetics: Why Indian soap operas work in Nepal and the Hindu diaspora. *Media, Culture & Society* 24 (4), 571–579. https://doi.org/10.1177/016344370202400408

Busselle, Rick W. i Bilandzic, Helena (2008). Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, 18, 255–280. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00322.x

Busselle, Rick W. i Bilandzic, Helena (2009). Measuring narrative engagement, *Media Psychology*, 12 (4), 321–347. https://doi.org/10.1080/15213260903287259

Busselle, Rick W.; Ryabovolova, Alina i Wilson, Brian (2004). Ruining a good story: Cultivation, perceived realism and narrative, *Communications*, 29 (3), 365–378. https://doi.org/10.1515/comm.2004.023

Buxton, David (1990). *From the Avengers to Miami Vice: Form and Ideology in Television Series*. Manchester: Manchester University Press. https://archive.org/details/fromavengerstomi0000buxt

Byers, Michele i Johnson, Val Marie, ur. (2009). *The CSI Effect: Television, Crime, and Governance.*. Lanham: Lexington Books. https://archive.org/details/csieffecttelevis0000unse

Byrne, Katherine, Leggott, James i Taddeo, Julie Anne (2018). Introduction. U: Katherine Byrne, James Leggott i Julie Anne Taddeo (ur.): *Conflicting Masculinities: Men and Television Period Drama* [e-knjiga]. London: I. B. Tauris. https://ereader.perlego.com

Cai, Shenshen (2017). *Television Drama in Contemporary China: Political, Social and Cultural Phenomena*. London: Routledge.

Caldwell, John Thornton (1995). *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Calvin, Ritch, ur. (2008). *Gilmore Girls and the Politics of Identity: Essays on Family and Feminism in the Television Series*. Jefferson: McFarland & Company.

Campbell, Donna M. (2017) Domestic or Sentimental Fiction, 1820-1865. *Literary Movements*. Department of English, Washington State University. https://public.wsu.edu/~campbelld/amlit/domestic.htm (10. rujna 2021.).

Campbell, Joseph (2004). *The Hero With a Thousand Faces* [1. izd. 1949.]. Princeton: Princeton University Press.

Campbell, Neil (2013). *Post-Westerns: Cinema, Region, West*. Lincoln i London: University of Nebraska Press.

Cantor, Muriel G. i Pingree, Suzanne (1983). *The Soap Opera*. Beverly Hills: Sage Publications. https://archive.org/details/soapopera0000cant

Cardini, Daniela (2017). A slippery slope: the rise and fall of the domestic soap opera in Italian public and commercial television. *VIEW Journal of European Television History and Culture,* 6 (16), mrežno izdanje prije tiska. http://doi.org/10.18146/2213-0969.2017.jethc120

Cardwell, Sarah (2002). *Adaptation Revisited: Television and the Classic Novel*. Manchester: Manchester University Press.

Carr, Mary K. (2022). From 'Love Life' to 'The Mindy Project': The best rom-com TV shows, ranked. *Collider*, 11. siječnja. https://collider.com/best-rom-com-tv-shows-ranked/ (14. ožujka 2022.).

Carroll, Shiloh (2015). Rewriting the fantasy archetype: George R. R. Martin, neomedievalist fantasy, and the quest for realism, 59–76. U: Helen Young (ur.): *Fantasy and Science-Fiction Medievalisms: From Isaac Asimov to A Game of Thrones*. Amherst: Cambria Press.

Carroll, Shiloh (2018). *Medievalism in A Song of Ice and Fire and Game of Thrones*. Cambridge: D. S. Brewer.

Carver, Mary (2020). 24 TV shows to watch if you love romantic comedies. *Mary Carver*, 19. svibnja. https://marycarver.com/2020/05/24-tv-shows-to-watch-if-you-love-romantic-comedies/ (14. ožujka 2022.).

Carveth, Rodney i Alexander, Alison (1985). Soap opera viewing motivations and cultivation process. *Journal of Broadcasting and Electronic Media,* 29 (3), 259–273. https://doi.org/10.1080/08838158509386584

Cassata, Mary i Skill Thomas, ur. (1983). *Life on Daytime Television: Tuning-in American Serial Drama*. Norwood: Ablex Publishing. https://archive.org/details/lifeondaytimetel0000cass_f6n2

Cassirer, Ernst (1978). *Ogled o čovjeku: uvod u filozofiju ljudske kulture* [An Essay on Man: An Introduction to a Philosophy of Human Culture, 1944]. Naprijed: Zagreb.

Castelló, Enric (2010). Dramatizing proximity: Cultural and social discourses in soap operas from production to reception. *European Journal of Cultural Studies*, 13 (2), 207–223. https://doi.org/10.1177/1367549409352274

Catania, Alessandro (2015). Serial narrative exports: US television drama in Europe, 205–220. U: Roberta Pearson i Antony N. Smith (ur.): *Storytelling in the Media Convergence Age: Exploring Screen Naratives*. London: Palgrave Macmillan.

Caughie, John (1980). Progressive television and documentary drama. *Screen,* 21 (3), 9–35. https://doi.org/10.1093/screen/21.3.9

Caughie, John (1991). Adorno's reproach: repetition, difference and television genre. *Screen*, 32 (2), 127–153. https://doi.org/10.1093/screen/32.2.127

Cawelti, John G. (1970). *The Six Gun Mystique*. Ohio: Bowling Green University Popular Press.

Cawelti, John G. (1977). *Adventure, Mystery, and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture*. Chicago: University of Chicago Press.

Cawelti, John G. (1984). *The Six Gun Mystique, Second Edition* [korištena oba izdanja]. Ohio: Bowling Green University Popular Press. https://archive.org/details/sixgunmystique0000cawe

Cawelti, John G. i Rosenberg, Bruce A. (1985). *The Spy Story*. Chicago: The University of Chicago Press. https://archive.org/details/spystory0000cawe/mode/2up

Cawelti, John G. (1999). *The Six Gun Mystique Sequel*. Ohio: Bowling Green University Popular Press. https://archive.org/details/sixgunmystiquese0000cawe

Celikkol, Yasemin Y. i Kraidy, Marwan M. (2023). Neo-Ottoman cool west: the drama of Turkish drama in the Bulgarian public sphere. *Critical Studies in Media Communication*, https://doi.org/10.1080/15295036.2023.2249079

Cerar, Ana (2018). Transformacije suvremene romantične komedije. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10652/ (15. 3. 2020).

Çevik, Senem B. (2019). Turkish historical television series: public broadcasting of neo-Ottoman illusions, *Southeast European and Black Sea Studies*, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1080/14683857.2019.1622288

Chalaby, Jean K. (2023). *Television in the Streaming Era: The Global Shift*. Cambridge: Cambridge University Press.

Chandler, Daniel (1997). *An Introduction to Genre Theory* [mrežni dokument]. http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/intgenre/intgenre.html (3. veljače 2018.).

Chandler, Daniel (2008). Advertising, 178–180. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Chapman, James (2002) Saints and Advengers: British Adventure Series of the 1960s. London: I. B. Tauris.

Chapman, James (2014). Downton Abbey: Reinventing the British costume drama, 131–142. U: Jonathan Bignell i Stephen Lacey (ur.): *British Television Drama: Past, Present and Future, 2nd Edition*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Chapman, James (2015). *Swashbucklers: The Costume Adventure Series*. Manchester: Manchester University Press.

Cherry, Bridgid (2009). *Horror*. Abingdon, Routledge.

Chua, Beng Huat i Iwabuchi, Koichi (2008). *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Chung, Chung Joo; Barnett, George A.; Kitae, Kim i Lackaff, Dereck (2012). An analysis on communication theory and discipline. *Scientometrics,* 95, 985–1002, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1007/s11192-012-0869-4

Claessens, Nathalie i Dhoest, Alexander (2010). Comedy taste: Highbrow/lowbrow comedy and cultural capital. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies,* 7 (1), 49–72. https://www.participations.org/Volume%207/Issue%201/claessens.htm (19. siječnja 2022.).

Cobley, Paul (2001). Who loves ya, baby: Kojak, action and the great society, 53–68. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Cogan, Brian i Kelso, Tony (2009). *Encyclopedia of Politics, the Media, and Popular Culture*. Santa Barbara: ABC-CLIO.

Cohen, Jonathan (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters, *Mass Communication & Society*, 4 (3), 245–264. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0403_01

Cohen, Jonathan (2004). Parasocial break-up from favorite television characters: The role of attachment styles and relationship intensity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, 187–202. https://doi.org/10.1177/0265407504041374

Cohen, Jonathan (2011). Audience identification with media characters. U: Jennings Bryant i Peter Vorderer (ur.): *Psychology of entertainment*. [e-knjiga, orig. obj. 2006]. New York: Routledge.

Cohen, Jonathan i Tal-Or, Nurit (2017). Antecedents of identification: Character, text, and audiences, 133–156. U: Frank Hakemulder, Moniek M. Kuijpers, Ed S. Tan, Katalin Báliant i Miruna Doicaru (ur.): *Narrative Absorption*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Cohen, Jonathan i Weimann, Gabriel (2000). Cultivation revisited: Some genres have some effects on some viewers. *Communication Reports,* 13 (2), 99–114. https://doi.org/10.1080/08934210009367728

Cohen, Jonathan; Weimann-Saks, Dana i Mazor-Tregerman, Maya (2017). Does character similarity increase identification and persuasion? *Media Psychology*, 1-23. https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1302344

Coito, Alexandra Catarina Vicente do (2020). The Handmaid's Tale: The adaptation and its social impact. Doktorska disertacija. Coimbra: Universidade de Coimbra. http://hdl.handle.net/10316/94617 (17. rujna 2021.).

Colavito, Jason (2008). *Knowing Fear: Science, Knowledge and the Development of the Horror Genre*. Jefferson: McFarland & Company.

Coletti, Raffaella (2017). The Good Wife's (geo)politics between originality and stereotypes: A new wine or just a new bottle? *Geopolitics,* 23 (1), mrežno izdanje prije tiska. http://dx.doi.org/10.1080/14650045.2017.1294580

Collins, Jim (1992). Postmodernism and television, 246–265. U: Robert C. Allen (ur.): *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*, *Second Edition* [1. izd. 1987]. New York: Routledge.

Collins, Jim (2002). High-pop: An introduction, 1 –31. U: Jim Collins (ur.): *High-Pop: Making Culture into Popular Entertainment*. Malden: Wiley-Blackwell.

Collins, Jim (2010). *Bring On the Books for Everybody: How Literary Culture Became Popular Culture*. Durham: Duke University Press.

Collins, Richard (2004). 'Ises' and 'oughts', Public service broadcasting in Europe, 33–51. U: Robert C Allen i Anette Hill (ur.): *The Television Studies Reader*. London: Routledge.

Collins, Richard (2005) *From Satellite to Single Market, New Communication Technology and European Public Service Television* [e-knjiga, orig. obj. 1998]. London: Routledge.

Compesi, Ronald J. (1980). Gratifications of daytime TV serial viewers. *Journalism Quarterly,* 57 (1), 155-158. https://doi.org/10.1177/107769908005700126

Cooke, Lez (2003). *British Television Drama: A History*. London: BFI. https://archive.org/details/britishtelevisio0000cook

Cooke, Lez (2005). A 'new wave' in British television drama. *Media International Australia,* 115 (1), 23–32. https://doi.org/10.1177/1329878X0511500104

Cooke, Lez (2008). The crime series, 29–33. U: U: Glen creeber (ur.): *Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Cooper, Brent (2017). 'Beyond' metamodernism: The meta-turn has come full circle. *Medium.com*, 16. travnja. Preuzeto. https://medium.com/the-abs-tract-organization/beyond-metamodernism-c595c6f35379 (1. travnja 2019.).

Corner, John (2000). What can we say about documentary?. *Media, Culture and Society,* 22 (5), 681–688. https://doi.org/10.1177/016344300022005009

Corner, John (2002). Performing the real: Documentary diversions. *Television and New Media,* 3 (3), 255–69. https://doi.org/10.1177/152747640200300302

Corner, John (2004). Adwords, 226-241. U: Robert C. Allen i Annette Hill (ur.): *The Television Studies Reader*. London: Routledge.

Corner John (2008a). Documentary realism; Documentary fakes, 125 –128. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Corner John (2008b). Drama-documentary; 'Cathy Come Home'; 'The Day After', 42 –46. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Coyle, Diane i Woolard, Christopher (2010). *Public Value in Praktice: Restoring the Ethos of Public Service*. London: BBC Trust.

Creeber, Glen (1998): *Dennis Potter Between Two Worlds: A Critical Reassessment*. Basingstoke i New York: Macmillan/St. Martin's Press.

Creeber, Glen, ur. (2001). *The Television Genre Book*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen (2004). *Serial Television: Big Drama on Small Screen*. London: BFI.

Creeber, Glen (2008a). Genre theory, 1-3. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen (2008b). The single play, 15-20. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen, ur. (2008c). *The Television Genre Book*, *2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen (2015a). Conclusion: Genre and video on demand, 212-214. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 3rd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen (2015b). Heroes, 57–59. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 3rd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen (2015c). Killing us softly: Investigating the aesthetics, philosophy and influence of Nordic Noir television. *Journal of Popular Television*, 3 (1), 21–35. https://doi.org/10.1386/jptv.3.1.21_1

Creeber, Glen, ur. (2015d). *The Television Genre Book, 3rd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Creeber, Glen i Hills, Matt (2007). Editorial – TVIII. *New Review of Film and Television Studies,* 5 (1), 1–4. https://doi.org/10.1080/17400300601140118

Csikszentmihalyi, Mihaly (1975). *Beyond Boredom and Anxiety: The Experience of Play in Work and Games.* San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Csikszentmihalyi, Mihaly (1997). *Finding Flow: The Psychology of Engagement With Everyday Life*. New York: Basic Books.

Csikszentmihalyi, Mihaly (2008). *Flow: The Psychology of Optimal Experience* [e-knjiga; orig. obj. 1990]. New York: Harper Collins.

Csikszentmihalyi, Mihaly i Selega Csikszentmihalyi, Isabella (1988). Introduction to part I; Introduction to part II; Introduction to part III; Introduction to part IV, 3–265. U: Mihaly Csikszentmihalyi i Isabella Selega Csikszentmihalyi (ur.): *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press. https://archive.org/details/optimalexperienc00miha

Custen, George F. (1992). *Bio/pics: How Hollywood Constructed Public History*. New Brunswick: Rutgers University Press. https://archive.org/details/biopics00geor

Cvetičanin, Predrag i Popescu, Mihaela (2011). The art of making classes in Serbia: Another particular case of the possible. *Poetics*, 39 (6), 444–468. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2011.09.006

Cvetičanin Predrag; Tomić-Koludrović, Inga; Petrić, Mirko; Zdravković, Željka i Leguina, Adrian (2021). From occupational to existential class: How to analyze class structure in hybrid societies (The case of Serbia). *British Journal of Sociology*, 72 (4), 946–973. https://doi.org/10.1111/1468-4446.12858

Čačić, Paula (2016). Turske junakinje i njihove strasti između Istoka i Zapada. *voxfeminae.net*, 19. ožujka. https://voxfeminae.net/feministyle/turske-junakinje-i-njihove-strasti-izmedu-istoka-i-zapada/ (16. ožujka 2021.).

Češka televizija (2015). Peer-to-peer review on PSM values. *Česká televize, EBU*. https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocni_zpravy/prilohy_14/ebu-peer-to-peer-review-on-psm-values.pdf (18. rujna 2022.).

Čulig, Lana (2011). Za dramsku seriju 'Loza' stvorili univerzalni dalmatinski jezik. *Večernji list*, 10. listopada. https://www.vecernji.hr/showbiz/za-dramsku-seriju-loza-stvorili-univerzalni-dalmatinski-jezik-334843 (19. prosinca 2021.).

D'Acci, Julie (1994). *Defining Women: Television and the Case of Cagney & Lacey*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Daković, Nevena (2016). Strah i nada mogućih svetova, 151 –156. U: Dominique Moïsi (aut.): *Geopolitika televizijskih serija - ili pobeda straha* [La géopolitique des séries our le triomphe de la peur, 2016]. Beograd: Clio.

Daković, Nevena i Milovanović, Aleksandra (2016). The socialist family sitcom: Theatre at Home (Socialist Federal Republic of Yugoslavia 1972–Republic of Serbia 2007), 124–147. U: Kirsten Bönker, Julia Obertreis i Sven Grampp (ur.): *Television Beyond and Across the Iron Curtain*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Dal Cin, Sonya; Zanna, Mark P. i Fong, Geoffrey T. (2004). Narrative persuasion and overcoming resistance, 175–191. U: Eric S. Knowles i Jay A. Linn (ur.): *Resistance and Persuasion*. Mawah: Lawrence Erlbaum.

Damásio, Manuel José i da Costa, Jorge Paixão (2019). Portuguese soap operas: A genre at the crossroads. *International Journal Of Film And Media Arts,* 4 (1), 14-35. http://doi.org/10.24140/ijfma.v4.n1.02

Da Ros, Giada (2010). TV 'dramedy' and the double-sided 'liturgy' of Gilmore Girls, 57–78. U: David Scott Diffrient i David Lavery (ur.): *Screwball Television: Critical Perspectives on Gilmore Girls*. Siracuse: Siracuse University Press.

Davis, Helen (2001). Inspector Morse and the business of crime. *Television and New Media*, 2 (2), 133–148. https://doi.org/10.1177/152747640100200204

Davis, Mark Evans (2020). History, national myth and melodrama in TVE's Isabel (2012-2014). *Miríada Hispánica,* 17, 111–130. http://www.miriadahispanica.com/revista/1f28ac0e092d2711e8616d571d75e6e157f16291.pdf#page=111 (11. rujna 2022.).

Davis, Mark H.; Hull, Jay G.; Young, Richard D. i Warren, Gregory G. (1987). Emotional reactions to dramatic film stimuli: The influence of cognitive and emotional empathy. *Journal of Personality and Social Psychology,* 52 (1), 126–133. https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.126

Dean-Ruzicka, Rachel (2009). Vengeance, healing and justice: Post 9/11 culture through the lens of CSI. *Quarterly Review of Film and Video,* 26 (2), 118–130. http://dx.doi.org/10.1080/10509200600737788

De Bens, Els i de Smaele, Hedwig (2005). The inflow of American television fiction on European broadcasting channels revisited, 36–52. U: Denis McQuail, Peter Golding i Els de Bens (ur.): *Communication Theory & Research* (*European Journal of Communication Anthology*). London: Sage Publications.

Decker, Todd (2016). A waltz with and for the greatest generation: music in Band of Brothers (2001). U: Anna Froula i Stacy Takacs (ur.): *American Militarism on the Small Screen*. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com

De Graaf, Anneke; Hoeken, Hans; Sanders, José i Beentjes, Johannes W. J. (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion, *Communication Research*, 39 (6) 802–823. https://doi.org/10.1177/0093650211408594

Deleyto, Celestino (2003). Between friends: love and friendship in contemporary Hollywood romantic comedy. *Screen*, 44 (2), 167–182. https://doi.org/10.1093/screen/44.2.167

Deleyto, Celestino (2009). *The Secret Life of Romantic Comedy*. Manchester: Manchester University Press.

Deloitte (2014). World's most colorful screen: TV series sector in Turke. *Deloitte*. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-web-tv-series-sector-in-turkey.pdf (28. travnja 2021.).

Denham, Robert D. (2009). Pity the Northrop Frye scholar? Frye's 'Anatomy of Criticism': Fifty years after. *Revista de Filología Hispánica*, 25 (1), 8–28. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2726591 (24. lipnja 2021.).

Deniz, Kemal (2021). Question concerning evil in the age of new television: Dichotomy of good and evil in Money Heist, 135–149. U: Dilan Tüysüz (ur.): *International Perspectives on Rethinking Evil in Film and Television*. Hershey: IGI Global.

Dénommée, Julie (2018). Between sitcoms and telenovelas: the unrecognized role of edutainment in defining Ivorian televisual genre, *Journal of African Cultural Studies*, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1080/13696815.2018.1547876

De Zwaan, Victoria (2009). Slipstream. U: Mark Bould, Andrew Butler, Adam Roberts i Sherryl Vint (ur.): *The Routledge Companion to Science Fiction* [e-knjiga]. New York: Routledge . https://www.perlego.com/

Dijanošić, Branko (2015). Prilozi definiranju pojma funkcionalne pismenosti. *Europska komisija*, 30. rujna. https://epale.ec.europa.eu/hr/resource-centre/content/branko-dijanosic-prilozi-definiranju-pojma-funkcionalne-pismenosti (3. rujna 2021.).

Dickos, Andrew (2002). *Street with No Name: A History of the Classic American Film Noir*. Lexington: University Press of Kentucky.

Diffrient, David S. i Lavery, David (ur.): *Screwball Television: Critical Perspectives on Gilmore Girls*. Siracuse: Syracuse University Press.

Dill-Shackleford, Karen E.; Vinney, Cynthia i Hopper-Losenicky, Kristin (2016). Connecting the dots between fantasy and reality: The social psychology of our engagement with fictional narrative and its functional value, *Social and Personality Psychology Compass*, 10 (11), 634–646. https://doi.org/10.1111/spc3.12274

Dnevnik.hr (2018). Novi hit: Intrigantna priča i vrhunska glumačka ekipa koja će vas ove jeseni prikovati uz male ekrane. *dnevnik.hr*, 7. kolovoza. https://dnevnik.hr/showbuzz/inmagazin/na-granici-nova-serija-na-novoj-tv---526287.html (19. svibnja 2021.).

Dnevnik.hr. (n.d.). Najbolje godine. *dnevnik. hr*. https://novatv.dnevnik.hr/serije/najbolje-godine/ (20. svibnja 2021.).

Doane, Marry Ann (1988). *The Desire to Desire: The Woman's Film of the 1940s*. Basingstoke: Macmillan.

Dobson, Nichola (2009). Generic difference and innovation in CSI: Crime Scene Incestigation. U: Byers, Michele i Johnson, Val Marie, ur.: *The CSI Effect: Television, Crime, and Governance*. Lanham: Lexington Books. https://archive.org/details/csieffecttelevis0000unse

Doherty, Thomas (2003). The sincerest form of flattery: A brief history of the mock-documentary. *Cineaste,* 28 (4) 4, 22–24. https://www.jstor.org/stable/41689633 (1. lipnja 2022.).

Domazet, Sanja i Nikolić, Jelena Z. (2020). Reality culture as a prevailing cultural format in Serbia. *Sociološki pregled,* 54 (4), 1346-1363. https://doi.org/110.5937/socpreg54-29530

Douglas, William (2003). *Television Families: Is Something Wrongin Suburbia?.* Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Dovey, Jon (2000). *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. London: Pluto Press.

Dovey, John (2008). Reality TV: Introduction, 134-136. U: Gleen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Dragićević-Šešić, Milena (1994). *Neofolk kultura: Publika i njene zvezde*. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.

Dragota, Georgiana Lucia (2012). The glocalization of the Latin American telenovela model in Romania: A cultural dialogue between the global and the local. *International Journal of Humanities and Arts Computing,* 9 (6), 117-126. https://www.researchgate.net/publication/259150980_The_Glocalization_of_the_Latin_American_Telenovela_Model_in_Romania_A_Cultural_Dialogue_between_the_Global_and_the_Local (17. kolovoza 2022.).

Driscoll, Beth (2014). *The New Literary Middlebrow: Tastemakers and Reading in the Twenty-First Century*. Basingstoke: Palgrave McMillan.

Drucker, Peter F. (1968). *The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Socitey*. London: Heinemann.

Duffy, Michael S. (2009). There can be only one: Highlander: The Series' portrayal of historical and contemporary fantasy, 113–132. U: Lincoln Geraghty (ur.): *Channeling the Future Essays on Science Fiction and Fantasy Television*. Lanham: The Scarecrow Press.

Du Gay, Paul; Hall, Stewart; Janes, Linda; Mackay, Hugh i Negus, Keith (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage.

Dumitrescu, Alexandra Elena (2014). Towards a metamodern literature. Doktorska disertacija. Otago: University of Otago. https://ourarchive.otago.ac.nz/handle/10523/4925 (27. svibnja 2021.).

Dunatov, Dario (2015). Iz sociološkog kuta: Dobro je da se 'Malo misto' ponovno reprizira, neka se dalmatinski govor čuje i kada na televiziji nisu glupasti likovi iz crtića. *dalmatinskiportal.hr*, 30. 6. https://dalmatinskiportal.hr/zivot/dobro-je-da-se--malo-misto--ponovno-reprizira--neka-se-dalmatinski-govor-cuje-i-kada-na-televiziji-nisu-glupasti-likovi-iz-crtica/5651 (20. svibnja 2021.).

Dunleavy, Trisha (2005). Coronation Street, Neighbours, Shortland Street: Localness and universality in the primetime soap. *Television & New Media*, 6 (4), 370–382. https://doi.org/10.1177/1527476405279858

Dunleavy, Trisha (2018). *Complex Serial Drama and Multiplatform Television* [e-knjiga]. New York: Routledge.

Dziadul, Chris (2021). Hungarian pay-TV: the stats. *Broadband TV News*, 28. lipnja. https://www.broadbandtvnews.com/2021/06/28/hungarian-pay-tv-the-stats-3/ (12. ožujka 2023.).

Dyer, Richard; Geraghty, Christine; Jordan, Marion; Lovel, Terry; Paterson, Richard i Stewart John (1981). *Coronation Street*. London: BFI Publishing. https://archive.org/details/coronationstreet0000unse_t6y5

Đurković, Miša (2005). Prva petoletka: domaće televizijske serije i transformacija sustava vrednosti u tranziciji. *Sociološki pregled*, 39 (4), 357–381. https://doi.org/10.5937/socpreg0504357D

Early, Frances i Kennedy, Kathleen, ur. (2003). *Athena's Daughters: Television's New Women Warriors*. Syracuse: Siracuse University Press. https://archive.org/details/athenasdaughters00fran

Eaton, Mick (1978). Television situation comedy. *Screen,* 19 (4), 61–90. https://doi.org/10.1093/screen/19.4.61

Ebbrecht, Tobias (2007a). Docudramatizing history on TV: German and British docudrama and historical event television in the memorial year 2005. *European Journal of Cultural Studies,* 10 (1), 35–55. https://doi.org/10.1177/1367549407072969

Ebbrecht, Tobias (2007b). History, public memory and media event: Codes and conventions of historical event-television in Germany. *Media History,* 13 (2–3), 221–34. https://doi.org/10.1080/13688800701608627

Ebbrecht-Hartmann Tobias i Paget, Derek, ur. (2016). *Docudrama on European Television: A Selective Survey*. London: Palgrave Macmillan.

EBU (1995). *ESCORT 2.4. EBU System of Clasification of RTV Programmes*. https://www.ebu.ch/metadata/cs/escort24/tech_escort2-4.pdf (27.siječnja 2020.).

EBU MIS (2015). *Public service Media Contribution to Cociety.* Ženeva: EBU. https://www.asiconferences.com/wp-content/uploads/2016/06/EBU-MIS-PSM-Contribution-to-Society-Report-Dec-2015.pdf (11. veljače 2019.).

Echart, Pablo i Castrillo, Pablo (2016). Homeland: Fear and distrust as key elements of the post-9/11 political-spy thriller, 189-204. U: Alberto N. Garcia: *Emotions in Contemporary TV Series*. New York: Palgrave Macmillan.

Eco, Umberto (1986). *Travels in Hyperreality: Essays*. San Diego, New York i London: Harvest Book, Harcourt i Helen and Kurt Wolf Book.

Eco, Umberto (1990). *The Limits of Interpretation*. Bloomington: Indiana University Press.

Edgerton, Gary R. (1991). High concept small screen: Reperceiving the industrial and stylistic origins of the American made-for-TV movie. *Journal of Popular Film and Television*, 19 (3), 114–127. https://doi.org/10.1080/01956051.1991.9944117

Edgerton, Gary R. i Jones, Jeffrey P., ur. (2008). *The Essential HBO Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Edgerton Gary R. i Nicholas, Kyle (2008). 'I want my niche TV': Genre as a networking strategy in the digital era, 247–270. U: Gary R. Edgerton i Brian G. Rose (ur.): *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Edgerton Gary R. i Rollins, Peter C. (2001). Introduction: Television as Historian: A different kind of history altogether, 1–16. U: Gary R. Edgerton i Peter C. Rollins (ur.): *Television Histories: Shaping Collective Memory in the Media Age*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Edgerton, Gary R. i Rose, Brian G., ur. (2005). *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Egner, Jeremy (2013). A bit of Britain where the sun still never sets. *New York Times*, 3. siječnja. https://www.nytimes.com/2013/01/06/arts/television/downton-abbey-reaches-around-the-world.html?_r=1& (2. svibnja 2021.).

Ekdom Vande Berg, Leah R. (1989). Dramedy: Moonlighting as an emergent generic hybrid. *Communication Studies*, 40 (1), 13–28. https://doi.org/10.1080/10510978909368252

Ellis, John (1990). What's the point, 33 –42. U: Geoff Mulgan (ur.): *The Question of Quality, The Broadcasting Debate*. London: BFI.

Ellis, John (1992). *Visible Fictions: Cinema: Television: Video, Second Edition* [1. izd. 1981]. London: Routledge.

Ellis, John (1992). *Visible Fictions: Cinema: Television: Video, Second Edition* [1. izd. 1981]. London: Routledge.

Ellis, John (2000a). *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. London: I. B. Tauris.

Ellis, John (2000b). Scheduling: the last creative act in television?. *Media, Culture & Society*, 22 (1), 25–38. https://doi.org/10.1177/016344300022001002

Epes, Heather E. (2008). Going native in Cicely, Alaska: American archetypes and hybridized identity on Northern Exposure, 46–73. U: Thomas Fahy (ur.): *Considering David Chase: Essays on The Rockford Files, Northern Exposure and The Sopranos*. Jefferson: McFarland & Company.

Erdei, Ildiko (2017). Fragmenti jugoslovenske socijalističke modernosti 1970-ih u TV seriji 'Pozorište u kući', *Etnoantropološki problemi – Issues in Ethnology and Anthropology*, 12 (2), 537–563. https://doi.org/https://doi.org/10.21301/eap.v12i2.9

Erdei, Ildiko (2020). Public virtues and private pleasures: How TV culture emerged in socialist Yugoslavia. *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 19 (2), 93–108. https://doi.org/10.22190/FUPSPH2002093E

Erickson, Christian W. (2008). Thematics of counterterrorism: Comparing 24 and MI-5/Spooks. *Critical Studies on Terrorism,* 1 (3), 343–358. https://doi.org/10.1080/17539150802515012

Erlick, Carolyn (2017). *Telenovelas in Pan-Latino Context* [e-knjiga]. New York. Routledge. https://ereader.perlego.com

Eshelman, Raoul (2008). *Performatism or the End of Postmodernism*. Aurora: The Davies Group Publishers.

Esquenazi, Pierre (2013). *Televizijske serije. Budućnost filma?* [Les séries televisés. L'avenir du cinéma?, 2010]. Beograd: Clio.

EY (2015). Cultural Times: The First Global Map of Cultural and Creative Industries. Pariz: UNESCO. https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf (27. rujna 2022.).

Eyal, Keren i Cohen, Jonathan (2006). When good Friends say goodbye: A parasocial breakup study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (3), 502–523. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5003_9

Eyal, Keren i Rubin, Alan M. (2003). Viewer aggression and homophily, identification, and parasocial relationships with television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47, 77–98. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4701_5

Faucette, Brian (2015). Law & Order, 116–123. U: Roger Sabin, Ronald Wilson, Linda Spiedel, Brian Faucette i Ben Bethell (aut.): *Cop Shows: A Critical History of Police Dramas on Television.* Jefferson: McFarland & Company.

Faucette, Brian i Bethell, Ben (2015). Hawaii Five- O, 66–73. U: Roger Sabin, Ronald Wilson, Linda Spiedel, Brian Faucette i Ben Bethell (aut.): *Cop Shows: A Critical History of Police Dramas on Television*. Jefferson: McFarland & Company.

Faulkner, Sally, ur. (2016) *Middlebrow Cinema*. Oxon: Routledge.

Ferriera, Gabrielle Camille (2022). A Turkish drama in the land of telenovelas: The reception of Fatmagul in Brazil. *Series*, 3 (2), 73–86. https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/15395

Feuer, Jane (1982). *The Hollywood Musical*. Bloomington: Indiana University Press.

Feuer, Jane (1984). The MTM style, 32–60. U: Jane Feuer, Paul Kerr i Tise Vahimagi (ur.): *MTM: 'Quality Television'*. London: BFI.

Feuer, Jane (1986). Narrative form in American network television, 101–114. U: Colin MacCabe (ur.): *High Theory/Low Culture: Analysing Popular Television*. New York: St. Martin's Press. https://archive.org/details/hightheorylowcul00macc

Feuer, Jane (1992). Genre study and television, 104–120. U: Robert C. Allen (ur.): *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism, Second Edition* [1. izd. 1987]. New York: Routledge.

Feuer, Jane (1994). Melodrama, serial form, and television today, 551–562 [izv. obj. 1984]. U: Horace Newcomb (ur.): *Television: The Croitical View, Fifth Edition*. New York: Oxford University Press. https://archive.org/details/television00hora/mode/2up

Feuer, Jane (1997). Different soaps for different folks: conceptualizing the soap opera, 89-98. U: Museum of Television and Radio (ur.): *Worlds Without End: The Art and History of the Soap Opera*. New York: H.N. Abrams. https://archive.org/details/worldswithoutend00muse

Feuer, Jane (2005). The lack of influence of *thirtysomething*, 27-36. U: Michael Hammond i Lucy Mazdon (ur.): *The Contemporary Television Series*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Feuer, Jane (2010). Town meetings of the imagination: Gilmore Girls and Northern Exposure, 148–164. U: David Scott Diffrient i David Lavery (ur.): *Screwball Television: Critical Perspectives on Gilmore Girls*. Siracuse: Siracuse University Press.

Feuer, Jane; Eyles, Allen; Kerr, Paul i Vahimagi, Tise, ur. (1984). MTM: 'Quality Television'. London: BFI.

Fishbein, Leslie (1983). Roots: Docudrama and the interpretation of history, 279–306. U: John E. O'Connor (ur.): *American History/American Television: Interpreting the Video Past*. New York: Ungar. https://archive.org/details/americanhistorya0000ocon

Fitch, John III (2005). Archetypes on screen: Odysseus, St. Paul, Christ and the American cinematic hero and anti-hero. *Journal of Religion & Film*, 9 (1), Article 1. https://digitalcommons.unomaha.edu/jrf/vol9/iss1/1 (2. prosinca 2020.).

Fitzgerald, Kaitlin i Melanie C. Green (2017). Narrative persuasion: Effects of transporting stories on attitudes, beliefs, and behaviors, 49–68. U: Frank Hakemulder, Moniek M. Kuijpers, Ed S. Tan, Katalin Báliant i Miruna Doicaru (ur.): *Narrative Absorption*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Fiske, John (2001). *Television Culture: Popular Pleasures and Politics*, [1. izd. 1987]. New York: Routledge.

Fiske, John i Hartley, John (1992). *Čitanje televizije* [Reading Television, 1989]. Zagreb: Barbat & Prova.

Flaker, Aleksandar (1998). Umjetnička proza, 335–378. U: Zdenko Škreb i Ante Stamać (ur.): *Uvod u književnost*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

Flayelle, Maèva; Canale, Natale; Vögele, Claus; Karila, Laurent; Mauragee, Pierre i Billieux, Joël (2019). Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the 'Watching TV Series Motives' and 'Binge-watching Engagement and Symptoms' questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 90, 26–36. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.022

Ford, Sam, de Kosnik, Abigal i Harrington, C. Lee (2011). Introduction: The crisis of daytime drama and what it means for the future of television, 3–21. U: Sam Ford, Abigal de Kosnik i C. Lee Harington (ur.): *The Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era*. Jackson: University Press of Missisipi.

Fowkes, Katherine A. (2010). *The Fantasy Film*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Frangou, Georgia Phoebe (2002). Soap opera reception in Greece: Resistance, negotiation and viewing position. Doktorska disertacija. London: Goldsmits College of University of London.

French, Philip (1973). *Westerns: Aspects of a Movie Genre*. New York: The Viking Press.

Friedman, Sam (2011). The cultural currency of a 'good' sense of humour: British comedy and new forms of distinction. *The British Journal of Sociology*, 62 (2), 347–370. https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01368.x

Friedman, Sam (2014). *Comedy and distinction: the cultural currency of a 'good' sense of humour*. Abingdon: Routledge [finalna verzija rukopisa knjige]. https://eprints.lse.ac.uk/59932/1/Comedy%20and%20Distinction_final.pdf (30. rujna 2021.).

Friedman, Sam i Kuipers, Giselinde (2013). The divisive power of humour: Comedy, taste and symbolic boundaries. *Cultural Sociology*, 7 (2), 179–95. https://doi.org/10.1177/1749975513477405

Frow, John (2006). *Genre*. Abingdon: Routledge.

Frye, Northrop (1979). *Anatomija kritike* [Anatomy of Criticism, 1957]. Zagreb: Naprijed.

Ford, Sam, de Kosnik, Abigal i Harrington, C. Lee, ur. (2011). *The Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era*. Jackson: University of Mississippi.

Foucault, Michel (1971). *Riječi i stvari: Arheologija humanističkih nauka* [Les Mots et les chases, 1966.]. Beograd: Nolit.

Foucault, Michel (1972). *The Archeology of Knowledge & the Discourse of Language* [L'ordre du discours, 1971]. New York: Pantheon Books.

Foucault, Michel (1988). *Historija seksualnosti: Korišćenje ljubavnih uživanja* [L'historie de la sexualité, 1976.]. Beograd: Prosveta.

Foucault, Michel (1984). What is an author, 101-120 [orig. obj. na eng. 1979.]. U: Paul Rabinow (ur.): *Focault Reader*. New York: Pantheon Books.

Foucault, Michel (2012). *Moć/znanje: Odabrani spisi i razgovori 1972-1977* [Dits et ecrits, 1978]. Novi Sad: Mediterran Publishing.

Frank, Ana (2016). Representations of contemporary Turkey, the Ottoman Empire, islam, and gender through the phenomenon of modern pop culture: The case of Turkish soap operas in the Western Balkans, *Balkanlarda İslam Miadı Dolmayan Umut*, 5, 43–76. http://isamveri.org/pdfdrg/G00182/2016/2016_FRANKA.pdf (17. svibnja 2021.).

Fritz, Alice J. Marianne (2015). The West Wing and House of Cards: A comparison of narrative strategies of two politically-themed dramas. *Colloquy,* 11, 126–152. http://www.calstatela.edu/sites/default/files/users/u2276/colloquy_2015_fritz2.pdf (25. veljače 2020).

Froula, Anna i Takacs, Stacy (2016). Introduction: Living room wars. U: Anna Froula i Stacy Takacs (ur.): *American Militarism on the Small Screen*. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com

Galić, Mirko, gl. ur. (2016). *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: HRT i Naklada Lijevak.

Gans, Herbert J. (1964). The creator – audience relationship in the mass media: An analysis of movie making, 315-324. U: Bernard Rosenberg and David Manning White (ur.): *Mass Culture: The Popular Arts in America* [orig. izd. 1957]. New York: Free Press. https://archive.org/details/massculturepopul0000rose

Gamage, Shashini Ruwanthi (2018). Soap operas, women, and the nation: Sri Lankan women's interpretations of home-grown mega teledramas. *Feminist Media Studies*, 1–15. https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1465443

Gamber, Francesca (2008). Riding the third wave: The multiple feminisms of Gilmore Girls, 114–131. U: Sharon M. Ross i Louisa E. Stein (ur.): *Teen Television: Essays on Programing and Fandom*. Jefferson: McFarland & Company.

Ganz-Blättler, Ursula (2018). *Signs of Time: Cumulative Narrative in Broadcast Television Fiction*. Beč, Zürich: LIT.

García-Canclini, Néstor (1994). *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity* [Culturas hibridas: Estrategias para entrary salir de la modernidad, 1990]. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Gardner, Carl i Wyver, John (1983). The Single Play: From Reithian reverence to cost-accounting and censorship. *Screen*, 24 (4-5), 114–124. https://doi.org/10.1093/screen/24.4-5.114

Geen, Russel G., i Quanty, Michael B. (1977). The catharsis of aggression: An evaluation of a hypothesis, 1–37. U: Leonard Berkowitz (ur.): *Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 10*. New York: Academic Press.

Gehring, Wes D. (2007). Comedy, 353–363. U: U: Barry Keith Grant (gl. ur.): *Schirmer Encyclopedia of Film, Volume 1*. Detroit: Thomson Gale.

Genette, Gerard (1991). Introduction to the paratext. *New Literary History*, 22 (2), 261–264. https://doi.org/10.2307/469037

Geraghty, Christine (1981). The continuous serial – a definition, 9 –26. U: Richard Dyer, Christine Geraghty, Marion Jordan, Terry Lovel, Richard Paterson i John Stewart (aut.): *Coronation Street*. London: BFI Publishing. https://archive.org/details/coronationstreet0000unse_t6y5

Geraghty, Christine (1995). Social issues and realist soaps: A study of British soaps in the 1980s/1990s, 66 –80. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Geraghty, Christine (2005). The study of the soap opera, 308–323. U: Janet Wasko (ur.): *A Companion to Television*. Malden: Blackwell Publishing.

Geraghty, Lincoln (2009). *American Science Fiction Film and Television*. Oxford: Berg.

Gerrig, Richard J. (1998). *Experiencing Narrative Worlds: On the Psychological Activities of Reading* [orig. obj. 1993.]. New Haven: Westview Press.

Gibson, Sarah; Dyll, Lauren i Teer-Tomaselli, Ruth (2020). Entertaining the nation: Incentivizing the indigenization of soap opera in South Africa, 142–152. U: Paolo Sigismondi (ur.): *World Entertainment Media: Global, Regional and Local Perspectives*. New York: Routledge.

Giddens, Anthony (1984). *The Constitution of Society.* Cambridge: Polity Press.

Giddings, Robert i Selby, Keith (2001). *The Clasic Serial on Television and Radio*. Basingstoke: Palgrave Mcmillan.

Gierzynski, Anthony (2018). *The Political Effects of Entertainment Media: How Fictional World Affect Real World Political Perspectives*. Langham: Rowman & Littlefield.

Gierzynski, Anthony (2019). Don't give us a happy ending: 'Game of Thrones', *Chichago Tribune*, 11. travnja. https://www.chicagotribune.com/opinion/commentary/ct-perspec-game-of-thrones-unhappy-ending-20190411-story.html (7. svibnja 2019.).

Giles, David C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4, 279–305. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04

Giles, David C. (2003). *Media Psychology*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Gilić, Nikica (2013). *Filmske vrste i rodovi* [e-knjiga, 1. izd. 2007]. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima.

Gillan, Jennifer (2011). *Television and New Media: Must-Click TV* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com

Gillespie, Marie (1995). Sacred serials, devotional viewing, and domestic worship: A case-study in the interpretation of two TV versions of The Mahabharata in a Hindu family in west London, 354 –380. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Gionco, Pamela (2018). Post-classicism and intermediality in the TV show Galavant (ABC, 2015-16). *Comunicación y Medios*, 38, 52–65. http://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2018.48586

Girard, René (1990). *Nasilje i sveto* [La violence et le sacré, 1972]. Novi Sad: Književna zajednica Novog Sada.

Girgus, Sam B. (2002). *The Films of Woody Allen, Second Edition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gledhill, Christine (1986). Stella Dallas and feminist film theory. *Cinema Journal*, 25 (4), 44–48. https://doi.org/10.2307/1225082

Gledhill, Christine (1992). Speculations on the relationship between soap opera and melodrama. *Quarterly Review of Film and Video*, 14 (1-2), 103–124. http://dx.doi.org/10.1080/10509209209361397

Gledhill, Christine (1997). Genre and gender: The case of soap opera, 337–386. U: Stuart Hall (ur.): *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

Gledhill, Christine (2000). Rethinking genre, 223–243. U: Christine Gledhill i Linda Williams (ur.): *Reinventing Film Studies*. London, New York: Arnold, Oxford University Press.

Glennon, Lynda M. i Butsch, Richard (1982). The family as portrayed on television 1946-1978, 264 –271. U: David Pearl, Lorraine Bouthttet i Joyce Lazar (ur.): *Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and implications for the Eighties, Vol. 2*.

Rockville: U.S. Department of Health and Human Services, National Institute of Mental Health.

Glover, David (2003). The thriller, 135–154. U: Martin Priestman (ur.): *The Cambridge Companion to Crime Fiction*. Cambridge: Cambridge University Press.

González, Tanya i Rodriguez y Gibson, Eliza (2015). *Humor and Latina/o Camp in Ugly Betty: Funny Looking*. London: Lexington Books.

Goodman, Tim (2011). Analysis: The post-mortem on 'Rescue Me'. *Hollywood Reporter*, 8. listopada. https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/analysis-post-mortem-rescue-me-232329/ (27. listopada 2021.).

Götz, Maya (2004). 'Soaps want to explain reality': Daily soaps and Big Brother in the everyday life of German children and adolescents, 65–80. U: Cecilia Von Feilitzen (ur.): *Young People, Soap Operas and Reality TV*. Göteborg: Nordicom.

Gough-Yates, Anna (2001). Angels in chains? Feminism, femininity and consumer culture in Charlie's Angels, 83–99. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Gouldner, Alvin W. (1979). *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*. London: Macmillan.

Grant, Barry Keith (2007a). Horror films, 391–399. U: Barry Keith Grant (gl. ur.): *Schirmer Encyclopedia of Film, Volume 2*. Detroit: Thomson Gale.

Grant, Barry Keith (2007b). Musical, 185–194. U: Barry Keith Grant (gl. ur.): *Schirmer Encyclopedia of Film, Volume 3*. Detroit: Thomson Gale.

Grant, Barry Keith (2010). Screams on screens: Paradigms of horror, *Loading…,* 4 (6), *Special Issue: Thinking After Dark*, 1–17. https://loading.journals.publicknowledgeproject.org/loading/index.php/loading/article/view/85 (8. lipnja 2022.).

Grant, Barry Keith (2012). *The Hollywood Film Musical* [e-knjiga]. West Sussex: Wiley-Blackwell. https://ereader.perlego.com

Graves, Mark A. i Engle, Frederick Bruce (2006). *Blockbusters: A Reference Guide to Film Genres*. Westport: Greenwood Press.

Gray, John (1998). *False Dawn: The Delusions of Global Capitalism*. New York: The New Press. https://archive.org/details/falsedawndelusio00gray

Gray, Jonathan (2006). *Watching With the Simpsons: Television, Parody, and Intertextuality*. New York: Routledge.

Gray, Jonathan i Lotz, Amanda D. (2004). *Television Studies*. Cambridge: Intellect.

Gray, Jonathan i Lotz, Amanda D. (2019). *Television Studies, Second Edition* [e-knjiga; korištena oba izdanja]. Cambridge: Intellect.

Green, Melanie C. (2004) Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38 (2), 247–266. https://doi.org/10.1207/s15326950dp3802_5

Green, Melanie C.; Bilandzic, Helena; Fitzgerald, Katlin i Paravati, Elaine (2020). Narrative effects, 130 –145. U: Mary Beth Oliver, Arthur A. Raney i Jennings Bryant (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Fourth Edition*. New York: Routledge.

Green, Melanie C. i Brock, Timothy C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (5), 701–721. https://doi.org/10.1037//0022-3514.79.5.701

Green, Melanie C. i Brock, Timothy C. (2002). In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion, 315–341. U: Melanie C. Green, Jeffrey J. Strange i Timothy C. Brock (ur.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah: Erlbaum.

Green, Melanie C.; Brock, Timothy C. i Kaufman, Geof F. (2004). Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. *Communication Theory*, 14 (4), 311–327. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00317.x

Green, Melanie C.; Strange, Jeffrey J. i Brook, Timothy C., ur. (2002). *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Greenberg, Bradley S.; Neuendorf, Kimberly; Rothfuss, Nanci Buerkel i Henderson, Laura (1982). The soaps: What's on and who cares? *Journal of Broadcasting,* 26 (2), 519–535. https://doi.org/10.1080/08838158209364022

Greenberg, Bradley S. i Woods, Mark G. (1999). The soaps: Their sex, gratifications, and outcomes. *Journal of Sex Research,* 36 (3), 250–257. http://dx.doi.org/10.1080/00224499909551995

Grenac, Davorka (2010). Turske sapunice po uzoru na 'Dinastiju' vladaju svijetom. *tportal.hr*, 24. rujna. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/turske-sapunice-po-uzoru-na-dinastiju-vladaju-svijetom-20100923 (7. lipnja 2021.).

Grindon, Leger (2011). *The Hollywood Romantic Comedy: Conventions, History, Controversies.* Chichester: Wiley-Blackwell.

Gripsud, Jostein (1995). *The Dynasty Years: Hollywood Television and Critical Media Studies*. London: Routledge.

Grochowski, Tom (2004). Neurotic in New York: The Woody Allen touches in Sex and the City, 149–160. U: Kim Akass i Jannet McCabe (ur.): *Reading Sex and the City*. London: I. B. Tauris.

Gross, James J. i Lewenson, Robert W. (1995). Emotion elicitation using films. *Cognition & Emotion*, 9 (1), 87–108. http://dx.doi.org/10.1080/02699939508408966

Gross, Robert F. (2006). Meet the Chenowiths: The therapeutic drama of Six Feet Under, 86–106. U: Thomas Fahy (ur.): *Considering Alan Ball: Essays on Sexuality, Death and America in the Television and Film Writings*. Jefferson: McFarland & Company.

Grotkopp, Matthias i Kappelhoff, Hermann (2012). Film genre and modality: The incestuous nature of genre eexemplified by the war film, 29–39. U: Sébastien Lefait i Philippe Ortoli (ur.): *Praise of Cinematic Bastardy*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Grozdanić, Josip (2004). Scenske provalije i loša gluma. *Vijenac*, 277. https://www.matica.hr/vijenac/277/scenske-provalije-i-losa-gluma-9920/ (2. prosinca 2020.).

Grozdanić, Josip (2005). Manjak hrabrosti?. *Vijenac*, 296. https://www.matica.hr/vijenac/296/manjak-hrabrosti-8682/ (10. travnja 2021.).

Guardian (2000). The 'real' Sherlock Holmes. *The Guardian*, 4. siječnja. https://www.theguardian.com/media/2000/jan/04/tvandradio.television3 (5. prosinca 2020.).

Guha, Surangama (2020). House: 10 ways that dr. House i slike Sherlock Holmes. *Screen Rant*, 24. ožujka. https://screenrant.com/house-ways-similar-sherlock-holmes/ (6. rujna 2021.).

Gül, Ayşen (2021). How Turkey's creative professionals see th eir TV drama industry: In-depth interviews with actors, producers, directors, scenarists and distributors. *Medijske studije/Media Studies,* 12 (23), 19–39. https://doi.org/10.20901/ms.12.23.2

Gündüz, Ferhan (2020). Sociological foundations of success of turkish TV soap operas in the Balkans. *Propósitos y Representaciones,* 8 (SPE2), e797. http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE2.797

Gunter, Barrie (2000). *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact*. London: Sage.

Gwenllian-Jones, Sara (2004). Virtual reality and cult television, 83–98. U: Sara Gwenllian-Jones i Roberta E. Pearson (ur.): *Cult television.* Mineapolis: University of Minnesota Press.

Haas, Elizabeth; Christensen, Terry i Haas, Peter J. (2015). *Projecting Politics: Political Messages in American Flims, Second Edition*. New York: Routledge.

Habijan, Iva (2011, 4. ožujka). Šeherezada odlazi: Hoće li itko uspjeti nadmašiti '1001 noć'? *24 sata*. https://www.24sata.hr/show/seherezada-odlazi-hoce-li-itko-uspjeti-nadmasiti-1001-noc-212184 (6. prosinca 2020.).

HAKOM (2011). Udio priključaka prema tehnologijama s obzirom na ukupan broj priključaka, kraj 2011. *HAKOM*. https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2012/e_trziste/GOD-Udio%20priklju%C4%8Daka%20prema%20tehnologijama,2011.hrv.pdf (11. studenog 2020.).

HAKOM (2019). Udio priključaka prema tehnologijama: prosinac 2018. *HAKOM*. https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2019/e_trziste/GOD%20HRV%202018%20Udio%20priklju%C4%8Daka%20prema%20tehnologijama.pdf (22. siječnja 2021.).

HAKOM (2020). Udio priključaka prema tehnologijama u 3. kvartalu 2020. *HAKOM*. https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2020/analiza_trzista/KVA%20HRV%20Q3%202020_udio%20priklju%C4%8Daka%20prema%20tehnologijama.pdf (11. studenog 2020.).

HAKOM (2022). Udio priključaka prema tehnologijama: 2021. *HAKOM*. https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2022/e_trziste/GOD%20HRV%202021%20Udio%20priklju%C4%8Daka%20prema%20tehnologijama.pdf?vel=455526 (17. prosinca 2022.).

Hall, Alice i Bracken, Cheryl Campanella (2011). 'I really liked that movie': Transportation, percived realism, and movie enjoyment. *Journal of Media Psychology*, 23 (2), 90–99. https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000036

Halaček, Mirela (2014). Turske sapunice: podupiranje patrijarhalne ideologije ili osnaživanje žena? Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/5040/1/Hala%C4%8Dek,%20Mirela.pdf (8. listopada 2020).

Halkyard, Thomas (n.d.). What are SVOD, TVOD, AVOD? *Imagen*. https://imagen.io/blog/what-are-svod-tvod-avod/ (20. rujna 2021.).

Hall, Stuart (1980). Encoding/decoding. U: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe i Paul Willis (ur.): *Culture, Media, Language*. London: Routledge.

Hamasaeed, Nazakat Hussain (2011). The impact of commercial global television on cultural change and identity formation: A study of Kurdish women and the Turkish soap opera

Noor. Doktorska disertacija. Bradford: Bradford Media School of University of Bradford. https://bradscholars.brad.ac.uk/handle/10454/5431 (25. siječnja 2021.).

Hamilton, A. C. (1990). *Nortrop Frye: Anatomy of his Criticism*. Toronto: University of Toronto Press. https://archive.org/details/northropfryeanat0000hami

Hammer, Ferenc (2012). Coy utopia: Politics in the first Hungarian TV soap, 222–240. U: Timothy Havens, Anikó Imre i Katalin Lustyik (ur.): *Popular Television in Eastern Europe During and Since Socialism*. New York: Routledge.

Harries, Dan (2000). *Film Parody*. London: BFI. https://archive.org/details/filmparody0000harr

Harris, David (2019). Have book sales for A Song of Ice and Fire finally surpassed The Wheel of Time?. *Fanisided*. https://winteriscoming.net/2018/07/29/have-a-song-of-ice-and-fire-book-sales-finally-surpassed-the-wheel-of-time/ (3. veljače 2022.).

Harrington, C. Lee i Bielby, Denise D. (2005). Global television distribution: Implications of TV 'traveling' for viewers, fans, and texts. *American Behavioral Scientist*, 48 (7), 902–920. https://doi.org/10.1177/0002764204273175

Harrington, C Lee i Bielby, Denise D. (2022). Popular culture forms: Soap operas. U: George Ritzer i Chris Rojek (ur.): *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. John Wiley & Sons, Ltd. Mrežno izdanje članka. https://escholarship.org/content/qt92287039/qt92287039.pdf (12. srpnja 2022.).

Harrison, Jack (2012). The television musical: Glee's new directions, 257-269. U: Melissa Ames (ur.): *Time in Television Narative: Exploring Temporality in Twenty-First Century Programming*. Jackson: University Press of Missisippi.

Harrison, Taylor; Projansky, Sarah; Ono, Kent i Helford, Elyce ur. (1996). *Enterprise Zones: Critical Positions on 'Star Trek'*. Oxford: Westview Press. https://archive.org/details/isbn_9780813328997

Hart, Jonathan (1994). *Nortrop Frye: The Teoretical Imagination* [e-knjiga]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Hartley, John (1994). Genre, 127–129. U: Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery i John Fiske (ur.): *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. London: Routledge.

Hartley, John (2001). *Uses of television* [1. izd. 1999]. London: Routledge.

Hartley, John (2008a). Situation comedy: Part 1, 78–81. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Hartley, John (2008b). *Television Truths: Forms of Knowledge in Popular Culture*. Malden: Blackwell.

Hartmann, Tilo i Goldhoorn, Charlotte (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61 (6), 1104–1121. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x

Harvey, Elizabeth i Derksen, Linda (2009). Science fiction or social fact?: An exploratory content analysis of popular press reports on the CSI effect, 3–28. U: Byers, Michele i Johnson, Val Marie, ur.: *The CSI Effect: Television, Crime, and Governance*. Lanham: Lexington Books. https://archive.org/details/csieffecttelevis0000unse

Hassler-Forest, Dan (2014). Game of Thrones: Quality television and the cultural logic of gentrification. *TV/Series, 6,* 160–177. https://doi.org/10.4000/tvseries.323

Havens, Timothy (2005). Globalization and the generic transformation of telenovelas, 271–292. U: Gary R. Edgerton i Brian G. Rose (ur.): *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Havens, Timothy; Imre, Anikó i Lustyik, Katalin, ur. (2012). *Popular Television in Eastern Europe During and Since Socialism*. New York: Routledge.

Hendershot, Heather (2007). Science fiction, 23–32. U: Barry Keith Grant (gl. ur.): *Schirmer Encyclopedia of Film, Volume 4*. Detroit: Thomson Gale.

Hermes, Joke (2007). Fathers knows best? The post-feminist male and parenting in *24*, 163 – 172. U: Steven Peacock (ur.): *Reading 24: TV Against the Clock*. London: I. B. Tauris.

Herrick, Marvin T. (1964). *Comic Theory in the Sixteenth Century* [orig. obj. 1950.]. Urbana: University of Illinois Press. https://archive.org/details/comictheoryinsix0000herr

Herzog, Hertha (1941). On borrowed experience: An analysis of listening to daytime sketches. *Zeitschrift für Sozialforschung,* 9 (1), 65–95. https://doi.org/10.5840/zfs1941915

Herzog, Hertha (1944). What do we really know about daytime serial listeners?, 3–33. U: Paul F. Lazarsfeld i Frank N. Stanton (ur.): *Radio Research 1942-1943*. New York: Duell, Sloan & Pearce.

Hight, Craig (2010). *Television Mockumentary: Reflexivity, Satire and a Call to Play*. Manchester: Manchester University Press.

Hight, Craig (2012). Experiments in parody and satire: Short-form mock-documentary series, 73–91. U: Cynthia J. Miller (ur.): *Too Bold for the Box Office: The Mocumentary from Big Screen to Small*. Lanham: The Scarecrow Press.

Hight, Craig i Roscoe, Jane (2006). Forgotten Silver: A New Zealand television hoax and its audience, 171-186. U: Alexandra Juhasz i Lerner Jesse (ur.): *F is for Phony: Fake Documentary and Truth's Undoing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Hill, Annette (2007). *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary And Reality Genres*. London: Routledge.

Hill, Annette (2008). Studying Reality TV, 136-138. U: Gleen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Hill, Rodney (2008). Anthology drama: Mapping The Twilight Zone's cultural and mythological terrain, 111–126. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Hills, Matt (2005). *The Pleasures of Horror*. London: Continuum.

Hobson, Dorothy (1982). *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen. https://archive.org/details/crossroadsdramao0000hobs

Hobson, Dorothy (1991). Soap operas at work, 150–167. U: U: Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner i Eva-Maria Warth (ur.): *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power* [orig. obj. 1989]. London: Routledge. https://archive.org/details/remotecontroltel0000unse

Hochbruck, Wolfgang (2019). Axe and helmet: The widening range of New York firefighters as (super-)heroes. U: Barbara Korte, Simon Wendt, i Nicole Falkenhayner (ur.): *Heroism as a Global Phenomenon in Contemporary Culture*. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com/

Hockley, Luke (2001). Film noir: Archetypes or stereotypes?, 177–193. U: Christopher Hauke i Ian Alister (ur.): *Jung & Film: Post-Jungian takes on the Moving Image*. Hove: Brunner-Routledge.

Hockley, Luke (2008). Science fiction, 36–42. U: Gleen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Hodges, Lacy (2008). Mainstreaming marginality: Genre, hybridity, and postmodernism in The X-Files 231–245. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Hoffner, Cynthia (1996). Children's wishful identification and parasocial interaction with favorite television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40, 389–402. https://doi.org/10.1080/08838159609364360

Hoffner, Cynthia i Cantor, Joanne (2009). Perceiving and responding to mass media characters, 63–101. U: Jennings Bryant i Dolf Zillmann (ur.): *Responding to the Screen: Reception and Reaction Processes* [e-knjiga, 1. izd. 1991]. New York: Routledge.

Holm, Simon (2020). From corpus to canon: (De)constructing the genre of musical television. Diplomski rad. Inland: Faculty of Audiovisual Media and Creative Technologies of

Inland Norway University. https://brage.inn.no/inn-xmlui/handle/11250/2683164 (9. studenog 2021.).

Holt, Douglas B. (1997). Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of tastes from its critics', *Poetics,* 25 (2), 93–120. https://doi.org/10.1016/S0304-422X(97)00010-7

Horner, Ana (2012). Review: Band of Brothers by Stephen E. Ambrose. *Diary of an Eccentric*, 14. ožujka. https://diaryofaneccentric.wordpress.com/2012/03/14/review-band-of-brothers-by-stephen-e-ambrose/ (11. siječnja 2022).

Horton, Donald i Wohl, Richard R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19 (3), 215–229. https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049

Hoskins Colin i Mirus Rolf (1988). Reasons for the US dominance of the international trade in television programmes. *Media, Culture & Society*, 10 (4), 499–515. https://doi.org/10.1177/016344388010004006

Hough, Arthur (1981). Trial and tribulations: Thirty years of sitcom, 201–224. U: Richard P. Adler (ur.): *Understanding Television: Essays on Television as a Social and Cultural Force*. New York: Preager. https://archive.org/details/understandingtel0000unse

HRT (2018). Naše malo misto - tajna zabranjene epizode 'Zagrebulje'. *hrt.hr*, 27. prosinca. https://magazin.hrt.hr/kultura/nase-malo-misto-tajna-zabranjene-epizode-zagrebulje-871677 (21. srpnja 2021.).

HRT (n.d.). Pristojba. *HRT*. https://o-nama.hrt.hr/pristojba/pristojba-4431 (20. rujna 2023.).

Hrvatska enciklopedija (2021a). Antologija. U: *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=3144 (7. svibnja 2021.).

Hrvatska enciklopedija (2021b). Avantura. U: *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=4811 (26. 8. 2021.).

Hrvatska enciklopedija (2021c). Komedija. *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32554 (19. siječnja. 2022.).

Hrvatska enciklopedija (2021d). Žanr. U: *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=67637 (22. listopada 2020.).

Hrvatski jezični portal (n.d.). Sèntimentālan. Hrvatski jezični portal. https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=dlZhXhY%25253D (16. srpnja 2022.).

Hughes, Helen (2005). *The Historical Romance* (orig. izd. 1993). London: Routledge.

Hughes, Sarah (2014). Rescue Me – box set review. *Guardian*, 6. veljače. https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2014/feb/06/rescue-me-box-set-review (27. listopada 2021.).

Hunt, Leon (1998). *British Low Culture: From Safari Suits to Sexploitation* [e-knjiga]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Huntington, Samuel P. (2011). *Clash of Civilizations, and the Remaking of World Order* [e-knjiga; 1. izd. 1996]. New York: Simon & Schuster Paperbacks.

Huss, Roy i Ross, T. J., ur. (1972). *Focus on the Horror Film*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Hutcheon, Linda (2000). *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms* [1. izd. 1985]. Urbana: University Of Illinois Press.

Iacino, James F. (1998). *Jungian Reflections Within the Cinema: A Psychological Analysis of Sci-Fi and Fantasy Archetypes*. Westport: Praeger.

Igartua, Juan-José (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films, *Communications*, 35 (4), 347–373. https://doi.org/10.1515/comm.2010.019

Ilinčić, Dražen (2019). Ratni film. *Filmska enciklopedija* [mrežno izdanje]. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://filmska.lzmk.hr/Natuknica.aspx?ID=4334 (7. rujna 2021.).

Il Sussidario (2011). Un amore e una vendetta – Lorenzo Flaherty: vi svelo alcuni segreti di Marco Damiani, nuovo e misterioso Conte di Montecristo… (esclusiva). *ilsusidario.net*, 26. listopada. https://www.ilsussidiario.net/news/cinema-televisione-e-media/2011/10/26/un-amore-e-una-vendetta-lorenzo-flaherty-vi-svelo-alcuni-segreti-di-marco-damiani-nuovo-e-misterioso-conte-di-montecristo-esclusiva/217213/ (29. lipnja 2021.).

IMDb (n.d.a). Najbolje godine. *imdb.com*. https://www.imdb.com/title/tt1505260/ (20. svibnja 2020).

IMDb (n.d.b). Zlatni vrč.*imdb.com*. https://www.imdb.com/title/tt0439411/ (1. travnja 2021.).

Innocenti, Veronica i Pescatore, Gulielmo (2015). Changing series: Narrative models and the role of the viewer in contemporary television seriality. *Between*, 4 (8), 1–15. https://doi.org/10.13125/2039-6597/4

Interfilm (n.d.). Crno-bijeli svijet. *interfilm.hr*. https://interfilm.hr/hr/tv/serije/crno-bijeli-svijet/ (20. svibnja 2020).

Ipsos (2016). Navike gledanja televizijskog programa. *Agencija za elektroničke medije*. https://www.e-mediji.hr/hr/pruzatelji-medijskih-usluga/istrazivanja-i-analize/istrazivanje-pokazalo-gledatelji-zele-vise-filmova-i-dokumentaraca/ (18. travnja 2022.).

Ipsos (2019). Medijske navike u Republici Hrvatskoj, *Ipsos*. https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf (1. lipnja 2022.).

Ipsos (2023). Media consumption trends: digital (Croatia 2019 – 2023). *Ipsos BRANDpuls* (istraživanje nije javno objavljeno, a korišteno je uz dozvolu Ipsosa).

Ipsos, MediaHub i Nielsen (2014). Analiza TV tržišta. *Agencija za elektroničke medije*. https://www.aem.hr/istrazivanja-i-analize/ (11. studenog 2020).

Irwin, Barbara i Cassata, Mary (2011). Perspective: Scholars Barbara Irwin and Mary Cassata on the state of U.S. soap operas (Based on an interview by C. Lee Harrington), 22 –28. U: Sam Ford, Abigal de Kosnik i C. Lee Harrington (ur.): *The Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era*. Jackson: University of Mississippi.

Isani Shaeda (2004). The FASP and the genres within the genres, 25–38. U: Michel Petit i Shaeda. Isani (ur.): *Aspects de la fiction à substrat professionnel*. Bordeaux: Université Victor Segalen Bordeaux 2.

Isani, Shaeda (2005). From idealisation to demonisation and in-between: representations of American lawyers in legal FASP. *ASp, la revue du GERAS*, 47-48 [mrežno izdanje]. https://doi.org/10.4000/asp.782

Isani, Shaeda (2018). Foreword. *ILCEA*, 31 [mrežno izdanje]. https://doi.org/10.4000/ilcea.4675

Ivanac Iva (2019). Istraživanje koje razbija predrasude: Hrvatice vole turske sapunice jer tako uče o svijetu!. *Zadarski list*, 27. studenog. https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/4-kantuna/istrazivanje-koje-razbija-predrasude-hrvatice-vole-turske-sapunice-jer-tako-uce-o-svijetu-635350 (7. lipnja 2021.).

Izgarjan, Aleksandra i Djurić, Dubravka (2016). Metaphors of the future and the power of images in the British TV drama Spooks. *Futures*, 84, 154–162. http://dx.doi.org/10.1016/j.futures.2016.03.016

Iwabuchi Koichi (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham: Duke University Press.

Iwabuchi, Koichi, ur. (2004a). *Feeling Asian Modernities Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Iwabuchi, Koichi (2004b). Introduction, 1–22. U: Koichi Iwabuchi (ur.): *Feeling Asian Modernities Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Jacobs, Jason (2003). *Body Trauma: The New Hospital Dramas*. London: BFI. https://archive.org/details/bodytraumatvnewh0000jaco

Jacobs, Jason (2008). Hospital drama; ER, 34 –36. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, Second Edition*. London: BFI.

Jacobs, Jason (2015). Television drama, pogl. 22. U: Manuel Alvarado, Milly Bounanno, Herman Gray i Toby Miller (ur.): *The SAGE Handbook of Television Studies* [e-knjiga]. London: SAGE Publications. https://ereader.perlego.com

Jagodzinski, Jan i Hipfl, Brigitte (2002). Kommissar Rex. *European Journal of Cultural Studies*, 5 (1), 69–89. https://doi.org/10.1177/1364942002005001157

Jakubovicz, Karol (2005). Post-communist media development in perspective. *Europäische Politik/Politikinformation Osteuropa*, 3. https://library.fes.de/pdf-files/id/02841.pdf (17. studenog 2022.).

James, Edward (2012). Tolkien, Lewis and the explosion of genre fantasy, 62 –78. U: Edward James i Farah Mendlesohn (ur.):). *The Cambridge Companion to Fantasy Literature*. Cambridge: Cambridge University Press.

James, Edward i Mendlesohn, Farah (2012a). Introduction, 1–4. U: Edward James i Farah Mendlesohn (ur.):). *The Cambridge Companion to Fantasy Literature*. Cambridge: Cambridge University Press.

James, Edward i Mendlesohn, Farah, ur. (2012b). *The Cambridge Companion to Fantasy Literature*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jancovich, Mark (2000). A real shocker: Authenticity, genre and the struggle for distinction. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies,* 14 (1), 23–35. https://doi.org/10.1080/713657675

Jancovich, Mark (2018). Television Horror, domesticity, and Alfred Hitchcok Presents. U: Linda Belau i Kimberly Jackson (ur.): *Horor Television in the Age of Comsumption: Binging on Fear* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com/

Jancovich, Mark i Lyons, James, ur. (2003). *Quality Popular Television: Cult TV, the Industry and Fans*. London: BFI. https://archive.org/details/qualitypopularte00mark

Jansen, Stef (2001). Svakodnevni orijentalizam: Doživljaj 'Balkana'/'Evrope' u Beogradu i Zagrebu. *Filozofija i društvo*, 18, 33–71. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=602049 (30. studenog 2020.).

Jauss, Hans Robert (1982). *Toward an Aestetic of Reception*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Jeffers McDonald, Tamar J. (2007). *Romantic Comedy; Boy Meets Girl Meets Genre*. New York: Wallflower.

Jeffers McDonald, Tamar J. (2009). Homme-com: Engendering change in contemporary romantic comedy, 146 –159. U: Stacey Abbott i Deborah Jermyn (ur.): *Falling in Love Again: Romantic Comedy in Contemporary Cinema*. London: I. B. Tauris.

Jenkins, Henry (2005). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* [1. izd. 1992]. New York: Routledge.

Jenner, Mareike (2014). Is this TV IV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New media & society*, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1177/1461444814541523

Jenner, Mareike (2015). The crime series, 17 –19. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 3rd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Jenner, Mareike (2016). *American TV Detective Dramas: Serial Investigations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Jenner, Mareike (2018). *Netflix and the Re-Invention of Television*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Jenner, Mareike, ur. (2021). *Binge-Watching and Contemporary Television Studies*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Jenner, Mareike (2022). Looking at men: 1980s middlebrow TV and visual culture. *Journal of Popular Television*, 10 (1), 59–78. https://doi.org/10.1386/jptv_00070_1

Ji-Yeon O., Jo (2021). Korean dramas, circulation of affect and digital assemblages, 208 –219. U: Kim, Youna (ur.): *The Soft Power of the Korean Wave*. London: Routledge.

Johnson, Catherine (2005). *Telefantasy*. London: BFI. https://archive.org/details/telefantasy0000john

Johnson, Catherine (2008). X-Files, 39. U: Gleen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Johnson, Catherine (2015). Telefantasy, 56–59. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 3rd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Johnson Randal (1993). Editor's introduction: Pierre Bourdieu on art, literature and culture, 1–28. U: Bourdieu Pierre (aut.): *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press.

Johnson, Richard (1987). What is cultural studies anyway?. *Social Text*, 6 (16), 38–80. http://www.jstor.org/stable/466285 (12. svibnja 2021.).

Johnson-Smith, Jan (2005). *American Science Fiction TV: Star Trek, Stargate and Beyond*. New York: I. B. Tauris.

Jonas Aharoni, Gabriela (2015). *Argentinian Telenovelas: Southern Sagas Rewrite Social and Political Reality*. Eastbourne: Sussex Academic Press. https://ereader.perlego.com

Jones, Christopher (2000). Teaching a new dog old tricks: SAT.1's TV Show Kommissar Rex. *The Journal of Popular Culture*, 34 (3), 27–42. https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.2000.3403_27.x

Jontes, Dejan (2012). Hierarhije televizijskih okusov in razredne distinkcije. *Družboslovne razprave*, 28 (71), 63–81.

Jontes, Dejan i Trdina, Andreja (2018). Theorising post-socialist sitcom: Imported form, vernacular humour and taste boundaries on the global periphery, 205–222. U: Helen Davies i Sarah Ilott (ur.): *Comedy and the Politics of Representation* [e-knjiga], Cham: Palgrave Macmillan.

Jordan, Chris (2007). Who shot J.R.'s ratings? The rise and fall of the 1980s prime-time soap opera. *Television & New Media*, 8 (1), 68–87. https://doi.org/10.1177/1527476406296443

Jordan, Marion (1981). Realism and Convention, 27-39. U: Richard Dyer, Christine Geraghty, Marion Jordan, Terry Lovel, Richard Paterson i John Stewart (aut.): *Coronation Street*. London: BFI Publishing. https://archive.org/details/coronationstreet0000unse_t6y5

Jowett, Garth S. i Linton, James M. (1989). *Movies as Mass Communication*: Newbury Park: Sage. https://archive.org/details/moviesasmasscomm0000jowe

Jowett, Lorna i Abbott, Stacey (2013). *TV Horror: Investigating the Darker Side of the Small Screen*. London: I. B. Tauris.

Ju, Hyejung (2020). *Transnational Korean Television: Cultural Storytelling and Digital Audiences*. Lanham: Lexington Books.

Ju, Hyejung (2021). K-dramas meet Netflix: New models of collaboration with the digital West, 171 –183. U: Kim, Youna (ur.): *The Soft Power of the Korean Wave*. London: Routledge.

Juhasz, Alexandra i Lerner, Jesse, ur. (2006a). *F is for Phony: Fake Documentary and Truth's Undoing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Juhasz, Alexandra i Lerner, Jesse (2006b). Introduction: Phony definitions and troubling taxonomies of the fake documentary, 1–34. U: Alexandra Juhasz i Lerner Jesse (ur.): *F is for Phony: Fake Documentary and Truth's Undoing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Jullia, Patricia i Marty, Frédéric (2021). French Television and the audience: Examining serial dramas Un Si Grand Soleil and Plus Belle La Vie, 111–126. U: Diana I. Ríos i Carolyn A. Lin (ur.): *Television Dramas and the Global Village: Storytelling through Race and Gender*. London: Lexington Books.

Jung, Carl Gustav (1976). *Symbols of Transformation: An Analysis of the Prelude to Case of Schizoprenia* [Bollingen Series XX the Collected Works of C. G. Jung Volume 5, 1. izd. 1956; Symbole der Wandlung, 1952]. Princeton: Princeton University Press.

Kaklamanidou, Betty i Tally, Margaret J. (2017). Introduction: American television in the 2010s, 2–17. U: Kaklamanidou, B. i M. J. Tally: *Politics and Politicians in Contemporary US Television* [e-knjiga]. New York i London: Routledge.

Kalpokas, Ignas (2019). *A Political Theory of Post-Truth*. Cham: Palgrave Pivot.

Kamm, Jürgen i Neumann, Brigit, ur. (2016). *British TV Comedies: Cultural Concepts, Contexts and Controversies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Kanižaj, Pajo (2006). Izmišljotine iz dišpeta. *Večernji list*, 16. svibnja. https://www.vecernji.hr/izmisljotine-iz-dispeta-818597 (21. srpnja 2021.).

Karajlić, Nele (2014). *Fajront u Sarajevu*. Beograd: Laguna, Novosti.

Karuza Podgorelec, Vesna (2018a). Primjena konceptualnih okvira javne vrijednosti u javnom medijskom servisu [neobjavljena znanstvena studija]. Osijek: Doktorska škola Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.

Karuza Podgorelec, Vesna (2018b). Studija javne vrijednosti medijskog servisa. [neobjavljena stručna studija izrađena u okviru razvoja strateškog projekta HRT-a Unapređenje kvalitete ukupne programske usluge]. Zagreb: HRT.

Karuza Podgorelec, Vesna (2019a). Primjena konceptualnog okvira javne vrijednosti u javnom medijskom servisu. *South Eastern European Journal of Communication*, 1 (1), 55–68. https://hrcak.srce.hr/233060

Karuza Podgorelec, Vesna (2019b) Teleprezentnost, transportacija i identifikacija tijekom *binge-watchinga* [neobjavljena znanstvena studija]. Osijek: Doktorska škola Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.

Karuza Podgorelec, Vesna (2019c). The commercial 'All That We Share': A contemporary Reality television myth. *Collegium Antropologicum*, 43 (4), 309-322. https://hrcak.srce.hr/239582

Karuza Podgorelec, Vesna (2020a) Why binge-watching? The prominent motives and analysis of the motivating hedonic and eudaimonic elements of emotional gratification in the binge-

watching experience, *Medijske studije*, 11 (21), 3–23. https://doi.org/10.20901/ms.11.21.1

Karuza Podgorelec, Vesna (2020b). Gledanje je novo čitanje? Razlike u motivima i intenzitetu narativnog iskustva tijekom binge-watchinga s obzirom na stupanj obrazovanja [neobjavljena znanstvena studija]. Osijek: Doktorska škola Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.

Karuza Podgorelec, Vesna (2022). Potencijal serija 'kvalitetne televizije' na primjeru serije 'Novine', *Medijska istraživanja*, 28 (1), 5–29. https://doi.org/10.22572/mi.28.1.1

Karuza Podgorelec, Vesna (2023). Publika TV serija u Hrvatskoj: usporedba kulturne bliskosti Turskoj, kulturnog angažmana i žanrovskih preferencija gledatelja i negledatelja turskih telenovela. *Revija za sociologiju,* 53 (1), 99–128. https://doi.org/10.5613/rzs.53.1.4

Kasapović, Mirjana (2012). Sulejman veličanstveni pokorio Balkan. *Večernji list*, 8. rujna. https://www.vecernji.hr/vijesti/sulejman-velicanstveni-ponovno-pokorio-balkan-450882 (7. veljače 2021.).

Katz, Elihu; Blumler, Jay G. i Gurevitch, Michael (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37 (4), 509-523. https://doi.org/10.1086/268109

Katz, Elihu; Blumler, Jay G. i Gurevitch, Michael (1974). Uses of mass communication by the individual, 11–35. U: Walter P. Davison i Frederick T. C. Yu (ur.): *Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions*. New York: Praeger. https://archive.org/details/masscommunicatio0901unse_ug326

Katz, Elihu i Foulkes, David (1962). On the use of the mass media as 'escape': Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly*, 26 (3), 377 –388. https://doi.org/10.1086/267111

Katz, Elihu; Gurevitch, Michael i Haas, Hadassah (1973) On the use of mass media for important things. *American Sociological Review,* 38 (2), 164–181. https://doi.org/10.2307/2094393

Katz, Elihu i Liebes, Tamar (1990). Interacting with 'Dallas': Cross cultural readings of American TV. *Canadian Journal of Communication,* 15 (1), 45–66. http://repository.upenn.edu/asc_papers/159 (14. lipnja 2022.).

Kaynak, M. Selcan (2015). Noir and Friends: Turkish culture in the world, 233–253. U: Senem B. Çevik i Philip Seib (ur.): *Turkey's Public Diplomacy*. New York: Palgrave Macmilan. https://doi.org/10.1057/9781137466983_12

Keane, Michael (2008). From national preoccupation to overseas aspiration, 145-156. U: Ying Zhu, Michael Keane i Ruoyun Bai (ur.): *TV Drama in China*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Keeler, Amanda R. (2010). Branding the family drama: Genre formations and critical perspectives on Gilmore Girls, 19–35. U: David S. Diffrient i David Lavery (ur.): *Screwball Television: Critical Perspectives on Gilmore Girls*. Siracuse: Siracuse University Press.

Keller, James R. (2015). The vice in vice president: House of Cards and the morality tradition. *Journal of Popular Film and Television*, 43 (3), 111–120. https://doi.org/10.1080/01956051.2015.1027649

Kelleter, Frank (2014). *Serial Agencies: The Wire and Its Readers*. Winchester: Zero Books.

Kellner, Douglas (2003). *Media Spectacle*. London: Routledge.

Kennedy-Karpat, Colleen i Sandberg, Eric, ur. (2017): *Adaptation, Awards Culture, and the Value of Prestige*. Cham: Palgrave Macmillan.

Kessler, Kelly (2020). *Broadway in the Box: Television's Lasting Love Affair With the Musical*. New York: Oxford University Press.

Kilborn, Richard (2000). The docu-soap: A critical assessment, 111–121. U: John Izod, Richard Kilborn i Mathew Hibberd (ur.): *From Grierson to the Docu-Soap: Breaking the Boundaries*. Luton: Luton University Press. https://archive.org/details/fromgriersontodo0000unse

Kim, Sangkyun i Wang, Hua (2012). From television to the film set: Korean drama Daejanggeum drives Chinese, Taiwanese, Japanese and Thai audiences to screen-tourism. *The International Communication Gazette,* 74 (5) 423–442. https://doi.org/10.1177/1748048512445152

Kim, Teayeong i Biocca, Frank (1997). Telepresence via television: Two dimensions of telepresence may have different connections to memory and persuasion. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 3 (2), mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00073.x

Klaić, Bratoljub (1979). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske.

Klarer, Mario (2014). Putting television 'aside': Novel narration in House of Cards. *New Review of Film and Television Studies*, 2 (12), 203–220. http://dx.doi.org/10.1080/17400309.2014.885818

Klaviknes Bore, Inger-Lise (2011). Transnational TV comedy audiences. *Television & New Media.* 12 (4), 347–369. https://doi.org/10.1177/1527476410374965

Klimmt, Christoph; Hartmann, Tilo i Schramm, Holger (2011). Parasocial interactions and relationships. U: Jennings Bryant i Peter Vorderer (ur.): *Psychology of Entertainment* [e-knjiga, orig. obj. 2006]. New York: Routledge.

Klitgaard Povlsen, Karen (2003). From Beverly Hills 90210 to Ally McBeal: Irony everywhere: American series and their audiences in Denmark in the 1990s – and after 2000, 111–129. U: Ingegrd Rydin (ur.): *Media Fascinations, Perspectives on Young People's Meaning Making*. Göteborg: Noridicom.

Knaggs, Angie (2010). Prison break general gabbery: Extra-hyperdiegetic spaces, power, and identity in Prison Break. *Television and New Media,* 12 (5), 395–41. https://doi.org/10.1177/1527476410374966

Knapp, Raymond (2005). *The American Musical and the Formation of National Identity*. Princeton: Princeton University Press. https://archive.org/details/americanmusicalf0000knap_m8k

Knight, Gladys L. (2010). *Female Action Heroes: A Guide to Women in Comics, Video Games, Film, and Television*. Santa Barbara: Greenwood.

Knight, Stephen (1980). *Form and Ideology in Crime Fiction*. London: The Macmillan Press.

Ko, Yu-fen (2004). The desired form: Japanese Idol Dramas in Taiwan, 107–128. U: Koichi Iwabuchi (ur.): *Feeling Asian Modernities Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Koblin, John (2015). 'Empire', the meteor that never fell to Earth. *New York Times*, 17. ožujka. https://www.nytimes.com/2015/03/18/arts/television/empire-the-meteor-that-never-fell-to-earth.html (15. prosinca 2021.).

Koistinen, Aino-Kaisa; Samola, Hanna (2018). The Handmaid's Tale, Hulu 2017. *Science Fiction Film & Television,* 11 (2), 347–351. https://doi.org/10.3828/sfftv.2018.22

Kompare, Derek (2005). Rerun Nation: *How Repeats Invented American Television*. New York: Routledge.

Kompare, Derek (2010). *CSI*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Korean Culture and Information Service (2011). K-Drama: A New TV genre with global appeal. *Korean Culture and Information Service*. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwim7ZelkbDwAhUJxoUKHdbmAhMQFjAAegQIAhAD&url=http%3A%2F%2Ffiles.meetup.com%2F18327796%2FK-Drama%2520Appeal.pdf&usg=AOvVaw2eQ7aiidVFr1gSmKb-9cBE (7. ožujka 2021.).

Kotler Philip; Haider Donald H. i Rein Irving (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York: The Free Press. https://archive.org/details/marketingplacesa0000kotl

Kovačević, Ivan i Brujić, Marija (2014). 'Ljubav na prvi pogled' – TV serije: uvod u antropološku analizu. *Issues in Ethnology Anthropology*, 9 (2), 395–415. https://doi.org/10.21301/eap.v9i2.7

Kovačević, Sanja (2017). *Kvalitetne TV serije: milenijsko doba ekrana*. Zagreb: Jesenski i Turk.

Kraidy, Marvin (1999). The global, the local, and the hybrid: A native ethnography of glocalization. *Critical Studies in Mass Communication*, 16 (4), 456–476 http://dx.doi.org/10.1080/15295039909367111

Kraidy Marvin M. i Al-Ghazzi, Omar (2013). Neo-Ottoman cool: Turkish popular culture in the Arab public sphere. *Popular Communication*, 11 (1), 17–29. http://dx.doi.org/10.1080/15405702.2013.747940

Kreutzner, Gabriele i Seiter, Ellen (1995). Not all 'soaps' are created equal: Toward a cross-cultural criticism of television serials, 234 –255. U: U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Kripena, Kristiana (2021). The 20 best reality & scripted firefighter TV shows. *TV Show Pilot*, 4. listopada. https://tvshowpilot.com/fun-posts/best-firefighter-tv-shows/ (27. listopada 2021.).

Kristeva, Julija (1982). *Powers of Horror: An Essay on Abjection* [Pouvoiys de l'horreuy, 1980]. New York: Columbia University Press.

Kristeva, Julija (1989). *Moći užasa: ogled o zazornosti* [Pouvoiys de l'horreuy, 1980]. Zagreb: Naprijed.

Krolo, Krešimir; Tonković, Željka i Marcelić Sven (2020). The great divide? Cultural capital as a predictor of television preferences among Croatian youth. *Poetics*, 80, 101400. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.101400

Krolo, Krešimir; Tonković, Željka i Vozab, Dina (2023). Between Breaking Bad and Big Brother: Social Class and Television Preferences in Croatia. *Sociological Research Online*, 0 (0), 1–18. https://doi.org/10.1177/13607804231207253

Kronkle, Amanda i Burnets, Charles, ur. (2021). *Perspectives on Crazy Ex-Girlfriend: Nuanced Postnetwork Television* [e-knjiga]. Syracuse: Syracuse University Press. https://ereader.perlego.com

Krutnik, Frank (1990). The faint aroma of performing seals: The 'nervous' romance and the comedy of the sexes. *The Velvet Light Trap*, 26, 57–72. https://www.academia.edu/1845499/The_Faint_Aroma_of_Performing_Seals_The_Nervous_Romance_and_the_Comedy_of_the_Sexes (12. ožujka 2022.).

Krutnik, Frank (1998). Love lies: Romantic fabrication in contemporary romantic comedy, 15-36. U: Peter W. Evans i Celestino Deleyto (ur.): *Terms of Endearment Hollywood Romantic Comedy of the 1980s and 1990s*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Krutnik, Frank (2006). Confirming passions?: Contemporary romantic comedy, 130–147. U: Steve Neale (ur.): *Genre and Contemporary Hollywood* [orig. izd. 2002]. London BFI Publishing.

Ksiazek, Thomas B. i Webster, James G. (2008). Cultural proximity and audience behavior: The role of language in patterns of polarization and multicultural fluency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 52 (3), 485–503. https://doi.org/10.1080/08838150802205876

Kuehl, Jerome (2012). Prologue: Nothing new under the sun — or on film, xxiii-xliv. U: Cynthia J. Miller (ur.): *Too Bold for the Box Office: The Mocumentary from Big Screen to Small*. Lanham: The Scarecrow Press.

Kuipers, Giselinde (2006a). *Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Kuipers Giselinde (2006b). Television and taste hierarchy: The case of Dutch television comedy. *Media, Culture and Society*, 28 (3), 359–378. https://doi.org/10.1177/0163443706062884

Kuipers, Giselinde (2009). Humor styles and symbolic boundaries. *Journal of Literary Theory,* 3 (2), 219–239. https://doi.org/10.1515/jlt.2009.013

Kuipers Giselinde (2012) The Cosmopolitan tribe of television buyers: Professional ethos, personal taste and cosmopolitan capital in transnational cultural mediation. *European Journal of Cultural Studies,* 15 (5), 581–603. https://doi.org/10.1177/1367549412445760

Kult portal (2016). Top Lista Nadrealista: 5 stvari koje biste trebali znati. *Kult portal*, 10. veljače. http://kult.com.hr/top-lista-nadrealista-5-stvari-koje-biste-trebali-znati/ (6. lipnja 2023.).

Lacalle, Charo; Gómez, Beatriz i Sánchez, Mariluz (2020). Spain: Premiere fiction increases competitiveness, 239–272. U: Maria Immacolata Vassallo de Lopes i Guillermo Orozco Gómes, (gen. koordin.): *Melodrama in Times of Streaming: 2020 Obitel Yearbook* [e-knjiga]. Porto Alegre: Sulina. https://www.academia.edu/44314874/SPAIN_premiere_fiction_increases_competitivenes s (14. listopada 2022.).

Lacey, Nick (2000). *Narrative and Genre. Key Concepts in Media Studies*. New York: St. Martin's Press.

Lacey, Stephen i Paget, Derek, ur. (2015). *The 'War on Terror': Post-9/11 Television Drama, Docudrama and Documentary*. Cardiff: University of Wales Press.

Lancioni, Judith (2006). Murder and mayhem on Wisteria Lane: A study of genre and cultural context, 129–143. U: Janet McCabe i Kim Akass (ur.): *Reading Desperate Housewives*. London: I. B. Tauris.

Langford, Barry (2005). *Film Genre: Hollywood and Beyond*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

La Pastina Antonio C. i Straubhaar Joseph D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences: The schism between telenovelas' global distribution and local consumption. *International Communication Gazette*, 67 (3), 271–288. https://doi.org/10.1177/0016549205052231

Laudisio, Adriano (2018). Narration in TV courtroom dramas: Analysis of narrative forms and their popularizing function. *ILCEA*, 31 [mrežno izdanje]. https://doi.org/10.4000/ilcea.4685

Lavery David, ur. (2002). *The Things of Ours: Investigating the Sopranos*. New York i London: Columbia University Press i Wallflower.

Lavery, David, ur. (2006a). *Reading Deadwood: A Western to Swear By*. London: I. B.Tauris.

Lavery, David, ur. (2006b). *Reading The Sopranos, Hit TV from HBO*. London: I. B.Tauris.

Lavery, David, ur. (2010). *The Essential Cult TV Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Lavery, David; Hague, Angela i Cartwright, Marla (1996). *'Deny All Knowledge': Reading the X Files*. Syracuse: Siracuse University Press.

Lavery, David (2008). The island's greatest mystery: Is Lost science fiction?, 283–300. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader. Lexington*: The University Press of Kentucky.

Lechner, Frank, J. i Boli, John (2015). *The Globalization Reader, Fifth Edition*. London: Wiley-Blackwell.

Lee, Kwan Min (2004). Presence explicated. *Communication Theory,* 14 (1). 27–50. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00302.x

Lee, Susanna (2004). 'These are our stories': Trauma, form and the screen phenomenon of Law and Order. *Discourse*, 25 (1), 81–97. https://muse.jhu.edu/article/51921 (2. srpnja 2021.).

Leggott, James i Tadeo, Julie Anne (2015a). Introduction, xv–xxx. U: James Leggott i Julie Anne Tadeo (ur.): *Upstairs and Downstairs: British Costume Drama Television from The Forsyte Saga to Downton Abbey*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Leggott, James i Tadeo, Julie Anne, ur. (2015b). *Upstairs and Downstairs: British Costume Drama Television from The Forsyte Saga to Downton Abbey*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Leitch, Thomas (2002). *Crime Films*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lemish, Dafna (1985). Soap opera viewing in college: A naturalistic inquiry. J*ournal of Broadcasting and Electronic Media,* 29 (3), 275–293. https://doi.org/10.1080/08838158509386585

Lešić, Zdenko (2005). *Teorija književnosti*. Sarajevo: Sarajevo Publishing.

Lévi-Strauss, Claude (1977). *Strukutralna antropologija* [Antropologie structurale, 1958.]. Zagreb: Stvarnost.

Lichtenfeld, Erich (2007). *Action Speaks Louder: Violence, Spectacle, and the American Action Movie, Reviseted & Expanded Edition* [1. izd. 2004]. Middletown: Wesleyan University Press.

Liebes, Tamar i Katz, Elihu (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of 'Dallas'*. New York: Oxford University Press. https://archive.org/details/exportofmeaningc0000lieb

Liebes, Tamar i Livingstone, Sonia (1998). European soap operas: The diversification of a genre. *European Journal of Communication*, 13 (2), 147–180. https://doi.org/10.1177/0267323198013002001

Liebes, Tamar i Livingstone, Sonia (1994). The structure of family and romantic ties in the soap opera. *Communication Research*, 21 (6), 717–741. https://doi.org/10.1177/009365094021006004

Lin, Wan-shuan (2019). Reconsidering love in Japanese and Korean trendy dramas. *Tamkang Review*, 50 (1): 113–119. http://ir.lib.ypu.edu.tw/bitstream/310904600Q/18494/2/Reconsidering+Love+in+Japanese.pdf (12. lipnja 2022.).

Lipkin, Steven N. (2002). *Real Emotional Logic: Film and Television Docudrama as Persuasive Practice*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Lipkin, Steven N.; Paget, Derek i Roscoe, Jane (2006). Docudrama and mock-documentary: Defining terms, proposing canons, 11–26. U: Gary D. Rhodes i John Parris Springer (ur.): *Docufictions: Essays on the Intersection of Documentary and Fictional Filmmaking*. Jefferson: McFarland & Company.

Livingstone, Sonia M. (1988). Why people watch soap opera: An analysis of the explanations of British viewers. *European Journal of Communication*, 3. https://doi.org/10.1177/0267323188003001004

Livingstone, Sonia M. (1989). Interpretive viewers and structured programs. *Communication Research,* 16 (1), 25–57. https://doi.org/10.1177/009365089016001002

Livingstone, Sonia M. (1990). Making sense of television: The psychology of audience interpretation. Oxford: Pergamon Press.

Livingstone, Sonia M. (1998). Relationships between media and audiences: prospects for audience reception studies, 237–255. U: Liebes, Tania i Curran, James (ur.): *Media, Ritual, and Identity: Essays in Honor of Elihu Katz*. London: Routledge.

Lizardo, Omar i Skiles, Sara (2009). Highbrow omnivorousness on the small screen?. *Poetics*, 37 (1), 1–23. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2008.10.001

Lloyd, Robert (2012). Television review: 'Chicago Fire' brings heated intensity. *Los Angeles Times*, 10. listopada. https://www.latimes.com/entertainment/tv/la-xpm-2012-oct-10-la-et-st-chicago-fire-review-20121010-story.html (3. studenog 2021.).

Lombard, Matthew i Ditton, Theresa (1997). At the heart of it all: The concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 3 (2), mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x

Lombardi, Giancarlo (2009). Days of Italian lives: Charting the contemporary soapscape on Italian public television. *The Italianist*, 29 (2), 227–248. https://doi.org/10.1179/026143409X12488561926423

Lončar, Mirela (2020). Značaj koncepta 'azijskih vrednosti' za savremene političke sisteme istočne i jugoistočne Azije. *Megatrend revija,* 17 (2), 65–78. https://doi.org/10.5937/MegRev2002065L

Longoria, Monica (2022). How to reach consumers watching both linear and streaming TV. *Next TV*, 11. lipnja. https://www.nexttv.com/blogs/how-to-reach-consumers-watching-both-linear-and-streaming-tv (9. lipnja 2022.).

Lonial, Subhash C. i Van Auken, Stuart (1986). Wishful identification with fictional characters: An assessment of the implications of gender in message dissemination to children. *Journal of Advertising*, 15 (4), 4–11. https://doi.org/10.1080/00913367.1986.10673032

Lopez, Ana M. (1995). Our welcomed guests: Telenovelas in Latin America, 256–275. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued … Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Lotman, Jurij (1977). *The Structure of the Artistic Text* [Struktura khudozhestvennogo teksta, 1971]. Ann Arbor: University of Michigan. https://archive.org/details/structureofartis0000lotm

Lotz, Amanda D. (2006). *Redesigning Women: Television after the Network Era*. Urbana: University of Illinois Press.

Lotz, Amanda D. (2014a). *Cable Guys: Television and Masculinities in the 21st Century*. New York: New York University Press.

Lotz, Amanda D. (2014b). *The Television Will Be Revolutionized, Second Edition*. New York: New York University Press.

Lotz, Amanda D. (2015). Why 2015 was the year that changed TV forever. *The Conversation, United Kingdom Edition*. 23. studenog 2015. https://theconversation.com/why-2015-was-the-year-that-changed-tv-forever-52422 (25. kolovoza 2017).

Lotz, Amanda D. (2017). *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Ann Arbor: Michigan Publishing.

Lotz, Amanda D. (2018). *We Now Disrupt this Broadcast: How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All*. Cambridge: The MIT Press.

Lotz, Amanda D. i Lobato, Ramon (2023). *Streaming Video: Storytelling Across Borders*. New York: New York University Press.

Lowe, Gregory F. (2016). *PSM in 21st century: What value and wich values?* Ženeva: EBU MIS. https://issuu.com/ebu-uer/docs/ebu-mis_-_psm_in_the_21st_century_-/5 (25. ožujka 2018).

Lull, James (1990). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge. https://archive.org/details/insidefamilyview00jame

Lutgendorf, Philip (1995). All in the (Raghu) family: A video epic in cultural context, 321–353. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Lynes, Russell (1980). *The Tastemakers: The Shaping of American Popular Taste*; *With a new Afterword* [1. izd. 1949]. New York: Dover Publications.

Manoliu, Ioana-Alexandra (2018). Political opinions: Negotiating between reality and fiction. The case of political series. Doktorska disertacija. Montreal: Université de Montréal, Faculté des arts et sciences. https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/21780/Manoliu_Ioana_Alexandra_2018_these.pdf?sequence=2 (17. veljače 2020).

Marc, David (1997). *Comic Visions: Television Comedy and American Culture, Second Edition* [1. izd. 1989]. Malden: Blackwell Publishers. https://archive.org/details/comicvisionstele0000marc_n0o4

Mares, Marie-Luise i Cantor, Joanne (1992). Elderly viewers' responses to televised portrayals of old age: *Empathy and Mood Management versus Social Comparison Communication Research,* 19 (4), 459–478. https://doi.org/10.1177/009365092019004004

Marketing Charts (2019). What TV content genres do viewers prefer?. *Marketing Charts*, 24. listopada. https://www.marketingcharts.com/television/tv-audiences-and-consumption-110704 (7. svibnja 2021.).

Marko, Davor (2017). Public services without a public? How public service broadcasters in the Western Balkans interact with their audiences. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, 14, 217–242. http://icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/373 (25. ožujka 2018).

Marko, Davor (2019). PSM Transformation in Western Balkan countries: When Western ideals meet reality, 177–194. U: Połońska, Eva, i Beckett, Charlie (ur.): *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*. London: Palgrave Macmillan.

Marković, Dario (2019). Pustolovni film. *Filmska enciklopedija* [mrežno izdanje]. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://filmska.lzmk.hr/Natuknica.aspx?ID=4258 (23. kolovoza 2021.).

Martín-Barbero Jesus (1993). *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*. London: Sage.

Martín-Barbero Jesus (1995). Memory and form in the Latin American soap opera, 276 –284. U: Robert C. Allen (ur.): *To be Continued ... Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Marx, Hannelie (2007). Narrative and soap opera: A study of selected South African soap operas. Diplomski rad. Pretoria: University of Pretoria. https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/24819/dissertation.pdf?sequence=1 (17. kolovoza 2022.).

Mast, Jelle (2009). New directions in hybrid popular television: a reassessment of television mock-documentary. *Media, Culture and Society,* 31 (2), 231–250. https://doi.org/10.1177/0163443708100316

Matrix, Sidneyeve (2014). The Netflix effect: Teens, binge-watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures,* 6 (1), 119-138. https://doi.org/10.1353/jeu.2014.0002

Matthew, Patricia A. (2020). Shondaland's Regency: On 'Bridgerton'. *Los Angeles Review of Books*, 26. prosinca. https://lareviewofbooks.org/article/shondalands-regency-bridgerton/ (17. siječnja 2022.).

Matthews, Owen (2011). Turkish soap operas are sweeping the Middle East. *Newsweek*, 5. rujna. https://www.newsweek.com/turkish-soap-operas-are-sweeping-middle-east-67403 (12. siječnja 2021.).

Matković, Damir (2019). *Televizijski program: Proizvodnja, dobavljači, žanrovi*. Zagreb: Školska knjiga.

Maxwell, Lindsey C. i Tefertiller, Alec C. (2019). Watching is the new reading: Comparing the outcomes of popular books, TV shows, and video games. *First Monday*, 24 (8). https://doi.org/10.5210/fm.v24i8.9157

Mayer, John D. i Gaschke, Yvonne. N. (1988). The experience and meta-experience of mood. *Journal of Personality and Social Psychology,* 55 (1), 102–111. https://doi.org/10.1037/0022-3514.55.1.102

McArthur, Colin (1978). *Television and History*. London: BFI. https://archive.org/details/televisionhistor0000mcar

McCabe, Janet i Akass, Kim, ur. (2006). *Reading Desperate Housewives: Beyond the White Picket Fence*. London: I. B. Tauris.

McCabe, Janet i Akass, Kim, ur. (2007). *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. London: I. B. Tauris.

McCarthy, Anna (2008). Studying soap opera, 60–63. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

McCaw, Neil (2012). *Adapting Detective Fiction: Crime, Englishness and TV Detective*. London: Continuum.

McCracken, Chelsea (2021). Musicals have a place: Navigating the television market with a crazy cult show, 49–62. U: Amanda Kronkle i Charles Burnets (ur.): *Perspectives on Crazy Ex-Girlfriend: Nuanced Postnetwork Television* [e-knjiga]. Syracuse: Syracuse University Press. https://ereader.perlego.com

McElroy, Ruth, (2017). Introduction. U: Ruth McElroy (ur.): *Contemporary British television Crime Drama: Cops on the Box*. London: Routledge [e-knjiga].

McKinley, Christopher J. (2013). Reexamining the link between cultivation factors and viewer involvement: Investigating viewing amount as a catalyst for the transportation process. *Communication Studies,* 64 (1), 66-85. http://dx.doi.org/10.1080/10510974.2012.731466

McQuail, Dennis (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.

McQuail, Denis (2010). *McQuail's Mass Communication Theory, 6th Edition*. Los Angeles: Sage. https://archive.org/details/mcquailsmasscomm0000mcqu_06ed

McQuail, Denis; Blumler, Jay G. i Brown, J. R. (1972). Television audience: A revised perspective, 135–165. U: Denis McQuail (ur.): *Sociology of Mass Communication: Selected Readings*. Harmondsworth: Penguin. https://archive.org/details/sociologyofmassc00mcqu

Md Syed, Md Azalanshah (2011). Soap opera as a site for engaging with modernity amongst Malay women in Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13 (1), 17–36. https://www.researchgate.net/publication/282273021_Soap_opera_as_a_site_for_engaging_with_modernity_amongst_Malay_women_in_Malaysia (7. rujna 2022.).

Medhurst, Andy (2007) *A National Joke: Popular Comedy and English Cultural Identities* [e-knjiga]. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com

Mediaset (n.d.). Solo per amore. *mediaset.it*. http://www.fiction.mediaset.it/solo-per-amore/stagione-1/ (29. lipnja 2021.).

Medina, Mercedes i Barron, Leticia (2011). Latin American telenovelas on a global scale. *Journal of Spanish Language Media*, 4, 125-148. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/20950/1/2011%20Journal%20of%20Spanish%20Language%20Media%20vol4.pdf#page=127 (9. srpnja 2021.).

Medina, Mercedes; Herrero-Subías, Mónica i Portilla-Manjón, Idoia (2019). The evolution of the pay TV market and the profile of the subscribers. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1761–1780. http://www.revistalatinacs.org/074paper/1409/92en.html (9. svibnja 2022.).

Mellencamp, Patricia (1992). *High Anxiety: Catastrophe, Scandal, Age & Comedy*. Bloomington: Indiana University Press. https://archive.org/details/highanxietycatas0000mell

Mendlesohn, Farah (2008). *Rhetorics of Fantasy* [e-knjiga]. Middletown: Wesleyan University Press.

Mernit, Billy (2000) *Writing the Romantic Comedy: From 'Cute Meet' to 'Joyous Defeat': How to Write Screenplays that Sell*. New York: Harper Reference.

Meslow, Scott (2022). *From Hollywood with Love: The Rise and Fall (and Rise Again) of the Romantic Comedy* [e-knjiga]. New York: Dey Street Books.

Mihalakopoulos, Georgios (2013). The Greek audience 'discovers' the Turkish soap-series: Turkey's 'soft power' and the psyche of Greeks, 179–191. U: Michael Tsianikas, Naim Maadad., George Couvalis i Maria Palaktsoglou (ur.): *Greek Research in Australia: Proceedings of the Biennial International Conference of Greek Studies, Flinders University June 2011*. Adelaide: Flinders University Department of Language Studies – Modern Greek. https://core.ac.uk/download/pdf/14947749.pdf (3. 12. 2021.).

Mihelj, Sabina (2008). The media and the symbolic geographies of Europe: The case of Yugoslavia, 159–176. U: William Uricchio (ur.): *We, Europeans? The Media, Europe and New Collectivities*. Bristol: Intellect Books.

Mihelj, Sabina (2012). Television entertainment in socialist Eastern Europe: Between cold war politics and global developments, 13–29. U: Timothy Havens, Anikó Imre i Katalin Lustyik (ur.): *Popular Television in Eastern Europe During and Since Socialism*. New York: Routledge.

Milla, Samir (2021). 'Dnevnik velikog Perice' oduševio kritiku i gledatelje: 'To je ono što je nedostajalo ljudima'. *Večernji list*, 13. travnja. https://www.vecernji.hr/showbiz/dnevnik-velikog-perice-odusevio-kritiku-i-gledatelje-to-je-ono-sto-je-nedostajalo-ljudima-1484164 (30. travnja 2021.).

Miller, Carolyn R. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech,* 70 (2), 151–67. https://doi.org/10.1080/00335638409383686

Miller, Cynthia J. (2012). Itroduction, xi –xxiii. U: U: Cynthia J. Miller (ur.): *Too Bold for the Box Office: The Mocumentary from Big Screen to Small*. Lanham: The Scarecrow Press.

Miller, Mark Crispin (1988). *Boxed In: The Culture of TV*. Evanston: Northwestern University Press. https://archive.org/details/boxedincultureof00mill

Miller, Toby (1997). *The Avengers*. London: BFI. https://archive.org/details/avengers0000mill

Miller, Toby (2008). The Action Series, 24–29. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Mills, Brett (2004). Comedy vérité: Contemporary sitcom form. *Screen*, 45 (1), 63–78. https://doi.org/10.1093/screen/45.1.63

Mills, Brett (2008a). Contmporary sitcom ('Comedy vérité'), 88–91. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Mills, Brett (2008b). Studying comedy; Humour theory, 74–76. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Mills, Brett (2009). *The Sitcom* [orig. izd. 2005]. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Mills, Brett (2013). What does it mean to call television 'cinematic'?, 57–66. U: Jason Jacobs i Steven Peacock (ur.): *Television Aesthetics and Style*. London: Bloomsbury.

Milovanović, Aleksandra (2023). Televizyon diziler: Žanr i recepcija turskih serija. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti: Časopis Instituta za kazalište, film, radio i televiziju*, 43. https://doi.org/10.18485/fdu_zr.2023.43.1

Milutinović, Dejan (2009). Žanr – pojam, historija, teorija. *Philologia Mediana,* 1 (1), 11–37. https://www.scribd.com/document/463402573/360-736-1-SM (1. rujna 2020.).

Ministarstvo kulture i medija RH (2022). Analiza medijskog sektora u Republici Hrvatskoj. *Ministarstvo kulture i medija RH*, 5. listopada. https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Analize/Analiza%20medijskog%20sektora%20u%20RH.pdf (20. listopada 2023.).

Mintz, Lawrence E. (1985). Situation comedy, 107–130. U: Brian G. Rose (ur.): *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Miroščenko, Silvio (2013). *Kuda idu divlje svinje: subverzivna poetika Ive Štivičića i Ivana Hetricha*. Zagreb: Udruga za audiovizualno stvaralaštvo Artizana.

Mirrless, Tanner (2013). *Global Entertainment Media: Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization*. New York: Routledge.

Mitrović, Ljubiša (2006). The geopolitical and sociological aspects of the transition process of a region: from the Balkans towards South-Eastern Europe, *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology and Psychology*, 5 (1), 9–16. http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-46480601009M (8. siječnja 2021.).

Mittell, Jason (2004). *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, New York: Routledge.

Mittell, Jason (2006). Narrative complexity in contemporary American television. *The Velvet Light Trap*, 58, 29–40. https://doi.org/10.1353/vlt.2006.0032

Mittell, Jason (2007). Film and television narrative, 156–171. U: David Herman (ur.): *The Cambridge Companion to Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mittell, Jason (2009). Lost in a great story: Evaluation in narrative television (and television studies), 119–138. U: Roberta Pearson (ur.): *Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show*. London: I. B. Tauris.

Mittell, Jason (2015a). *Complex TV: The Poetics of Contemporary television Storytelling*. New York: New York University Press.

Mittell, Jason (2015b). Lengthy interactions with hideous men: Walter White and the serial poetics of television anti-heroes, 74 –92. U: U: Roberta Pearson i Antony N. Smith (ur.): *Storytelling in the Media Convergence Age: Exploring Screen Naratives*. London: Palgrave Macmillan.

Mittel, Jason (2020). Better Call Saul: The prestige spinoff, 13–22. U: Ethan Thompson i Jason Mittell (ur.): *How to Watch Television, Second Edition*. New York: New York University Press.

Modleski, Tania (1979). The search for tomorrow in today's soap operas: Notes on a feminine narrative form. *Film Quarterly*, 33 (1), 12–21. https://doi.org/10.2307/1212060

Modleski, Tania (2007). *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women, Seconf Edition* [1. izd. 1982] New York: Routledge.

Modleski, Tania (2014). *Feminism without Women: Culture and Criticism in a 'Postfeminist' Age* [orig. izd. 1991] London: Routledge.

Moine, Raphaëlle (2006). *Filmski žanrovi* [Les genres du cinéma, 2002]. Beograd: Clio.

Moïsi, Dominique (2016). *Geopolitika televizijskih serija - ili pobeda straha* [La géopolitique des séries our le triomphe de la peur, 2016]. Beograd: Clio.

Monahan, Torin (2007). Just-in-time security: Permanent exceptions and neoliberal orders, 109–118. U: Steven Peacock (ur.): *Reading 24: TV Against the Clock*. London, New York: I. B. Tauris.

Moody, Nickianne (2001). 'A lone crusader in the dangerous world': Heroic of science and technology in Knight Rider, 69 –80. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Mooney, Annabelle (2006). The drama of the Courtroom, pogl. 5. U: William Pencak i Anne Wagner (ur.): *Images in Law* [e-knjiga]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Moore, Marvin L. (1992). The family as portrayed on prime-time television, 1947-1990: Structure and characteristics. *Sex Roles,* 26, 41–61. https://doi.org/10.1007/BF00290124

Morgan, Michael, Shanahan, James i Signorielli Nancy, ur. (2012). *Living With Television Now: Advances in Theory & Research*. New York: Peter Lang Publishing. https://archive.org/details/livingwithtelevi0000unse_q8b6

Morley, David (1980). *The 'Nationwide' Audience*. London: BFI.

Morley, David i Robins, Kevin (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London: Routledge.

Mortimer, Claire (2010). *Romantic Comedy*. London: Routledge.

Moyer-Gusé, Emily (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages, *Communication Theory*, 18 (3), 407–425. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00328.x

Mršan, Karla (2019). Konstrukcije nacionalnih identiteta: Hrvatska između srednje Europe i Balkana. Diplomski rad. Rijeka: Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci. https://repository.ffri.uniri.hr/en/islandora/object/ffri%3A2068/datastream/PDF/view (9. prosinca 2022.).

Mulgan, Geoff (1990). Television's Holly Grail: Seven types of quality, 4 –32. U: Geoff Mulgan (ur.): *The Question of Quality, The Broadcasting Debate*. London: BFI.

Mundy, John i White, Glyn (2012). *Laughing Matters: Understanding Film, Television and Radio Comedy*. Manchester: Manchester University Press.

Munk, Yael (2019). Fauda: the Israeli occupation on a prime time television drama; or, the melodrama of the enemy. *New Review of Film and Television Studies*, 17 (4), 481–495. https://doi.org/10.1080/17400309.2019.1666655

Murphy, Graham (2009). Dystopia. U: Mark Bould, Andrew Butler, Adam Roberts i Sherryl Vint (ur.): *The Routledge Companion to Science Fiction* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://www.perlego.com/

Munshi, Shoma (2020). *Prime Time Soap Operas on Indian Television, Second Edition* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com/

Mutz, Diana C. i Nir, Lilach (2010). Not necessarily the news: Does fictional television influence real-world policy preferences?. *Mass Communication and Society,* 13 (2), 196–217. http://dx.doi.org/10.1080/15205430902813856

Nabi, Robin (2020). Media and emotion, 163-178. U: Mary Beth Oliver, Arthur A. Raney i Jennings Bryant (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Fourth Edition*. New York: Routledge.

Nabi, Robin L. i Green, Melanie C. (2015). The role of a narrative's emotional flow in promoting persuasive outcomes. *Media Psychology*, 18 (2), 137–162. https://doi.org/10.1080/15213269.2014.912585

Nakamura, Jeanne i Csikszentmihalyi, Mihaly (2002). The concept of Flow, 89–105. U: C. R. Snyder i Shane J. Lopez (ur.): *Handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.

NBC (n.d.a) Chicago Fire. *nbc.com*. https://www.nbc.com/chicago-fire/about (27. listopada 2021.).

NBC (n.d.b). Law & Order: About the show. *nbc.com*. https://www.nbc.com/law-order/about (31. listopada 2021.).

NBC (n.d.c). The A-Team. *nbc.com*. https://www.nbc.com/the-a-team. (16. rujna 2021.)

Neale, Steve (1980). *Genre*. London: BFI.

Neale, Steve (1986). Melodrama and tears. *Screen*, 17 (6), 6–22. https://doi.org/10.1093/screen/27.6.6

Neale, Steve (1990). Questions of genre. *Screen*, 31 (1), 45–66. https://doi.org/10.1093/screen/31.1.45

Neale, Steve (1992). The big romance or something wild?: Romantic comedy today. *Screen*, 33 (3), 284–299. https://doi.org/10.1093/screen/33.3.284

Neale, Steve (2005a). *Genre and Hollywood* [e-knjiga; orig. izd. 2000]. London: Routledge.

Neale, Steve (2005b). Transatlantic ventures and 'Robin Hood', 73–87. U: Catherine Johnson i Rob Turnock (ur.): *ITV Cultures: Independent Television Over Fifty Years*. Maidenhead: Open University Press.

Neale, Steve (2008a). Studying genre, 3–5; Genre and television, 5–6. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Neale, Steve (2008b). Sketch comedy, 76–78. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Neale, Steve (2012). Questions of genre, 178 –202. U: Barry Keith Grant (ur.): *Film Genre Reader IV* [1. izd. 1986]. Austin: University of Texas Press.

Neale, Steve i Krutnik, Frank (2001). *Popular Film and Television Comedy* [orig. izd. 1990]. London: Routledge.

Nelson, Robin (1997). *TV Drama in Transition: Forms, Values and Cultural Change*. Basingstoke: Macmillan.

Nelson, Robin (2001). Ally Mc Beal, 45. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 1st Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan

Nelson, Robin (2007). *State of Play: Contemporary 'High-End' TV Drama*. Manchester: Manchester University Press.

Nelson, Robin (2008). Costume drama, 49–51. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Nettleton, Pamela H. (2009). Rescuing men: The new television masculinity in Rescue Me, Nip/Tuck, The Shield, Boston Legal, & Dexter. Doktorska disertacija. Minneapolis: University of Minnesota. https://conservancy.umn.edu/handle/11299/57963 (21. ožujka 2020.).

Newbery, Charles (2007). Telefe extends 'Montecristo' sales. *Variety*, 19. veljače. https://variety.com/2007/tv/news/telefe-extends-montecristo-sales-1117959814/ (19. lipnja 2021.).

Newcomb, Horace (1974). *TV: The Most Popular Art*. Garden City i New York: Anchor Press i Doubleday. https://archive.org/details/tvmostpopularart00newc

Newcomb, Horace (2004). Narrative and genre, 413–428. U: John D. H. Downing (gl. ur.), Denis McQuail, Philip Schlesinger, i Ellen Wartella (ur.): *The SAGE Handbook of Media Studies*. London: Sage.

Newcomb, Horace i Hirsch, Paul M. (1983). Television as a cultural forum: Implications for research. *Quarterly Review of Film Studies*, 8 (3), 45–55. https://doi.org/10.1080/10509208309361170

Newman, Michael Z. i Levine, Elana (2012). *Legitimating Television: Media Convergence and Cultural Status*. New York: Routledge.

Nichols, Bill (2010). *Introduction to Documentary, Second Edition* [1. izd. 2001]. Bloomington: Indiana University Press.

Nichols-Pethick, Jonathan (2012). *TV Cops: The Contemporary American Television Police Drama* [e-knjiga] New York: Routledge. https://ereader.perlego.com

Nielsen (n.d.). Metodologija. *Nielsen, istraživanje tržišta*. Dokument ustupljen za potrebe rada.

Nielsen (2013). *Mogućnosti uvođenja novih naplatnih TV usluga*. *Agencija za elektroničke medije*. https://www.aem.hr/istrazivanja-i-analize/ (7. lipnja 2023.).

Nilsson, Jakob (2013) Toward a new conceptualization of The Wire as a media object. *Journal of Aesthetics & Culture*, 5 (1), 20626. http://dx.doi.org/10.3402/jac.v5i0.20626

Norden, Martin F. (1985). The detective show, 33–56. U: Brian G. Rose (ur.): *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Nova TV (n.d.a). Korporativne stranice: Najbolje godine. *Nova TV*. https://programsales.novatv.hr/najbolje_godine.php (20. svibnja 2021.).

Nova TV (n.d.b). Nova plus: Lud, zbunjen, normalan. *Nova TV*. https://novaplus.dnevnik.hr/product/serije/747-lzn-sezona-1-epizoda-1 (29. ožujka 2023.).

Nova TV (n.d.c).Stella. *Nova TV*. https://programsales.novatv.hr/stella.php (7. svibnja 2023.).

Nova TV (2012). Žene s Dedinja. *Nova TV*, 11. listopada. https://novatv.dnevnik.hr/clanak/serije_strane/zene-s-dedinja.html (26. prosinca 2021.).

Njegić, Marko (2022). Vještački mač i magija: serija 'Vještac' ni u 2. sezoni ne uspijeva funkcionirati kako bi trebala, niti preuzeti tron fantazije od 'Igre prijestolja'. *Slobodna*

Dalmacija, 9. siječnja. https://stil.slobodnadalmacija.hr/stil/djir/vjestacki-mac-i-magija-serija-vjestac-ni-u-2-sezoni-ne-uspijeva-funkcionirati-kako-bi-trebala-niti-preuzeti-tron-fantazije-od-igre-prijestolja-1157787 (6. veljače 2022.).

Nye, Joseph S. (2002). *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go it Alone*. New York: Oxford University Press.

Oatley, Keith (2002). Emotions and the story world of fiction, 39–70. U: Melanie C. Green, Jeffrey J. Strange i Timothy C. Brock (ur.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahawah: Lawrence Erlbaum.

Oatley, Keith (2011). *Such Stuf as Dreams: The Psychology of Fiction*. Chichester: Wiley-Blackwell.

O'Brien, Harvey (2012). *Action Movies: The Cinema of Striking Back*. London: Wallflower Press.

O'Connor, John E. (1983). Introduction: television and the historian, xiii –xIiv. U: John E. O'Connor (ur.): *American History/American Television: Interpreting the Video Past*. New York: Ungar. https://archive.org/details/americanhistorya0000ocon

O'Connor, John E. (1987). *Teaching History With Film and Television: Discussions on Teaching, Number 2.* Washington: American Historical Association. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED310025.pdf (7. kolovoza 2021.).

O'Connor John E. i Rollins, Peter C. (2003). Introduction, 1 –13. U: Peter C. Rollins i John E. O'Connor (ur.): *The West Wing: The American Presidency as Television Drama*. Syracuse: Syracuse University Press. https://archive.org/details/westwingamerican0000unse

O'Day, Marc (2001). Of leather suits and kinky boots: The Avengers, style and popular culture, 221–235. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

O'Donnell, Hugh (1996). People's home to home and away: The growth and development of soap opera in Sweden. *Irish Communication Review*, 6 (1), 56–69. https://arrow.tudublin.ie/icr/vol6/iss1/7 (12. srpnja 2022.).

O'Donnell, Hugh (1999). *Good Times, Bad Times: Soap Operas and Society in Western Europe*. London: Leicester University Press.

O'Donnell, Hugh (2000). Media pleasures: reading the telenovela, 295–303. U: Barry Jordan i Rikki Morgan-Tamosunas (ur.): *Contemporary Spanish Cultural Studies*. London, New York: Arnold, Oxford University Press.

O'Donnell Hugh (2004). The empire writes back? The Challenge of the domestic Portuguese telenovela. *Lusotopie*, 11/Médias pouvoir et identités, 209–-222; https://www.persee.fr/doc/luso_1257-0273_2004_num_11_1_1601 (3. rujna 2022.).

O'Donnell, Hugh (2007). High drama, low key: Visual aesthetics and subject positions in the domestic spanish television serial. *Journal of Spanish Cultural Studies,* 8 (1), 37–54. https://doi.org/10.1080/14636200601148785

Ofcom (2018). Media Nations: UK 2018. *Ofcom*, 18. srpnja. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0014/116006/media-nations-2018-uk.pdf (28. travnja 2022.).

Okumus, M. Sami (2020). Social interaction mechanisms of exported Turkish TV series: The case of Croatia. *European Journal of Behavioral Sciences*, 3 (2), 52–72. https://doi.org/10.33422/ejbs.v3i2.482

Oliete-Aldea, Elena (2015). Places of memory in the new millennium: British influence on Spanish transnational heritage cinema and television. *Studies in Spanish & Latin-American Cinemas,* 12 (2), 175–195. https://doi.org/10.1386/slac.12.2.175_1

Oliver, Mary Beth (1993). Exploring the paradox of the enjoyment of sad films. *Human Communication Research,* 19 (3), 315–342. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1993.tb00304.x

Oliver, Mary Beth (2008). Tender affective states as predictors of entertainment preference. *Journal of Communication*, 58 (1), 40–61. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00373.x

Oliver, Mary Beth i Bartsch, Anne (2010). Appreciation as audience response: Exploring entertainment gratifications beyond hedonism. *Human Communication Research,* 36 (1). 53-81. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2009.01368.x

Oliver, Mary Beth i Bartsch, Anne (2011). Appreciation of entertainment: The importance of meaningfulness via virtue and wisdom. *Journal of Media Psychology,* 23 (1), 29–33. https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000029

Oliver, Mary Beth; Bilandzic, Helena; Cohen, Jonathan; Ferchaud, Arienne; Shade, Drew D.; Bailey, Erica J. i Yang, Chun (2019). A penchant for the immoral: Implications of parasocial interaction, perceived complicity, and identification on liking of anti-heroes. *Human Communication Research*, 45 (2), 169–201, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1093/hcr/hqy019

Oliver, Mary Beth i Hartman, Tilo (2010). Exploring the role of meaningful experiences in users appreciation of 'good movies'. *Projections,* 4 (2). 128–150. https://doi.org/10.3167/proj.2010.040208

Oliver, Mary Beth i Raney, Arthur A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. *Journal of Communication,* 61 (5). 984–1004. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01585.x

Oliver, Mary Beth i Raney, Arthur A., ur. (2014). *Media and Social Life*. New York: Routledge.

Oliver, Mary Beth, Raney, Arthur A. i Bryant Jennings, ur. (2020). *Media Effects: Advances in Theory and Research, Fourth Edition*. New York: Routledge.

Oliver, Mary Beth; Weaver, James B. i Sargent, Stephanie Lee (2000). An examination of factors related to sex differences in enjoyment of sad films. *Journal of Broadcasting and Electronic Media,* 44 (2). 282–300. http://dx.doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_8 https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_8

Olsen, Lance (1987). *Ellipse of Uncertainty: An Introduction to Postmodern Fantasy*. Westport: Greenwood Press. https://archive.org/details/ellipseofuncerta0000olse

Olson Scott R. (1999). *Hollywood Planet: Global Media and the Competitive Advantage of Narrative Transparency*. Mahwah: Lawrence Erlbaum. https://archive.org/details/hollywoodplanetg0000olso

ORF (n.d.). ORF public value. *ORF*. https://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=149&action=search&pv_search=ORF+public+value&pv_search_submit.x=0&pv_search_submit.y=0 (22. siječnja 2022.).

Oria, Beatriz (2011). Television to the rescue of romantic comedy: 'Sex and the City's' revitalisation of the genre at the turn of the millenium. *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences: Annual Review*, 5 (11), 127–138. https://doi.org/10.18848/1833-1882/CGP/v05i11/51940

Osgerby, Bill i Gough-Yates, Anna, ur. (2001a). *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Osgerby, Bill i Gough-Yates, Anna (2001b). Introduction: getting gear with action TV series, 1–10. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Osgerby, Bill; Gough-Yates, Anna i Wells, Marianne (2001). The Busines of action: Television history and the development of the action TV series, 13–31. U: Bill Osgerby i Anna

Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Özalpman, Deniz i Sarikakis, Katharine (2018). The politics of pleasure in global drama: A case study of the TV Series The Magnificent Century (Muhteşem Yüzyıl). *Global Media and Communication*. Mrežna objava prije tiska. https://doi.org/10.1177/1742766518780168

Öztürkmen, Arzu (2018). 'Turkish content': The historical rise of the dizi genre. *TV Series*, 1–12. https://doi.org/10.4000/tvseries.2406

Padovani Cinzia (2007). Digital television in Italy: From duopoly to duality, *Javnost – The Public*, 14 (1), 57–76. https://doi.org/10.1080/13183222.2007.11008936

Page, Adrian (2008). Postmodern drama, 54–59. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Paget, Derek (1998). *No Other Way To Tell It: Dramadoc/Docudrama on Television*. Manchester: Manchester University Press.

Paget, Derek (2011). *No Other Way to Tell It: Docudrama on Film and Television, 2nd Edition* [e-knjiga; korištena oba izdanja]. Manchester: Manchester University Press. https://www.scribd.com/book/421690386/No-other-way-to-tell-it-Docudrama-on-film-and-television-second-edition (3. siječnja 2021.).

Paget, Derek (2016) Introduction: A new Europe, the post-documentary turn and docudrama, 1–26. U: Tobias Ebbrecht-Hartmann Tobias i Derek Paget (ur.): *Docudrama on European Television: A Selective Survey. London*: Palgrave Macmillan.

Paget, Derek i Lipkin, Steven N. (2009). 'Movie-of-the-Week' docudrama, 'historical-event' television, and the Steven Spielberg series Band of Brothers. *New Review of Film and Television Studies*, 7 (1), 93–107. https://doi.org/10.1080/17400300802603047

Paić, Žarko (1995). Kulturni kapital, habitus i racionalni izbor (O nemogućnosti artikulacije 'trećega puta'). *Revija za sociologiju,* 26 (3-4), 169–176.

Pallardy, Richard (2021). Harold Robbins. *Britannica*, 17. svibnja. https://www.britannica.com/biography/Harold-Robbins (21. ožujka 2021.).

Pankratz, Annette (2018). TV sitcom Fleabag: How to be a funny feminist on television. Or maybe not. *Hard Times,* 102 (2), 146–155. https://www.academia.edu/40478420/How_to_Be_a_Funny_Feminist_on_Television_Or_Maybe_Not (15. studenog 2021.).

Panjeta, Lejla (2014). The changing soaps and telenovela genre: Turkish series impact. *Epiphany: Journal of Transdisciplinary Studies*, 7 (1). http://dx.doi.org/10.21533/epiphany.v7i1.89

Parker, Phil (2000). Reconstructing Narrative. *Journal of Media Practice*, 1 (2), 66–74. https://doi.org/10.1080/14682753.2000.10807075

Parry-Giles, Trevor i Parry-Giles Shawn J. (2006). *The Prime-Time Presidency: The West Wing and US Nationalism*. Urbana: University of Chicago Press.

Pavić, Željko i Đukić, Marina (2014). Medijski kulturni kapital kao izvor društvenih distinkcija, 585–597. U: Mario Plenković, Vlado Galičić i Ludvik (ur.): *Društvo i tehnologija 2014 - Dr.Juraj Plenković*. Zagreb: Međunarodna federacija komunikoloških društava / International Federation of Communication Associations Hrvatsko komunikološko društvo / Croatian Communication Association Alma Mater Europaea – Europski centar Maribor / Alma Mater Europaea – European Center Maribor. https://www.bib.irb.hr/pregled/profil/18059?page=3 (30. rujna 2021.).

Pavić, Željko; Đukić, Marina i Bijuković Maršić, Mirta (2014). European identity: media and culture, 820–828. U: Mario Plenković, Vlado Galičić i Ludvik (ur.): *Društvo i tehnologija 2014 - Dr.Juraj Plenković*. Zagreb: Međunarodna federacija komunikoloških društava / International Federation of Communication Associations Hrvatsko komunikološko društvo / Croatian Communication Association Alma Mater Europaea – Europski centar Maribor / Alma Mater Europaea – European Center Maribor. https://www.bib.irb.hr/pregled/profil/18059?page=3 (30. rujna 2021.).

Pavić, Željko i Krivokapić Nataša (2020). Humour and ex-Yugoslav nations: is there any truth in the stereotypes?. *The European Journal of Humour Research,* 8 (1), 112–129. https://doi.org/10.7592/EJHR2020.8.1.pavic

Pavić, Željko; Krivokapić Nataša i Kovačević, Emma (2021). Cultural capital, education and humour use, 217–226. U: Željko Pavić, Antun Šundalić, Krunoslav Zmaić, Tihana Sudarić, Stefani Claudiu, Maciej Bialous i Dejan Janković (ur.): *Global Challenges & Regional Specificities*. Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Pavić, Željko i Šundalić, Antun (2021). *Uvod u metodologiju društvenih znanosti*, *drugo, dopunjeno izdanje.* Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Pavičić, Jurica (2020). Jurica Pavičić o 'Novinama': Najvažnija naša TV serija nastala u 21. stoljeću. *Jutarnji list*, 5. svibnja. https://www.jutarnji.hr/kultura/film-i-televizija/jurica-pavicic-o-novinama-najvaznija-nasa-tv-serija-nastala-u-21-stoljecu-10272976 (3. srpnja 2021.).

Pavlac, Brian Alexander (2017). Introduction: The winter of our discount, 1–18. U: Brian Alexander Pavlac (ur.): *Game of Thrones Versus History: Written in Blood*. Hoboken: Wiley Blackwell.

Pavličić, Pavao (1983). *Književna genologija*. Zagreb: Sveučilišna naklada Liber.

Pavlić, Zrinka (2011a). Još jedna runda 'Loze'? Može!. *T-Portal*, 10. listopada. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/jos-jedna-runda-loze-moze-20111010 (26. prosinca 2021.).

Pavlić, Zrinka (2011b). Krv nije voda, osim kad je sastojak TV-blata. *T-Portal*, 19. listopada. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/krv-nije-voda-osim-kad-je-sastojak-tv-blata-20111019 (26. prosinca 2021.).

Pavlić, Zrinka (2013). 'Montevideo': priča o ljepšoj strani srpske prošlosti. *T-Portal*, 19. kolovoza. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/montevideo-prica-o-ljepsoj-strani-srpske-proslosti-20130819 (20. rujna 2023.).

Pavlić, Zrinka (2014). 'Kud puklo da puklo' kao remiks 'Boljeg života'. *jutanji.hr*, 16, rujna. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/kud-puklo-da-puklo-kao-remiks-boljeg-zivota-20140916 (20. srpnja 2021).

Pavlić, Zrinka (2017a). 'Čista ljubav' - još jedna 'dramska serija' s golom Nives Celzijus. *T-Portal*, 15. rujna. https://www.tportal.hr/kultura/clanak/cista-ljubav-jos-jedna-dramska-serija-s-golom-nives-celzijus-foto-20170914 (2. travnja 2021.).

Pavlić, Zrinka (2017b). RTL-ov 'KBC': kad bi bolnice bile jeftine sapunice. *T-Portal*, 22. ožujka. https://www.tportal.hr/kultura/clanak/rtl-ov-kbc-kad-bi-bolnice-bile-jeftine-sapunice-20170322 (20. prosinca 2021.).

Pavlić, Zrinka (2020). 'Dar Mar' i 'Blago nama' - dvije domaće pandemijske komedije smješnije su nego što bi se očekivalo. *Jutarnji list*, 26. studenog. https://www.tportal.hr/kultura/clanak/dar-mar-i-blago-nama-dvije-domace-pandemijske-komedije-smjesnije-su-nego-sto-bi-se-ocekivalo-20201126 (20. srpnja 2021.).

Pavlić, Zrinka (2021a). 'I tek tako' - nova inkarnacija 'Seksa i grada' nije više 'Seks i grad' na kakav smo navikli, ali su prve dvije epizode baš dobre!. *T-Portal*, 12. prosinca. https://www.tportal.hr/kultura/clanak/i-tek-tako-nova-inkarnacija-seksa-i-grada-nije-vise-seks-i-grad-na-kakav-smo-navikli-ali-su-prve-dvije-epizode-bas-dobre-foto-20211212 (26. prosinca 2021.).

Pavlić, Zrinka (2021b). Kraj 'Crno-bijelog svijeta' - serije koja je rasla sa svakom novom sezonom i završila kad je bila najbolja. *T-Portal*, 2. ožujka.

https://www.tportal.hr/kultura/clanak/kraj-crno-bijelog-svijeta-serije-koja-je-rasla-sa-svakom-novom-sezonom-i-zavrsila-kad-je-bila-najbolja-foto-20210302 (2. travnja 2021.)

Peacock, Steven, ur. (2007). *Reading 24: TV Against the Clock*. London, New York: I. B. Tauris.

Pearson, Roberta (2011). Cult television as digital television's cutting edge, 105–131. U: James Bennett i Niki Strange (ur.): *Television as Digital Media*. Durham: Duke University Press.

Pehe, Veronika (2015). The colours of socialism: visual nostalgia and retro aesthetics in Czech film and television. *Canadian Slavonic Papers,* 57 (3-4), 239–253. https://doi.org/10.1080/00085006.2015.1090758

Pekic, Branislav (2018). Slovenia 78.2% pay-TV penetration rate. *Advanced Television*, 9. travnja. https://advanced-television.com/2018/04/09/slovenia-78-2-pay-tv-penetration-rate/ (12. ožujka 2023.).

Perišin, Tena (2010). *Televizijske vijesti*. Zagreb: Naklada Medijska istraživanja.

Perse, Elizabeth M. (1986). Soap opera viewing patterns of college students and cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 30 (2), 175–193. http://dx.doi.org/10.1080/08838158609386618

Perse Elizabeth M. (2001). *Media Effects and Society*. Mahwah: Erlbaum Associates. https://archive.org/details/mediaeffectssoci0000pers

Perse, Elizabeth M. i Lambe, Jennifer L. (2017). *Media Effects and Society, Second Edition*. New York: Routledge.

Perse, Elizabeth M. i Rubin, Alan M. (1988). Audience activity and satisfaction with favorite television soap operas. *Journalism Quarterly,* 65 (2), 368-375.
https://doi.org/10.1177/107769908806500216

Peruško, Zrinjka (2009). Public interest and television performance in Croatia. *Medijska istraživanja,* 15 (2), 5–31. https://hrcak.srce.hr/46038

Peruško, Zrinjka (2011). Kategorija 2: Pluralizam i raznolikost medija, tržišna ravnopravnost i transparentnost vlasništva, 57–88. U: Zrinjka Peruško, Tena Perišin, Martina Topić, Gordana Vilović i Nada Zgrabljić Rotar (aut.): *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Peruško, Zinjka i Čuvalo, Antonija (2014). Comparing socialist and post-socialist television culture: Fifty years of television in Croatia. *View,* 3 (5). https://doi.org/10.18146/2213-0969.2014.jethc063

Peruško, Zrinjka; Vozab, Dina i Trbojević, Filip (2022). Pretpostavke za razumijevanje uloge medijskog sustava za deliberativnu demokraciju: 20 godina istraživanja medijskog sustava u Hrvatskoj. *Politička misao*, 59 (3), 109–134. https://doi.org/10.20901/pm.59.3.04

Pescatore, Guglielmo i Innocenti, Veronica (2012). Information architecture in contemporary television series. *Journal of Information Architecture*, 4 (1-2), 57–72. https://www.academia.edu/download/32791434/jofia-0402-05-pescatore.pdf (2. travnja 2021.).

Peterlić, Ante (2018). *Osnove teorije filma* [1. izd. 1977]. Zagreb: Akademija dramske umjetnosti.

Peterlić, Ante (2019a). Akcioni film. *Filmska enciklopedija* [mrežno izdanje]. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://filmska.lzmk.hr/Natuknica.aspx?ID=57 (23. kolovoza 2021.).

Peterlić, Ante (2019b). Kriminalistički film. *Filmska enciklopedija* [mrežno izdanje]. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://filmska.lzmk.hr/Natuknica.aspx?ID=2834 (3.srpnja 2021.).

Peterson, Richard A. (1992). Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore, *Poetics*, 21, 243–58. https://doi.org/10.1016/0304-422X(92)90008-Q

Peterson Richard A. i Kern Roger (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore, *American Sociological Review*, 61 (5), 900–907. https://doi.org/10.2307/2096460

Peterson, Richard A. i Simkus, Albert (1992). How musical taste groups mark occupational status groups, 152–168. U: Michèle Lamont i Marcel Fournier (ur.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: Chicago University Press. https://archive.org/details/cultivatingdiffe0000unse

Petit Michel (1999). La fiction à substrat professionnel: une autre voie d'accès à l'anglais de spécialité, *Asp, la revue du GERAS,* 23–26, [mrežno izdanje]. https://doi.org/10.4000/asp.2325

Petrić Mirko (2019a). Turske sapunice u Hrvatskoj: kulturna bliskost ili medijska pismenost?. Javna prezentacija rezultata istraživanja, Split. https://www.bib.irb.hr/1033341 (7. lipnja 2021.)

Petrić Mirko (2019b). Žene i mediji: turske sapunice u Hrvatskoj. Javna prezentacija rezultata istraživanja, Zadar. https://www.bib.irb.hr/1035172 (7. lipnja 2021.).

Petrović, Nevena; Nikolić, Aleksandar i Bakiu, Agron (2013). Presentation of the multimedia project 'How did Radivoje Lola Đukić and Novak Novak(ović) make us laugh?'. *Infothecca*, 14 (2). https://infoteka.bg.ac.rs/pdf/Eng/2013-2/INFOTHECA_XIV_2_2013_49a-61a.pdf (12. studenog 2023.).

Picard, Yves (2011). From téléroman to série télévisée québécoise: The (coming of) golden age of Quebec TV, 181–195. U: Miguel Ángel Pérez-Gómez (ur..): *Previously On: Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/98993/1/11.pdf?sequence=1 (14. kolovoza 2022.)

Pierson, David P. (2016). The long fight: Combat! and the generic development of the TV war drama series. U: Anna Froula i Stacy Takacs (ur.): *American Militarism on the Small Screen*. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com

Piper, Helen (2015). *The TV Detective: Voices of Dissent in Contemporary Television*. London: I. B. Tauris.

Pogačar, Martin (2010). Yugoslav past in film and music: Yugoslav interfilmic referentiality, 199–226. U: Breda Luthar i Maruša Pušnik (ur.): *Remembering Utopia: The Culture of Everyday Life in Socialist Yugoslavia*. Washington: New Academia Publishing.

Pokrajac, Katarina (2018). Popularna kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih. Diplomski rad. Filozofski fakultet, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2476 (10. prosinca 2020.).

Polimac, Nenad (2018a). Počivali u miru: netko ubija pripadnike zlatne mladeži, ali se nezna zašto i hoće li se taj lanac nastaviti. *Jutarnji list*, 1. siječnja. https://www.jutarnji.hr/kultura/film-i-televizija/pocivali-u-miru-netko-ubija-pripadnike-zlatne-mladezi-ali-se-ne-zna-zasto-i-hoce-li-se-taj-lanac-nastaviti-6889884 (3. srpnja 2021.).

Polimac, Nenad (2018b). Zašto je 'Počivali u miru' jedan od najzanimljivijih proizvoda europske televizije: To je najhrabrija serija koju smo gledali na našim malim ekranima. *Jutarnji list*, 20. ožujka. https://www.jutarnji.hr/kultura/film-i-televizija/zasto-je-pocivali-u-miru-jedan-od-najzanimljivijih-proizvoda-europske-televizije-to-je-najhrabrija-serija-koju-smo-gledali-na-nasim-malim-ekranima-7147983 (21. srpnja 2021.).

Połońska, Eva, i Beckett, Charlie, ur. (2019). *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*. London, New York: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02710-0

Porter, Lynnette, Lavery, David i Robson, Hilary (2007). *Saving the World: A Guide to Heroes*. Toronto: ECW Press.

Porter, Rick (2019). 'Game of Thrones' series finale sets all-time HBO ratings record. The Hollywood Reporter, 20. svibnja. https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/game-thrones-series-finale-sets-all-time-hbo-ratings-record-1212269/ (3. veljače 2021).

Popović, Helena (2011). Audience, text and context: Television comedy and social critique (Občinstvo, tekst in kontekst: Televizijska komedija in družbena kritika). Doktorska disertacija. Fakultet za društvene vede Univerze u Ljubljani. http://artsdocbox.com/Humor/72096871-Univerza-v-ljubljani-fakulteta-za-druzbene-vede-helena-popovic-audience-text-and-context-television-comedy-and-social-critique.html (7. ožujka 2019.).

Popović, Helena (2012). Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva. *Holon*, 2 (3), 18 –43. https://hrcak.srce.hr/94534

Pothou Eleni (2020). Why so successful? An audience research on Turkish TV series in Greece. *VIEW, Journal of European Television History and Culture*, 9 (17), 62–78. http://doi.org/10.18146/view.211

Potter, James W. i Riddle, Karyn (2007). A content analysis of the media effects literature. *Journalism & Mass Communication Quarterly,* 84, 90-104. https://doi.org/10.1177/107769900708400107

Prado, Emili; Delgado, Matilde; García-Muñoz, Núria; Monclús, Belén i Navarro, Celina (2020). General-television programming in Europe (UE5): Public versus commercial channels. *El profesional de la información*, 29 (2) 2, e290204. https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.04

Premec, Tina (2013). Cijena strasti za turskim sapunicama: Hrvate Sulejman košta 5 tisuća eura po epizodi, a ljubav Sile 3. *Jutarnji list*, 4. veljače. https://www.jutarnji.hr/video/spektakli/cijena-strasti-za-turskim-sapunicama-hrvate-sulejman-kosta-5-tisuca-eura-po-epizodi-a-ljubav-sile-3-1191881 (16. ožujka 2021.).

Premec, Tina (2019). Hrvatske sapunice su hit u neočekivanim dijelovima svijeta: 'Larin izbor' sa zanimanjem se prati u Vijetnamu, 'Zoru dubrovačku' gledaju u Jordanu. *Jutarnji list*, 5. studeni. https://www.jutarnji.hr/scena/domace-zvijezde/hrvatske-sapunice-su-hit-u-neocekivanim-dijelovima-svijeta-larin-izbor-sa-zanimanjem-se-prati-u-vijetnamu-zoru-dubrovacku-gledaju-u-jordanu-9573242 (3. lipnja 2023.).

Press, Andrea Lee (1991). *Women Watching Television: Gender, Class, and Generation in the American Television Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. https://archive.org/details/womenwatchingtel0000pres

Prieur Annick i Savage Mike (2013). Emerging forms of cultural capital. *European Societies*, 15 (2), 246–267. https://doi.org/10.1080/14616696.2012.748930

Pribram, Deidre (2011). *Emotions, Genre, Justice in Film and Television* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com

Propp, Vladimir (2012). *Morfologija bajke* [Morfologija skazki, 1. izd. 1928, prevedeno 2. proš. izd.1969]. Beograd: Biblioteka XX vek.

Purse, Lisa (2011). *Contemporary Action Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Pušnik, Maruša i Starc, Gregor (2008). An entertaining (r)evolution: The rise of television in socialist Slovenia. *Media, Culture & Socity*, 30 (6), 777–793. https://doi.org/10.1177/0163443708096093

Pyrhönen, Heta (2005). Detective fiction, 103–104. U: David Herman, Manfred Jahn i Merrie-Laure Ryan (ur.): *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London: Routledge.

Radić, Vuk (2013). Ispovijest Jelene Veljače: 'Moj recept je jednostavan: Ja ne smijem raditi serije koje ljudi neće gledati!'. *Jutarnji list*, 28. rujna. https://www.jutarnji.hr/vijesti/ispovijest-jelene-veljace-moj-recept-je-jednostavan-ja-ne-smijem-raditi-serije-koje-ljudi-nece-gledati-1073294 (17. svibnja 2021).

Radojković, M. (2009). 'Očajne domaćice' na srpski način. *Blic*, 9. veljače. https://www.blic.rs/zabava/vesti/ocajne-domacice-na-srpski-nacin/9wwezhb (10. prosinca 2021.).

Radway, Janice A. (1991). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature, With a New Introduction by the Author.* [orig. izd. 1984]. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Rafaelić, Daniel (2016). Televizija u Hrvatskoj, 629–632. U: Mirko Galić (gl. ur.): *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: HRT i Naklada Lijevak.

Rafaneli, Karlo (2019). 'Crno-bijeli svijet' u raljama nostalgije. *arteist.hr*, 1. travanja. https://arteist.hr/crno-bijeli-svijet-hrt/ (22. srpnja 2021.).

Raffetry, Pauline M. (2021). Genre. U: Birger Hjørland i Claudio Gnoli (ur.): *Encyclopedia of Knowledge Organization*. Toronto: International Society for Knowledge Organization (ISKO). https://www.isko.org/cyclo/genre#5.1 (20. siječnja 2022.).

Raglan, Fitzroy Richard Somerset (2016). *The Hero: A Study in Tradition, Myth, and Drama* [e-knjiga; 1. izd. 1936]. Epublibre.

Rahte, Emek Çayli (2022). Transnational audiences of Turkish dramas: The case of Sweden. *Series: International Journal of TV Serial Narratives*, 3 (2), 41–60. https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/15488

Ramsdell, Kristin (1999). *Romance Fiction: A Guide to the Genre*. Englewood: Libraries Unlimited.

Raney, Arthur A. (2011). The psychology of disposition-based theories of media enjoyment. U: Jennings Bryant i Peter Vorderer (ur.): *Psychology of entertainment* [e-knjiga, orig. obj. 2006]. New York: Routledge.

Rapping, Elayne (2003). *Law and Justice as Seen on TV*. New York: New York University Press.

RATEL (2017). *Pregled tržišta telekomunikacija i poštanskih usluga u Republici Srbiji u 2016. godini*. Beograd: Regulatorna agencija za elektroničke komunikacije i poštanske usluge RATEL. https://www.ratel.rs/upload/documents/Pregled_trzista/Pregled%20trzista%202016.pdf (12. ožujka 2023.).

Razsa, Maple i Lindstrom, Nicole (2004). Balkan is beautiful: Balkanism in the political discourse of Tudman's Croatia. *East European Politics and Societies*, 18 (4), 628–650. https://doi.org/10.1177/0888325404266939

Rawlins, Justin O. (2010). Your guide to the girls: Gilmore-isms, cultural capital, and a different kind of Quality TV, 36–56. U: David S. Diffrient i David Lavery (ur.): *Screwball Television: Critical Perspectives on Gilmore Girls*. Siracuse: Syracuse University Press.

Reevs, Jimmie L., Mark C. Rogers i Michael M. Epstein (1996). Rewriting popularity: The cult Files, 22–51. U: David Lavery, Angela Hague i Marla Cartwright (ur.): *Deny All Knowledge: Reading the X-Files* (orig. izd. 1995). Syracuse: Syracuse University Press.

Reifová, Irena Carpentier; Gillárová Kateřina i Hladík, Radim (2012). The way we applauded: How popular culture stimulates collective memory of the socialist past in Czechoslovakia: the case of the television serial Vyprávěj and its viewers, 199–221. U: Timothy Havens, Anikó Imre i Katalin Lustyik (ur.): *Popular Television in Eastern Europe During and Since Socialism*. New York: Routledge.

Renner, Karen (2021). 'As literature': Approaches and the academic canonization of television studies, 19 –36 . U: Winckler, Reto i Huertas-Martín, Victor (ur.): *Television Series as Literature*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Rhodes, Gary i Springer, John Parris, ur. (2006a). *Docufictions: Essays on the Intersection of Documentary and Fictional Filmmaking*. Jefferson: McFarland & Company.

Rhodes, Gary i Springer, John Parris (2006b). Introduction, 1-10. U: Gary D. Rhodes i John Parris Springer (ur.): *Docufictions: Essays on the Intersection of Documentary and Fictional Filmmaking*. Jefferson: McFarland & Company.

Rigoutsou, Maria i Özay, Basak (2013). Turska invazija na grčkoj televiziji. *dw.com*, 28. veljače. https://p.dw.com/p/17mZ4 (7. svibnja 2023.).

Ritzenhoff, Karen A. i Goldie, Janis, ur. (2019). *The Handmaid's Tale: Teaching Dystopia, Feminism, and Resistance across Disciplines and Borders*. Langham: Lexington Books.

Ritzer, George i Atalay, Zeynep, ur. (2010). *Readings in Globalization: Key Concepts and Major Debates*. Chichester: Blackwell Publishing.

Ritzer, Ivo (2021). Introduction: Media and genre, 1- 32. U: Ivo Ritzer (ur.): *Media and Genre: Dialoges in Aestetics and Cultural Analysis*. Cham: Palgrave Macmillan.

Roach, Colleen. (1997). Cultural imperialism and resistance in media theory and literary theory. Media, *Culture and Society,* 19 (1), 47–66. https://doi.org/10.1177/016344397019001004

Robards, Brooks (1985). The police show, 11–32. U: Brian G. Rose (ur.): *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Robertson, Roland (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity, 25–44. U: Mike Featherstone, Scott Lash i Roland Robertson (ur.): *Global Modernities*. Thousand Oaks: Sage.

Robinson, M. J. (2017). *Television on Demand: Curatorial Culture and the Transformation of TV*. New York: Bloomsbury.

Rofel, Lisa (1995). The melodrama of national identity in post-Tiananmen China. 301 –320. U: *Robert C. Allen (ur.): To be Continued … Soap Operas Around the World*. London: Routledge.

Rogers, Everett M. i Antola, Livia (1985). Telenovelas: A Latin American success story. *Journal of Communication*, 35 (4), 24–35. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1985.tb02970.x

Rogers, Mark; Epstein, Michael i Reevs, Jimmie E. (2002). The Sopranos as HBO Brand equity: The art of commerce in the age of digital reproduction, 42 –57. U: David Lavery (ur.): *The Things of Ours: Investigating the Sopranos*. New York i London: Columbia University Press i Wallflower.

Rohn Ulrike (2011). Lacuna or Universal? Introducing a new model for understanding cross-cultural audience demand. *Media, Culture & Society*, 33 (4), 631–641. https://doi.org/10.1177/0163443711399223

Rolinson, David (n.d.). Drama Documentary. U: *BFI Screen Online: The Definitive Guide to Britain's Film and TV History*. London: BFI. http://www.screenonline.org.uk/tv/id/1103146/index.html (4. siječnja 2022.).

Rolinson, David (2016). British docudrama, 199–228. U: Tobias Ebbrecht-Hartmann i Derek Paget (ur.): *Docudrama on European Television: A Selective Survey*. London: Palgrave Macmillan.

Roller, Vesna (2014). Novo doba televizije u Hrvatskoj: žanrovi, publika i javni interes. *Politička misao: časopis za politologiju*, 51 (4), 142–171. https://hrcak.srce.hr/135839

Rollins, Peter C. i O'Connor John E., ur. (2003) *The West Wing: The American Presidency as Television Drama*. Syracuse: Syracuse University Press. https://archive.org/details/westwingamerican0000unse

Rosas, Inara i Nolasco, Hanna (2019). Transmedia telenovelas: The Brazilian experience. U: Matthew Freeman and Renira Rampazzo Gambarato (ur.): *The Routledge Companion to Transmedia Studies* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com

Roscoe Jane i Hight, Craig (2001). *Faking It: Mock-Documentary and the Subversion of Factuality*. Manchester: Manchester University Press.

Rose, Brian G. (1985a). Introduction, 3–10. U: Brian G. Rose (ur.): *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Rose, Brian G., ur. (1985b). TV Genres: *A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Rosenstone, Robert A. (2006). *History on Film, Film on History*. Harlow: Pearson/Longman.

Ross, Alistair; Puzić, Saša i Doolan, Karin (2016). Balkan and European? Place identifications of young people in Croatia. *Revija za sociologiju*, 47 (2), 125–150. https://doi.org/10.5613/rzs.47.2.1

Ross, Karen i Nightingale, Virginia (2003). *Media and Audiences: New Perspectives*. Berkshire: Open University Press.

Roy Morgan (2019). News and Reality TV are the most popular TV genres. *Roy Morgan*, 13. svibnja. http://www.roymorgan.com/findings/7969-top-tv-genres-december-2018-201905060240 (7. svibnja 2021.).

RTL (2010). 1001 noć. *RTL.hr*, 11. kolovoza. https://www.rtl.hr/tv/archive/televizija/najave/21006/1001-noc/ (20. svibnja 2021.).

RTL (2014). Jedini smo doveli Big Brother u Hrvatsku. *RTL.hr*, 30. travnja. https://www.rtl.hr/show/domace-zvijezde/jedini-smo-doveli-big-brother-u-hrvatsku-3bea5686-b9eb-11ec-99ed-0242ac120024 (4. svibnja 2022.).

Rubin, Alan M. (1981). An Examination of television viewing motivations. *Communication Research,* 8 (2). 141–165. https://doi.org/10.1177/009365028100800201

Rubin, Alan M. (1985). Uses of daytime television soap operas by college students. *Journal of Broadcasting and Electronic Media,* 29 (3), 241–258. https://doi.org/10.1080/08838158509386583

Rubin, Alan M. (1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication,* 34 (3), 66–77. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1984.tb02174.x

Rubin, Alan M. (2002) The Uses-and-gratifications perspective of media effects, 525-548. U: Jennings Bryant i Dolf Zillmann (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, 2nd Edition*. Mahwah: Erlbaum.

Rubin, Alan M. i Perse, Elizabeth M. (1987). Audience activity and soap opera involvement: A uses and effects investigation. *Human Communication Research*, 14 (2), 246–268. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1987.tb00129.x

Rubin, Alan M.; Perse, Elizabeth M. i Powell, Robert A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, 12 (2), 155–180. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.x

Rubin, Alan M.i Rubin, Rebecca B. (1981). Age, context and television use. *Journal of Broadcasting* 25 (1), 1–13. https://doi.org/0.1080/08838158109386424

Rubin, Joan Shelley (1992). *The Making of Middlebrow Culture*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Rubin, Rebecca B. i McHugh, Michael P. (1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31 (3), 279–292. https://doi.org/10.1080/08838158709386664

Ruggiero, Thomas E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3 (1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02

Rusnáková, Alena (2014). Turkish soap opera as empowerment for the fighting violence against women and gender inequality in islamic countries, 429-439. U: *Sociální práce v kontextu lidských práv / Social Work in The Context of Human Rights*, zbornik s konferencije XI. Hradecké dny sociální práce, 10. do 11. rujna 2014., Hradec Králové. https://www.researchgate.net/publication/328861362_TURKISH_SOAP_OPERA_AS_EMPOWERMENT_FOR_THE_FIGHTING_VIOLENCE_AGAINST_WOMEN_AND_GENDER_INEQUALITY_IN_ISLAMIC_COUNTRIES (3. prisinca 2021.).

Russel, Lorena (2006). Strangers in blood: The queer intimacies of Six Feet Under, 107–123. U: Thomas Fahy (ur.): *Considering Alan Ball: Essays on Sexuality, Death and America in the Television and Film Writings*. Jefferson: McFarland & Company.

Rutheford, Paul (2013). Action adventure shows. U: Horace Newcomb (ur.): *Museum of Broadcast Communication: Encyclopedia of Television, Second Edition* [e-knjiga]. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com

Ryan, Mauren i Littleton, Cynthia (2017). TV series budgets hit the breaking point as costs skyrocket in peak TV era. *Variety*, 26. rujna. https://variety.com/2017/tv/news/tv-series-budgets-costs-rising-peak-tv-1202570158/ (22. travnja 2020.).

Sabin, Roger; Wilson, Ronald; Spiedel, Linda; Faucette, Brian i Bethell, Ben (2015). *Cop Shows: A Critical History of Police Dramas on Television*. Jefferson: McFarland & Company.

Samuel, Michael (2021). *Northern Exposure: A Cultural History* [e-knjiga]. Lanham: Rowman & Littlefield.

Sandell, Jillian (1998). The personal is professional on TV: I'll Be there for you: Friends and the fantasy of alternative families. *American Studies,* 39 (2), 141–155. https://journals.ku.edu/amsj/article/view/2714 (7. rujna 2020.).

Santas, Constantine (2008). *The Epic in Film: From Myth to Blockbuster*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Saunders, Jeraldine (1998). *Love Boats: Above and Below Decks*. St. Paul: Llewellyn Publications. https://archive.org/details/loveboatsabovebe0000saun

Savićević, Miroslav (1994). Televizija. U: Pavle Ivić (gl. ur.): *Istorija srpske kulture*. Gornji Milanovac: Dečije novine. http://www.rastko.rs/isk/isk_29.html (12. studenog 2023.).

Saving Spot (2019). How much does it cost to produce an episode of your favourite TV show?. *Saving Spot*, 12. kolovoza. https://www.cashnetusa.com/blog/cost-produce-tv-show/ (28. travnja 2021.).

Sawyer, Andy (2009). Space opera. U: Mark Bould, Andrew Butler, Adam Roberts i Sherryl Vint (ur.): *The Routledge Companion to Science Fiction* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://www.perlego.com/

Scaggs, John (2005). *Crime Fiction* [e-knjiga]. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com

Schatz, Thomas (1981). *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*. New York: Random House.

Schein, Alexandra (2017). 'Guys like me are a dying breed': The politics of Irish-American masculinity in recent movies and TV Series, 157–176. U: Stefan Horlacher i Kevin Floyd (ur.): *Contemporary Masculinities in the UK and the US: Between Bodies and Systems*. Cham: Palgrave Macmillan.

Scheurer, Timothy (1985). The Variety Show. U: Brian G. Rose (ur.): *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*. Westport: Greenwood Press.

Schiappa, Edward, Gregg, Peter B. i Hewes, Dean E. (2006). Can one TV show make a difference? A Will & Grace and the parasocial contact hypothesis. *Journal of Homosexuality,* 51 (4), 15–37. https://doi.org/10.1300/J082v51n04_02

Schlütz, Daniela M. (2015). Contemporary Quality TV: The entertainment experience of complex serial narratives. *Annals of the International Communication Association*, 40 (1), 95–124. https://doi.org/10.1080/23808985.2015.11735257

Schlütz, Daniela M., Emde-Lachmund Katharina, Scherrer, Helmut i Wedemeyer, Jonas (2018). Quality TV and social distinction: An experiment on how complex television series valorize their users, *Series*, 4 (2), 61–76. https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/8216

Schlütz, Daniela M. i Schneider Beate (2014). Does the cultural capital compensate for the cultural discount? Why do German students prefer US-American TV series?, 7–26. U: Marinescu, Valentina, Branea, Silvia i Mitu, Bianca (ur.): *Critical Reflections on Audience and Narrativity: New Connections, New Perspectives*. Stuttgart: Ibidem.

Scholz, Anne-Marie (2017).The fortunes of Jane Austen as 'chick lit' and 'chick flick', 133–150. U: Colleen Kennedy-Karpat i Eric Sandberg (ur.): *Adaptation, Awards Culture, and the Value of Prestige*. Cham: Palgrave Macmillan.

Schubart, Rikke (2013). Monstrous appetites and positive emotions in True Blood, The Vampire Diaries, and The Walking Dead. *Projections,* 7 (1), 43–62 https://doi.org/10.3167/proj.2013.070105

Schwichtenberg, Cathy (1984). The Love Boat: the packaging and selling of love, heterosexual romance, and family. *Media, Culture & Society*, 6 (3), 301–311. https://doi.org/10.1177%2F016344378400600309

Seiter, Ellen (1987). Love Boat and fantasy island television utopias. *Jump Cut, A Review of Contemporary Media*, 32 https://www.researchgate.net/profile/Ellen-Seiter/publication/303306036_On_the_Love_Boat_to_Fantasy_Island/links/573c23d108ae9ace840f4f6f/On-the-Love-Boat-to-Fantasy-Island.pdf (12. ožujka 2022).

Seiter, Ellen; Borchers, Hans; Kreutzner, Gabrielle i Warth, Eva-Maria (1991). 'Don't treat us like we're so stupid and naive': Toward an ethnography of soap opera viewers, 223–247. U: Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner i Eva-Maria Warth (ur.): *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power* [orig. obj. 1989]. London: Routledge. https://archive.org/details/remotecontroltel0000unse

Seiter, Ellen i Wilson, Mary Jeanne (2005). Soap opera survival tactics, 136–155. U: Gary R. Edgerton i Brian G. Rose (ur.): *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Lexington: The University press of Kentucky.

Self, David (1984). *Television Drama: An Introduction*. London: Macmillan.

Serling, Rod (1957). About writing for television. *Rod Serling Memorial Foundation*. https://rodserling.com/introduction-to-the-1957-bantam-paperback-patterns/ (5. travnja 2020.).

Sepinwall, Alan (2012). *The Revolution Was Televised: The Cops, Crooks, Slingers and Slayers Who Changed TV Drama Forever* [e-knjiga]. New York: Gallery Books.

Sexton, Max (2010). Celluloid television: The action adventure genre of the 1960s', *Dandelion: Postgraduate Arts Journal & Research Network* 1 (1), 1–18. https://doi.org/10.16995/ddl.224

Shafer Daniel M. i Raney Arthur A. (2012). Exploring how we enjoy antihero narratives. *Journal of Communication*, 62, 1028–1046. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01682.x

Sharp, Sharon (2006). Disciplining the housewife in Desperate Housewives and domestic reality television, 119 –128. U: Janet McCabe i Kim Akass (ur.): *Reading Desperate Housewives*. London: I. B. Tauris.

Shattuc, Jane (2008). The confessional talk show, 167–170. U: Gleen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Shattuc, Jane M. (2014). *The Talking Cure: TV Talk Shows and Women* [e-knjiga; orig. obj. 1997]. London: Routledge. https://ereader.perlego.com/

Shubart, Rikke (2018). *Mastering Fear: Women, Emotions, and Contemporary Horror*. New York: Bloomsbury.

Shklovsky, Viktor B. (1991). *Theory of Prose* [O teorii prozy, 1929]. Elmwood Park: Dalkey Archive Press.

Shklovsky Viktor B. (2004). Art as technique. U: Rivkin, Julie i Ryan, Michael (ur.): *Literary Theory: An Anthology, Second Edition*. Maiden: Blackwell Publishing.

Short, Sue (2011). *Cult Telefantasy Series: A Critical Analysis of The Prisoner, Twin Peaks, The X-Files, Buffy the Vampire Slayer, Lost, Heroes, Doctor Who and Star Trek*. Jefferson: McFarland & Company.

Shrum, L. J. (2002). Media comsumption and perceptions of social reality: Effects and underlying processes, 69–96. U: Jennings Bryant i Dolf Zillmann (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Second Edition*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Shrum, L. J., ur. (2004). *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Shubik, Irene (2014). Television drama series: A producer's view, 45 –51. U: Jonathan Bignell i Stephen Lacey (ur.): *British Television Drama: Past, Present and Future, 2nd Edition*. New York: Palgrave Macmillan.

Shuster, Martin (2017). *New Television: The Aesthetics and Politics of a Genre* [e-knjiga]. Chicago: The University of Chicago Press. https://ereader.perlego.com

Shachat, Sarah C. (2012). Intrigue, blood, and naked breasts: Strategies of the epic series on premium cable. Diplomski rad. Middletown: Wesleyan University Middletown, Connecticut. https://doi.org/10.14418/wes01.1.779

Sheldon, Hall i Neale, Steve (2010). *Epics Spectacles and Blockbusters*. Detroit: Wayne State University Press.

Sherry, John L. (2004). Flow and media enjoyment. *Communication Theory*, 14 (4), 328–347. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00318.x

Sigismondi, Paolo, ur. (2020). *World Entertainment Media: Global, Regional and Local Perspectives*. New York: Routledge.

Silverblatt, Art (2007). *Genre Studies in Mass Media: A Handbook*. Armonk: M. E. Sharpe.

Silverstone, Roger (1981). *The Message of Television, Myth and Narrative in Contemporary Culture.* London: Heineman Educational Books.

Silverstone, Roger (1994). *Television and Everyday Life*. London: Routledge.

Silverstone, Roger (1999). *Why Study the Media?*. London: Sage. https://archive.org/details/whystudymedia0000silv

Silj, Alessandro (1988). *East of Dallas: The European Challenge to American Television*. London: BFI. https://archive.org/details/eastofdallaseuro0000silj

Simeunović Bajić, Nataša (2016). Reprezentovanje urbanih heroja rata u popularnoj TV seriji Otpisani, *Etnoantropološki problemi* / *Issues in Ethnology and Anthropology*, 11 (1), 47–61. https://doi.org/https://doi.org/10.21301/EAP.V11I1.2

Simeunović Bajić, Nataša (2018). Posleratni bildungsroman jedne generacije kao vrhunsko delo jugoslovenske popularne televizijske estetike – TV serija Grlom u jagode, *Etnoantropološki problemi / Issues in Ethnology and Anthropology,* 13 (1), 93–109. https://doi.org/10.21301/eap.v13i1.5

Simpach, Shawn (2010). *Television in Transition: The Life and Afterlife of the Narrative Action Hero*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Simpach, Shawn, ur. (2019). *The Routledge Companion to Global Television* [e-knjiga]. New York: Routledge. https://ereader.perlego.com

Singhal, Arvind, Chitnis, Ketan i Sengupta, Ami (2005). Cross-border mass-mediated health narratives: Narrative transparency, 'safe seks', and Indian viewers, 169–196 . U: Lynn M. Harter, Phyllis M. Japp i Christina S. Beck (ur.): *Narratives, Health, and Healing: Communication Theory, Research, and Practice*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Singhal, Arvind i Rogers, Everett M. (1988). Television soap operas for development in India. *International Communication Gazette,* 41 (2), 109–126. https://doi.org/10.1177/001654928804100203

Singhal, Arvind i Svenkerud, Peer (1994). Pro-socially shareable entertainment television programmes: A programming alternative in developing countries?. *The Journal of Development Communication*, 5 (2),17–30. http://utminers.utep.edu/asinghal/Articles%20and%20Chapters/singhal_svenkerud.pdf (30. rujna 2021.).

Singhal, Arvind i Udornpim, Kant (1997). Cultural shareability, archetypes and television soaps. *Gazette*, 59 (3), 171–188. https://doi.org/10.1177/0016549297059003001

Skeggs, Beverley i Wood, Helen (2011). Turning it on is a class act: immediated object relations with television. *Media, Culture & Society,* 33 (6), 941–951. https://doi.org/10.1177/0163443711412298

Skelton, Carolyn (2008). Adventure fantasy and international television exchanges: Xena: Warrior Princess and renegotiations of place. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 3 (1), 45–59. https://doi.org/10.7227/CST.3.1.5

Slade, Christina i Beckenham. Annabel (2005). Introduction: Telenovelas and soap operas: Negotiating reality. *Television & New Media,* 6 (4), 337–341. https://doi.org/10.1177/1527476405279860

Slater, Michael D. (2002). Involvement as goal-directed strategic processing: Extending the elaboration likelihood model, 175–194. U: James P. Dillard i Michael Pfau (ur.): *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks: Sage.

Slater, Michael D. i Rouner, Donna (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12 (2), 173–191. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x

Slater, Michael D.; Rouner, Donna i Long, Marilee (2006). Television dramas and support for controversial public policies: Effects and mechanisms. *Journal of Communication*, 56, 235–252. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00017.x

Slotkin, Richard (2007). Foreword by Richard Slotkin, x-xii. U: Erich Lichtenfeld (aut.): *Action Speaks Louder: Violence, Spectacle, and the American Action Movie, Reviseted & Expanded Edition* [1. izd. 2004]. Middletown: Wesleyan University Press.

Slišković, Andrea (2014). Romaneskno stvaralaštvo Ivana Raosa: Vječno žalosni smijeh Prosjaka i sinova. Diplomski rad. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu. https://www.academia.edu/download/54392961/Sliskovic__Andrea._2014._Romaneskno_stvaralastvo_Ivana_Raosa._Diplomski_rad..pdf (23. svibnja 2021.).

Smojver, Sara (2021). Skoro pola milijuna Hrvata svaki dan gleda turske sapunice, a oni od toga masno zarađuju. *Večernji list*, 26. ožujka. https://www.vecernji.hr/showbiz/skoro-pola-milijuna-hrvata-svaki-dan-gleda-turske-sapunice-a-oni-od-toga-masno-zaraduju-1479156 (27. ožujka 2021).

Snauffer, Douglas (2006). *Crime Television*. Westport: Praeger.

Sobchack, Thomas i Sobchack, Vivian C. (1980). *An Introduction to Film*. Boston: Little, Brown & Co. https://archive.org/details/introductiontofi2ndsobc/mode/2up

Sobchak, Vivian C. (1997). *Screening Space: The American Science Fiction Film, Second Enlarged Edition* [1. izd. 1987]. New Brunswick: Rutgers University Press. https://archive.org/details/isbn_9780813524924

Solar, Milivoj (1971). *Pitanja poetike*. Zagreb: Školska knjiga.

Solar, Milivoj (1974). *Ideja i priča: Aspekti teorije proze*. Zagreb: Sveučilišna naklada Liber.

Solar, Milivoj (1977). *Teorija književnosti*. Zagreb: Školska knjiga.

Solar, Milivoj (1989). *Teorija proze*. Zagreb: Sveučilišna naklada Liber.

Solar, Milivoj (2006). *Rječnik književnoga nazivlja*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.

Solomon, Stanley J. (1976). *Beyond Formula: American Film Genres*. Chicago: Harcourt Brace Jovanovich. https://archive.org/details/beyondformulaame0000solo

Solomon, Stanley J. (1995): Extract from beyond formula: American film genres, 453–459. U: Oliver Boyd-Barrett i Chris Newbold (ur.): *Approaches to Media: A Reader* [orig. izd. 1976]. London: Arnold.

Sood, Suruchi i Rogers, Everett M. (2000). Dimensions of parasocial interaction by letter-writers to a popular entertainment-education soap opera in India. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 44 (3), 386–414. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4403_4

Sparks, Richard (1992). *Television and the Drama of Crime: Moral Tales and the Place of Crime in Public Life*. Buckingham: Open University Press.

Spiedel, Linda (2015). NYPD Blue, 131–137. U: Roger Sabin, Ronald Wilson, Linda Speidel, Brian Faucette i Ben Bethell: *Cop Shows: A Critical History of Police Dramas on Television*. Jefferson, NC: McFarland & Company.

Spigel, Lynn (1992). *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago: The University of Chicago Press.

Spigel, Lynn (2004). Entertainment wars: Television culture after 9/11. *American Quarterly,* 56 (2). https://www.jstor.org/stable/40068195 (27. listopada 2019.).

Stableford, Brian (2009). *The A to Z of Fantasy Literature*. Lanham: The Scarecrow Press.

Stache, Lara C. i Davidson, Raqchel (2019). *Gilmore Girls: A Cultural History*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Staiger, Janet (2000). *Blockbuster TV: Must-See Sitcom in the Network Era*. New York: New York University Press.

Stam, Robert (2000). *Film Theory: An Introduction*. Malden: Blackwell Publishers.

Stamać, Ante (1998). Smjerovi istraživanja književnosti, 551–590. U: Zdenko Škreb i Ante Stamać (ur.): *Uvod u književnost: teorija, metodologija, peto poboljšano izdanje*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

Stamać, Maruša (2014). 'Kud puklo da puklo': Pogledajte što nas čeka u novoj duhovitoj seriji Nove TV. *dnevnik.hr*, 21. srpnja. https://dnevnik.hr/showbuzz/inmagazin/kud-puklo-da-puklo-pogledajte-sto-nas-ceka-u-novoj-duhovitoj-seriji-nove-tv---344951.html (19. svibnja 2021.).

Stavans, Ilan, ur. (2010). *Telenovelas*. Santa Barbara: Greenwood.

Steenberg, Lindsay i Tasker, Yvonne (2015). 'Pledge allegiance': Gendered surveillance, crime television, and Homeland, 132–138. *Cinema Journal,* 54 (4). https://doi.org/10.1353/cj.2015.0042

Stempel Mumford, Laura (1995). *Love and Ideology in the Afternoon: Soap Opera, Women and Television Genre*. Bloomington i Indianapolis: Indiana University Press.

Stempel Mumford, Laura (1997). Social themes in the soaps, 99-98. U: Museum of Television and Radio (ur.): *Worlds Without End: The Art and History of the Soap Opera*. New York: H.N. Abrams. https://archive.org/details/worldswithoutend00muse

Stephan, Matthias (2016). Do you believe in magic? The potency of the fantasy genre. *Coolabah*, 18, 3–15. https://doi.org/10.1344/co2016183-15

Sterling Bruce (1989). Slipstream. *SF Eye,* 5. https://www.journalscape.com/jlundberg/page2 (17. rujna 2021.).

Stewart Simon (2014). *A Sociology of Culture, Taste and Value*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Stilwell, Robynn J. (2011). The television musical, 55–78. U: Raymond Knapp, Mitchell Morris i Stacy Wolf (ur.): *Media and Performance in the Musical: An Oxford Handbook of the American Musical, Volume 2*. New York: Oxford University Press.

Stilwell, Robynn J. (2020). Dual-focus strategy in a serial narrative: Smash, Nashville, and the Television Musical Series, 384–394. U: Jessica Sternfeld i Elizabeth L. Wollman (ur.): *The Routledge Companion to the Contemporary Musical*. New York: Routledge.

Stocker, Bryony D. (2017). Historical fiction: Towards a definition. *Journal of Historical Fictons, 2* (1), 65–80. http://www.historicalfictionsjournal.org/pdf/JHF%202019-2.1.pdf#page=68 (6. kolovoza 2021.).

Stoll, Julia (2021a). Number of original scripted TV series in the United States from 2009 to 2019. *Statista*, 13. siječnja. https://www.statista.com/statistics/444870/scripted-primetime-tv-series-number-usa/ (28. travnja 2021.).

Stoll, Julia (2021b). Genre breakdown of the top 250 TV programs in the United States in 2017. *Statista*, 13. siječnja. https://www.statista.com/statistics/201565/most-popular-genres-in-us-primetime-tv/ (28. travnja 2021.).

Stoll, Julia (2023). Most popular TV series genres based on audience demand in the United States in 2022. *Statista*, 6. lipnja. https://www.statista.com/statistics/715161/most-in-demand-tv-genre-in-north-america/ (2. prosinca 2023.).

Storey, John (2001). The sixties in the nineties: pastiche or hyperconsciousness?, 236–250. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Strange, Jeffrey J. (2002). How fictional tales wagg real-world beliefs: Models and Mechanisms of narrarive influence, 263–286. U: Melanie C. Green, Jeffrey J. Strange i Timothy C. Brock (ur.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Straubhaar, Joseph D. (1984). The decline of American influence on Brazilian television. *Communication Research*, 11 (2), 221–240. https://doi.org/10.1177/009365084011002006

Straubhaar Joseph D. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1), 39–59. https://doi.org/10.1080/15295039109366779

Straubhaar Joseph D. (2007). *World Television: From Global to Local*. London: Sage.

Straubhaar Joseph D. (2010). Chindia in the context of emerging cultural and media powers. *Global Media and Communication*, 6 (3), 253–262. https://doi.org/10.1177/1742766510384962

Straubhaar, Joseph D.; Santillana, Melisa; de Marcedo Higgins Joyce, vanesa i Guilherme Duarte, Luiz (2021). *From Telenovelas to Netflix: Transnational, Transverse Television in Latin America* [e-knjiga]. Cham: Palgrave Macmillan.

Straubhaar, Joseph D.; Santillana, Melisa; de Marcedo Higgins Joyce, Vanesa i Guilherme Duarte, Luiz (2023). Distinction and cosmopolitanism: Latin American middle-class, elite audiences and their preferences for transnational television and film. *International Journal of Communication*, 17, 365–387. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17945/4002 (7. svibnja 2023.).

Strinati, Dominic (2000). *An Introduction to Studying Popular Culture*. New York: Routledge. https://archive.org/details/introductiontost0000stri

Studio (1970). Snima se serija 'Mejaši': jeste li vi naš, bumo reklo, pravi seljak – ili ste preobučeni. *Yugopapir*. http://www.yugopapir.com/2014/08/snima-se-serija-mejasi-jeste-vi-nas.html (21. srpnja 2021.).

Stuff, Thr (2011). How 'I Love Lucy' dominated ratings from its start. *The Hollywood Reporter*, 15. kolovoza. https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/how-i-love-lucy-dominated-222960/ (20. travnja 2021.).

Sutherland, Sharon i Swan, Sarah (2007). 'Tell me where the bomb is or I will kill your son': Situational morality on 24, 119–132. U: Steven Peacock (ur.): *Reading 24: TV Against the Clock*. London, New York: I. B. Tauris.

Susman, Gary (2013). Discomfort zone: 10 great cringe comedies. *Time*, 12. svibnja. https://entertainment.time.com/2013/05/13/discomfort-zone-10-great-cringe-comedies/ (10. ožujka 2021.).

Suvin, Darko (2010). *Metamorfoze znanstvene fantastike: O poetici i povijesti jednog književnog žanra*. Zagreb: Profil.

Suvin, Darko (2016). *Metamorphoses of Science Fiction: On the Poetics and History of a Literary Genre* [1. izd. 1979]. Oxford: Peter Lang.

Szostak, Sylwia (2012). Poland's return to Europe: Polish terrestrial broadcasters and TV fiction. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 1 (2), S. 79–93. https://doi.org/10.18146/2213-0969.2012.jethc021

Szostak, Sylwia (2014). The Polish TV fictionscape: From programme importation to domestic revival, 67–84. U: Laura Mee and Johnny Walker (ur.): *Cinema, Television and History: New Approaches*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Sydney-Smith, Susan (2002). Beyond Dixon od Dock Green: Early British Police Series. London: I. B. Tauris.

Šeper, Mirko (2019). Povijesni film. *Filmska enciklopedija*, *mrežno izdanje*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Pristupljeno http://filmska.lzmk.hr/Natuknica.aspx?ID=4172 (6. kolovoza 2021.).

Škreb, Zdenko (1976). *Studij književnosti*. Zagreb: Školska knjiga.

Špero, Tia (2020). Poljski Tolkien i njegov Vještac unijeli su slavenski duh u vrh svjetske fantastike. *Večernji list*, 10. studenog. https://www.vecernji.hr/kultura/poljski-tolkien-i-njegov-vjestac-unijeli-su-slavenski-duh-u-vrhove-svjetske-fantastike-1444965 (6. veljače 2022.).

Štenclová, Barbora (2014). Branding of Czech Television. Diplomski rad. Olomouc: Palacky University Olomouc, Philosophical Faculty. https://theses.cz/id/55j2hh/?lang=en (7. svibnja 2023.).

Takacs, Stacey (2020). The banality of militarism in the late 'war on terror' U: Vanessa Ossa, David Scheu i Lukas R.A. Wilde (ur.): *Threat Communication and the US Order after 9/11*. London: Routledge. https://ereader.perlego.com

Tal-Or, Nurit i Cohen, Jonathan (2015). Unpacking engagement: Convergence and divergence in transportation and identification, *Annals of the International Communication Association*, 40 (1), 33–66. http://dx.doi.org/10.1080/23808985.2015.11735255

Tan, Ed S. (1996). *Emotion and the Structure of Narrative Film: Film as an Emotion Machine*. Mahwah: Erlbaum.

Tan, See Kam (2011). Global Hollywood, narrative transparency, and Chinese media poachers: Narrating cross-cultural negotiations of Friends in South China. *Television & New Media*, 12 (3), 207–227. https://doi.org/10.1177/1527476410372094

Tamborini, Ron; David Bowman, Nicholas; Eden, Allison; Grizzard, Matthew i Organ, Ashley (2010). Defining media enjoyment as the satisfaction of intrinsic needs. *Journal of Communication,* 60 (4), 758–777. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01513.x

Tamborini, Ron; Weber, René; Eden, Allison; David Bowman, Nicholas i Grizzard Matthew (2010). Repeated exposure to daytime soap opera and shifts in moral judgment toward social convention. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 54 (4), 621–640. http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2010.519806

Tasker, Yvonne (1993). *Spectacular Bodies: Gender, Genre and the Action Cinema*. London: Routledge.

Tasker, Yvonne (2001). Kung Fu: re-orienting the television Western, 115–126. U: Bill Osgerby i Anna Gough-Yates (ur.): *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*. London: Routledge. https://archive.org/details/actiontvtoughguy0000unse

Tasker, Yvonne, ur. (2004a). *Action and Adventure Cinema*. London: Routledge.

Tasker, Yvonne (2004b). Introduction: Action and adventure cinema, 1–14. U: Yvonne Tasker (ur.): *Action and Adventure Cinema*. London: Routledge.

Tasker, Yvonne (2010). Action Television/Crime Television: Sensation and attraction. *Flow*, 29. listopada. http://www.flowjournal.org/2010/10/action-television-crime-television / (27. kolovoza 2021.).

Tasker, Yvonne (2015). *The Hollywood Action and Adventure Film*. Chichester: Wiley Blackwell.

Tasker, Yvonne (2016). Sensation/investigation: crime television and the action aesthetic. *New Review of Film and Television Studies*, 14 (3), 304–323. http://dx.doi.org/10.1080/17400309.2016.1187027

Tate, Julee (2014). Laughing all the way to tolerance? Mexican comedic telenovelas as vehicles for lessons against homophobia. *The Latin Americanist*, 58 (3), 51–65. https://doi.org/10.1111/tla.12036

Taves, Brian (1993). *The Romance of Adventure: The Genre of Historical Adventure Movies*. Jackson: University of Mississippi Press. https://archive.org/details/romanceofadventu00tave

Taylor, Ella (1989). *Prime-Time Families: Television Culture in Postwar America*. Berkeley: University of California Press.

Tellote, Jay P. (2008a). Introduction: The trajectory of science fiction television, 1–35. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Telote, Jay P., ur. (2008b). *The Essential Science Fiction Television Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Thomas, Lynn (1995). In love with Inspector Morse: Feminist subculture and Quality Television. *Feminist Review,* 5 (1), 1-25. https://doi.org/10.1057/fr.1995.30

Thompson, Mark (2006). BBC Creative Future, 10–17. U: Carol Sinclair (ur.): *Transforming Television: Strategies for Convergence*. Glasgow: The Research Centre. https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/10/art-transforming-television-tcr-2007.pdf (22. rujna 2023.).

Thorburn, David (1987). Television melodrama, 595–608 [izv. obj. 1976]. U: U: Horace Newcomb (ur.): *Television: The Critical View, Fourth Edition*. New York: Oxford University Press. http://web.mit.edu/21l.432/www/readings/Tv%20melodrama.pdf (14. svibnja 2021.).

Thorburn, David (2008). The Sopranos, 61–70. U: Gary R. Edgerton i Jeffrey P. Jones (ur.): *The Essential HBO Reader*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Thompson, Ethan (2007). Comedy Verité? The observational documentary meets the televisual sitcom. *The Velvet Light Trap,* 60, 63-72. https://doi.org/10.1353/vlt.2007.0027

Thompson, Robert J. (1983).'The Love Boat': High art on the high seas. *The Journal of American Culture*, 6 (3), 59–65. https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1983.0603_59.x

Thompson, Robert J. (1996). *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. New York: Continuum.

Thussu, Daya K. (2007a). Mapping global media flow and contra-flow, 10–29. U: Thussu Daya K. (ur.): *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*. London: Routledge.

Thussu, Daya K., ur. (2007b). *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*. London: Routledge.

Timberg, Bernard M. i Alba, Ernest (2011). The rhetoric of camera in television soap opera revisited: The case of General Hospital, 163-174. U: Sam Ford, Abigal de Kosnik i C. Lee Harington (ur.): T*he Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era*. Jackson: University Press of Missisipi.

Timmerman, John H. (1983). *Other Worlds: The Fantasy Genre*. Bowling Green: Bowling Green University Popular Press. https://archive.org/details/otherworldsfanta0000timm

Tkalac Verčić, Ana; Sinčić Ćorić, Dubravka i Pološki Vokić, Nina (2010). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. Zagreb: M. E. P.

Todorov, Tzvetan (1973). *The Fantastic: A Structural Approach to a Literary Genre* [Introduction à la littérature fantastique, 1970]. Cleveland: The Press of Case Western Reserve University.

Todorov, Tzvetan (1990). *Genres in Discourse* [Les genres du discours, 1978]. New York: Cambridge University Press. https://archive.org/details/genresindiscours0000todo

Todorov, Tzvetan (2000). The typology of detective fiction, 137–144 [izv. obj. 1966]. U: David Lodge i Nigel Wood (ur.): *Modern Criticism and Theory: A Reader, Second Edition*. Harlow: Longman.

Todorova, Maria (2009). *Imagining the Balkans* [1. izd. 1997]. Oxford: Oxford University Press.

Toft Hansen, Kim; Peacock, Steven i Turnbull, Sue, ur. (2018). *European Television Crime Drama and Beyond* [e-knjiga]. Cham: Palgrave Macmillan.

Toft Hansen, Kim i Waade, Anne Marit (2017). *Locating Nordic Noir: From Beck to The Bridge*. Cham: Palgrave Macmillan.

Tolkien, John Ronald Reul (2008). On Fairy-Stories, 27–84 [orig. obj. 1947.]. U: Verlyn Flieger i Douglas A. Anderson (ur.): *Tolkien On Fairy-Stories, Expanded Edition, with Commentary and Notes*. London: Harper Collins Publisher.

Tonković, Željka; Marcelić, Sven i Krolo, Krešimir (2022). Between engagement and disengagement in contemporary global culture: Types of cultural consumers among youth in Adriatic Croatia. *Cultural Trends,* 31 (5), 490–510. https://doi.org/10.1080/09548963.2021.2018912

Treacey, Mia E. M. (2016). *Reframing the Past: History, Film and Television*. Abingdon: Routledge. https://ereader.perlego.com/

Tretinjak, Igor (2011). 'Loza' - stiže domaća serija koja nije sapunica. *T-Portal*, 9. listopada. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/loza-stize-domaca-serija-koja-nije-sapunica-20111007 (10. prosinca 2021.).

Trinidad, Berto (2005). Situation comedy, 268. U: Roberta E. Pearson i Philip Simpson (ur.): *Critical Dictionary of Film and Television Theory*. London: Routledge.

Trinta, Aluzio R. (1998). News from home: A study of realism and melodrama in Brazilian telenovelas, 275 –286. U: Christine Geraghty i David Lusted (ur.): *Television Studies Book*. London: Arnold.

Tryon, Cuck (2012). 'Make any room your TV room': digital delivery and media mobility. *Screen,* 53 (3), 287–300. https://doi.org/10.1093/screen/hjs020

Tryon, Cuck (2013). *On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Tryon, Chuck i Dawson, Max (2014). Streaming U: College students and connected viewing. U: Jennifer Holt i K. Kevin Sanson (ur.): *Conected Viewing: Selling, Streaming, & Sharing Media in the Digital Era* [e-knjiga] New York: Routledge. https://ereader.perlego.com/

Tryon, Chuck (2016). *Political TV*. New York: Routledge.

T portal.hr (2011). Gruntovčani potukli tursku sapunicu. *T-Portal*, 2. veljače. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/gruntovcani-potukli-tursku-sapunicu-20110201 (22. srpnja 2021.).

Tucker, David C. (2010). *Lost Laughs of '50S and '60S Television: Thirty Sitcoms That Faded Off Screen*. Jefferson: McFarland.

Tudor, Andrew (2012). Genre, 3 –11 [izv. obj. 1973]. U: Barry Keith Grant (ur.): *Film Genre Reader IV*. [1. izd. 1986]. Austin: University of Texas Press.

Tufte, Thomas (2008). The telenovela, 71–73. U: Glen Creeber (ur.): *The Television Genre Book, 2nd Edition*. London: BFI i Palgrave Macmillan.

Tulloch, John (1990). *Television Drama: Agency, Audience and Myth*. London: Routledge.

Tulloch, John i Jenkins, Henry (1995). *Science Fiction Audiences: Watching Star Trek and Doctor Who*. London: Routlege.

Turković, Hrvoje (2000). Kad je film žanrovski – svjetotvorna teorija žanra. *Hrvatski filmski ljetopis*, 22 (6), 9–30.

Turković, Hrvoje (2004). Drama - da li je riječ o filmskom žanru. *Filmske sveske, časopis za teoriju i estetiku pokretnih slika*, 4, mrežno izdanje originalnog rukopisa. https://www.bib.irb.hr/239193 (29. lipnja 2021.).

Turković, Hrvoje (2008a). *Narav televizije.* Zagreb: Meandar.

Turković, Hrvoje (2008b). Omnibus. U: Bruno Kragić i Nikica Gilić (ur.): *Filmski leksikon* [mrežno izd.; tiskano izd. 2003.]. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1289 (7. listopada 2020.).

Turković, Hrvoje (2008c). Žanr. U: Bruno Kragić i Nikica Gilić (ur.): *Filmski leksikon* [mrežno izd.; tiskano izd. 2003.]. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. http://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2111 (22. listopada 2020.).

Turković, Hrvoje (2010). *Nacrt filmske genologije*. Zagreb: Matica hrvatska.

Turnbull, Sue (2014). *The TV Crime Drama*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Turner, John R. (1993). Interpersonal and psychological predictors of parasocial interaction with different television performers. *Communication Quarterly*, 41, 443–453. https://doi.org/10.1080/01463379309369904

Turow, Joseph (2010). *Playing Doctor: Television, Storytelling and Medical Power, New and Expanded Edition* [1. izd. 1989]. Ann Arbor: University of Michigan Press.

TV Series Finale (2022). Soap Opera Ratings for the 2021-22 TV Season (updated 6/30/2022). *TV Series Finale*, 30. lipnja. https://tvseriesfinale.com/tv-show/soap-opera-ratings-for-the-2021-22-tv-season/ (6. srpnja 2022).

TV Tropes (n.d.). Franchise: Law & Order. *TV Tropes*. https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Franchise/LawAndOrder (31. listopada 2021.).

Ugovor između Hrvatske radiotelevizije i Vlade Republike Hrvatske za razdoblje od 1. siječnja 2013. do 31. prosinca 2017 [Ugovor s Vladom] (2013). Zagreb: Hrvatska radiotelevizija i Ministarstvo kulture. https://digarhiv.gov.hr/webpac-hidra-sdrh2-pregled/?last_PAGER_offset=30&f=Collection&rm=results&v=pravila%20039527&show_full=1&path=hidra-sdrh%2352399 (20. lipnja 2023.).

UMTG i AGB Nielsen (2022). Analiza gledanosti. *UMTG*, 21. ožujka. https://hura.hr/vijesti/koliko-se-televizija-gleda-u-hrvatskoj-pogledajte-rezultate-za-2021-i-pocetak-2022/ (6. srpnja 2022).

Vahimagi, Tise (1998). *The Untouchables*. London: BFI. https://archive.org/details/untouchables0000vahi

Van den Akker, Robin; Gibbons, Alison i Vermeulen, Timotheus, ur. (2017). *Metamodernism: Historicity, Affect, and Depth After Postmodernism* [e-knjiga]. London: Rowman & Littlefield.

Van Tourhout, Benjamin (2017). The hybrid hero: a contagious counterexample. *Journal of Humanistic Psychology*, mrežno izdanje prije tiska. https://doi.org/10.1177/0022167817718424

Van Zoonen, Liesbet (2005) *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Van Zoonen Liesbet (2007) Audience reactions to Hollywood politics. *Media, Culture & Society,* 29 (4), 531–547. https://doi.org/10.1177/0163443707076188

Van Zoonen Liesbet i Wring, Dominic (2012). Trends in political television fiction in the UK: Themes, characters and narratives, 1965–2009. *Media, Culture & Society,* 34 (3) 263–279. https://doi.org/10.1177/0163443711433663

Variety (2001). Pasadena. *Variety*, 23. rujna. https://variety.com/2001/tv/features/pasadena-2-1200469823/ (2. studenog, 2020.).

Vejnović, Saša (2010). RTL epizodu plaća 1500 eura, a zaradi 227 puta više. *poslovni.hr*, 27. listopad. https://www.poslovni.hr/hrvatska/rtl-epizodu-placa-1500-eura-a-zaradi-227-puta-vise-161966 (16. ožujka 2021).

VEM (2022). Pravilnik o kriterijima određivanja i označavanja repriznih emisija. *Narodne novine*, NN 22/2022. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_02_22_275.html (17. lipnja 2022.).

Vermeulen, Timotheus i van den Akker, Robin (2010). Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture,* 2 (1) 1–14. http://dx.doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677

Vermeulen, Timotheus i van den Akker, Robin (2015). Utopia, sort of: A case study in metamodernism. *Studia Neophilologica,* 87 (sup1), 55–67. https://doi.org/10.1080/00393274.2014.981964

Vermeulen, Timotheus i Rustad, Gry C. (2013). Watching television with Jacques Rancière: US 'Quality Television', Mad Men and the 'late cut'. *Screen*, 54 (3), 341–354, https://doi.org/10.1093/screen/hjt020

Vesnić-Alujević, Lucia i Simeunović Bajić, Nataša (2013). Media consumption patterns: Watching TV in former Yugoslav states. *Mediální studia*, 2, 192–211. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=237049 (10. travnja 2021.).

Vest, Jason P. (2010). *The Wire, Deadwood, Homicide, and NYPD Blue: Violence is Power.* Santa Barbara: Praeger.

Villez, Barbara (2010). *Television and the Legal System* [Séries télé: visions de la justice, 2005]. New York: Routledge.

Wilmut, Roger (1980). *From Fringe to Flying Circus: Celebrating a Unique Generation of Comedy,1960-1980*. London: Methuen. https://archive.org/details/fromfringetoflyi0000roge

Wilmut, Roger (1985). *Kindly Leave the Stage! The Story of Variety, 1919-1960*. London: Methuen. https://archive.org/details/kindlyleavestage0000wilm

Vint, Sherryl (2008). Babylon 5: Our first, best hope for mature science fiction television, 247–265. U: J. P. Telote (ur.): *The Essential Science Fiction Television Reader.* Lexington: The University Press of Kentucky.

Vlada Republike Hrvatske (2014). Izvješće o poslovanju HRT-a za 2012. godinu - mišljenje Vlade. *Vlada RH*, 13. veljače. https://sabor.hr/sites/default/files/uploads/sabor/2018-12/m_IZVJESCE_POSLOVANJE_HRT_2012.pdf (4. svibnja 2022.).

Vlada Republike Hrvatske (2020). Nacionalni plan djelovanja za uporabu frekvencijskog pojasa 470-790 mhz. *Vlada RH*. https://mmpi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/PROMET/Promet%205_20/MMPI%20Nacionalni%20plan%20djelovanja%202020VRH%206-5_20.pdf (17. prosinca 2022.).

Vončina, Nikola (2011). *Hrvatske TV drame i serije (1956–1971)*. Zagreb: Matica hrvatska.

Vorderer, Peter (2003). Entertainment theory, 131–154. U: Jennings Bryant, David Roskos-Ewoldsen i Joanne Cantor (ur.): *Communication and Emotion: Essays in Honor of Dolf Zillmann*. Mahwah: Erlbaum.

Vorderer, Peter i Hartman, Tilo (2009). Entertainment and enjoyment as media effects, 532–550. U: Jennings Bryant i Mary Beth Oliver (ur.): *Media Effects: Advances in Theory and Research, Third Edition*. Routledge: New York.

Vorderer, Peter i Klimmt, Christoph, ur. (2021). *The Oxford Handbook of Entertainment Theory*. New York: Oxford University Press.

Vorderer, Peter; Klimmt, Christoph i Bryant, Jennings (2021). A brief analysis of the state of entertainment theory: Historical achievements, contemporary challenges, and future possibilities, 3–22. U: Peter Vorderer i Christoph Klimmt, (ur.): *The Oxford Handbook of Entertainment Theory*. New York: Oxford University Press.

Vorderer, Peter; Klimmt, Christoph i Ritterfeld, Ute (2004). Enjoyment: At the heart of media entertainment. *Communicaions Theory*, 14 (4), 388–408. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00321.x

Vorderer, Peter i Reinecke, Leonard (2015). From mood to meaning: The changing model of the user in entertainment research. *Communication Theory,* 25 (4), 447–453. https://doi.org/10.1111/comt.12082

Vorderer, Peter; Steen, Francis F. i Chan, Elaine (2011). Motivation. U: Jennings Bryant i Peter Vorderer (ur.): *Psychology of Entertainment* [e-knjiga, orig. obj. 2006]. New York: Routledge.

Vučetić, Radina (2018). *Coca-Cola Socialism: Americanization of Yugoslav Culture in Sixties*. Budimpešta–New York: CEU Press.

Vujnović, Marina (2008). The political economy of Croatian television: Exploring the impact of Latin American telenovelas. *Communications,* 33 (4), 431–454. https://doi.org/10.1515/COMM.2008.027

Vuković, Siniša (2021). Lani u prosincu navršilo se 40 godina od emitiranja 'Velog mista'. Da se opet snima, tko bi bio Meštar, Duje, Strikan, Netjak i Kate? Razumili smo se. *Slobodna dalmacija*, 22. siječnja. https://slobodnadalmacija.hr/kultura/film-tv/lani-u-prosincu-navrsilo-se-40-godina-od-emitiranja-velog-mista-da-se-opet-snima-tko-bi-bio-mestar-duje-strikan-netjak-i-kate-razumili-smo-se-1072659 (21. srpnja 2021.).

Zajović Milena (2014). Dramski program iscrpile sapunice, nema nade za nove Gruntovčane. *Večernji list*, 15. veljače. https://www.vecernji.hr/premium/nakon-sto-je-dramski-

program-iscrpljen-u-sapunskoj-groznici-nema-nade-za-nove-gruntovcane-920795 (7. ožujka 2021.).

Zap2it (2005) 'Rescue Me' finale generates ratings heat. *Zap2it*, 15. rujna. https://web.archive.org/web/20071012182336/http://tv.zap2it.com/tveditorial/tve_main/1,1002,271%7C97525%7C1%7C,00.html (27. listopada 2021.).

Zelenika, Ratko (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela* [1. izd. 1988]. Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci.

Zgrabljić, Nada (2003). Hrvatska medijska politika i javni mediji. *Medijska istraživanja*, 9 (1), 59–75. https://hrcak.srce.hr/23325

Zhu, Yin; Keane Michael i Bai, Ruoyun (2008). *TV Drama in China*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Zillmann, Dolf (1979). *Hostility and Aggression*. Hillsdale: Erlbaum. https://archive.org/details/hostilityaggress0000zill

Zillmann, Dolf (1988). Mood management trough communication choices. *American Bihavioral Scientist,* 31 (3), 327–340. https://doi.org/10.1177/000276488031003005

Zillman, Dolf (2000). The coming of media entertainment, 1–20. U: Dolf Zillmann i Peter Vorderer (ur.): *Media entertainment: The Psychology of its Appeal*. Mahwah: Lawrence Erlbaum. https://archive.org/details/mediaentertainme0000unse

Zillmann, Dolf (2009). The psychology of suspense in dramatic exposition, 372-435. U: Peter Vorderer, Hans J. Wulff i Mike Friedrichsen (ur.): *Suspense: Conceptualizations, Theoretical Analyses and Empirical Explorations* [orig. obj.1996]. New York: Routledge.

Zillmann, Dolf (2011). Dramaturgy for emotions from fictional narration, 215–238. U: Jennings Bryant i Peter Vorderer (ur.): *Psychology of Entertainment* [orig. obj. 2006]. New York: Routledge.

Zillmann, Dolf i Bryant, Jennings (1994). Entertainment as media effect, 437–461. U: Jennings Bryant i Dolf Zillmann (ur.): *Media effects: Advances in theory and research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.

Zillmann, Dolf i Cantor, Joanne (1977). Affective responses to the emotions of a protagonist. *Journal of Experimental Social Psychology,* 13 (2), 155–165. https://doi.org/10.1016/S0022-1031(77)80008-5

Zillman, Dolf i Voderer, Peter, ur. (2000). *Media Entertainment: The Psychology of its Appeal*. Mahwah: Lawrence Erlbaum. https://archive.org/details/mediaentertainme0000unse

Zillmann, Dolf; Weaver, James B.; Mundorf, Norbert i Aust, Charles A. (1986). Effects of an opposite-gender companion's affect to horror on distress, delight, and attraction. *Journal*

of Personality and Social Psychology, 51 (3), 586-594. https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.3.586

Zvijer, Nemanja (2017). Partizanski versus 'post partizanski' film: ratni film i društveni kontekst. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umjetnosti*, 32, 195–209. https://www.academia.edu/36058602/Partizanski_versus_postpartizanski_film_ratni_film_i_dru%C5%A1tveni_kontekst_ (5. kolovoza 2021.).

Quellette, Laurie (2016). *Lifestyle TV*. New York: Routledge.

Quellette, Laurie i Lewis, Justin (2000). Moving beyond the 'vast wasteland': Cultural policy and television in the United States. *Television & New Media,* 1 (1), 95–115. https://doi.org/10.1177/152747640000100106

Wagner, María Celeste i Kraidy, Marwan M. (2023). Watching Turkish television dramas in Argentina: Entangled proximities and resigned agency in global media flows. *Journal of Communication*, 73 (4), 304–315. https://doi.org/10.1093/joc/jqad001

Wales, Katie (2011). *A Dictionary of Stylistics* [orig. izd. 1989]. London: Longman.

Walters, James (2011). *Fantasy Film: A Critical Introduction*. Oxford: Berg.

Warren, S. M. (2016.). Binge-watching rate as a predictor of viewer transportation mechanisms. Diplomski rad. *Dissertations – ALL* (dokument 622). http://surface.syr.edu/etd/622

Webster, James G. (1986). Audience behavior in the new media environment. *Journal of Communication*, 36 (3), 77–91. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1986.tb01439.x

Webster, James G.; Pahalen, Patricia F. i Lichty, Lawrence W. (2006). *Rating Analysis: The Theory and Practice of Audience Research, Third Edition*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Wee, Valerie (2016) Spreading the Glee: Targeting a youth audience in the multimedia, digital age. *The Information Society,* 32 (5), 306–317. http://dx.doi.org/10.1080/01972243.2016.1212615

Welsh, James M. (2000). Action films: The serious, the ironic, the postmodern, 161–176. U: Wheeler W. Dixon (ur.): *Film genre 2000: New Critical Essays*. Albany: State University of New York Press. https://archive.org/details/filmgenre2000new00dixo

Wheatley, Helen (2005). Rooms within rooms: Upstairs Downstairs and the studio costume drama of the 1970s, 143–158. U: Catherine Johnson i Rob Turnock (ur.): *ITV cultures: Independent Television Over Fifty Years. Maidenhead: Open University Press*.

Wheatley, Helen (2006). Gothic Television. Manchester: Manchester University Press.

Whetmore, Edward Jay i Kielwasser, Alfred P. (1983). The soap opera audience speaks: A preliminary report. *Journal of American Culture*, 6, 110–116. https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1983.0603_110.x

Wilcocx, Rhonda V. (2005). *Why Buffy Matters: The Art of Buffy the Vampire Slayer*. London: I. B. Tauris.

Williams, Eric R. (2017). *The Screenwriters Taxonomy: A Roadmap to Collaborative Storytelling*. New York: Routledge.

Williams, Linda (1991). Film bodies: Gender, genre, and excess. *Film Quarterly,* 44 (4), 2–13. https://doi.org/10.2307/1212758

Williams, Linda (2012). Mega-melodrama! Vertical and horizontal suspensions of the 'classical'. *Modern Drama*, 55 (4): 523–543. https://doi.org/10.3138/md.2012-S83

Williams, Linda (2014). *On the Wire*. Durham: Duke University Press.

Williams, Linda (2018). World and time: serial television melodrama in America, 169–184. U: Linda Williams i Christine Gledhill (ur.): *Melodrama Unbound: Across History, Media, and National Cultures*. New York: Columbia University Press.

Williams, Raymond (1965). *The Long Revolution*. Harmondsworth: Penguin.

Williams, Raymond (2004). *Television – Technology and Cultural Form* [orig. izd. 1973]. London: Routledge.

Williams, Raymond (1981). *Politics and Letters: Interviews with New Left Review* [orig. izd. 1979]. London: Verso Editions. https://archive.org/details/politicslettersi0000will

Williamson, Milly (2010). Buffy the vampire Slayer, 60–67. U: David Lavery (ur.): *The Essential Cult TV Reader. Lexington*: The University Press of Kentucky.

Winckler, Reto i Huertas-Martín, Víctor (2021a). Introduction: Considering television series as literature, 1–16 . U: Winckler, Reto i Huertas-Martín, Victor (ur.): *Television Series as Literature*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Winckler, Reto i Huertas-Martín, Víctor, ur. (2021b). *Television Series as Literature*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Winnicott, Donald W. (1965). *The Maturational Processes and the Facilitating Environment: Studies in the Theory of Emotional Development.* London: The Hogarth Press.

Wisconsin Department of Health Services (n.d.). Behavioral risk factor survey relative standard error. https://www.dhs.wisconsin.gov/wish/brfs/rse.htm (15. studenog 2022.).

Wodak, Ruth (2010). The glocalization of politics in television: Fiction or reality?. *European Journal of Cultural Studies,* 13 (1), 43–62. https://doi.org/10.1177/1367549409352553

Woods, Faye (2019). Too close for comfort: direct address and the affective pull of the confessional comic woman in Chewing Gum and Fleabag. *Communication, Culture and Critique,* 12 (2), 194-212. https://doi.org/10.1093/ccc/tcz014

Worland, Rick (1996). Sign-posts up ahead: The Twilight Zone, The Outer Limits, and TV political fantasy 1959 –1965. *Science Fiction Studies,* 23 (1), 103–122. https://www.jstor.org/stable/4240480

Worland, Rick (1998). The other living-room war: Prime time combat series, 1962-1975. *Journal of Film and Video,* 50 (3), 3-23. https://www.jstor.org/stable/20688185

Wolff, Michael (2015). *Television Is the New Television: The Unexpected Triumph of Old Media in the digital Age*. New York: Portofolio/Penguin.

Xiaying, Richard Xu (2020). Understanding the international popularity of Li Ziqi: narrative transparency, respect, and soft power. Međunarodna znanstvena konferencija IAMCR, Tampere. https://iamcr.org/node/13934 (7. siječnja 2021.).

Xueping, Zhong (2010). *Mainstream Culture Refocused: Television Drama, Society, and the Production of Meaning in Reform-Era China*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Yanardağoğlu Eylem i Karam Imad N. (2013). The fever that hit Arab satellite television: Audience perceptions of Turkish TV series. *Identities*, 20 (5), 561–579. https://doi.org/10.1080/1070289X.2013.823089

Yeates, Helen (2001). Ageing masculinity in NYPD Blue: A spectacle of incontinence, impotence, and mortality. *Canadian Review of American Studies/Revue canadienne d'études américaines,* 31 (2), 47–56. https://doi.org/10.3138/CRAS-s031-02-04

Yesil Bilge (2015). Transnationalization of turkish dramas: Exploring the convergence of local and global market imperatives. *Global Media and Communication,* 11 (1), 43–60. https://doi.org/10.1177/1742766515573274

Yokley, Richard i Sutherland, Roxane (2008). *Emergency! Behind the Scenes*. Boston: Jones & Bartlett Publishers.

Young, Helen, ur. (2015). *Fantasy and Science-Fiction Medievalisms: From Isaac Asimov to A Game of Thrones*. Amherst: Cambria Press.

Young, Helen (2016). *Race and Popular Fantasy Literature: Habits of Whiteness*. New York: Routledge.

Young, Skip D. (2012). *Psychology at the Movies*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Televizijska djela

Adam Adamant Lives! (1966-1967). BBC, UK.

A Ghost Story for Christmas (1971-1978). BBC, UK.

Arrested Development (2003–2006). Fox, SAD.

Avanture Robina Hooda [Adventures of Robin Hood] (1955-1959). ITV, UK.

Babylon 5 (1993-1997, 1998). Prime Time Entertainment Network, TNT, SAD.

Bad News Tour (1983). Channel 4, UK.

Bibin svijet (2006-2011). RTL, Hrvatska.

Bitange i princeze (2005-2010). HRT, Hrvatska.

Bonanza (1959-1973). NBC, SAD.

Borgen (2010-2013). DR, Danska.

Bračne vode (2008-2009). Nova TV, Hrvatska.

Brak na prvu (2020-). RTL, Hrvatska.

Brooklyn 99 (2013-2018, 2019-2021). Fox/NBC, SAD.

Buffy ubojica vampira [Buffy and the Vampire Slayer] (1997-2003). The WB Television Network, UPN, SAD.

Cagney & Lacey (1982-1988). CBS, SAD.

Cardiac Arrest (1994-1996). BBC, UK.

Cathy Come Home (1966). BBC, UK.

Cheias de Charme [The Sparking Girls] (2012). Rede Globo, Brazil.

Chicago Hope (1994-2000) CBS, SAD.

Chicago u plamenu [Chicago Fire] (2012-). NBC, SAD.

Combat! (1962-1967). ABC, SAD.

Crazy Ex-Girlfriend (2015–2019). The CW Television Network, SAD.

Crno-bijeli svijet (2015-2021). HRT, Hrvatska.

CSI Miami (2002-2012). CBS, SAD.

CSI New York (2004-2013). CBS, SAD

Čarlijevi anđeli [Charlie's Angels] (1976-1981). ABC, SAD.

Čarolija [Incantesimo] (1998-2008). RAI, Italija.

Čista ljubav (2017-2018). Nova TV, Hrvatska.

Da Ali G Show (2000, 2003-2004). Channel 4, HBO, UK, SAD.

Dallas (1978-1991). CBS, SAD.

Da, ministre [Yes Minister] (1980). BBC, UK.

Dan poslije ([The Day After] (1983). ABC, SAD.

Dangerfield (1995–1999). BBC, UK.

Danger Man (1960-1968). ITV, UK.

Dark Shadows (1966-1971). ABC, SAD.

Deadwood (2004-2006). HBO, SAD.

Department S (1969). ITV, UK.

Dexter (2006-2013). CBS, SAD.

Dinastija [Dynasty] (1981-1989). ABC, SAD.

Dnevnik velikog Perice (2021-). HRT, Hrvatska.

Dobra žena [Good Wife] (2009-2016). CBS, SAD.

Doctor Foster (2015-2017). BBC, UK.

Domovina [Homeland] (2011-2020). Showtime, SAD.

Dosje X [X-Files] (1993-2002) Fox, SAD.

Dr. House [House] (2004-2012). Fox, SAD.

Dr. Kildare (1961-1966). NBC, SAD.

Državna tajnica [Madam Secretary] (2014-2019). CBS, SAD.

Duga mračna noć (2004). HRT, Hrvatska.

Dugo toplo ljeto [The Long, Hot Summer] (1965-1966). ABC, SAD.

Dva i pol muškarca [Two and a Half Men] (2003-2015). CBS, SAD.

Dva metra pod zemljom [Six Feet Under] (2001-2005). HBO, SAD.

Ed (2000-2004). NBC, SAD.

Ekipa za očevid/CSI Las Vegas [CSI: Crime Scene Investigation/CSI Las Vegas] (2000-2015). CBS, SAD.

Emergency! (1972-1977). NBC, SAD.

Emergency-Ward 10 (1957-1967). BBC, UK.

Empire (2015-2020). Fox, SAD.

Farma (2008-2020). Nova TV, Hrvatska.

Fauda (2015-). Yes Oh, Izrael.

Fazilet i njene kćeri [Fazilet Hanim ve Kizlari] (2017-2018). Star TV, Turska.

Feel Good (2020-2021). Channel 4, UK.

Fleabag (2016-2019). BBC, UK.

Flight of the Conchords (2007-2009). HBO, SAD.

Forgotten Silver (1995). Television New Zealand, Novi Zeland.

Fortunes of War (1987). BBC, UK.

Four Weddings and a Funeral (2019). Hulu, SAD.
Galavant (2015-2016). ABC, SAD.
Generation Kill (2008). HBO, SAD.
Glee (2009-2015). Fox, SAD.
Gilmoreice [Gilmore Grils] (2000-2007). Worner Bross Television, SAD
Golden Girls (1985-1992). NBC, SAD.
Goliath (2016-2021). Amazon Prime Video, SAD.
Gormenghast (2000). BBC, PBS, UK, SAD.
Grlom u jagode (1975). RTS, Srbija.
Gruntovčani (1975). HRT, Hrvatska.
Gunsmoke (1955-1975). CBS, SAD.
Heroes (2006-2010). NBC, SAD.
Heroji iz strasti [Third Watch] (1999-2005). NBC, SAD.
High Fidelity (2020). Hulu, SAD.
Highlander: The Series (1992-1998). Sindikacija, SAD.
Hitna služba [ER] (1994-2009). NBC, SAD.
House of Dragon (2022-). HBO, SAD.
Hrvatska traži zvijezdu (2009-2011). RTL, Hrvatska.
Igra prijestolja [Game of Thrones] (2011-2019). HBO, SAD.
Insecure (2016-2021). HBO, SAD.
Inspektor Morse [Inspector Morse] (1987-2000). ITV, UK.
Inspektor Rex [Kommissar Rex] (1994-2004). ORF, Austrija.
Instruktor (2010). RTL, Hrvatska.
Jason King (1971). ITV, UK.
Jedaneesti sat [Eleventh Hour] (2008-2009). CBS, SAD.
Jedini preživjeli [Designated Survivor] (2016-2019). ABC, Netflix, SAD.
Kad susjedi polude (2018). Nova TV, Hrvatska.
Kafić uzdravlje [Cheers] (1982-1993). NBC, SAD.
Kako sam upoznao vašu majku [How I Met Your Mother] (2005-2014). CBS, SAD.
Kazalište u kući (2006-2007). HRT, Hrvatska.
Knight Rider (1982-1986). NBC, SAD.
Konjanik (2004). HRT, Hrvatska.
Knjaz kod vatrenih (2022). HRT, Hrvatska. Epizoda Borna Sosa dostupna na: Knjaz TV https://www.youtube.com/watch?v=7TW3_1VIG0A (2. lipnja 2023.).

Korijeni [Roots] (1977). ABC, SAD.

Kosti [Bones] (2005-2017). Fox, SAD.

Kuća od karata [House of Cards] (2013-2019). Netflix, SAD.

Kuda idu divlje svinje (1971). HRT, Hrvatska.

La Casa de Papel/Money Heist (2017-2021). Antena 3, Netflix, Španjolska, SAD.

Larin izbor (2011-2013). Nova TV, Hrvatska.

Legend of Earthsea (2004). Sci-Fi Chanell, SAD

Leteći cirkus Montyja Pytona [Monty Pyton's Flyng Circus] (1969-1974). BBC, UK.

Libertas (2007). HRT, Hrvatska.

Lois and Clark: The New Adventures of Superman (1993-1997). ABC, SAD.

Look Around You (2002-2005). BBC, UK.

Love Boat: The Next Wave (1998- 1999). UPN Network, SAD.

Love Life (2020-). HBO, SAD.

Loza (2011-2012). HRT, Hrvatska.

Lud, zbunjen, normalan (2007–2013, 2015–2016, 2019–2021). Federalna TV, Face TV, Nova BH, BiH.

Luda kuća (2005-2010). HRT, Hrvatska.

Ljubav je na selu (2008-). RTL, Hrvatska.

Malcolm u sredini [Malcolm in the Middle] (2000-2006). Fox, SAD.

Master of the Air (2021). Apple TV+, HBO, SAD.

Medic (1954-1955). NBC, SAD.

Mejaši (1970). HRT, Hrvatska.

Mentalist [The Mentalist] (2008-2015). CBS, SAD.

Milijarde [Billions] (2016-2023). Showtime, SAD.

Mindhunter (2017-2019). Netflix, SAD.

Modern Love (2019-2021). Amazon Prime Video, SAD.

Moderna obitelj [Modern Family] (2009-2020). ABC, SAD.

Montecristo (2006). Telefe, Argentina.

Montevideo (2012-2014). RTS, Srbija.

Mr. Bean (1990-1995). ITV, UK.

Mućke [Only Fools and Horses] (1981-2003). BBC, UK.

Muppet Show (1976-1981). ITV, UK.

Nashville (2012-2016, 2017-2018). ABC, CMT, SAD.

Najbolje godine (2009-2011). Nova TV, Hrvatska.

Na putu prema dolje [Breaking Bad] (2008-2013). AMC, SAD.

Naša mala klinika (2004-2007) Nova TV, Hrvatska.

Naše malo misto (1970). HRT, Hrvatska.

Navy CIS [NCIS] (2003-). CBS, SAD.

Nedodirljivi [Untouchables] (1959-1963). ABC, SAD.

Nemoguća misija [Mission: Impossible] (1966-1973, 1988-1990) ABC, CBS, SAD.

Nestali (2020). HRT, Hrvatska.

Network, The CW Television Network, SAD.

Newyorški plavci [NYPD Blue] (1993-2005). ABC, SAD.

Night Gallery (1970-1973). NBC, SAD.

Novine (2016-2020). HRT, Hrvatska.

Obavještajci [Spooks] (2002-2011). BBC, UK.

Obitelj Simpson [Simpsons] (1989-). FOX, SAD.

Obitelj Soprano [Sopranos] (1999-2007). HBO, SAD.

Očajne kućanice [Desperate Housewives] (2004-2012). ABC, SAD.

Odmori se, zaslužio si (2006-2014). HRT, Hrvatska.

Opatija Abbey [Downton Abbey] (2010-2015). ITV, UK.

Operation Good Guys (1997-2000). BBC, UK.

Otac Brown [Father Brown] (2013-). BBC, UK.

Oteti [Taken] (2002). Sci-Fi Chanenel, SAD.

Otmica [Solo per amore] (2015-2017). Canale 5, Italija.

Otok smrti [Harper's Island] (2009). CBS, SAD.

Otpisani (1975). RTS, Srbija.

Our Boys (2019). HBO, SAD.

Outer Range (2022-). Amazon Prime Video, SAD.

Pacific (2010). HBO.

Parada (2013). RTL, Hrvatska.

Pasadena (2001). FOX, SAD.

Peaky Blinders (2013-). BBC, UK.

Periferija city (2009-2010). Nova TV, Hrvatska.

Perry Mason (1957-1966). CBS, SAD.

Počivali u miru (2013-2018). HRT, Hrvatska.

Podmornica [Das Boot] (2018-). Sky One, UK.

Područje bez signala (2022). HRT, Hrvatska.

Poirot (1989-2013). ITV, UK.

Police Story (1973-1978). NBC, SAD.

Ponos i predrasude [Pride and Prejudice] (1995). BBC, UK.

Posh Nosh (2003). BBC, UK.

Pozorište u kući (1972-1975, 1980, 1984). RTS, Srbija.

Pravi detektiv [True Detective] (2014-). HBO, SAD.

Pravi Sherlock Holmes [Murder Rooms: Mysteries of the Real Sherlock Holmes] (2000-2001). BBC, UK.

Prijatelji [Friends] (1994-2004). NBC, SAD.

Privatna praksa [Private Practice] (2007-2013). ABC, SAD.

Prosjaci i sinovi (1984). HRT. Hrvatska.

Pushing Daisies (2007-2009). ABC, SAD.

Randall and Hopkirk: Deceased (1969). ITV, UK.

Rescue: Special Ops (2009-2011). Nine Network, Australija.

Rescue 8 (1958-1960). Sindikacija, SAD.

Rowan and Martin's Laugh-In (1968-1973). NBC, SAD.

Ruža vjetrova (2011-2013). RTL, Hrvatska.

Saga o Forsyteima [The Forsyte Saga] (1967). BBC, UK.

Saturday Night Live (1975–). NBC, SAD.

Sea Hunt (1958-1961). Sindikacija, SAD.

SEAL Team (2017-2021, 2021-). CBS, Paramount+, SAD.

Seks i grad [Sex and the City] (1998-2004). HBO, SAD.

Sin [The Son] (2017-2019). AMC, SAD.

Slučajni partneri [Moonlighting] (1985-1989). ABC, SAD.

Sluškinjina priča [The Handmaid's Tale] (2017-). Hulu, SAD.

Smallville (2001-2011). The CW Television Network, SAD.

Smash (2012-2013). NBC, SAD.

South Park (1997-). Comedy Central, SAD.

Stipe u gostima (2008-2014). HRT, Hrvatska.

Svi vole Raymonda [Everybody Loves Raymond] (1996-2005). CBS, SAD.

Sweet Magnolias (2020-). Netflix, SAD.

Škorpion [Scorpion] (2014-2018). CBS, SAD.

Tanka plava linija [The Thin Blue Line] (1995-1996). BBC, UK.

Tarzan (1966-1968). NBC, SAD.

The Adams Family (1964-1966). ABC, SAD.
The Avengers (1961-1969). ITV, UK.
The Baker and the Beauty (2020). ABC, SAD.
The Champions (1968). ITV, UK.
The Day Today (1994). BBC, UK.
The Expert (1968-1976). BBC, UK.
The Greatest American Hero (1981-1983). ABC, SAD.
The Letter for the King (2020). Netflix, SAD.
The Magicians (2015-2020). Sci-Fi Channel, SAD.
The Mindy Project (2012-2015, 2015-2017) Fox, Hulu, SAD.
The Love Boat (1977-1986). ABC, SAD.
The Office (2001-2003). BBC, UK.
The People's Choice (1955–1958). NBC, SAD.
The Persuaders! (1971-1972). ITV, UK.
The Saint (1962-1969). ITV, UK.
The Shannara Chronicles (2016-2017). MTV, Spike, SAD
The Singing Detective (1986). BBC, UK.
The Six Million Dolar Man (1974-1978). Universal TV, SAD.
The Voice Hrvatska (2015-). HRT, Hrvatska.
Thirtysomething (1987-1991). ABC, SAD.
Thorndyke (1964). BBC, UK.
Teorija velikog praska [The Big Bang Theory] (2007-2019). CBS, SAD.
Tragovi zločina [Unforgettable] (2011-2016). CBS, SAD.
Tvoje lice zvuči poznato (2014-2021). Nova TV, Hrvatska.
Twin Peaks (1990-1991). ABC, SAD.
Ubojstva u Midsomeru [Midsomer Murders]. (1997-). ITV, UK.
Ubojstvo [eng.: The Killing; orig.: Forbrydelsen] (2007-2012). DR, Danska.
Unsere Mütter, unsere Väter [u međunarodnoj distribuciji: Generation War] (2013). ZDF, Njemačka.
Uvod u anatomiju [Grey's Anatomy] (2005-). ABC, SAD.
V (1984–1985). NBC, SAD.
Vašar taštine [Vanity Fair] (1967). BBC, UK.
Vatre ivanjske (2014-2015). RTL, Hrvatska.
Vatreni dečki [Rescue Me] (2004-2011). FX, SAD.

Večera za pet (2007-). RTL, Hrvatska.

Veliki i mali (1970-1971). HRT, Hrvatska.

Velo misto (1980), HRT, Hrvatska.

Villa Maria. (2004-2005). HRT, Hrvatska

Vjerujem u anđele (2010-2011). HRT, Hrvatska.

Vještac [The Witcher] (2019-). Netflix, SAD.

Vendetta [Un amore e una vendetta] (2011). Canale 5, Italija.

Vote, Vote, Vote for Nigel Barton (1965). BBC, UK.

Zaboravljeni slučaj [Cold Case] (2003-2010). CBS, SAD.

Zakon braće [Prison Break] (2005-). Fox, SAD.

Zakon i red [Law & Order] (1990-2010). NBC, SAD.

Zapadno krilo [West Wing] (1999-2006). NBC, SAD.

Združena braća [Band of Brothers] (2001). HBO, SAD.

Zlatni dvori (2016-2017). Nova TV, Hrvatska.

Zlatni vrč (2004). HRT, Hrvatska.

Zoey's Extraordinary Playlist (2020-). NBC, SAD.

Zona sumraka [The Twilight Zone] (1959-64). CBS, SAD.

Zora dubrovačka (2013-2014). Nova TV, Hrvatska.

Zvjezdana vrata SG-1 [Stargate SG-1] (1997-2000, 2000-2007) Showtime, Sci-Fi Channel, SAD.

Zvjezdane staze: Originalna serija [Star Trek: The Original Series] (1966-1969). NBC, SAD.

Zvjezdice (2015-2018). RTL, Hrvatska.

Žene s Dedinja (2011-2015). Prva srpska televizija, Srbija.

Žica [The Wire] (2002-2008). HBO, SAD.

Život na sjeveru [Northern Exposure] (1990-1995). CBS, SAD.

Život na vagi (2017-). RTL, Hrvatska.

Walker, teksaški rendžer [Walker, Texas Ranger] (1993-2001). CBS, SAD

Xena, princeza ratnica [Xena: Warrior Princess] (1995- 2001). Universal (za sindikaciju), SAD.

Yellowstone (2018-). Paramount Network, SAD.

Yes Prime Minister (1986-1988). BBC, UK.

You're the Worst (2014, 2015-2019). FX, FXX, SAD.

Younger (2015-2020, 2021). TV Land, Paramount i Hulu, SAD.

1001 noć / Sulejman veličanstveni [Binbir Gece] (2006-2009). Kanal D, Turska.

19. postaja [Station 19] (2018-). ABC, SAD.

24 (2001-2014). Fox, SAD.

911 [9-1-1] (2018-). Fox, SAD.

9-1-1: Lone Star (2020-). Fox, SAD.

Popis tablica

Tablica 1. Kategorije serija s obzirom na zemlju proizvodnje 89

Tablica 2. Demografski sastav uzroka (N = 1185) 93

Tablica 3. Rezultati faktorske analize ljestvice bliskosti turske kulture i privlačnosti Turske s oblimin rotacijom 95

Tablica 4. Rezultati faktorske analize ljestvice Kulturnog angažmana 96

Tablica 5. Rezultati analize glavnih komponenti ljestvice Žanrovskog kulturnog stila 97

Tablica 6. Rezultati faktorske analize ljestvice motiva gledanja turskih telenovela s oblimin rotacijom 99

Tablica 7. Ljestvica Top 10: prisutnost naslova sa Zapada od 2013. do 2018. godine 101

Tablica 8. Ljestvica Top 10: prisutnost naslova iz SAD-a od 2013. do 2018. godine 102

Tablica 9. Ljestvica Top 10: prisutnost europskih naslova od 2013. do 2018. godine 102

Tablica 10. Ljestvica Top 10: prisutnost turskih naslova od 2013. do 2018. godine 102

Tablica 11. Ljestvica Top 10: prisutnost bosanskohercegovačkih naslova od 2013. do 2018. godine 103

Tablica 12. Ljestvica Top 10: prisutnost hrvatskih naslova od 2013. do 2018. godine 103

Tablica 13. Ljestvica Top 11-20: zemlje proizvodnje naslova od 2013. do 2018. godine 105

Tablica 14. Ljestvica Top 10: broj naslova prema žanrovskim kategorijama i zemlji proizvodnje od 2003. do 2018. godine 108

Tablica 15. Ljestvica Top 10: gledanosti naslova (AMR %) prema žanrovskim kategorijama i zemlji proizvodnje od 2003. do 2018. godine 110

Tablica 16. Ljestvica Top 11-20: broj naslova i pripadna zemlja proizvodnje, prema žanrovskim kategorijama i žanrovima, od 2003. do 2018. godine 111

Tablica 17. Ljestvica Top 10: postignuti rejtinzi naslova (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) u periodu od 2003. do 2018. godine u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS 113

Tablica 18. Ljestvica Top 11-20: postignuti rejtinzi naslova (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) u periodu od 2003. do 2018. godine u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS 114

Tablica 19. Vrijednosti ljestvica Top 10, Top 10 OŠ i bez, Top 10 SSS te Top 10 VŠS i VSS vezano za rejtinge, broj emitiranja po sezoni, broj hrvatskih naslova, broj zapadnih naslova i broj nezapadnih naslova od 2003. do 2018. godine 114

Tablica 20. Vrijednosti ljestvica Top 11-20, Top 11-20 OŠ i bez, Top 11-20 SSS te Top 11-20 VŠS i VSS vezano za rejtinge, broj emitiranja po sezoni, broj hrvatskih naslova, broj zapadnih naslova i broj nezapadnih naslova od 2003. do 2018. godine 119

Tablica 21. Ljestvica Top 20 podijeljena na uže ljestvice Top 10 i Top 11-20: postignuti prosječni rejtinzi (AMR %) naslova u periodu od 2003. do 2018. godine kod publike podijeljene prema spolu, dobi i veličini mjesta prebivališta 123

Tablica 22. Žanrovska matrica serija popularnih na zemaljskoj televiziji u Hrvatskoj od 2003. do 2018. godine 128

Tablica 23. Ljestvica Top 10: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) kriminalističkih serija od 2003. do 2018. godine u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u uzorcima demografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka 138

Tablica 24. Ljestvica Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) bolničke drame od 2003. do 2018. godine u uzorcima sociodemografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka 141

Tablica 25. Ljestvica Top 20 podijeljena na ljestvice Top 10 i Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) akcijsko-avanturističkih serija od 2003. do 2018. godine u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka 152

Tablica 26. Ljestvica Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) povijesnih serija od 2003. do 2018. godine u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka 156

Tablica 27. Ljestvica Top 20 podijeljena na ljestvice Top 10 i Top 11-20: ostvareni rejtinzi po naslovu (AMR %) *soap* drame od 2003. do 2018. godine u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka 177

Tablica 28. Ljestvica Top 10: ostvareni rejtinzi naslova situacijskih komedija (AMR %) u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu, u uzorku Total, u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS te u sociodemografskim uzorcima s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka 197

Tablica 29. Rejtinzi komedija-drama sredine prema naslovu i sezoni emitiranja u razdoblju od 2003. do 2018. godine na ljestvici Top 20 podijeljenoj na ljestvice Top 10 i Top 11-20, u uzorcima Total, OŠ i bez, SSS i VŠS i VSS 206

Tablica 30. Ljestvica Top 10: ostvareni prosječni rejtinzi (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) telenovele u istraživanim obrazovnim skupinama te AMR % u uzorcima sociodemografskih skupina s obzirom na spol, dob i veličinu mjesta boravka, u Starom dobu, Novom dobu i Dobu promjene (u Starom dobu prisutni su samo hrvatski naslovi) 226

Tablica 31. Ljestvica Top 10: rejtinzi (AMR %) i udjeli u gledanosti (SHR %) turskih telenovela, ukupno i u ispitivanim sociodemografskih skupinama u Dobu promjene i Novom dobu 228

Tablica 32. Lista čestica ljestvice kulturne bliskosti Turske i pripadajuća deskriptivna statistika s obzirom na odgovor na pitanje Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije? (N = 1185; petostupanjska ljestvica) 230

Tablica 33. Deskriptivni podaci o razlikama rezultata ljestvice kulturne bliskosti Turske između sudionika koji gledaju i ne gledaju turske telenovele, uz kontrolu obrazovanja 231

Tablica 34. Lista čestica ljestvice Kulturni angažman i pitanja Strani jezici te pripadajuća deskriptivna statistika s obzirom na odgovor na pitanje Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije? (N = 1185; četverostupanjska ljestvica) 232

Tablica 35. Deskriptivni podaci o rezultatima ljestvice Kulturni angažman i pitanja Strani jezici za sudionike koji gledaju i ne gledaju turske telenovele, uz kontrolu obrazovanja 232

Tablica 36. Pearsonovi koeficijenti korelacije Kulturnog angažmana, Stranih jezika i obrazovanja s kategorijama Žanrovskog kulturnog stila dobivenih faktorskom analizom 233

Tablica 37. Lista čestica ljestvice Žanrovski kulturni stil i pripadajuća deskriptivna statistika s obzirom na odgovor na pitanje Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije? (N = 1185; trostupanjska ljestvica) 234

Tablica 38. Deskriptivni podaci o rezultatima ljestvice Kulturni žanrovski stil za sudionike koji gledaju i ne gledaju turske serije, uz kontrolu obrazovanja 236

Tablica 39. Kontingencijska tablica odgovora na pitanje „Jeste li od onih koji vole i gledaju turske serije?“ i „Kojoj vrsti serija po Vašem mišljenju pripadaju turske serije?“ 237

Tablica 40. Lista čestica ljestvice motiva gledanja turskih telenovela i pripadajuća deskriptivna statistika (N = 314) 237

Tablica 41. Korelacijska matrica faktora ljestvice motiva gledanja turskih telenovela 239

Popis grafičkih prikaza

Grafički prikaz 1. Ljestvica Top 10 u Starom dobu i Novom dobu: prosječan udio naslova prema zemlji proizvodnje, razvrstano na: Hrvatska, Zapad te BiH i Turska (Ne-Zapad) 104

Grafički prikaz 2. Ljestvica Top 10: godišnji broj naslova od 2003. do 2018. godine iz zemalja razvrstanih u kategorije: Zapad; Hrvatska; Turska; Bosna i Hercegovina; Srbija i Crna Gora 105

Grafički prikaz 3. Ljestvica Top 11-20 u Starom dobu i Novom dobu: prosječan udio naslova prema zemlji proizvodnje, razvrstano na: Hrvatska, Zapad te BiH; Srbija i Crna Gora; Turska (Ne-Zapad) 107

Grafički prikaz 4. Ljestvica Top 10: postotni udjeli žanrova serija u Starom dobu 109

Grafički prikaz 5. Ljestvica Top 10: postotni udjeli žanrova serija u Novom dobu 110

Grafički prikaz 6: Ljestvica Top 20 podijeljena na Top 10 i Top 11-20: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003. do 2018. godine 112

Grafički prikaz 7: Hit sezone i ljestvica Top 20: usporedba ostvarenih rejtinga (AMR %) u Starom dobu i Novom dobu u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS 114

Grafički prikaz 8: Ljestvica Top 20 OŠ i bez podijeljena na Top 10 OŠ i bez i Top 11-20 OŠ i bez: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003 do 2018 godine 124

Grafički prikaz 9: Ljestvica Top 20 VŠS i VSS podijeljena na Top 10 VŠS i VSS i Top 11-20 VŠS i VSS: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003 do 2018 godine 125

Grafički prikaz 10: Ljestvica Top 20 SSS podijeljena na Top 10 SSS i Top 11-20 SSS: udjeli žanrovskih skupina drama, komedija i sapunska opera od 2003 do 2018 godine 125

Grafički prikaz 11. Ljestvica Top 10: ostvareni prosječni rejtinzi po naslovu (AMR %) detekcijskih serija iz Starog doba i Doba promjene promatranih zajedno te fuzija s telenovelom iz Novog doba, u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS 137

Grafički prikaz 12. Ljestvica 11-20: rejtinzi (AMR %) kriminalističkih serija u krovnom uzorku Total te u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, od 2003. do 2018. godine 139

Grafički prikaz 13. Ljestvica Top 11-20: rejtinzi bolničke drame (AMR %) u krovnom uzorku Total te u obrazovnim uzorcima OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS od 2003. do 2018. godine 142

Grafički prikaz 14. Podjela serija koje reflektiraju politička pitanja s obzirom na dimenzije sadržaja i namjere, prema: Haas i sur., 2015 158

Grafički prikaz 15: Rejtinzi *soap* drama *Gilmoreice*, *Očajne kućanice*, *Loza*, *Žene s Dedinja* i *Parada* u skupini Total i obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS 177

Grafički prikaz 16. *Sitcom Lud, zbunjen normalan* na ljestvici Top 10: usporedba postignutih rejtinga po naslovu (AMR %) kod obrazovnih skupina OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, u Starom dobu (1 naslov), Dobu promjene (4 naslova) i u Novom dobu (5 naslova) 198

Grafički prikaz 17. Hrvatski *sitcomi* prve i druge skupine razlika na ljestvici Top 10: prosječni postignuti rejtinzi po naslovu (AMR %) u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, u ukupnom istraživanom periodu 200

Grafički prikaz 18. Ljestvica Top 10: broj naslova žanra telenovele po sezonama u periodu od 2003. do 2018. godine 224

Grafički prikaz 19. Ljestvica Top 10: broj emitiranih nastavaka žanra telenovele prema zemlji proizvodnje u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu 224

Grafički prikaz 20. Ljestvica Top 10: rejting (AMR %) telenovele u uzorku Total prema zemlji proizvodnje u Starom dobu, Dobu promjene i Novom dobu 225

Grafički prikaz 21. Turske telenovele na ljestvici Top 10: dinamika promjena ostvarenih rejtinga po emitiranju (AMR %) u skupini Total i u obrazovnim skupinama OŠ i bez; SSS; VŠS i VSS, u Dobu promjene i Novom dobu 228

Prilog 1: Metodologija Nielsenovog primarnog istraživanja

Dokument o metodologiji Nielsenovog primarnog istraživanja (Nielsen, n.d.) nije javno objavljen, a od strane Nielsena ustupljen je za potrebe izrade doktorske disertacije. Sustav Nielsenovog mjerenja televizijske gledanosti (eng.: *Television Audience Measurement*; TAM) uključuje podatke o gledanju programa kao i softver koji analizira te podatke.

(a) *Bazično istraživanje* (Nielsen, n.d.: 1, 3-4)

Nielsen radi ažuriranja podataka nastoji provoditi ovo istraživanje svake godine, a u njega nastoji uključiti najmanje 4000 kućanstava. U ime Nielsena istraživanje provodi nezavisna istraživačka agencija; od 2012. godine to je agencija Ipsos. Cilj istraživanja je prikupiti informacije o demografskoj strukturi televizijske publike i upoznati se s tehničkim specifikacijama televizijskih prijemnika u svakom ispitanom kućanstvu. Između kućanstava obuhvaćenih istraživanjem odabiru se i ona koja su potencijalni članovi panela unutar kojega se provode mjerenja gledanosti. Bazično istraživanje provodi se metodom osobnih intervjua koristeći CAPI i/ili CATI metodologiju u kućanstvima slučajno odabranih ispitanika. Kućanstva će uvijek biti odabrana uzimajući u obzir posljednji popis stanovništva Državnog zavoda za statistiku (DSZ). Osnova za uzimanje uzoraka je čitav teritorij Hrvatske, podijeljen na šest regija: Zagreb, Sjeverna Hrvatska, Slavonija, Lika i Banovina, Hrvatska obala i Istra, Dalmacija. Koristi se stratificirani, višefazni, nasumični uzorak. Stratifikacija uzima u obzir šest regija i veličine naselja. Postupak za odabir kućanstva odvija se u tri faze. Prvu fazu čini odabir naselja kao primarnih jedinica za izbor, korištenjem metode vjerojatnosti razmjerne veličini (PPS metoda) kada je vjerojatnost odabira jedinica razmjerna veličini naselja (veličina je određena brojem kućanstava u naselju). Svi gradovi s više od 30 000 stanovnika u svim regijama uključeni su u uzorak automatski (arbitrarno). Drugu fazu čini nasumičan odabir samih kućanstava kao druge varijable, a provodi se korištenjem PPS metode. Svaki ispitivač prima točnu listu adresa s kućnim brojevima unutar pobrojanih područja koja treba posjetiti. Treća faza odvija se tako da u kućanstvima odabranima za intervju ispitivač odabire ispitanika koji je najviše upoznat s prijemom raznih TV postaja i programa, uređaja i antena koje su povezane s TV prijemnikom.

(b) *Panel TV gledatelja* (Nielsen, n.d.: 1, 4-12)

Sastav Nielsenovog panela za mjerenje TV gledanosti (Panel) utemeljen je na Popisu stanovništva Hrvatske i recentnim službenim populacijskim procjenama DSZ-a. Tako je osiguran valjani prikaz hrvatske populacije s obzirom na geografske i demografske varijable. Točnije, podaci iz Popisa stanovništva, podaci iz populacijskih procjena DZS-a, podaci iz Ankete o radnoj snazi DZS-a te

podaci dobiveni bazičnim istraživanjem, korišteni su za definiranje nacionalno reprezentativnog uzorka za mjerenje TV gledanosti u Hrvatskoj. Kompozicija Panela se kontinuirano mijenja radi prilagođavanja Panela promjenama u tehnologiji i populaciji.

Veličina Panela se tipično kreće od 5 000 kućanstava u Panelu na većim tržištima (državama), do otprilike 500 kućanstava na manjim tržištima. „Panel od 300 kućanstava smatra se najmanjom veličinom uzorka“ (EBU, 1999: 35, prema: Nielsen, n.d.: 6). Panel u Hrvatskoj od 2012. godine čini 810 kućanstava u kojima je instalirano 1150 *peoplemetra*, a prijašnji panel brojio je 760 kućanstava s 1086 *peoplemetara* (Roller, 2014:154). Broj *peoplemetara* može blago varirati pa je tako prema podatcima Nielsena (n.d.: 8) Panel 2020. godine brojao 810 kućanstava s više od 2 400 pojedinaca i s ugrađenim *peoplemetrima* u 1 070 TV prijemnika.[201] S obzirom na demografsku i geografsku podjelu hrvatskog stanovništva, pripremljena je višedimenzionalna matrica. Potreban broj obitelji u svakom polju određen je korištenjem ponderiranih podataka bazičnog istraživanja. Na razini pojedinca (gledatelja TV programa) primarno se nadziru ove varijable: regija u kojoj se nalazi kućanstvo u kojemu pojedinac živi, veličina kućanstva (broj članova kućanstva), vrsta antene odnosno vrsta prijema u kućanstvu u kojem pojedinac živi, broj TV prijemnika u kućanstvu te spol, godine i obrazovanje, ali se nadziru i tržišno važni podatci poput onog odlučuje li osoba o nabavi (kupovini) i slični. Svakog dana istražuju se produkcijski indeksi koji izražavaju omjer produciranih kućanstava (onih dostupnih u Panelu) koji su prošli provjeru valjanosti, u usporedbi s ukupnim brojem instaliranih kućanstava. Sva kućanstva koja su pristala sudjelovati u istraživanju o mjerenju televizijske gledanosti izrazila su vrlo pozitivan stav prema istraživanju. Međutim, promjene u Panelu su kontinuirane pa se obavlja godišnja rotacija sudionika Panela. Kućanstvo koje je isključeno iz Panela iz bilo kojeg razloga zamjenjuje se novim kućanstvom, regrutiranim iz adresa prikupljenih zadnjim bazičnim istraživanjem. Struktura Panela nadzire se i prati svakim radnim danom od strane Nielsenovih djelatnika koji održavaju Panel što omogućuje očuvanje odgovarajuće strukture aktivnog Panela s obzirom na idealnu strukturu Panela. Nielsen poduzima mjere za zaštitu povjerljivosti svih osobnih podataka i održavanje anonimnosti članova Panela. Kućanstva unutar Panela primaju jednom godišnje simboličnu nagradu u vrijednosti od 300 kuna.

(c) *Peoplemetar i prijenos podataka* (Nielsen, n.d.: 2-3).

[201] U skladu sa strukturom kućanstava u stanovništvu, kućanstva u Panelu organizirana su u kategorije: kućanstva s 1 do 2 člana, kućanstva s 3 do 4 člana i kućanstva s 5 ili više članova. Uzimajući u obzir rezultate bazičnog istraživanja, kućanstva se razliku prema vrsti zaprimljenog televizijskog signala: kućanstva s običnom zemaljskom antenom, kućanstva s kabelskom, satelitskom, IPTV vezom i kućanstva s prijemom TV signala putem Interneta. Uzimajući u obzir rezultate bazičnog istraživanja, kućanstva u Panelu organizirana su sukladno broju ispravnih TV Prijemnika koje kućanstvo posjeduje/koristi na: kućanstva s jednim TV prijemnikom i kućanstva s dva i više TV prijemnika.

U svakom Panel kućanstvu Nielsenovi operativni timovi postavljaju elektroničke uređaje, takozvane *peoplemetre*. Svrha *peoplemetra* je zabilježiti sve što su članovi kućanstva konzumirali na TV ekranu tijekom dana. *Peoplemetar* je povezan s TV prijemnikom kao vanjski element, a svaki pojedini TV prijemnik koji je u funkciji spaja se na svoj *peoplemetar*. *Peoplemetri* postavljeni u Hrvatskoj registriraju i spremaju pet tipova podataka: točno vrijeme (prikazano u sekundama), uključen/isključen TV prijemnik (gledanje), kanal koji se gleda, osoba koja gleda TV prijemnik te dijagnostičke podatke. Aktivnost TV prijemnika registrira se automatski u *peoplemetru* zajedno s točnim vremenom gledanja. Aktivnost gledatelja registrira se korištenjem posebnog daljinskog upravljača. Prijenosom i očitavanjem podataka računalno upravlja Nielsenov središnji proizvodni program, a Nielsen nastoji putem Interneta svakodnevno preuzeti podatke između 02:00 i 06:00 ujutro po srednjeeuropskom vremenu No, ako centralno računalo ne uspostavi vezu s *peoplemetrom*, to jest ako preuzimanje podataka zakaže zbog smetnje u komunikaciji, *peoplemetar* pohranjuje sve podatke o gledanosti u memoriju do idućeg uspješnog preuzimanja. Naime, *peoplemetar* sadrži memorijski mikroprocesor u koji se podaci mogu pohraniti za vrijeme duže od jednog dana gledanja televizije.

(d) *Proizvodnja podataka* (Nielsen, n.d.: 3, 15-17).

Nakon što su podaci preneseni s *peoplemetra* na centralno računalo, unos se obrađuje od strane programa za proizvodnju (*Proizvodni program*) koji je Nielsenovo zaštićeno vlasništvo. Prijenos podataka sastoji se od nekoliko faza koje uključuju i ponderiranje podataka. Kao rezultat procesa obrade podataka dobiva se baza podataka o gledanosti TV programa prikazana na minutnoj osnovi za prethodni dan.

Ponderiranje prikupljenih podataka je nužno. Panel televizijskih gledatelja je specifičan uzorak s iznimno širokom strukturom, čiji je osnovni element kućanstvo. S druge strane, osnovni element dostavljenih podataka treba biti pojedinac pa valja harmonizirati individualne kategorije (dob, obrazovanje i slično) s kategorijama kućanstava na kojima se temelji Panel. Da bi se izbjegla podcijenjenost/precijenjenost nekih kategorija u uzorku, dobivena devijacija je minimalizirana ponderiranjem individualnih varijabli. Nielsen koristi Rim ponderacijsku metodu. Rim ponderiranje je postupak koji se konstantno ponavlja, a u kojemu je svakom pojedincu dodijeljen ponderacijski faktor tako da pojedinac predstavlja svaku pojedinu i različitu kategoriju kojoj pripada (spol, dob, obrazovanje i slično). Prednosti Rim ponderiranja su iznimna fleksibilnost pomoću analiziranja velikog broja kategorija i eliminacija efekta praznih ćelija. Nedostatak je u tome što metoda (ponavljajući algoritam) ne može biti jednostavno objašnjena. Procedura

ponderiranja je takva da se svaka varijabla ispituje korak po korak te se koriste marginalne frekvencije; takve frekvencije uzimaju u obzir broj pojedinaca u različitim kategorijama varijabli, na primjer muškarac u dobi od 15 do 34 godine ne promatra se kao dio skupine po tim dvjema kategorijama (spol i dob). Rim ponderiranje se obavlja na sljedeći način: u prvom krugu, vrijednost ponderacijskih faktora određuje se za pojedinca obzirom na to da on pripada kategoriji 'muškarci'; u drugom krugu ispravlja se ponderacijski faktor, uzimajući u obzir činjenicu da on pripada u dobnu skupinu od 15-34; u sljedećim koracima, vrijednost ponderacijskog faktora se ponovno određuje, za svaku postojeću kategoriju sve dok se ne utvrde njihovi dani kriteriji za marginalne frekvencije. Na taj se način za svakog pojedinca dobiva niz različitih ponderacijskih faktora za svaku kategoriju kojoj pripada.

(e) '*TV događaji' i aplikacijski softver* (Nielsen, n.d.: 3, 17-20).

Vodi se baza podataka za TV programe, oglasne blokove i oglasne spotove (*TV događaje*), što uključuje točno vrijeme emitiranja TV programa i oglašavanja. Tako se mogu kreirati baze podataka pojedinih kategorija programa razvrstanih na način da ti podatci zajedno s podatcima o minutnoj gledanosti čine sastavni dio podataka o gledanosti. Nielsen nastoji svako jutro kreirati nove elektroničke baze TAM podataka. Televizijske kuće i agencije za oglašavanje koje zakupe licence za Nielsenov aplikacijski softver mogu obavljati kompleksne analize TAM podataka. Podaci o emitiranim programima i oglasnim blokovima u kojima je navedeno točno vrijeme početka i završetka svake TV emisije te svakog oglasnog bloka, raspoređeni su u skladu s programskom tipologijom. Podaci o programima uključuju ove informacije: naziv programa; više detalja o programu (prvo prikazivanje/repriza); naziv televizijskog kanala; datum prikazivanja programa; vrijeme početka; vrijeme završetka; trajanje programa; vrsta programa. U tipologiji programa Nielsen razlikuje četiri razine. Standardna tipologija podijeljena je na: ’skupine’, iz kojih je jasna vrsta programa (TV serije, filmovi, sport...); ’kategorije’, iz kojih je razvidno radi li se o komedijama, kriminalističkim serijama, debatama, okruglim stolovima, itd.; ’podskupine’, iz kojih je vidljiva određena tema pojedine TV serije ili žanra; četvrtu razinu koja prikazuje porijeklo programa (lokalno, europsko i britansko, englesko govorno područje te ostalo, odnosno neodređeno). Rješenja aplikacijskog softvera omogućuju definiranje ciljnih skupina, izvještavanje i obrađivanje podataka za svaku televizijsku postaju, ali i široki spektar drugih varijabli. Taj softver među ostalim omogućuje analize *gledanosti* (u radu je obilježavamo kao AMR %) i *udjela* (u radu ga obilježavamo kao SHR %), i to u odabranim vremenskim razdobljima, dijelovima dana (intervalima), ciljnim skupinama, televizijskim postajama te emisijama (po naslovu i tipologiji), kao i analizu demografske strukture gledatelja po emisiji, tipologiji emisije i slično.

(f) *Statistička interpretacija rezultata*

Metoda izračuna (Nielsen, n.d.: 20-22). Nielsen ne pruža procjene standardne pogreške za svaku procjenu gledanosti. Statistička pogreška mjeri koliko variraju moguće teorijske procjene. Što više jedinica izaberemo u uzorku, viša će biti preciznost procjena. Ukoliko je varijabilitet varijabli visok, to će utjecati na podatke o uzorcima. Statistička pogreška će stoga imati tendenciju biti viša zbog veće 'nesigurnosti'. Da bismo bolje razumjeli način na koji ta dva faktora utječu na statističku pogrešku možemo razmotriti jednostavni nasumični uzorak (SRS). Statistička pogreška u tom slučaju je određena pomoću:

$$SE = \frac{s}{\sqrt{n}}$$

(SE: standardna pogreška; s: standardna devijacija uzorka; n: veličina uzorka)

U slučaju minutne gledanosti, na primjer, varijabla koju Nielsen procjenjuje je postotak pojedinaca u '*universeu*' (ukupnom uzorku) koji su gledali određeni program u određenoj minuti. Ukoliko je postotak uzorka iz dnevnih podataka p tada je $\sqrt{\frac{p*(1-p)}{n}} * 100$ standardna pogreška. Imajući izračunati SE također je moguće tvrditi da se realna vrijednost varijable nalazi unutar p-2*SE i p+2*SE sa 95 % vjerojatnosti.

Drugi važan indikator koji se često koristi je relativna statistička pogreška (RSE) procjene:

$$RSE = \frac{SE}{Procjena\ uzroka}$$

RSE omogućuje uvid u to koliko je velik SE u usporedbi s varijablom koja se procjenjuje. Na primjer, ako je SE 0.8 % za gledanost od 20 %, to je zasigurno niže – u relativnom smislu – od SE od 0.8 % na gledanost od, recimo, 5 %.

Obzirom na to da uzorak TAM-a nije jednostavan nasumični uzorak (SRS), SE koji se računa na način opisan gore, koristi se kao referentna vrijednost za procjenu efikasnosti aktualnog upotrijebljenog uzorka. Sljedeći indikator pokazuje poboljšava li aktualni dizajn preciznost procjene u usporedbi sa SRS s istom veličinom uzorka:

$$DEFF = \frac{SE(act)}{SE(srs)}$$

Ako je *DEFF* niži od 1, to znači da je aktualna standardna pogreška niža nego što bi to bio SRS uzorak.

U Nielsenovom mjerenju gledanosti mjerenju Panel je dizajniran kroz tehniku uzorkovanja u dva stadija. Prvi stadij je stratificirani izbor kućanstava: unutar svakog sloja (ćelije) izabran je broj kućanstava na način da izabrani uzorak predstavlja hrvatska kućanstva u smislu penetracije ćelija. Drugi stadij je grupirani izbor pojedinaca s time da su svi članovi izabranog kućanstva uključeni u uzorak. SE ovog tipa uzorka je kombinacija dva stadija. Stratifikacija ima tendenciju umanjiti pogrešku. S druge strane, klasterizacija ima tendenciju povećanja SE-a. Učinak je jači kod većeg prosječnog broja ispitanika po kućanstvu te kod veće korelacije struktura gledanosti članova istog kućanstva.

Cjelokupnu učinkovitost uzorkovanog dizajna čini kombinacija gore navedenih faktora:

$$DEFF = DEFFstratifikacija * DEFFklasterizacija * DEFFRIM$$

Tabelarno je prikazano kako SE i RSE variraju u razinama gledanosti pojedinačnih minuta na ciljnoj skupini 4+ (u '*universe*' ulaze pojedinci stariji od 4 godine).

AMR %	Standardna pogreška (SE)	Relativna standardna pogreška (RSE)
0.1	0.09%	87.9%
0.3	0.15%	50.6%
0.5	0.20%	39.2%
1	0.28%	27.6%
5	0.60%	11.9%
10	0.81%	8.06%
20	1.04%	5.22%
30	1.17%	3.90%

Procjene s visokim RSE-om smatraju se manje pouzdanima od procjena s niskim RSE-om. Američki Nacionalni centar za zdravstvenu statistiku preporučuje da se procjene s RSE-om iznad 30 % ne smatraju pouzdanima (Wisconsin Department of Health Services, n.d.). Australian Bureau of Statistics (2021) navodi da se procjene s RSE-om iznad 25 % ne smatraju pouzdanima.

Prilog 2: Ljestvice Top 20 po sezonama s detaljnom demografijom

Top 20, Staro doba

Top 20, sezona 2003/2004

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Združena braća	SAD	ratna	21.45%	21.71%	21.94%	19.04%	20.99%	21.96%	21.68%	21.21%	15.33%	24.50%	24.07%	20.88%
Čarolija	Italija	sapunica	19.45%	25.14%	16.16%	17.27%	23.86%	14.38%	18.70%	20.22%	7.83%	15.22%	23.16%	30.71%
Obavještajci	UK	akcija i av.	17.81%	17.40%	18.38%	16.67%	18.74%	16.77%	17.68%	17.94%	9.48%	17.58%	21.75%	21.29%
Top 3			19.57%	21.42%	18.83%	17.66%	21.20%	17.70%	19.35%	19.79%	10.88%	19.10%	22.99%	24.29%
Inspektor Rex	Austrija	kriminalistička	17.48%	22.96%	15.52%	11.31%	23.86%	14.38%	18.70%	20.22%	7.83%	15.22%	23.16%	30.71%
Zlatni vrč	Hrvatska	sitcom	17.04%	22.32%	14.16%	14.61%	18.56%	15.35%	15.22%	18.94%	6.57%	15.09%	19.28%	25.99%
Top 5			18.65%	21.91%	17.23%	15.78%	21.20%	16.57%	18.40%	19.71%	9.41%	17.52%	22.28%	25.92%
Pravi Sherlock Holmes	UK	kriminalistička	15.52%	13.65%	15.28%	20.95%	16.86%	14.03%	16.42%	14.57%	9.29%	17.11%	18.45%	16.17%
Ekipa za očevid	SAD	kriminalistička	15.32%	12.66%	16.52%	17.51%	15.91%	14.69%	16.51%	14.10%	12.14%	16.46%	16.98%	15.32%
Seks i grad	SAD	sitcom	15.12%	13.02%	15.93%	17.31%	17.22%	12.78%	15.75%	14.46%	12.91%	16.25%	15.67%	15.19%
Pasadena	SAD	sapunica	15.00%	15.17%	14.57%	16.18%	18.22%	11.42%	15.00%	15.00%	10.77%	11.65%	19.27%	19.08%
Gilmoreice	SAD	soap drama	13.46%	12.75%	13.14%	16.39%	16.65%	9.91%	13.28%	13.65%	11.85%	13.03%	13.71%	15.33%
Top 10			16.77%	17.68%	16.16%	16.72%	19.09%	14.57%	16.89%	17.03%	10.40%	16.21%	19.55%	21.07%
24	SAD	akcija i av.	13.15%	10.50%	14.85%	13.38%	13.05%	13.27%	13.58%	12.70%	9.78%	14.36%	16.74%	11.70%
Tragovi zločina	Njemačka	kriminalistička	12.87%	13.09%	13.40%	10.41%	13.76%	11.89%	13.44%	12.28%	6.62%	15.29%	15.72%	13.01%
Newyorški plavci	SAD	kriminalistička	12.40%	9.00%	13.78%	15.67%	13.08%	11.65%	14.12%	10.58%	8.97%	12.28%	14.78%	13.48%
Tri divlja anđela	Njemačka	akcija i av.	11.90%	13.57%	12.20%	6.67%	12.99%	10.70%	9.98%	13.88%	7.33%	13.62%	13.96%	12.45%
Nezaustavljivi	Njemačka	kriminalistička	11.81%	13.57%	11.96%	6.93%	13.21%	10.25%	10.45%	13.23%	6.77%	13.36%	13.90%	12.63%
Hitna služba	SAD	bolnička	11.81%	10.48%	12.43%	12.78%	13.68%	9.72%	12.18%	11.42%	10.20%	12.66%	11.64%	12.32%
Ed	SAD	soap drama	11.80%	14.27%	11.19%	8.02%	13.39%	10.04%	9.76%	13.95%	7.94%	11.02%	11.79%	15.86%
Cobra 11	Njemačka	kriminalistička	11.35%	12.29%	11.80%	7.36%	12.58%	9.98%	11.11%	11.60%	6.37%	13.38%	13.47%	11.63%
Walker teksaški rendžer	SAD	akcija i av.	11.34%	10.68%	11.75%	11.49%	10.76%	12.00%	12.54%	10.09%	6.59%	10.88%	13.49%	14.20%
CIA	SAD	akcija i av.	11.16%	8.58%	11.42%	16.51%	11.07%	11.26%	11.91%	10.37%	7.99%	10.42%	13.37%	12.62%
Top 11-20			11.96%	11.60%	12.48%	10.92%	12.76%	11.08%	11.91%	12.01%	7.86%	12.73%	13.89%	12.99%
Top 20			14.36%	14.64%	14.32%	13.82%	15.92%	12.82%	14.40%	14.52%	9.13%	14.47%	16.72%	17.03%

Top 20, sezona 2004/2005

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Duga mračna noć	Hrvatska	povijesna	39.51%	44.76%	36.43%	37.50%	41.65%	37.13%	38.12%	40.93%	20.11%	40.24%	45.29%	49.83%
Villa Maria	Hrvatska	telenovela	25.47%	34.71%	20.91%	18.81%	28.53%	22.07%	21.17%	29.88%	12.75%	22.75%	28.00%	37.13%
Konjanik	Hrvatska	povijesna	23.05%	27.43%	20.37%	21.91%	24.20%	21.77%	22.14%	23.98%	11.11%	21.06%	26.58%	32.15%
Top 3			29.34%	35.63%	25.90%	26.07%	31.46%	26.99%	27.14%	31.60%	14.66%	28.02%	33.29%	39.70%
Naša mala klinika	Hrvatska	sitcom	19.36%	18.66%	20.85%	15.67%	20.26%	18.35%	21.05%	17.62%	14.25%	23.95%	21.91%	16.90%
Čarolija	Italija	sapunica	18.27%	24.18%	14.55%	17.04%	21.92%	14.22%	16.31%	20.24%	5.91%	12.85%	22.08%	30.88%
Top 5			25.13%	29.95%	22.62%	22.19%	27.31%	22.71%	23.76%	26.53%	12.82%	24.17%	28.77%	33.38%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	12.67%	13.50%	12.49%	11.26%	13.69%	11.53%	13.04%	12.29%	6.75%	12.81%	14.18%	16.14%
Nestali	Kanada, SAD	kriminalistička	12.52%	12.14%	13.94%	8.26%	14.27%	10.57%	11.88%	13.17%	9.58%	16.74%	13.74%	9.67%
Ekipa za očevid	SAD	kriminalistička	11.98%	9.00%	13.51%	13.94%	12.22%	11.73%	14.02%	9.90%	9.35%	13.24%	13.28%	11.73%
Struna u krvi	UK	kriminalistička	11.79%	11.52%	11.34%	14.13%	13.28%	10.14%	14.29%	9.23%	6.56%	9.63%	16.08%	14.90%
Klaun osvetnik pod maskom	Njemačka	kriminalistička	11.75%	12.93%	12.20%	7.16%	13.10%	10.25%	10.88%	12.64%	7.51%	15.60%	12.95%	10.31%
Top 10			18.64%	20.88%	17.66%	16.57%	20.31%	16.78%	18.29%	18.99%	10.39%	18.89%	21.41%	22.96%
U mreži terora	SAD	kriminalistička	11.44%	10.06%	13.05%	9.13%	11.90%	10.94%	11.33%	11.57%	8.63%	14.86%	13.35%	8.52%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	10.84%	9.68%	12.04%	9.39%	12.58%	8.92%	11.66%	10.01%	8.39%	13.78%	12.07%	8.75%
Tragovi zločina	Njemačka	kriminalistička	10.61%	10.25%	11.91%	6.77%	12.08%	8.98%	11.02%	10.19%	7.14%	13.45%	12.66%	8.79%
Nezaustavljivi	Njemačka	kriminalistička	10.31%	10.38%	11.27%	6.61%	11.21%	9.30%	10.25%	10.37%	6.32%	13.40%	12.02%	8.92%
Cobra 11	Njemačka	kriminalistička	10.17%	10.08%	11.23%	6.50%	11.19%	9.03%	10.27%	10.07%	6.02%	12.69%	11.42%	9.95%
Zabranjena ljubav	Hrvatska	sapunica	9.96%	12.26%	9.59%	5.48%	12.05%	7.63%	8.11%	11.84%	9.33%	12.15%	10.17%	8.06%
CSI: New York	SAD	kriminalistička	9.69%	8.80%	10.71%	8.22%	10.87%	8.39%	10.20%	9.19%	7.74%	13.58%	10.58%	6.43%
Hitna služba	SAD	bolnička	9.27%	9.07%	8.43%	12.88%	10.44%	7.97%	10.38%	8.14%	6.08%	7.61%	9.47%	13.62%
Oteti	SAD	SF	9.17%	9.17%	9.26%	8.85%	8.92%	9.45%	8.98%	9.38%	6.01%	8.99%	11.54%	9.89%
Mr. Bean	UK	sitcom	8.87%	7.65%	9.84%	8.39%	8.95%	8.78%	9.62%	8.09%	8.58%	10.59%	10.19%	6.01%
Top 11-20			10.03%	9.74%	10.73%	8.22%	11.02%	8.94%	10.18%	9.89%	7.42%	12.11%	11.35%	8.89%
Top 20			14.34%	15.31%	14.20%	12.40%	15.67%	12.86%	14.24%	14.44%	8.91%	15.50%	16.38%	15.93%

Top 20, sezona 2005/2006

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	26.87%	33.05%	23.61%	23.31%	29.00%	24.50%	24.31%	29.40%	12.37%	26.09%	30.21%	37.24%
Ljubav u zaleđu	Hrvatska	telenovela	22.49%	30.29%	18.73%	16.72%	26.34%	18.23%	18.61%	26.36%	12.04%	19.44%	23.82%	33.81%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	16.18%	21.86%	12.65%	14.81%	18.31%	13.81%	13.04%	19.30%	6.74%	13.86%	17.17%	26.03%
Top 3			21.85%	28.40%	18.33%	18.28%	24.55%	18.85%	18.65%	25.02%	10.38%	19.80%	23.73%	32.36%
Čarolija	Italija	sapunica	15.26%	21.32%	11.68%	13.39%	18.51%	11.67%	13.86%	16.67%	4.78%	8.81%	17.95%	28.37%
Nestali	Kanada	kriminalistička	12.45%	11.19%	14.11%	9.55%	14.14%	10.57%	13.43%	11.48%	10.87%	16.50%	12.69%	9.38%
Top 5			18.65%	23.54%	16.16%	15.56%	21.26%	15.76%	16.65%	20.64%	9.36%	16.94%	20.37%	26.97%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	11.73%	12.29%	12.18%	8.70%	13.44%	9.84%	11.51%	11.95%	9.59%	14.85%	13.10%	9.16%
Naša mala klinika	Hrvatska	sitcom	11.72%	13.31%	11.48%	8.61%	12.33%	11.04%	11.37%	12.07%	6.77%	14.29%	13.11%	12.18%
Naše malo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	11.38%	12.00%	10.88%	11.70%	11.77%	10.96%	11.05%	11.72%	5.78%	9.97%	13.47%	15.63%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	11.09%	9.44%	12.42%	10.35%	13.32%	8.62%	12.14%	10.04%	10.59%	14.46%	11.52%	7.49%
CSI: New York	SAD	kriminalistička	10.87%	9.42%	12.24%	9.46%	12.54%	9.01%	11.97%	9.77%	9.78%	14.47%	11.62%	7.36%
Top 10			15.00%	17.42%	14.00%	12.66%	16.97%	12.83%	14.13%	15.88%	8.93%	15.27%	16.47%	18.67%
Kuda idu divlje svinje	Hrvatska	kriminalistička	10.53%	11.38%	10.30%	9.26%	9.70%	11.46%	9.62%	11.44%	4.58%	11.05%	13.83%	12.21%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	10.31%	11.68%	9.37%	10.33%	10.90%	9.66%	9.93%	10.69%	6.06%	10.76%	10.85%	13.25%
Vatreni dečki	SAD	911 serija	9.85%	8.44%	11.14%	8.64%	10.92%	8.66%	10.61%	9.10%	10.40%	12.59%	9.66%	6.70%
Zabranjena ljubav	Hrvatska	sapunica	9.63%	11.41%	9.67%	5.08%	11.88%	7.14%	7.81%	11.45%	9.16%	12.58%	9.52%	7.17%
Ekipa za očevid / CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	9.48%	7.07%	11.00%	10.40%	10.11%	8.92%	11.67%	7.43%	7.54%	11.56%	10.33%	8.58%
Klaun osvetnik pod maskom	Njemačka	kriminalistička	9.45%	10.48%	9.85%	5.43%	9.94%	8.91%	8.75%	10.16%	6.79%	11.25%	11.10%	8.49%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	9.30%	6.86%	10.92%	9.42%	9.85%	8.69%	10.53%	8.08%	6.82%	10.90%	10.67%	8.50%
Mućke	UK	sitcom	9.20%	6.80%	10.18%	11.58%	8.79%	9.65%	11.29%	7.10%	7.83%	9.87%	11.08%	8.03%
Zakon i red: Odjel za žrtve	SAD	kriminalistička	9.20%	6.94%	8.93%	12.29%	10.45%	7.83%	10.67%	7.72%	5.71%	8.71%	11.54%	10.44%
Tanka plava linija	UK	sitcom	8.92%	7.62%	9.58%	9.76%	9.90%	7.85%	10.51%	7.32%	6.33%	12.28%	9.63%	7.07%
Top 11-20			9.59%	8.87%	10.09%	9.22%	10.24%	8.88%	10.14%	9.05%	7.12%	11.16%	10.82%	9.04%
Top 20			12.30%	13.14%	12.05%	10.94%	13.61%	10.85%	12.13%	12.46%	8.03%	13.21%	13.64%	13.85%

Top 20, sezona 2006/2007

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Obični ljudi	Hrvatska	telenovela	20.61%	26.18%	18.10%	14.97%	24.31%	16.50%	17.93%	23.18%	11.67%	17.94%	22.58%	29.28%
Kazalište u kući	Hrvatska	sitcom	18.31%	23.64%	15.27%	15.14%	20.66%	15.69%	15.93%	20.59%	7.31%	14.76%	19.58%	30.45%
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	14.77%	16.19%	14.02%	13.62%	15.60%	13.85%	14.20%	15.33%	6.52%	13.61%	17.77%	20.00%
Top 3			17.90%	22.00%	15.80%	14.58%	20.19%	15.35%	16.02%	19.70%	8.50%	15.44%	19.98%	26.58%
Invazija	SAD	SF	13.76%	10.89%	15.51%	14.87%	14.40%	13.04%	16.45%	11.18%	12.99%	15.71%	17.14%	9.47%
Naša mala klinika	Hrvatska	sitcom	13.53%	16.03%	13.06%	8.55%	14.55%	12.38%	13.26%	13.78%	7.52%	14.59%	15.34%	15.96%
Top 5			16.20%	18.59%	15.19%	13.43%	17.90%	14.29%	15.55%	16.81%	9.20%	15.32%	18.48%	21.03%
Zakon braće	SAD	akcija i av.	13.30%	10.79%	15.35%	12.21%	13.62%	12.94%	15.13%	11.51%	13.50%	17.14%	13.87%	8.99%
Nestali	Kanada	kriminalistička	12.24%	10.52%	13.84%	10.81%	14.04%	10.23%	14.02%	10.53%	11.10%	15.41%	13.71%	9.27%
Čarolija	Italija	sapunica	12.20%	17.01%	9.38%	9.90%	14.60%	9.54%	11.69%	12.70%	3.65%	6.24%	13.51%	24.42%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	12.09%	13.33%	12.67%	6.38%	14.34%	9.59%	11.81%	12.35%	9.98%	15.70%	12.85%	8.99%
Kosti	SAD	kriminalistička	11.82%	10.26%	13.13%	11.08%	13.44%	10.02%	13.25%	10.45%	10.63%	14.98%	13.61%	8.35%
Top 10			14.26%	15.48%	14.03%	11.75%	15.96%	12.38%	14.37%	14.16%	9.49%	14.61%	16.00%	16.52%
Ubojiti nagon	SAD	kriminalistička	11.55%	8.77%	13.50%	11.80%	13.35%	9.55%	13.96%	9.22%	11.98%	15.59%	10.91%	7.91%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	11.30%	9.58%	12.82%	10.20%	13.53%	8.84%	13.03%	9.63%	10.58%	14.46%	11.66%	8.78%
Vatreni dečki	SAD	911 serija	11.24%	8.83%	13.07%	10.93%	12.71%	9.60%	12.89%	9.66%	13.50%	14.53%	10.35%	6.58%
Dani straha	SAD	kriminalistička	11.14%	9.16%	12.23%	12.49%	11.73%	10.48%	13.22%	9.14%	8.86%	11.52%	14.56%	9.72%
Gruntovčani	Hrvatska	komedija-drama sredine	11.13%	15.21%	8.79%	9.58%	11.73%	10.46%	9.89%	12.35%	4.19%	9.21%	11.02%	18.71%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	10.95%	8.67%	11.54%	15.18%	12.59%	9.12%	13.42%	8.60%	5.81%	11.64%	14.45%	11.64%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	10.88%	11.88%	10.79%	8.48%	11.61%	10.07%	10.40%	11.34%	5.50%	11.71%	11.72%	13.97%
CSI: New York	SAD	kriminalistička	10.74%	9.05%	12.13%	10.05%	12.30%	9.01%	12.41%	9.12%	9.97%	13.33%	12.07%	8.14%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	10.14%	7.59%	11.61%	11.45%	10.85%	9.35%	12.24%	8.10%	8.49%	12.22%	11.47%	8.53%
Dokaz krivnje	SAD	kriminalistička	9.51%	6.77%	11.69%	8.29%	62.41%	37.59%	58.53%	41.47%	19.79%	36.99%	27.43%	15.79%
Top 11-20			10.86%	9.55%	11.82%	10.85%	17.28%	12.41%	17.00%	12.86%	9.87%	15.12%	13.56%	10.98%
Top 20			12.56%	12.52%	12.93%	11.30%	16.62%	12.39%	15.68%	13.51%	9.68%	14.86%	14.78%	13.75%

Top 20, sezona 2007/2008

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	18.55%	21.70%	15.72%	20.78%	20.23%	16.69%	16.86%	20.20%	6.09%	12.90%	23.29%	31.01%
Ponos Ratkajevih	Hrvatska	telenovela	18.43%	16.05%	13.69%	15.47%	21.19%	15.38%	15.78%	21.04%	5.49%	12.89%	21.32%	32.73%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	12.72%	16.16%	11.00%	9.68%	14.23%	11.04%	10.89%	14.51%	4.26%	8.99%	13.96%	22.79%
Top 3			16.57%	17.97%	13.47%	15.31%	18.55%	14.37%	14.51%	18.58%	5.28%	11.59%	19.52%	28.84%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	11.71%	13.24%	11.32%	8.90%	13.44%	9.79%	10.47%	12.93%	7.95%	12.01%	13.58%	12.96%
Stvorenja	SAD	SF	11.63%	8.63%	13.83%	11.49%	11.85%	11.39%	12.47%	10.81%	10.82%	16.39%	12.50%	6.39%
Top 5			14.61%	15.16%	13.11%	13.26%	16.19%	12.86%	13.29%	15.90%	6.92%	12.64%	16.93%	21.18%
Kosti	SAD	kriminalistička	11.20%	9.05%	12.62%	11.75%	12.79%	9.44%	12.83%	9.61%	9.70%	15.73%	11.99%	6.88%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	10.85%	11.36%	11.09%	8.47%	11.86%	9.74%	11.27%	10.44%	6.30%	10.96%	14.00%	11.74%
Put izdaje	SAD	akcija i av.	10.68%	10.04%	11.59%	8.90%	11.51%	9.75%	11.29%	10.09%	9.36%	13.33%	11.29%	8.80%
Skrivena meta	SAD	kriminalistička	10.67%	9.37%	11.97%	9.25%	11.76%	9.47%	12.15%	9.25%	10.00%	13.65%	10.33%	8.25%
CSI: New York	SAD	kriminalistička	10.63%	8.34%	12.41%	10.14%	12.31%	8.77%	12.43%	8.87%	10.00%	13.43%	11.38%	7.49%
Top 10			12.71%	12.39%	12.52%	11.48%	14.12%	11.15%	12.64%	12.78%	8.00%	13.03%	14.36%	14.90%
Čarolija	Italija	sapunica	10.55%	15.83%	7.27%	8.47%	12.55%	8.34%	9.11%	11.95%	2.78%	5.96%	9.97%	22.36%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	10.34%	8.04%	12.05%	10.18%	12.37%	8.10%	12.36%	8.38%	9.75%	13.05%	10.37%	8.00%
CSI: Las Vegas	SAD	kriminalistička	10.24%	7.48%	12.12%	10.73%	11.28%	9.09%	12.32%	8.22%	9.33%	13.80%	10.43%	7.06%
Libertas	Hrvatska	povijesna	10.10%	11.76%	8.25%	12.64%	10.71%	9.42%	9.40%	10.78%	2.76%	7.47%	11.07%	18.06%
Dobre namjere	Hrvatska	kriminalistička	9.33%	11.96%	7.41%	9.42%	10.12%	8.45%	8.43%	10.21%	2.35%	6.78%	10.68%	16.60%
Naša mala klinika	Hrvatska	sitcom	8.99%	9.96%	8.99%	6.15%	9.83%	8.06%	9.72%	8.28%	4.97%	8.93%	10.22%	11.38%
Heroji iz strasti	SAD	911 serija	8.70%	6.76%	10.20%	8.27%	10.02%	7.23%	9.66%	7.75%	8.40%	11.10%	8.97%	6.07%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	8.51%	7.01%	8.82%	11.63%	8.87%	8.12%	9.55%	7.50%	5.48%	11.96%	8.36%	7.52%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	8.49%	6.06%	9.55%	11.27%	10.44%	6.32%	10.45%	6.57%	9.12%	11.74%	7.51%	5.40%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	8.45%	6.74%	9.60%	8.79%	9.05%	7.78%	9.61%	7.32%	7.83%	11.10%	8.77%	5.79%
Top 11-20			9.37%	9.16%	9.43%	9.76%	10.52%	8.09%	10.06%	8.70%	6.28%	10.19%	9.63%	10.82%
Top 20			11.04%	10.78%	10.98%	10.62%	12.32%	9.62%	11.35%	10.74%	7.14%	11.61%	12.00%	12.86%

Top 20, sezona 2008/2009

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	19.03%	20.61%	17.35%	21.15%	20.37%	17.54%	18.66%	19.39%	7.85%	18.48%	22.31%	26.40%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	17.11%	21.55%	14.21%	15.85%	18.65%	15.39%	15.39%	18.80%	5.16%	13.64%	19.36%	29.24%
Sve će biti dobro	Hrvatska	telenovela	16.45%	24.88%	11.63%	11.32%	18.02%	14.71%	13.72%	19.10%	6.03%	11.35%	18.88%	28.61%
Top 3			17.53%	22.35%	14.40%	16.11%	19.01%	15.88%	15.92%	19.10%	6.35%	14.49%	20.18%	28.08%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	14.12%	15.05%	14.79%	8.77%	15.75%	12.30%	14.39%	13.85%	6.93%	14.94%	18.26%	15.70%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	13.62%	18.01%	11.24%	10.46%	14.47%	12.68%	12.37%	14.84%	4.21%	10.03%	15.54%	23.74%
Top 5			16.07%	20.02%	13.84%	13.51%	17.45%	14.52%	14.91%	17.20%	6.04%	13.69%	18.87%	24.74%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	12.59%	12.99%	13.13%	9.32%	13.88%	11.17%	12.46%	12.72%	8.69%	14.46%	14.24%	12.70%
Mentalist	SAD	kriminalistička	11.15%	8.69%	12.09%	14.48%	13.24%	8.83%	13.60%	8.73%	9.18%	14.24%	12.75%	7.90%
Čarolija	Italija	sapunica	10.38%	15.36%	6.97%	9.64%	12.61%	7.91%	9.44%	11.32%	3.07%	5.80%	10.89%	20.83%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	10.35%	8.36%	11.22%	12.61%	12.12%	8.39%	11.57%	9.17%	10.44%	13.36%	10.81%	6.54%
Jedanaesti sat	SAD	SF	10.35%	7.21%	12.04%	12.64%	12.69%	7.75%	13.13%	7.61%	9.73%	13.21%	11.67%	6.50%
Top 10			13.52%	15.27%	12.47%	12.62%	15.18%	11.67%	13.47%	13.55%	7.13%	12.95%	15.47%	17.82%
Bračne vode	Hrvatska	sitcom	10.10%	10.80%	10.62%	6.03%	11.37%	8.69%	10.11%	10.09%	5.22%	10.36%	13.24%	11.15%
Mamutica	Hrvatska	kriminalistička	9.87%	10.81%	8.58%	12.26%	10.82%	8.81%	9.58%	10.14%	3.62%	9.10%	12.00%	14.02%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	9.53%	7.69%	10.35%	11.57%	11.72%	7.10%	10.76%	8.34%	10.23%	12.14%	9.19%	6.30%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	9.50%	6.96%	10.49%	12.85%	10.12%	8.81%	11.46%	7.59%	7.45%	10.79%	11.65%	7.91%
CSI: Las Vegas	SAD	kriminalistička	9.30%	7.87%	10.48%	8.73%	10.15%	8.36%	10.44%	8.21%	7.33%	11.03%	10.85%	7.55%
Kućanice	SAD	soap drama	9.10%	6.53%	10.66%	10.29%	11.44%	6.50%	10.95%	7.30%	11.46%	11.05%	8.66%	5.42%
Jane Eyre	UK	kostimirana drama	8.45%	8.53%	7.34%	12.63%	9.15%	7.68%	8.87%	8.05%	3.30%	6.85%	9.79%	13.39%
Kosti	SAD	kriminalistička	8.42%	5.56%	10.40%	8.81%	10.34%	6.30%	10.58%	6.36%	8.04%	10.43%	9.63%	5.46%
Anno Domini 1573.	Hrvatska	povijesna	8.33%	10.41%	7.25%	6.61%	7.93%	8.78%	7.38%	9.25%	2.43%	7.92%	11.26%	11.31%
CSI: New York	SAD	kriminalistička	8.06%	7.24%	8.27%	9.56%	9.26%	6.73%	9.02%	7.12%	7.00%	10.30%	9.48%	5.18%
Top 11-20			9.07%	8.24%	9.44%	9.93%	10.23%	7.78%	9.91%	8.25%	6.61%	10.00%	10.58%	8.77%
Top 20			11.29%	11.76%	10.96%	11.28%	12.71%	9.72%	11.69%	10.90%	6.87%	11.47%	13.02%	13.29%

Top 20, sezona 2009/2010

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	19.01%	22.88%	16.88%	16.38%	20.28%	17.60%	18.04%	19.98%	7.19%	14.97%	21.55%	31.14%
Dolina sunca	Hrvatska	telenovela	18.37%	27.27%	13.33%	12.89%	21.67%	14.72%	16.01%	20.74%	6.88%	12.27%	20.63%	32.51%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	18.03%	22.92%	16.63%	9.59%	20.07%	15.78%	17.00%	19.07%	9.63%	19.21%	21.84%	21.07%
Top 3			18.47%	24.36%	15.61%	12.95%	20.67%	16.03%	17.02%	19.93%	7.90%	15.48%	21.34%	28.24%
Najbolje godine	Hrvatska	telenovela	17.17%	22.85%	15.23%	8.61%	19.49%	14.60%	14.68%	19.67%	9.01%	18.25%	20.76%	20.05%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	11.82%	9.56%	12.83%	14.26%	12.25%	11.34%	12.90%	10.74%	9.85%	13.95%	14.65%	8.76%
Top 5			16.88%	21.10%	14.98%	12.35%	18.75%	14.81%	15.73%	18.04%	8.51%	15.73%	19.89%	22.71%
Bračne vode	Hrvatska	sitcom	11.77%	14.58%	11.07%	6.48%	13.39%	9.97%	11.24%	12.30%	7.09%	12.48%	13.50%	13.84%
Kosti	SAD	kriminalistička	10.68%	7.35%	12.19%	14.24%	12.65%	8.50%	13.10%	8.26%	9.30%	13.83%	11.62%	7.49%
Mentalist	SAD	kriminalistička	10.03%	7.08%	10.80%	15.36%	11.62%	8.25%	11.58%	8.47%	8.48%	11.21%	12.27%	8.29%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	9.84%	11.58%	8.83%	8.82%	10.55%	9.05%	10.23%	9.45%	5.77%	8.81%	11.16%	13.46%
1001 noć	Turska	telenovela	9.83%	9.32%	10.37%	9.10%	12.85%	6.47%	9.57%	10.08%	6.46%	8.91%	12.42%	11.57%
Top 10			13.66%	15.54%	12.82%	11.57%	15.48%	11.63%	13.44%	13.88%	7.97%	13.39%	16.04%	16.82%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	9.75%	6.80%	11.00%	13.22%	11.62%	7.67%	11.67%	7.82%	8.66%	11.26%	11.53%	7.54%
Navy CIS	SAD	kriminalistička	8.61%	7.28%	9.57%	8.62%	9.75%	7.35%	9.76%	7.46%	6.47%	9.18%	11.74%	6.96%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	8.60%	6.19%	9.43%	12.20%	10.36%	6.66%	9.55%	7.66%	8.45%	10.03%	9.30%	6.61%
Kućanice	SAD	soap drama	8.51%	6.25%	9.53%	10.92%	10.48%	6.32%	9.95%	7.06%	9.81%	10.89%	7.60%	5.42%
Privatna praksa	SAD	bolnička	8.38%	7.27%	8.94%	9.32%	10.86%	5.62%	10.07%	6.68%	9.12%	9.82%	9.21%	5.50%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	8.38%	12.57%	6.03%	5.75%	9.21%	7.47%	6.92%	9.85%	2.42%	5.46%	8.25%	16.67%
Dome slatki dome	Hrvatska	sitcom	8.36%	11.03%	6.45%	8.29%	9.11%	7.53%	7.52%	9.20%	2.57%	5.16%	8.68%	16.15%
CSI: New York	SAD	kriminalistička	8.26%	6.14%	9.00%	11.40%	9.69%	6.68%	9.71%	6.81%	6.86%	8.85%	10.18%	7.19%
CSI: Las Vegas	SAD	kriminalistička	7.80%	5.80%	8.41%	11.07%	9.09%	6.36%	9.08%	6.52%	6.07%	8.68%	8.74%	7.46%
Otok smrti	SAD	horor	7.62%	7.27%	8.37%	5.67%	9.12%	5.96%	7.50%	7.74%	6.88%	8.57%	8.67%	6.30%
Top 11-20			8.43%	7.66%	8.67%	9.65%	9.93%	6.76%	9.17%	7.68%	6.73%	8.79%	9.39%	8.58%
Top 20			11.04%	11.60%	10.74%	10.61%	12.71%	9.20%	11.30%	10.78%	7.35%	11.09%	12.72%	12.70%

Top 20, sezona 2010/2011

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
1001 noć	Turska	telenovela	19.38%	19.62%	19.62%	17.72%	24.15%	14.08%	18.40%	20.35%	11.00%	17.88%	24.12%	24.16%
Asi	Turska	telenovela	15.90%	23.67%	12.36%	7.65%	19.33%	12.09%	11.92%	19.83%	6.53%	11.68%	21.22%	23.84%
Najbolje godine	Hrvatska	telenovela	15.34%	23.06%	11.94%	6.72%	16.25%	14.34%	12.70%	17.96%	7.72%	14.90%	17.77%	20.11%
Top 3			16.87%	22.12%	14.64%	10.70%	19.91%	13.50%	14.34%	19.38%	8.42%	14.82%	21.04%	22.70%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	13.52%	16.83%	12.42%	8.39%	13.31%	13.75%	11.74%	15.29%	8.72%	15.16%	15.89%	13.74%
Periferija City	Hrvatska	sitcom	13.48%	18.40%	11.36%	7.77%	13.61%	13.33%	11.47%	15.48%	6.64%	13.41%	17.07%	16.12%
Top 5			15.52%	20.32%	13.54%	9.65%	17.33%	13.52%	13.25%	17.78%	8.12%	14.61%	19.21%	19.59%
Ljubav i kazna	Turska	telenovela	12.62%	18.41%	9.55%	8.19%	16.37%	8.45%	10.22%	14.96%	3.64%	8.41%	15.49%	21.77%
Gruntovčani	Hrvatska	komedija-drama sredine	12.41%	15.15%	11.04%	9.96%	10.97%	14.00%	9.44%	15.35%	6.46%	10.76%	15.33%	16.50%
Bijeg	Turska	telenovela	12.40%	19.21%	9.10%	5.99%	15.52%	8.95%	9.49%	15.28%	3.72%	7.54%	14.99%	22.42%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	11.89%	14.19%	9.97%	12.90%	12.30%	11.43%	11.58%	12.19%	3.81%	7.92%	13.74%	21.32%
Vjerujem u anđele	Hrvatska	romantična komedija	11.84%	13.72%	10.64%	11.22%	12.63%	10.96%	11.81%	11.87%	4.20%	8.07%	14.18%	20.23%
Top 10			13.88%	8.23%	11.80%	9.65%	15.44%	12.14%	11.88%	15.86%	6.24%	11.57%	16.98%	20.02%
Velo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	9.93%	10.86%	9.34%	9.63%	9.92%	9.95%	9.33%	10.53%	3.51%	6.08%	12.76%	17.01%
Ezel	Turska	telenovela	9.91%	9.32%	10.64%	8.73%	11.96%	7.64%	10.51%	9.32%	6.83%	10.41%	11.59%	10.66%
Kosti	SAD	kriminalistička	9.19%	6.35%	10.97%	10.26%	11.26%	6.90%	10.11%	8.28%	8.05%	11.14%	10.32%	7.15%
Instruktor	Hrvatska	mockumentary	8.01%	6.19%	8.87%	9.80%	9.01%	6.89%	7.85%	8.17%	6.59%	10.48%	8.41%	6.31%
Put osvete	SAD	kriminalistička	7.95%	4.89%	9.52%	10.51%	8.99%	6.80%	9.20%	6.71%	6.69%	10.74%	9.05%	5.17%
Kismet	Turska	telenovela	7.66%	8.81%	7.54%	4.80%	9.97%	5.09%	7.01%	8.29%	3.81%	6.32%	9.94%	10.48%
Kad lišće pada	Turska	telenovela	7.55%	11.39%	5.70%	3.90%	9.84%	5.01%	6.50%	8.60%	2.16%	4.84%	9.25%	13.36%
Kućanice	SAD	soap drama	7.38%	5.10%	8.72%	8.60%	9.52%	5.01%	8.17%	6.60%	7.15%	9.87%	7.10%	5.26%
Tvoja sam sudbina	Indija	telenovela	7.35%	11.83%	5.00%	3.86%	8.96%	5.58%	5.40%	9.28%	2.13%	3.85%	8.12%	14.69%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	7.12%	4.85%	8.62%	8.11%	7.99%	6.16%	8.60%	5.66%	5.60%	8.75%	8.22%	5.71%
Top 11 - 20			8.21%	7.96%	8.49%	7.82%	9.74%	6.50%	8.27%	8.14%	5.25%	8.25%	9.48%	9.58%
Top 20			11.04%	13.09%	10.15%	8.74%	12.59%	9.32%	10.07%	12.00%	5.75%	9.91%	13.23%	14.80%

Top 20, sezona 2011/2012

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Larin izbor	Hrvatska	telenovela	23.90%	31.39%	20.27%	16.87%	28.50%	18.80%	19.81%	28.01%	9.88%	18.91%	29.10%	36.54%
Izgubljena čast	Turska	telenovela	18.75%	27.60%	14.50%	10.25%	22.89%	14.15%	15.02%	22.51%	6.81%	12.41%	23.48%	31.66%
Ljubav i kazna	Turska	telenovela	17.99%	25.97%	13.81%	11.76%	22.13%	13.40%	14.46%	21.52%	5.92%	11.26%	22.30%	31.81%
Top 3			20.21%	28.32%	16.19%	12.96%	24.51%	15.45%	16.43%	24.01%	7.54%	14.19%	24.96%	33.34%
Strasti Orijenta	Turska	telenovela	12.33%	19.05%	8.73%	7.37%	15.55%	8.76%	10.25%	14.43%	3.46%	7.24%	13.47%	24.52%
Kad lišće pada	Turska	telenovela	10.26%	16.13%	7.03%	6.24%	13.02%	7.19%	8.46%	12.06%	2.57%	5.76%	12.38%	19.81%
Top 5			16.65%	24.03%	12.87%	10.50%	20.42%	12.46%	13.60%	19.71%	5.73%	11.12%	20.15%	28.87%
Ruža vjetrova	Hrvatska	telenovela	9.66%	10.83%	9.40%	7.32%	10.54%	8.68%	9.23%	10.09%	5.69%	10.04%	12.89%	9.68%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	9.64%	11.46%	8.02%	10.82%	9.48%	9.80%	8.83%	10.44%	3.34%	7.18%	10.51%	16.73%
Velo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	9.44%	10.45%	8.78%	9.22%	9.43%	9.46%	8.71%	10.17%	2.81%	6.40%	11.83%	16.05%
Hindenburg	Njemačka	akcija i av.	9.35%	8.98%	9.87%	8.37%	8.64%	10.14%	9.39%	9.31%	4.75%	10.23%	14.78%	7.80%
Sulejman veličanstveni	Turska	telenovela	8.71%	6.21%	9.78%	11.60%	10.46%	6.76%	10.66%	6.74%	5.24%	9.06%	12.38%	7.87%
Top 10			13.00%	16.81%	11.02%	9.98%	15.06%	10.71%	11.48%	14.53%	5.05%	9.85%	16.31%	20.25%
Stupovi zemlje	Njemačka / Kanada	povijesna	8.26%	6.67%	9.34%	8.51%	8.30%	8.21%	8.76%	7.76%	5.41%	11.60%	10.26%	5.40%
Periferija City	Hrvatska	sitcom	7.90%	11.57%	6.20%	4.14%	8.33%	7.42%	7.52%	8.27%	2.26%	6.51%	9.27%	13.00%
Mentalist	SAD	kriminalistička	7.86%	6.68%	8.33%	9.40%	8.52%	7.12%	8.71%	7.01%	5.96%	10.31%	9.50%	5.45%
Loza	Hrvatska	soap drama	7.71%	7.87%	6.88%	10.55%	8.46%	6.88%	7.81%	7.61%	2.67%	4.97%	9.31%	13.26%
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	7.47%	9.01%	6.44%	7.13%	7.82%	7.08%	6.67%	8.28%	2.97%	4.78%	8.56%	13.14%
Kosti	SAD	kriminalistička	7.44%	6.29%	8.15%	7.93%	8.10%	6.72%	8.42%	6.46%	6.09%	9.62%	9.00%	4.86%
Krv nije voda	Hrvatska	dokum. drama	7.04%	9.09%	6.40%	3.70%	7.35%	6.70%	6.40%	7.68%	4.67%	7.82%	9.30%	6.18%
Budva na pjeni od mora	Srbija / Crna Gora	telenovela	7.02%	7.88%	6.79%	5.44%	7.54%	6.43%	7.20%	6.83%	3.53%	6.52%	8.88%	8.77%
Hawaii-Five-0	SAD	kriminalistička	6.90%	6.31%	7.38%	6.67%	6.90%	6.89%	7.32%	6.47%	5.23%	8.99%	8.74%	4.40%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	6.80%	5.44%	7.75%	7.00%	6.76%	6.86%	7.83%	5.78%	4.74%	8.99%	8.62%	4.62%
Top 11-20			7.44%	7.68%	7.37%	7.05%	7.81%	7.03%	7.66%	7.22%	4.35%	8.01%	9.14%	7.91%
Top 20			10.22%	12.24%	9.19%	8.51%	11.44%	8.87%	9.57%	10.87%	4.70%	8.93%	12.73%	14.08%

Top 20, sezona 2012-2013

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Sila	Turska	telenovela	19.91%	30.35%	15.34%	8.22%	24.59%	14.73%	14.69%	25.01%	7.12%	12.43%	25.52%	34.52%
Izgubljena čast	Turska	telenovela	16.23%	24.75%	12.26%	7.56%	20.77%	11.19%	12.97%	19.52%	5.68%	11.11%	19.73%	28.17%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	15.28%	21.49%	12.84%	7.17%	16.31%	14.14%	12.27%	18.21%	6.94%	13.60%	18.14%	21.70%
Top 3			17.14%	25.53%	13.48%	7.65%	20.56%	13.35%	13.31%	20.91%	6.58%	12.38%	21.13%	28.13%
Sulejman veličanstveni	Turska	telenovela	14.77%	13.42%	15.61%	15.25%	17.46%	11.77%	16.52%	13.02%	7.89%	14.36%	19.12%	16.92%
Larin izbor	Hrvatska	telenovela	14.35%	22.30%	10.69%	6.11%	17.22%	11.16%	11.29%	17.37%	5.55%	9.76%	15.89%	25.75%
Top 5			16.11%	22.46%	13.35%	8.86%	19.27%	12.60%	13.55%	18.63%	6.64%	12.25%	19.68%	25.41%
Da sam oblak	Turska	telenovela	12.94%	22.16%	8.40%	4.60%	16.74%	8.73%	10.38%	15.41%	2.95%	6.44%	15.22%	26.38%
Dva smo svijeta različita	BiH	sitcom	12.89%	18.70%	10.37%	6.31%	14.21%	11.43%	10.51%	15.21%	4.69%	9.64%	15.78%	20.52%
Djevojka imena Feriha	Turska	telenovela	12.53%	19.95%	9.00%	5.32%	16.67%	7.94%	10.39%	14.59%	3.76%	7.65%	14.56%	23.31%
Parada	Srbija	soap drama	12.09%	11.74%	12.71%	10.61%	12.02%	12.17%	12.73%	11.46%	8.95%	16.52%	14.31%	8.23%
Kako vrijeme prolazi	Turska	telenovela	11.12%	19.16%	7.13%	3.95%	14.11%	7.81%	9.06%	13.13%	2.77%	6.14%	13.25%	21.60%
Top 10			14.21%	20.40%	11.44%	7.51%	17.01%	11.11%	12.08%	16.29%	5.63%	10.77%	17.15%	22.71%
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	10.45%	12.09%	9.72%	8.66%	11.28%	9.53%	10.53%	10.37%	3.31%	6.47%	12.93%	18.52%
Ruža vjetrova	Hrvatska	telenovela	9.15%	10.31%	9.00%	6.44%	10.53%	7.63%	8.83%	9.47%	5.29%	7.89%	12.44%	10.90%
Budva na pjeni od mora	Srbija / Crna Gora	telenovela	7.73%	8.62%	7.72%	5.22%	7.89%	7.55%	7.67%	7.79%	3.69%	7.65%	10.89%	8.73%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	7.37%	8.97%	6.55%	6.04%	7.28%	7.47%	7.23%	7.50%	2.25%	5.40%	8.17%	13.03%
CSI: Las Vegas	SAD	kriminalistička	7.16%	5.64%	8.09%	7.82%	8.14%	6.07%	8.70%	5.60%	3.75%	8.34%	10.28%	6.19%
Biblija	SAD	povijesna	7.14%	7.29%	7.37%	5.82%	6.62%	5.42%	6.20%	5.90%	3.96%	4.50%	8.12%	7.99%
Mentalist	SAD	kriminalistička	6.82%	4.43%	8.38%	7.46%	7.71%	5.83%	8.04%	5.63%	4.38%	8.31%	8.87%	5.52%
Žene s Dedinja	Srbija	soap drama	6.76%	5.95%	6.12%	3.92%	6.62%	4.85%	5.53%	6.02%	3.86%	6.17%	7.38%	5.80%
CSI: Miami	SAD	kriminalistička	6.36%	5.22%	7.28%	5.96%	6.98%	5.66%	7.47%	5.27%	4.84%	8.67%	7.81%	4.05%
Broadchurch	UK	kriminalistička	6.35%	3.68%	7.73%	8.47%	6.93%	5.71%	8.05%	4.71%	4.33%	8.12%	8.39%	4.42%
Top 11-20			7.53%	7.22%	7.80%	6.58%	8.00%	6.57%	7.82%	6.83%	3.97%	7.15%	9.53%	8.51%
Top 20			10.87%	13.81%	9.62%	7.05%	12.50%	8.84%	9.95%	11.56%	4.80%	8.96%	13.34%	15.61%

Top 20, sezona 2013/2014

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Stella	Hrvatska	TV mjuzikl	18.38%	25.61%	15.54%	8.99%	22.21%	14.13%	14.56%	22.07%	8.87%	16.09%	21.68%	25.89%
Djevojka imena Feriha	Turska	telenovela	17.73%	27.39%	13.27%	7.81%	22.38%	12.58%	14.02%	21.30%	6.58%	11.11%	20.71%	31.69%
Dila	Turska	telenovela	15.14%	23.61%	12.09%	6.36%	18.75%	11.14%	12.10%	18.14%	5.87%	8.62%	17.51%	26.71%
Top 3			17.08%	25.54%	13.63%	7.72%	21.11%	12.62%	13.56%	20.50%	7.11%	11.94%	19.97%	28.10%
Zora dubrovačka	Hrvatska	telenovela	15.01%	24.60%	10.68%	6.38%	17.99%	11.71%	12.27%	17.68%	6.09%	9.55%	16.50%	26.27%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	13.93%	20.41%	11.83%	6.95%	15.17%	12.57%	11.31%	16.53%	6.98%	11.27%	16.67%	19.29%
Top 5			16.04%	24.32%	12.68%	7.30%	19.30%	12.43%	12.85%	19.14%	6.88%	11.33%	18.61%	25.97%
Milost	Turska	telenovela	12.99%	19.84%	10.05%	5.02%	16.21%	9.40%	10.78%	15.12%	5.67%	8.32%	15.09%	22.15%
Draguljareva kći	Turska	telenovela	12.84%	20.78%	10.52%	7.29%	17.27%	7.95%	11.37%	14.33%	4.23%	5.83%	15.14%	23.74%
Kako vrijeme prolazi	Turska	telenovela	11.80%	20.26%	7.52%	4.62%	15.41%	7.80%	9.28%	14.23%	2.76%	6.49%	13.30%	24.19%
Toscana	Italija	telenovela	11.58%	15.49%	10.59%	8.34%	15.34%	7.43%	10.76%	12.41%	3.89%	6.07%	15.39%	18.67%
Crna ruža	Turska	telenovela	11.53%	18.87%	9.47%	6.09%	14.83%	7.88%	9.33%	13.76%	3.61%	5.89%	14.33%	20.36%
Top 10			14.09%	21.69%	11.16%	6.79%	17.56%	10.26%	11.58%	16.56%	5.46%	8.92%	16.63%	23.90%
Tajne	Hrvatska	telenovela	9.67%	12.32%	8.88%	5.42%	11.35%	7.80%	9.78%	9.56%	4.87%	8.19%	12.61%	12.47%
Suze Bospora	Turska	telenovela	9.27%	15.93%	6.25%	2.56%	11.57%	6.71%	7.46%	11.03%	2.83%	4.88%	10.38%	18.40%
Sulejman veličanstveni	Turska	telenovela	9.17%	8.28%	9.84%	8.87%	10.96%	7.18%	10.10%	8.26%	3.20%	7.49%	12.58%	12.78%
Kriza	BiH	sitcom	8.15%	8.64%	8.68%	4.96%	7.66%	8.69%	8.49%	7.82%	5.48%	10.41%	10.91%	5.59%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	7.91%	9.58%	6.95%	7.35%	7.85%	7.98%	8.16%	7.67%	2.32%	4.76%	9.23%	14.33%
Gruntovčani	Hrvatska	komedija-drama sredine	7.57%	12.26%	5.81%	5.50%	6.52%	8.72%	6.14%	9.02%	1.92%	5.59%	8.48%	12.53%
Pad Carigrada	Turska	povijesna	7.55%	7.42%	8.18%	5.45%	8.01%	7.05%	7.30%	7.80%	2.82%	7.08%	11.84%	8.29%
Dva smo svijet različita	BiH	sitcom	7.28%	11.94%	6.10%	3.41%	7.45%	7.08%	6.54%	8.02%	2.74%	4.65%	8.51%	11.61%
Vatre ivanjske	Hrvatska	telenovela	6.74%	9.38%	6.12%	4.43%	7.68%	5.71%	6.83%	6.66%	4.33%	6.13%	8.95%	6.90%
Poirot	UK	kriminalistička	6.72%	6.98%	6.34%	7.53%	8.00%	5.31%	7.05%	6.41%	1.97%	5.44%	8.28%	10.91%
Top 11-20			8.00%	10.27%	7.32%	5.55%	8.70%	7.22%	7.78%	8.23%	3.25%	6.46%	10.18%	11.38%
Top 20			11.05%	15.98%	9.24%	6.17%	13.13%	8.74%	9.68%	12.39%	4.35%	7.69%	13.40%	17.64%

Top 20, sezona 2014/2015

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Kud puklo da puklo	Hrvatska	telenovela	17.88%	25.97%	16.65%	8.61%	21.02%	14.42%	15.27%	20.54%	7.94%	12.72%	23.75%	23.93%
Draguljareva kći	Turska	telenovela	15.08%	24.13%	12.59%	8.23%	19.30%	10.41%	12.86%	17.34%	4.42%	7.30%	17.21%	27.84%
Crna ruža	Turska	telenovela	14.91%	24.28%	12.57%	7.09%	18.64%	10.80%	12.26%	17.60%	4.77%	7.06%	17.75%	26.57%
Top 3			15.96%	24.79%	13.94%	7.98%	19.65%	11.88%	13.46%	18.49%	5.71%	9.03%	19.57%	26.11%
Vendetta	Italija	kriminalistička	13.51%	15.87%	14.12%	7.69%	16.15%	10.60%	11.65%	15.40%	5.52%	10.05%	18.76%	17.58%
Crno-bijeli svijet	Hrvatska	komedija-drama sredine	12.40%	8.25%	12.88%	17.68%	11.64%	13.24%	13.17%	11.61%	6.53%	13.17%	16.11%	12.34%
Top 5			14.76%	19.70%	13.76%	9.86%	17.35%	11.89%	13.04%	16.50%	5.84%	10.06%	18.72%	21.65%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	12.26%	16.61%	11.91%	6.23%	12.87%	11.47%	10.22%	14.22%	5.47%	10.09%	16.01%	15.17%
Ljubav i novac	Turska	telenovela	10.08%	15.85%	8.49%	5.76%	12.87%	7.01%	8.45%	11.77%	2.56%	5.34%	11.88%	17.81%
Otmica	Italija	kriminalistička	9.24%	10.62%	9.57%	5.93%	11.23%	7.05%	8.11%	10.39%	3.64%	6.09%	12.66%	13.20%
Igra laži	Turska	telenovela	9.24%	14.50%	7.81%	5.22%	11.98%	6.21%	7.91%	10.63%	2.53%	4.36%	9.59%	17.69%
Vatre ivanjske	Hrvatska	telenovela	8.51%	13.09%	7.42%	4.49%	9.70%	7.19%	8.87%	8.14%	3.78%	7.51%	11.25%	10.04%
Top 10			12.31%	16.92%	11.40%	7.69%	14.54%	9.84%	10.88%	13.76%	4.72%	8.37%	15.50%	18.22%
Glas naroda	Hrvatska	sitcom	8.42%	9.32%	7.89%	8.62%	7.82%	9.08%	7.64%	9.21%	2.42%	5.67%	11.12%	12.28%
Dva smo svijeta različita	BiH	sitcom	8.09%	10.87%	7.76%	4.60%	8.93%	7.17%	6.55%	9.65%	3.79%	6.23%	12.23%	8.83%
Samo ti pričaj	Hrvatska	sitcom	7.50%	11.54%	6.62%	3.74%	8.81%	6.06%	6.97%	8.04%	2.23%	4.90%	9.37%	11.69%
Ljubav vjera nada	Turska	telenovela	7.03%	13.96%	4.84%	2.71%	9.08%	4.77%	6.78%	7.28%	1.81%	2.54%	8.43%	14.25%
Najbolje godine	Hrvatska	telenovela	6.94%	12.82%	5.47%	2.03%	8.09%	5.63%	5.07%	8.81%	2.88%	5.00%	8.27%	10.27%
Tajne i laži	Australija	kriminalistička	6.50%	5.63%	7.50%	4.73%	6.93%	6.03%	7.82%	5.17%	2.56%	8.13%	9.26%	6.01%
Naše malo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.69%	5.88%	5.20%	6.92%	5.45%	5.94%	5.86%	5.51%	1.76%	3.02%	7.09%	9.46%
Časni ljudi	Turska	telenovela	5.44%	8.47%	4.73%	2.75%	6.94%	3.79%	5.67%	5.21%	1.97%	2.29%	5.47%	10.74%
Dr. House	SAD	bolnička	5.42%	4.11%	5.77%	6.45%	6.27%	4.48%	6.60%	4.22%	5.03%	6.18%	6.51%	4.12%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	4.55%	2.24%	4.83%	7.43%	5.17%	3.87%	5.56%	3.53%	1.59%	2.84%	7.94%	4.95%
Top 11-20			6.56%	8.48%	6.06%	5.00%	7.35%	5.68%	6.45%	6.66%	2.60%	4.68%	8.57%	9.26%
Top 20			9.43%	12.70%	8.73%	6.35%	10.94%	7.76%	8.66%	10.21%	3.66%	6.52%	12.03%	13.74%

Top 20, sezona 2015/2016

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Tuđi život	Turska	telenovela	17.97%	27.37%	15.67%	9.96%	23.07%	12.36%	15.28%	20.80%	5.75%	9.58%	21.23%	30.62%
Kud puklo da puklo	Hrvatska	telenovela	14.73%	22.06%	13.25%	7.49%	16.99%	12.24%	12.97%	16.58%	5.06%	9.37%	20.74%	20.63%
Ponovno rođen	Turska	telenovela	12.52%	19.87%	10.44%	7.14%	17.03%	7.55%	10.22%	14.94%	3.36%	5.77%	14.44%	23.30%
Top 3			15.07%	23.10%	13.12%	8.20%	19.03%	10.72%	12.82%	17.44%	4.72%	8.24%	18.80%	24.85%
Pitanje časti	Turska	telenovela	10.93%	16.76%	9.48%	6.01%	15.08%	6.37%	9.41%	12.53%	3.08%	5.39%	12.30%	19.89%
Principe	Španjolska	telenovela	10.65%	15.15%	10.04%	5.23%	13.60%	7.41%	9.93%	11.40%	3.61%	6.37%	14.69%	15.46%
Top 5			13.36%	20.24%	11.78%	7.17%	17.15%	9.19%	11.56%	15.25%	4.17%	7.30%	16.68%	21.98%
Ljubav i novac	Turska	telenovela	10.58%	16.00%	9.08%	6.54%	13.19%	7.72%	8.69%	12.58%	2.90%	6.19%	12.48%	17.97%
Stella	Hrvatska	TV mjuzikl	10.00%	15.69%	8.80%	4.56%	11.62%	8.23%	8.41%	11.68%	5.02%	6.72%	11.94%	14.32%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	9.84%	13.16%	9.65%	5.05%	10.26%	9.39%	9.01%	10.72%	3.88%	7.71%	13.22%	12.74%
Crna ruža	Turska	telenovela	8.85%	15.33%	6.93%	4.43%	12.47%	4.88%	7.95%	9.80%	1.84%	3.36%	8.93%	18.46%
Lažni svjedok	BiH	sitcom	7.95%	11.81%	7.14%	4.22%	9.12%	6.66%	6.85%	9.11%	3.17%	5.16%	11.33%	10.65%
Top 10			11.40%	17.32%	10.05%	6.06%	14.24%	8.28%	9.87%	13.01%	3.77%	6.56%	14.13%	18.40%
Samo ti pričaj	Hrvatska	sitcom	7.95%	12.94%	6.83%	3.38%	9.58%	6.15%	7.35%	8.58%	3.02%	4.73%	11.51%	10.87%
Najbolje godine	Hrvatska	telenovela	7.32%	13.68%	5.62%	2.37%	8.85%	5.64%	5.99%	8.72%	2.80%	4.45%	8.77%	11.64%
Patrola na cesti	Hrvatska	kriminalistička	7.22%	8.14%	6.62%	7.62%	7.16%	7.27%	6.70%	7.75%	2.67%	5.25%	8.77%	10.73%
Duga mračna noć	Hrvatska	povijesna	6.63%	9.53%	5.48%	5.58%	6.65%	6.61%	5.34%	8.00%	2.00%	3.12%	9.65%	10.05%
Horvatovi	Hrvatska	sapunica	6.63%	7.20%	6.99%	4.53%	7.38%	5.80%	6.89%	6.35%	4.08%	6.75%	8.37%	6.51%
Parada	Srbija	soap drama	6.32%	7.20%	6.28%	5.02%	6.28%	6.37%	5.76%	6.92%	4.14%	8.16%	6.62%	5.83%
Poirot	UK	kriminalistička	5.69%	4.75%	5.68%	7.27%	6.82%	4.45%	6.52%	4.82%	1.93%	3.55%	7.97%	8.02%
Kad starci prolupaju	UK	skeč komedija	5.68%	7.54%	5.46%	3.34%	6.50%	4.78%	4.76%	6.65%	2.42%	4.48%	8.34%	6.39%
Kriza	BiH	sitcom	5.53%	5.80%	5.86%	4.04%	5.14%	5.96%	5.45%	5.62%	3.31%	6.53%	7.35%	4.41%
Prosjaci i sinovi	Hrvatska	komedija-drama sredine	4.99%	5.96%	4.75%	4.17%	4.95%	5.03%	4.15%	5.87%	1.44%	3.17%	6.53%	7.52%
Top 11-20			6.40%	8.27%	5.96%	4.73%	6.93%	5.81%	5.89%	6.93%	2.78%	5.02%	8.39%	8.20%
Top 20			8.90%	12.80%	8.00%	5.40%	10.59%	7.04%	7.88%	9.97%	3.27%	5.79%	11.26%	13.30%

Top 20, sezona 2016/2017

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Sudbina	Turska	telenovela	19.70%	32.08%	16.04%	11.16%	25.08%	13.72%	16.04%	23.56%	5.34%	9.35%	22.89%	35.66%
Obitelj mog oca	Turska	telenovela	16.35%	27.03%	13.33%	8.52%	21.19%	10.98%	13.60%	19.24%	4.67%	7.51%	19.72%	28.93%
Tuđi život	Turska	telenovela	15.38%	24.46%	12.91%	8.48%	20.16%	10.08%	12.89%	18.02%	4.11%	6.66%	17.92%	28.52%
Top 3			17.14%	27.86%	14.09%	9.39%	22.14%	11.59%	14.18%	20.27%	4.71%	7.84%	20.18%	31.04%
Bit ćeš moja	Turska	telenovela	12.87%	21.29%	10.70%	6.06%	17.56%	7.64%	11.53%	14.28%	3.52%	5.60%	13.93%	24.62%
Ponovno rođen	Turska	telenovela	12.07%	19.05%	10.14%	6.86%	16.34%	7.37%	10.14%	14.11%	3.02%	5.26%	14.23%	22.56%
Top 5			15.27%	24.78%	12.62%	8.22%	20.07%	9.96%	12.84%	17.84%	4.13%	6.88%	17.74%	28.06%
Zlatni dvori	Hrvatska	telenovela	12.07%	19.42%	10.23%	5.95%	15.27%	8.54%	9.76%	14.51%	3.64%	7.43%	15.01%	19.44%
Nauči me voljeti	Turska	telenovela	10.80%	17.56%	9.16%	5.02%	15.07%	6.04%	9.71%	11.95%	3.14%	4.78%	11.94%	20.31%
Anđeli	Turska	telenovela	10.70%	19.78%	8.01%	4.45%	14.35%	6.65%	9.38%	12.09%	2.40%	4.35%	11.04%	21.53%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	10.02%	14.59%	9.21%	5.15%	10.85%	9.10%	8.82%	11.29%	3.61%	6.90%	13.45%	14.05%
Crna ruža	Turska	telenovela	9.03%	16.35%	6.64%	4.72%	12.82%	4.87%	7.85%	10.28%	1.43%	2.84%	8.70%	20.00%
Top 10			12.90%	21.16%	10.64%	6.64%	16.87%	8.50%	10.97%	14.93%	3.49%	6.07%	14.88%	23.56%
Neželjena snaha	Turska	telenovela	7.26%	12.95%	5.64%	3.17%	10.27%	3.91%	6.86%	7.68%	1.94%	3.02%	7.13%	14.82%
Prosjaci i sinovi	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.56%	6.05%	5.72%	4.26%	5.54%	5.58%	4.94%	6.22%	1.74%	2.78%	7.60%	8.66%
Ranjena ljubav	Turska	telenovela	5.02%	4.83%	5.47%	3.89%	5.63%	4.35%	5.16%	4.87%	1.61%	4.52%	7.37%	5.72%
Isus iz Nazareta	Italija, UK	povijesna	4.87%	5.67%	5.16%	2.65%	4.80%	4.95%	4.22%	5.56%	2.16%	5.13%	5.55%	5.91%
Crno bijeli svijet	Hrvatska	komedija-drama sredine	4.87%	4.20%	4.59%	6.89%	4.74%	5.02%	4.90%	4.84%	1.20%	3.36%	7.08%	6.55%
Prava žena	Hrvatska	telenovela	4.49%	6.51%	3.87%	3.16%	5.34%	3.55%	3.64%	5.38%	2.59%	4.50%	5.95%	4.57%
Novine	Hrvatska	politička	4.34%	4.22%	3.76%	6.43%	4.45%	4.23%	4.60%	4.08%	0.74%	2.26%	5.66%	7.44%
Mentalist	SAD	kriminalistička	4.18%	2.74%	4.64%	5.08%	4.24%	4.12%	4.70%	3.63%	1.81%	4.42%	5.45%	4.65%
Škorpion	SAD	akcija i av.	3.83%	2.44%	4.26%	4.73%	3.86%	3.80%	4.41%	3.22%	1.90%	4.60%	5.11%	3.58%
KBC	Hrvatska	dokum. drama	3.80%	5.92%	3.23%	2.12%	4.50%	3.02%	3.00%	4.63%	1.98%	2.45%	5.30%	5.26%
Top 11-20			4.82%	5.55%	4.63%	4.24%	5.34%	4.25%	4.64%	5.01%	1.77%	3.70%	6.22%	6.72%
Top 20			8.86%	13.36%	7.64%	5.44%	11.10%	6.38%	7.81%	9.97%	2.63%	4.89%	10.55%	15.14%

Top 20, sezona 2017/2018

Naslov	Zemlja	Žanr	AMR % total	AMR % OŠ i bez	AMR % SSS	AMR % VŠS i VSS	AMR % žene	AMR % muškarci	AMR % urbani	AMR % ruralni	AMR % 18-30	AMR % 31-45	AMR % 46-60	AMR % 60+
Čista ljubav	Hrvatska	telenovela	17.62%	29.47%	14.20%	9.21%	21.54%	13.27%	15.14%	20.23%	6.19%	9.74%	20.36%	30.07%
Istambulska nevjesta	Turska	telenovela	16.91%	26.66%	14.06%	10.11%	21.76%	11.51%	14.73%	19.21%	5.79%	7.67%	19.90%	30.00%
Bit ćeš moja	Turska	telenovela	15.09%	24.23%	12.71%	7.76%	19.59%	10.09%	13.05%	17.23%	5.29%	6.71%	17.17%	27.10%
Top 3			16.54%	26.79%	13.66%	9.03%	20.96%	11.62%	14.31%	18.89%	5.76%	8.04%	19.14%	29.06%
Anđeli	Turska	telenovela	10.56%	19.08%	8.13%	4.45%	13.97%	6.77%	9.14%	12.06%	3.41%	5.10%	10.63%	20.44%
Djevojka sa sela	Turska	telenovela	10.26%	17.46%	8.80%	5.26%	13.97%	6.14%	9.32%	11.25%	2.50%	3.95%	9.82%	20.32%
Top 5			14.09%	23.38%	11.58%	7.36%	18.17%	9.56%	12.28%	16.00%	4.64%	6.63%	15.58%	25.59%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	10.09%	15.02%	9.42%	4.69%	10.71%	9.40%	9.23%	11.00%	4.04%	7.14%	13.44%	13.71%
Kazna	Turska	telenovela	8.96%	13.47%	8.64%	4.74%	11.97%	5.61%	8.44%	9.50%	1.70%	3.85%	9.20%	16.75%
Kad susjedi polude	Hrvatska	sitcom	8.84%	13.38%	8.11%	4.79%	10.63%	6.85%	7.75%	9.98%	2.87%	6.25%	10.88%	12.76%
Smrtonosno oružje	SAD	akcija i av.	8.46%	10.43%	8.82%	4.09%	8.66%	8.24%	7.83%	9.12%	3.78%	7.68%	13.03%	8.24%
Začin ljubavi	Turska	telenovela	6.54%	11.70%	5.85%	2.06%	8.94%	3.86%	6.19%	6.90%	1.61%	2.80%	6.29%	12.82%
Top 10			11.33%	18.09%	9.87%	5.72%	14.17%	8.17%	10.08%	12.65%	3.72%	6.09%	13.07%	19.22%
Ko te šiša	Hrvatska	sitcom	5.85%	7.62%	5.27%	4.80%	6.15%	5.51%	5.70%	6.00%	1.23%	3.54%	6.73%	10.65%
Andrija i Anđelka	Srbija	skeč komedija	5.01%	6.14%	4.69%	4.21%	6.01%	3.91%	4.58%	5.47%	3.34%	4.89%	6.28%	5.30%
Dragi susjedi	Hrvatska	sitcom	4.92%	7.02%	4.42%	3.11%	5.54%	4.24%	4.08%	5.81%	2.04%	4.57%	5.72%	6.62%
Tragovi zločina	SAD	kriminalistička	4.19%	3.05%	4.25%	5.31%	4.42%	3.93%	4.37%	3.99%	1.21%	3.98%	5.60%	4.81%
Mjesto koje zovem dom	Australija	kostimirana drama	3.92%	4.09%	3.34%	5.40%	4.77%	2.99%	3.67%	4.19%	0.31%	1.37%	4.20%	7.68%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	3.77%	2.41%	3.75%	6.07%	4.13%	3.37%	4.02%	3.51%	1.16%	2.06%	5.55%	5.51%
Vera	UK	kriminalistička	3.76%	2.14%	3.78%	6.33%	4.20%	3.27%	4.25%	3.23%	0.99%	2.20%	4.73%	6.34%
Laži mi	SAD	kriminalistička	3.62%	2.39%	3.88%	4.84%	3.66%	3.59%	4.05%	3.17%	0.99%	4.34%	4.92%	3.62%
Navy CIS	SAD	kriminalistička	3.38%	2.91%	3.62%	3.34%	3.39%	3.36%	3.67%	3.07%	0.84%	2.89%	4.22%	4.77%
Mentalist	SAD	kriminalistička	3.36%	2.81%	3.65%	3.35%	3.34%	3.39%	3.47%	3.26%	1.20%	3.52%	4.37%	3.93%
Top 11-20			4.18%	4.06%	4.07%	4.68%	4.56%	3.76%	4.19%	4.17%	1.33%	3.34%	5.23%	5.92%
Top 20			7.76%	11.07%	6.97%	5.20%	9.37%	5.97%	7.13%	8.41%	2.52%	4.71%	9.15%	12.57%

Prilog 3: Ljestvice Top 20 obrazovnih skupina

Top 20 obrazovnih skupina, Staro doba

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2003/2004

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Pravi Sherlock Holmes	UK	kriminalistička	20.95%	**Združena braća**	SAD	ratna	21.94%	**Čarolija**	Italija	sapunica	25.14%
Združena braća	SAD	ratna	19.04%	**Obavještajci**	UK	akcija i av.	18.38%	**Inspektor Rex**	Austrija	kriminalistička	22.96%
Ekipa za očevid	SAD	kriminalistička	17.51%	**Ekipa za očevid**	SAD	kriminalistička	16.52%	**Zlatni vrč**	Hrvatska	sitcom	22.32%
Top 3 VŠS i VSS			19.17%	*Top 3 SSS*			18.95%	*Top 3 OŠ i bez*			23.47%
Seks i grad	SAD	sitcom	17.31%	**Čarolija**	Italija	sapunica	16.16%	**Združena braća**	SAD	ratna	21.71%
Čarolija	Italija	sapunica	17.27%	**Seks i grad**	SAD	sitcom	15.93%	**Obavještajci**	UK	akcija i av.	17.40%
Top 5 VŠS i VSS			18.42%	*Top 5 SSS*			17.79%	*Top 5 OŠ i bez*			21.91%
Obavještajci	UK	akcija i av.	16.67%	**Inspektor Rex**	Austrija	kriminalistička	15.52%	**Pasadena**	SAD	sapunica	15.17%
CIA	SAD	akcija i av.	16.51%	**Pravi Sh. Holmes**	UK	kriminalistička	15.28%	**Ed**	SAD	soap drama	14.27%
Gilmoreice	SAD	soap drama	16.39%	**24**	SAD	akcija i av.	14.85%	**Pravi Sh. Holmes**	UK	kriminalistička	13.65%
Pasadena	SAD	sapunica	16.18%	**Pasadena**	SAD	sapunica	14.57%	**Nezaustavljivi**	Njemačka	kriminalistička	13.57%
Newyorški plavci	SAD	kriminalistička	15.67%	**Zlatni vrč**	Hrvatska	sitcom	14.16%	**Tri divlja anđela**	Njemačka	akcija i av.	13.57%
Top 10 VŠS i VSS			17.35%	*Top 10 SSS*			16.33%	*Top 10 OŠ i bez*			17.98%
Zlatni vrč	Hrvatska	sitcom	14.61%	**Newyorški plavci**	SAD	kriminalistička	13.78%	**Tragovi zločina**	Njemačka	kriminalistička	13.09%
24	SAD	akcija i av.	13.38%	**Tragovi zločina**	Njemačka	kriminalistička	13.40%	**Seks i grad**	SAD	sitcom	13.02%
Becker	SAD	sitcom	12.79%	**Gilmoreice**	SAD	soap drama	13.14%	**Gilmoreice**	SAD	soap drama	12.75%
Hitna služba	SAD	bolnička	12.78%	**Hitna služba**	SAD	bolnička	12.43%	**Ekipa za očevid**	SAD	kriminalistička	12.66%
Nijemi svjedok	UK	kriminalistička	12.68%	**Tri divlja anđela**	Njemačka	akcija i av.	12.20%	**Cobra 11**	Njemačka	kriminalistička	12.29%
Život nas svagdašnji	UK	sitcom	12.56%	**Nezaustavljivi**	Njemačka	kriminalistička	11.96%	***Zaboravljeni slučaj***	SAD	kriminalistička	11.53%
Saga o Forsyteima	UK	kostimirana drama	12.44%	**Cobra 11**	Njemačka	kriminalistička	11.80%	**Walker, t. rendžer**	SAD	akcija i av.	10.68%
Britanski odjel za zločin	SAD/UK	kriminalistička	11.58%	**Walker, t. rendžer**	SAD	akcija i av.	11.75%	**24**	SAD	akcija i av.	10.50%
Walker, teksaški rendžer	SAD	akcija i av.	11.49%	***Zaboravljeni slučaj***	SAD	kriminalistička	11.62%	**Hitna služba**	SAD	bolnička	10.48%
Inspektor Rex	Austrija	kriminalistička	11.31%	**CIA**	SAD	akcija i av.	11.42%	***Foyleov rat***	UK	kriminalistička	10.44%
Top 11-20 VŠS i VSS			12.56%	*Top 11–20 SSS*			12.35%	*Top 11-20 OŠ i bez*			11.74%
Top 20 VŠS i VSS			14.96%	*Top 20 SSS*			14.34%	*Top 20 OŠ i bez*			14.86%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2004/2005

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Duga mračna noć	Hrvatska	povijesna	37.50%	**Duga mračna noć**	Hrvatska	povijesna	36.43%	**Duga mračna noć**	Hrvatska	povijesna	44.76%
Konjanik	Hrvatska	povijesna	21.91%	**Villa Maria**	Hrvatska	telenovela	20.91%	**Villa Maria**	Hrvatska	telenovela	34.71%
Villa Maria	Hrvatska	telenovela	18.81%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	20.85%	**Konjanik**	Hrvatska	povijesna	27.43%
Top 3 VŠS i VSS			26.07%	*Top 3 SSS*			26.06%	*Top 3 OŠ i bez*			35.63%
Čarolija	Italija	sapunica	17.04%	**Konjanik**	Hrvatska	povijesna	20.37%	**Čarolija**	Italija	sapunica	24.18%
Naša mala klinika	Hrvatska	sitcom	15.67%	**Čarolija**	Italija	sapunica	14.55%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	18.66%
Top 5 VŠS i VSS			22.19%	*Top 5 SSS*			22.62%	*Top 5 OŠ i bez*			29.95%
Struna u krvi	UK	kriminalistička	14.13%	**Nestali**	Kanada / SAD	kriminalistička	13.94%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	13.50%
Ekipa za očevid	SAD	kriminalistička	13.94%	**Ekipa za očevid**	SAD	kriminalistička	13.51%	**Klaun osvetnik pod maskom**	Njemačka	kriminalistička	12.93%
Hitna služba	SAD	bolnička	12.88%	**U mreži terora**	SAD	kriminalistička	13.05%	**Zabranjena ljubav**	Hrvatska	sapunica	12.26%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	11.26%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	12.49%	**Nestali**	Kan./SAD	kriminalistička	12.14%
Prijatelji	SAD	sitcom	10.89%	**Klaun osvetnik pod maskom**	Njemačka	kriminalistička	12.20%	**Struna u krvi**	UK	kriminalistička	11.52%
Top 10 VŠS i VSS			17.40%	*Top 10 SSS*			17.83%	*Top 10 OŠ i bez*			21.21%
Obitelj Soprano	SAD	kriminalistička	10.83%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	12.04%	**Nezaustavljivi**	Njemačka	kriminalistička	10.38%
Zakon i red - odjel za žrtve	SAD	kriminalistička	10.65%	**Tragovi zločina**	Njemačka	kriminalistička	11.91%	**Tragovi zločina**	Njemačka	kriminalistička	10.25%
Newyorški plavci	SAD	kriminalistička	10.61%	**Struna u krvi**	UK	kriminalistička	11.34%	**Cobra 11**	Njemačka	kriminalistička	10.08%
OZ	SAD	kriminalistička	9.55%	**Nezaustavljivi**	Njemačka	kriminalistička	11.27%	**U mreži terora**	SAD	kriminalistička	10.06%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	9.39%	**Cobra 11**	Njemačka	kriminalistička	11.23%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	9.68%
U mreži terora	SAD	kriminalistička	9.13%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	10.71%	**Oteti**	SAD	SF	9.17%
Bez traga	SAD	kriminalistička	9.01%	***Prijatelji***	SAD	sitcom	10.42%	**Hitna služba**	SAD	bolnička	9.07%
Las Vegas	SAD	kriminalistička	8.89%	**Mr. Bean**	UK	sitcom	9.84%	**Ekipa za očevid**	SAD	kriminalistička	9.00%
Oteti	SAD	SF	8.85%	**Zabranjena ljubav**	Hrvatska	sapunica	9.59%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	8.80%
Mućke	UK	sitcom	8.73%	**Oteti**	SAD	SF	9.26%	***Bumerang***	Hrvatska	sitcom	8.74%
Top 11-20 VŠS i VSS			9.56%	*Top 11-20 SSS*			10.76%	*Top 11-20 OŠ i bez*			9.52%
Top 20 VŠS i VSS			13.48%	*Top 20 SSS*			14.30%	*Top 20 OŠ i bez*			15.37%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2005/2006

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	23.31%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	23.61%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	33.05%
Ljubav u zaleđu	Hrvatska	telenovela	16.72%	**Ljubav u zaleđu**	Hrvatska	telenovela	18.73%	**Ljubav u zaleđu**	Hrvatska	telenovela	30.29%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	14.81%	**Nestali**	Kan./SAD	kriminalistička	14.11%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	21.86%
Top 3 VŠS i VSS			18.28%	*Top 3 SSS*			18.82%	*Top 3 OŠ i bez*			28.40%
Čarolija	Italija	sapunica	13.39%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	12.65%	**Čarolija**	Italija	sapunica	21.32%
Zakon i red - odjel za žrtve	SAD	kriminalistička	12.29%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	12.42%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	13.31%
Top 5 VŠS i VSS			16.10%	*Top 5 SSS*			16.30%	*Top 5 OŠ i bez*			23.97%
Naše malo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	11.70%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	12.24%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	12.29%
Mućke	UK	sitcom	11.58%	**Bibin svijet**	SAD	sitcom	12.18%	**Naše malo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	12.00%
Ekipa za očevid/CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	10.40%	**Čarolija**	SAD	sapunica	11.68%	***Maćeha***	Meksiko	telenovela	11.91%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	10.35%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	11.48%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	11.68%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	10.33%	**Vatreni dečki**	Njemačka	911	11.14%	**Zabranjena ljubav**	Hrvatska	sapunica	11.41%
Top 10 VŠS i VSS			13.49%	*Top 10 SSS*			14.02%	*Top 10 OŠ i bez*			17.91%
Bez traga	SAD	kriminalistička	9.98%	**Ekipa za očevid/CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	11.00%	**Kuda idu divlje svinje**	Hrvatska	kriminalistička	11.38%
Tanka plava linija	UK	sitcom	9.76%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	10.92%	**Nestali**	Kan./SAD	kriminalistička	11.19%
Nestali	Kan./SAD	kriminalistička	9.55%	**Naše malo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	10.88%	**Klaun osvetnik pod maskom**	Njemačka	kriminalistička	10.48%
CSI New York	SAD	kriminalistička	9.46%	**Kuda idu divlje svinje**	Hrvatska	kriminalistička	10.30%	***Putovanje prema suncu***	SAD	povijesna	9.44%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	9.42%	**Mućke**	UK	sitcom	10.18%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	9.44%
Kuda idu divlje svinje	Hrvatska	kriminalistička	9.26%	**Klaun osvetnik pod maskom**	Njemačka	kriminalistička	9.85%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	9.42%
Zakon i red - suđenje pred porotom	SAD	kriminalistička	9.25%	***Allo, allo***	UK	sitcom	9.73%	**Vatreni dečki**	SAD	911	8.44%
Vrhunski prevaranti	UK	kriminalistička	8.88%	**Zabranjena ljubav**	Hrvatska	telenovela	9.67%	***Rebeca***	Meksiko	telenovela	8.01%
Newyorški plavci	SAD	kriminalistička	8.76%	**Tanka plava linija**	UK	sitcom	9.58%	**Tanka plava linija**	UK	sitcom	7.62%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	8.70%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	9.37%	***Bez traga***	SAD	kriminalistička	7.23%
Top 11-20 VŠS i VSS			9.30%	*Top 11-20 SSS*			10.15%	*Top 11-20 OŠ i bez*			9.27%
Top 20 VŠS i VSS			11.40%	*Top 20 SSS*			12.09%	*Top 20 OŠ i bez*			13.59%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2006/2007

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	15.18%	**Obični ljudi**	Hrvatska	telenovela	18.10%	**Obični ljudi**	Hrvatska	telenovela	26.18%
Kazalište u kući	Hrvatska	sitcom	15.14%	**Invazija**	SAD	SF	15.51%	**Kazalište u kući**	Hrvatska	sitcom	23.64%
Obični ljudi	Hrvatska	telenovela	14.97%	**Zakon braće**	SAD	akcija i av.	15.35%	**Čarolija**	Italija	telenovela	17.01%
Top 3 VŠS i VSS			15.10%	*Top 3 SSS*			16.32%	*Top 3 OŠ i bez*			22.28%
Invazija	SAD	SF	14.87%	**Kazalište u kući**	Hrvatska	sitcom	15.27%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	16.19%
Dr. House	SAD	bolnička	13.99%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	14.02%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	16.03%
Top 5 VŠS i VSS			14.83%	*Top 5 SSS*			15.65%	*Top 5 OŠ i bez*			19.81%
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	13.62%	**Nestali**	SAD/Kan.	kriminalistička	13.84%	**Gruntovčani**	Hrvatska	komedija-drama sredine	15.21%
Dalziel i Pascoe	UK	kriminalistička	13.30%	**Ubojiti nagon**	SAD	kriminalistička	13.50%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	13.33%
Dani straha	SAD	kriminalistička	12.49%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	13.13%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	11.88%
Rose i Maloney	UK	kriminalistička	12.42%	**Vatreni dečki**	SAD	911	13.07%	***Cimmer fraj***	Hrvatska	sitcom	11.75%
Zakon braće	SAD	akcija i av.	12.21%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	13.06%	**Invazija**	SAD	SF	10.89%
Top 10 VŠS i VSS			13.82%	*Top 10 SSS*			14.49%	*Top 10 OŠ i bez*			16.21%
Ubojiti nagon	SAD	kriminalistička	11.80%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	12.82%	**Zakon braće**	SAD	akcija i av.	10.79%
CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	11.79%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	12.67%	**Nestali**	SAD/Kan.	kriminalistička	10.52%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	11.45%	**Dani straha**	SAD	kriminalistička	12.23%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	10.26%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	11.14%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	12.13%	***Zabranjena ljubav***	Hrvatska	sapunica	10.09%
Kosti	SAD	kriminalistička	11.08%	**Dokaz krivnje**	SAD	kriminalistička	11.69%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	9.58%
Vatreni dečki	SAD	911	10.93%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	11.61%	***Novo doba***	Hrvatska	soap drama	9.20%
Nestali	SAD/Kan.	kriminalistička	10.81%	**Umorstva u Midsomeru**	UK	kriminalistička	11.54%	**Dani straha**	SAD	kriminalistička	9.16%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	10.20%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	10.79%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	9.05%
CSI New York	SAD	kriminalistička	10.05%	***CSI Las Vegas***	SAD	kriminalistička	10.14%	**Vatreni dečki**	SAD	911	8.83%
Buđenje mrtvih	UK	kriminalistička	10.00%	***Bitange i princeze***	Hrvatska	sitcom	9.88%	**Ubojiti nagon**	SAD	kriminalistička	8.77%
Top 11-20 VŠS i VSS			10.93%	*Top 11-20 SSS*			11.55%	*Top 11-20 OŠ i bez*			9.63%
Top 20 VŠS i VSS			12.37%	*Top 20 SSS*			13.02%	*Top 20 OŠ i bez*			12.92%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2007/2008

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	20.78%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	15.72%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	21.70%
Ponos Ratkajevih	Hrvatska	telenovela	15.47%	**Stvorenja**	SAD	SF	13.83%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	16.16%
Libertas	Hrvatska	povijesna	12.64%	**Ponos Ratkajevih**	Hrvatska	telenovela	13.69%	**Ponos Ratkajevih**	Hrvatska	telenovela	16.05%
Top 3 VŠS i VSS			16.30%	*Top 3 SSS*			14.41%	*Top 3 OŠ i bez*			17.97%
Dr. House	SAD	bolnička	12.41%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	12.62%	**Čarolija**	Italija	sapunica	15.83%
Kosti	SAD	kriminalistička	11.75%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	12.41%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	13.24%
Top 5 VŠS i VSS			14.61%	*Top 5 SSS*			13.65%	*Top 5 OŠ i bez*			16.60%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	11.63%	**CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	12.12%	**Dobre namjere**	Hrvatska	kriminalistička	11.96%
Stvorenja	SAD	SF	11.49%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	12.05%	**Libertas**	Hrvatska	povijesna	11.76%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	11.27%	**Skrivena meta**	SAD	kriminalistička	11.97%	**Lud zbunjen normalan**	Hrvatska	sitcom	11.36%
CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	10.73%	**Put izdaje**	SAD	akcija i av.	11.59%	***Zabranjena ljubav***	Hrvatska	sapunica	10.72%
Bez traga	SAD	kriminalistička	10.32%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	11.32%	**Put izdaje**	SAD	akcija i av.	10.04%
Top 10 VŠS i VSS			12.85%	*Top 10 SSS*			12.73%	*Top 10 OŠ i bez*			13.88%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	10.18%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	11.09%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	9.96%
CSI New York	SAD	kriminalistička	10.14%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	11.00%	***Kontesa Dora***	Hrvatska	kostimirana drama	9.38%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	9.68%	**Heroji iz strasti**	SAD	911	10.20%	**Skrivena meta**	SAD	kriminalistička	9.37%
Dobre namjere	Hrvatska	kriminalistička	9.42%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	9.60%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	9.05%
Skrivena meta	Hrvatska	kriminalistička	9.25%	**Uvod u anatomiju**	SAD	bolnička	9.55%	**Stvorenja**	SAD	SF	8.63%
Heroji	SAD	SF	9.20%	***Ženski klan***	SAD	kriminalistička	9.06%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	8.34%
Put izdaje	SAD	akcija i av.	8.90%	**Naša mala klinika**	Hrvatska	sitcom	8.99%	***Jesen stiže dunjo moja***	Srbija	kostimirana drama	8.28%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	8.90%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	8.82%	***Ne daj se Nina***	Hrvatska	telenovela	8.28%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	8.79%	**Libertas**	Hrvatska	povijesna	8.25%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	8.04%
Vatreni dečki	SAD	911	8.52%	***Zakon braće***	SAD	akcija i av.	8.15%	**CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	7.48%
Top 11-20 VŠS i VSS			9.30%	*Top 11-20 SSS*			9.47%	*Top 11-20 OŠ i bez*			8.68%
Top 20 VŠS i VSS			11.07%	*Top 20 SSS*			11.10%	*Top 20 OŠ i bez*			11.28%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2008/2009

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	21.15%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	17.35%	**Sve će biti dobro**	Hrvatska	telenovela	24.88%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	15.85%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	14.79%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	21.55%
Mentalist	SAD	kriminalistička	14.48%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	14.21%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	20.61%
Top 3 VŠS i VSS			17.16%	*Top 3 SSS*			15.45%	*Top 3 OŠ i bez*			22.35%
Dr. House	SAD	bolnička	13.18%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	13.13%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	18.01%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	12.85%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	12.09%	**Čarolija**	Italija	sapunica	15.36%
Top 5 VŠS i VSS			15.50%	*Top 5 SSS*			14.31%	*Top 5 OŠ i bez*			20.08%
Jedanaesti sat	SAD	SF	12.64%	**Jedanaesti sat**	SAD	SF	12.04%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	15.05%
Jane Eyre	UK	kostimirana drama	12.63%	**Sve će biti dobro**	Hrvatska	telenovela	11.63%	**Bibin svijet**	Hrvatska	sitcom	12.99%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	12.61%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	11.24%	**Mamutica**	Hrvatska	kriminalistička	10.81%
Mamutica	Hrvatska	kriminalistička	12.26%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	11.22%	**Bračne vode**	Hrvatska	sitcom	10.80%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	11.57%	**Kućanice**	SAD	soap drama	10.66%	**Bolničke priče**	Italija	sapunica	10.61%
Top 10 VŠS i VSS			13.92%	*Top 10 SSS*			12.84%	*Top 10 OŠ i bez*			16.07%
Sve će biti dobro	Hrvatska	telenovela	11.32%	**Bračne vode**	Hrvatska	sitcom	10.62%	**Anno Domini 1573.**	Hrvatska	povijesna	10.41%
Empire Falls	SAD	soap drama	11.03%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	10.49%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	8.69%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	10.63%	**CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	10.48%	**Jane Eyre**	UK	kostimirana drama	8.53%
Luda kuća	Hrvatska	sitcom	10.46%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	10.40%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	8.36%
Kućanice	SAD	soap drama	10.29%	**Uvod u anatomiju**	SAD	bolnička	10.35%	***Empire Falls***	SAD	soap drama	8.10%
Čarolija	Italija	sapunica	9.64%	***Dexter***	SAD	kriminalistička	9.26%	**CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	7.87%
CSI New York	SAD	kriminalistička	9.56%	**Mamutica**	Hrvatska	kriminalistička	8.58%	**Uvod u anatomiju**	SAD	bolnička	7.69%
Bibin svijet	Hrvatska	sitcom	9.32%	***Kašmir mafija***	SAD	soap drama	8.52%	***Zakon ljubavi***	Hrvatska	telenovela	7.33%
Privatna praksa	SAD	bolnička	8.85%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	8.27%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	7.24%
Kosti	SAD	kriminalistička	8.81%	***Dr. House***	SAD	bolnička	7.91%	**Jedanaesti sat**	SAD	SF	7.21%
Top 11-20 VŠS i VSS			9.99%	*Top 11-20 SSS*			9.49%	*Top 11-20 OŠ i bez*			8.14%
Top 20 VŠS i VSS			11.96%	*Top 20 SSS*			11.16%	*Top 20 OŠ i bez*			12.11%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2009/2010

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	16.38%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	16.88%	**Dolina sunca**	Hrvatska	telenovela	27.27%
Mentalist	SAD	kriminalistička	15.36%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	16.63%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	22.92%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	14.26%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	15.23%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	22.88%
Top 3 VŠS i VSS			15.33%	*Top 3 SSS*			16.25%	*Top 3 OŠ i bez*			24.36%
Kosti	SAD	kriminalistička	14.24%	**Dolina sunca**	Hrvatska	telenovela	13.33%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	22.85%
Zaboravljeni slučaj	SAD	kriminalistička	13.22%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	12.83%	**Bračne vode**	Hrvatska	sitcom	14.58%
Top 5 VŠS i VSS			14.69%	*Top 5 SSS*			14.98%	*Top 5 OŠ i bez*			22.10%
Dolina sunca	Hrvatska	telenovela	12.89%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	12.19%	**Luda kuća**	Hrvatska	sitcom	12.57%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	12.20%	**Bračne vode**	Hrvatska	sitcom	11.07%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	11.58%
CSI New York	SAD	kriminalistička	11.40%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	11.00%	**Dome, slatki dome**	Hrvatska	sitcom	11.03%
CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	11.07%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	10.80%	***Čarolija***	Italija	sapunica	9.70%
Kućanice	SAD	soap drama	10.92%	**1001 noć**	Turska	telenovela	10.37%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	9.56%
Top 10 VŠS i VSS			13.19%	*Top 10 SSS*			13.03%	*Top 10 OŠ i bez*			16.49%
L.A. Dragnet	SAD	kriminalistička	10.10%	**Navy CIS**	SAD	kriminalistička	9.57%	**1001 noć**	Turska	telenovela	9.32%
Dr. House	SAD	bolnička	9.98%	**Kućanice**	SAD	soap drama	9.53%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	7.35%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	9.59%	**Uvod u anatomiju**	SAD	bolnička	9.43%	**Navy CIS**	SAD	kriminalistička	7.28%
Privatna praksa	SAD	bolnička	9.32%	**CSI New York**	SAD	kriminalistička	9.00%	**Privatna praksa**	SAD	bolnička	7.27%
Zakon i red - odjel za žrtve	SAD	kriminalistička	9.20%	**Privatna praksa**	SAD	bolnička	8.94%	**Otok smrti**	SAD	horor	7.27%
1001 noć	Turska	telenovela	9.10%	**Bitange i princeze**	Hrvatska	sitcom	8.83%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	7.08%
Bitange i princeze	Hrvatska	sitcom	8.82%	**CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	8.41%	**Zaboravljeni slučaj**	SAD	kriminalistička	6.80%
Navy CIS	SAD	kriminalistička	8.62%	**Otok smrti**	SAD	horor	8.37%	***Zakon i red: odjel za žrtve***	SAD	kriminalistička	6.78%
Najbolje godine	Hrvatska	telenovela	8.61%	***L.A. Dragnet***	SAD	kriminalistička	7.75%	***Nepokoreni grad***	Hrvatska	povijesna	6.27%
Dome slatki dome	Hrvatska	sitcom	8.29%	***Zakon i red - odjel za žrtve***	SAD	kriminalistička	7.17%	**Kućanice**	SAD	soap drama	6.25%
Top 11-20 VŠS i VSS			9.16%	*Top 11-20 SSS*			8.70%	*Top 11-20 OŠ i bez*			7.17%
Top 20 VŠS i VSS			11.18%	*Top 20 SSS*			10.87%	*Top 20 OŠ i bez*			11.83%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2010/2011

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
1001 noć	Turska	telenovela	17.72%	**1001 noć**	Turska	telenovela	19.62%	**Asi**	Turska	telenovela	23.67%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	12.90%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	12.42%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	23.06%
Vjerujem u anđele	Hrvatska	romcom	11.22%	**Asi**	Turska	telenovela	12.36%	**1001 noć**	Turska	telenovela	19.62%
Top 3 VŠS i VSS			13.95%	*Top 3 SSS*			14.80%	*Top 3 OŠ i bez*			22.12%
Put osvete	SAD	kriminalistička	10.51%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	11.94%	**Bijeg**	Turska	telenovela	19.21%
Kosti	SAD	kriminalistička	10.26%	**Periferija City**	Hrvatska	sitcom	11.36%	**Ljubav i kazna**	Turska	sitcom	18.41%
Top 5 VŠS i VSS			12.52%	*Top 5 SSS*			13.54%	*Top 5 OŠ i bez*			20.79%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	9.97%	**Gruntovčani**	Hrvatska	komedija-drama sredine	11.04%	**Periferija City**	Hrvatska	sitcom	18.40%
Gruntovčani	Hrvatska	komedija-drama sredine	9.96%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	10.97%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	16.83%
Instruktor	Hrvatska	mockumentary	9.80%	**Vjerujem u anđele**	Hrvatska	romcom	10.64%	**Gruntovčani**	Hrvatska	komedija-drama sredine	15.15%
Velo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	9.63%	**Ezel**	Turska	telenovela	10.64%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	14.19%
Ezel	Turska	telenovela	8.73%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	9.97%	**Vjerujem u anđele**	Hrvatska	romcom	13.72%
Top 10 VŠS i VSS			11.07%	*Top 10 SSS*			12.10%	*Top 10 OŠ i bez*			18.23%
Kućanice	SAD	soap drama	8.60%	**Ljubav i kazna**	Turska	telenovela	9.55%	**Tvoja sam sudbina**	Indija	telenovela	11.83%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	8.39%	**Put osvete**	SAD	kriminalistička	9.52%	**Kad lišće pada**	Turska	telenovela	11.39%
Ljubav i kazna	Turska	telenovela	8.19%	**Velo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	9.34%	**Velo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	10.86%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	8.11%	**Bijeg**	Turska	telenovela	9.10%	**Ezel**	Turska	telenovela	9.32%
CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	8.07%	**Instruktor**	Hrvatska	mockumentary	8.87%	**Kismet**	Turska	telenovela	8.81%
Nijemi svjedok	UK	kriminalistička	8.03%	**Kućanice**	SAD	soap drama	8.72%	***Dnevnik plavuše***	Hrvatska	soap drama	8.66%
Berlinska saga	Njemačka	soap drama	7.87%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	8.62%	***Ne daj se Nina***	Hrvatska	telenovela	7.74%
Periferija City	Hrvatska	sitcom	7.77%	***CSI New York***	SAD	kriminalistička	8.30%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	6.35%
Momci s Madisona	SAD	soap drama	7.73%	***Hawaii Five-0***	SAD	kriminalistička	8.24%	***Capri***	Italija	sapunica	6.26%
Asi	Turska	telenovela	7.65%	**Kismet**	Turska	telenovela	7.54%	**Instruktor**	Hrvatska	mockumentary	6.19%
Top 11-20 VŠS i VSS			8.04%	*Top 11-20 SSS*			8.78%	*Top 11-20 OŠ i bez*			8.74%
Top 20 VŠS i VSS			9.56%	*Top 20 SSS*			10.44%	*Top 20 OŠ i bez*			13.48%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2011/2012

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Larin izbor	Hrvatska	telenovela	16.87%	**Larin izbor**	Hrvatska	telenovela	20.27%	**Larin izbor**	Hrvatska	telenovela	31.39%
Downton Abbey	UK	kostimirana drama	13.21%	**Izgubljena čast**	Turska	telenovela	14.50%	**Izgubljena čast**	Turska	telenovela	27.60%
Ljubav i kazna	Turska	telenovela	11.76%	**Ljubav i kazna**	Turska	telenovela	13.81%	**Ljubav i kazna**	Turska	telenovela	25.97%
Top 3 VŠS i VSS			13.95%	*Top 3 SSS*			16.19%	*Top 3 OŠ i bez*			28.32%
Sulejman veličanstveni	Turska	telenovela	11.60%	**Hindenburg**	Njemačka	akcija i av.	9.87%	**Strasti Orijenta**	Turska	telenovela	19.05%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	10.82%	**Sulejman veličanstveni**	Turska	telenovela	9.78%	**Kad lišće pada**	Turska	telenovela	16.13%
Top 5 VŠS i VSS			12.85%	*Top 5 SSS*			13.65%	*Top 5 OŠ i bez*			24.03%
Loza	Hrvatska	soap drama	10.55%	**Ruža vjetrova**	Hrvatska	telenovela	9.40%	**Periferija City**	Hrvatska	sitcom	11.57%
Izgubljena čast	Turska	telenovela	10.25%	**Stupovi zemlje**	Njem./Kan.	povijesna	9.34%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	11.46%
Mentalist	SAD	kriminalistička	9.40%	**Velo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	8.78%	**Ruža vjetrova**	Hrvatska	telenovela	10.83%
Velo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	9.22%	**Strasti Orijenta**	Turska	telenovela	8.73%	**Velo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	10.45%
Stupovi zemlje	Nj./Kan.	povijesna	8.51%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	8.33%	***Polja nade***	Turska	telenovela	9.30%
Top 10 VŠS i VSS			11.22%	*Top 10 SSS*			11.28%	*Top 10 OŠ i bez*			17.38%
Hindenburg	Njem.	akcija i av.	8.37%	**Kosti**	SAD	kriminalistička	8.15%	**Krv nije voda**	Hrvatska	dokum. drama	9.09%
Kosti	SAD	kriminalistička	7.93%	**Stipe u gostima**	SAD	sitcom	8.02%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	9.01%
Strasti Orijenta	Turska	telenovela	7.37%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	7.75%	**Hindenburg**	Njemačka	akcija i av.	8.98%
Ruža vjetrova	Hrvatska	telenovela	7.32%	**Hawaii Five-0**	SAD	kriminalistička	7.38%	**Budva na pjeni od mora**	Srbija/Crna Gora	telenovela	7.88%
Otok	Grčka	povijesna	7.17%	**Kad lišće pada**	Turska	telenovela	7.03%	**Loza**	Hrvatska	soap drama	7.87%
Odmori se zaslužio si	Hrvatska	sitcom	7.13%	***Moby Dick***	Nj./Austrija	akcija i av.	6.98%	***Moby Dick***	Nj./Austrija	akcija i av.	7.06%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	7.00%	***CSI New York***	SAD	kriminalistička	6.96%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	6.68%
Hawaii Five-0	SAD	kriminalistička	6.67%	**Loza**	Hrvatska	soap drama	6.88%	**Stupovi zemlje**	Njem./Kan.	povijesna	6.67%
CSI New York	SAD	kriminalistička	6.66%	**Budva na pjeni od mora**	Srbija/Crna Gora	telenovela	6.79%	***Provodi i sprovodi***	Hrvatska	sitcom	6.62%
Hotel Babylon	UK	soap drama	6.42%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	6.44%	**Hawaii Five-0**	SAD	kriminalistička	6.31%
Top 11-20 VŠS i VSS			7.20%	*Top 11-20 SSS*			7.24%	*Top 11-20 OŠ i bez*			7.62%
Top 20 VŠS i VSS			9.21%	*Top 20 SSS*			9.26%	*Top 20 OŠ i bez*			12.50%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2012/2013

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Sulejman veličanstveni	Turska	telenovela	15.25%	**Sulejman veličanstveni**	Turska	telenovela	15.61%	**Sila**	Turska	telenovela	30.35%
Parada	Srbija	soap drama	10.61%	**Sila**	Turska	telenovela	15.34%	**Izgubljena čast**	Turska	telenovela	24.75%
Odmori se zaslužio si	BiH	sitcom	8.66%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	12.84%	**Larin izbor**	Hrvatska	telenovela	22.30%
Top 3 VŠS i VSS			11.51%	*Top 3 SSS*			14.60%	*Top 3 OŠ i bez*			25.80%
Broadchurch	UK	kriminalistička	8.47%	**Parada**	Srbija	soap drama	12.71%	**Da sam oblak**	Turska	telenovela	22.16%
Sila	Turska	telenovela	8.22%	**Izgubljena čast**	Turska	telenovela	12.26%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	21.49%
Top 5 VŠS i VSS			10.24%	*Top 5 SSS*			13.75%	*Top 5 OŠ i bez*			24.21%
Downton Abbey	UK	kostimirana drama	8.02%	**Larin izbor**	Hrvatska	telenovela	10.69%	**Djevojka imena Feriha**	Turska	telenovela	19.95%
CSI Las Vegas	SAD	kriminalistička	7.82%	**Dva smo svijeta različita**	BiH	sitcom	10.37%	**Kako vrijeme prolazi**	Turska	telenovela	19.16%
Izgubljena čast	Turska	telenovela	7.56%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	9.72%	**Dva smo svijeta različita**	BiH	sitcom	18.70%
Mentalist	SAD	kriminalistička	7.46%	**Djevojka imena Feriha**	Turska	telenovela	9.00%	**Sulejman veličanstveni**	Turska	telenovela	13.42%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	7.17%	**Ruža vjetrova**	Hrvatska	telenovela	9.00%	**Odmori se zaslužio si**	Hrvatska	sitcom	12.09%
Top 10 VŠS i VSS			8.92%	*Top 10 SSS*			11.75%	*Top 10 OŠ i bez*			20.44%
Ruža vjetrova	Hrvatska	telenovela	6.44%	**Da sam oblak**	Turska	telenovela	8.40%	**Parada**	Srbija	soap drama	11.74%
Dva smo svijeta različita	BiH	sitcom	6.31%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	8.38%	**Ruža vjetrova**	Hrvatska	telenovela	10.31%
Larin izbor	Hrvatska	telenovela	6.11%	**CSI Las Vegas**	SAD	kriminalistička	8.09%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	8.97%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	6.04%	**Broadchurch**	UK	kriminalistička	7.73%	**Budva na pjeni od mora**	Srb./C.G.	telenovela	8.62%
CSI Miami	SAD	kriminalistička	5.96%	**Budva na pjeni od mora**	Srb./C.G.	telenovela	7.72%	***Hitna 94***	Hrvatska	bolnička	8.53%
CSI New York	SAD	kriminalistička	5.91%	**Biblija**	SAD	povijesna	7.37%	***Polja nade***	Turska	telenovela	8.37%
Biblija	SAD	povijesna	5.82%	**CSI Miami**	SAD	kriminalistička	7.28%	***Krv nije voda***	Hrvatska	dokum. drama	8.23%
Djevojka imena Feriha	Turska	telenovela	5.32%	**Kako vrijeme prolazi**	Turska	telenovela	7.13%	**Biblija**	SAD	povijesna	7.29%
Budva na pjeni od mora	Srbija/C.G.	telenovela	5.22%	***CSI New York***	SAD	kriminalistička	6.82%	***Bračne vode***	Hrvatska	sitcom	7.15%
Uvod u anatomiju	SAD	bolnička	5.00%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	6.55%	***Montevideo bog te video***	Srbija	komedija-drama sredine	7.07%
Top 11-20 VŠS i VSS			5.81%	*Top 11-20 SSS*			7.55%	*Top 11-20 OŠ i bez*			8.63%
Top 20 VŠS i VSS			7.37%	*Top 20 SSS*			9.65%	*Top 20 OŠ i bez*			14.53%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2013/2014

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Stella	Hrvatska	TV mjuzikl	8.99%	**Stella**	Hrvatska	TV mjuzikl	15.54%	**Djevojka imena Feriha**	Turska	telenovela	27.39%
Sulejman veličanstveni	Turska	telenovela	8.87%	**Djevojka imena Feriha**	Turska	telenovela	13.27%	**Stella**	Hrvatska	TV mjuzikl	25.61%
Toscana	Italija	telenovela	8.34%	**Dila**	Turska	telenovela	12.09%	**Zora dubrovačka**	Hrvatska	telenovela	24.60%
Top 3 VŠS i VSS			8.73%	*Top 3 SSS*			13.63%	*Top 3 OŠ i bez*			25.87%
Djevojka imena Feriha	Turska	telenovela	7.81%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	11.83%	**Dila**	Turska	telenovela	23.61%
Poirot	UK	kriminalistička	7.53%	**Zora dubrovačka**	Hrvatska	telenovela	10.68%	**Draguljareva kći**	Turska	telenovela	20.78%
Top 5 VŠS i VSS			8.31%	*Top 5 SSS*			12.68%	*Top 5 OŠ i bez*			24.40%
Stipe u gostima	Hrvatska	sitcom	7.35%	**Toscana**	Italija	telenovela	10.59%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	20.41%
Draguljareva kći	Turska	telenovela	7.29%	**Draguljareva kći**	Turska	telenovela	10.52%	**Kako vrijeme prolazi**	Turska	telenovela	20.26%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	6.95%	**Milost**	Turska	telenovela	10.05%	**Milost**	Turska	telenovela	19.84%
Kosti	SAD	kriminalistička	6.52%	**Sulejman veličanstveni**	Turska	telenovela	9.84%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	18.87%
Svršetak parade	UK	kostimirana drama	6.46%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	9.47%	**Suze Bospora**	Turska	telenovela	15.93%
Top 10 VŠS i VSS			7.61%	*Top 10 SSS*			11.39%	*Top 10 OŠ i bez*			21.73%
Sherlock i Watson	SAD	kriminalistička	6.41%	**Tajne**	Hrvatska	telenovela	8.88%	**Toscana**	Italija	telenovela	15.49%
Zora dubrovačka	Hrvatska	telenovela	6.38%	**Kriza**	BiH	sitcom	8.68%	**Tajne**	Hrvatska	telenovela	12.32%
Dila	Turska	telenovela	6.36%	**Pad Carigrada**	Turska	povijesna	8.18%	**Gruntovčani**	Hrvatska	komedija-drama sredine	12.26%
Domovina	SAD	akcija i av.	6.29%	**Kako vrijeme prolazi**	Turska	telenovela	7.52%	**Dva smo svijeta različita**	BiH	sitcom	11.94%
Igra prijestolja	SAD	fantasy	6.23%	**Stipe u gostima**	Turska	sitcom	6.95%	***Ljubav vjera nada***	Turska	telenovela	10.90%
Crna ruža	Turska	telenovela	6.09%	***Crvena udovica***	SAD	kriminalistička	6.42%	**Stipe u gostima**	Hrvatska	sitcom	9.58%
CSI: Las Vegas	SAD	kriminalistička	5.63%	**Poirot**	UK	kriminalistička	6.34%	**Vatre ivanjske**	Hrvatska	telenovela	9.38%
Gruntovčani	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.50%	**Suze Bospora**	Turska	telenovela	6.25%	**Kriza**	BiH	sitcom	8.64%
Pad Carigrada	Turska	povijesna	5.45%	**Vatre ivanjske**	Hrvatska	telenovela	6.12%	**Sulejman veličanstveni**	Turska	telenovela	8.28%
Tajne	Hrvatska	telenovela	5.42%	**Dva smo svijeta različita**	BiH	sitcom	6.10%	**Pad Carigrada**	Turska	povijesna	7.42%
Top 11-20 VŠS i VSS			5.98%	*Top 11-20 SSS*			7.14%	*Top 11-20 OŠ i bez*			10.62%
Top 20 VŠS i VSS			6.79%	*Top 20 SSS*			9.27%	*Top 20 OŠ i bez*			16.18%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2014/2015

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Crno bijeli svijet	Hrvatska	komedija-drama sredine	17.68%	**Kud puklo da puklo**	Hrvatska	telenovela	16.65%	**Kud puklo da puklo**	Hrvatska	telenovela	25.97%
Downton Abbey	UK	kostimirana drama	8.78%	**Vendetta**	Italija	kriminalistička	14.12%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	24.28%
Glas naroda	Hrvatska	sitcom	8.62%	**Crno bijeli svijet**	Hrvatska	komedija-drama sredine	12.88%	**Draguljareva kći**	Turska	telenovela	24.13%
Top 3 VŠS i VSS			11.69%	*Top 3 SSS*			14.55%	*Top 3 OŠ i bez*			24.79%
Kud puklo da puklo	Hrvatska	telenovela	8.61%	**Draguljareva kći**	Turska	telenovela	12.59%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	16.61%
Draguljareva kći	Turska	telenovela	8.23%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	12.57%	**Vendetta**	Italija	kriminalistička	15.87%
Top 5 VŠS i VSS			10.38%	*Top 5 SSS*			13.76%	*Top 5 OŠ i bez*			21.37%
Vendetta	Italija	kriminalistička	7.69%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	11.91%	**Ljubav i novac**	Turska	telenovela	15.85%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	7.43%	**Otmica**	Italija	kriminalistička	9.57%	**Igra laži**	Turska	telenovela	14.50%
Vikinzi	Kan./ Irska	povijesna	7.37%	**Ljubav i novac**	Turska	telenovela	8.49%	**Ljubav vjera nada**	Turska	telenovela	13.96%
Crna ruža	Turska	telenovela	7.09%	**Glas naroda**	Hrvatska	sitcom	7.89%	**Vatre ivanjske**	Hrvatska	telenovela	13.09%
Naše malo misto	Hrvatska	komedija-drama sredine	6.92%	**Igra laži**	Turska	telenovela	7.81%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	12.82%
Top 10 VŠS i VSS			8.84%	*Top 10 SSS*			11.45%	*Top 10 OŠ i bez*			17.71%
Dr. House	SAD	bolnička	6.45%	**Dva smo svijeta različita**	BiH	sitcom	7.76%	**Samo ti pričaj**	Hrvatska	sitcom	11.54%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	6.23%	**Tajne i laži**	Australija	kriminalistička	7.50%	**Dva smo svijeta različita**	BiH	sitcom	10.87%
Otmica	Italija	kriminalistička	5.93%	**Vatre ivanjske**	Hrvatska	telenovela	7.42%	**Otmica**	Italija	kriminalistička	10.62%
Domovina	SAD	akcija i av.	5.84%	**Samo ti pričaj**	Hrvatska	sitcom	6.62%	**Glas naroda**	Hrvatska	sitcom	9.32%
Viši inspektor Banks	UK	kriminalistička	5.76%	**Dr. House**	SAD	bolnička	5.77%	**Časni ljudi**	Turska	telenovela	8.47%
Ljubav i novac	Turska	telenovela	5.76%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	5.47%	**Crno bijeli svijet**	Hrvatska	komedija-drama sredine	8.25%
Počivali u miru	Hrvatska	kriminalistička	5.75%	**Naše malo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.20%	**Naše malo misto**	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.88%
Nasljednici	Danska	soap drama	5.28%	**Ljubav vjera nada**	Turska	telenovela	4.84%	***Kriza***	BiH	sitcom	5.68%
Igra laži	Turska	telenovela	5.22%	**Umorstva u Midsomeru**	UK	kriminalistička	4.83%	**Tajne i laži**	Australija	kriminalistička	5.63%
Djeca ljubavi	Australija	soap drama	4.99%	**Časni ljudi**	Turska	telenovela	4.73%	***Kad starci prolupaju***	UK	skeč komedija	4.48%
Top 11-20 VŠS i VSS			5.72%	*Top 11-20 SSS*			6.01%	*Top 11-20 OŠ i bez*			8.07%
Top 20 VŠS i VSS			7.28%	*Top 20 SSS*			8.73%	*Top 20 OŠ i bez*			12.89%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2015/2016

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Tuđi život	Turska	telenovela	9.96%	**Tuđi život**	Turska	telenovela	15.67%	**Tuđi život**	Turska	telenovela	27.37%
Downton Abbey	UK	kostimirana drama	8.90%	**Kud puklo da puklo**	Hrvatska	telenovela	13.25%	**Kud puklo da puklo**	Hrvatska	telenovela	22.06%
Igre moći	SAD	politička	7.74%	**Ponovno rođen**	Turska	telenovela	10.44%	**Ponovno rođen**	Turska	telenovela	19.87%
Top 3 VŠS i VSS			8.87%	*Top 3 SSS*			13.12%	*Top 3 OŠ i bez*			23.10%
Patrola na cesti	Hrvatska	kriminalistička	7.62%	**Principe**	Španj.	telenovela	10.04%	**Pitanje časti**	Turska	telenovela	16.76%
Kud puklo da puklo	Hrvatska	telenovela	7.49%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	9.65%	**Ljubav i novac**	Turska	telenovela	16.00%
Top 5 VŠS i VSS			8.34%	*Top 5 SSS*			11.81%	*Top 5 OŠ i bez*			20.41%
Poirot	UK	kriminalistička	7.27%	**Pitanje časti**	Turska	telenovela	9.48%	**Stella**	Hrvatska	TV mjuzikl	15.69%
Ponovno rođen	Turska	telenovela	7.14%	**Ljubav i novac**	Turska	telenovela	9.08%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	15.33%
Ljubav i novac	Turska	telenovela	6.54%	**Stella**	Hrvatska	TV mjuzikl	8.80%	**Principe**	Španj.	telenovela	15.15%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	6.29%	**Lažni svjedok**	BiH	sitcom	7.14%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	13.68%
Mjesto koje zovem dom	Australija	kostimirana drama	6.24%	**Horvatovi**	Hrvatska	sapunica	6.99%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	13.16%
Top 10 VŠS i VSS			7.52%	*Top 10 SSS*			10.05%	*Top 10 OŠ i bez*			17.51%
Pitanje časti	Turska	telenovela	6.01%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	6.93%	**Samo ti pričaj**	Hrvatska	sitcom	12.94%
Anno Domini: kraljevstvo i carstvo	SAD	povijesna	5.90%	**Samo ti pričaj**	Hrvatska	sitcom	6.83%	**Lažni svjedok**	BiH	sitcom	11.81%
Velika obitelj	Italija	soap drama	5.70%	**Patrola na cesti**	Hrvatska	kriminalistička	6.62%	**Duga mračna noć**	Hrvatska	povijesna	9.53%
Duga mračna noć	Hrvatska	povijesna	5.58%	**Parada**	Srbija	soap drama	6.28%	**Patrola na cesti**	Hrvatska	kriminalistička	8.14%
George Gently	UK	kriminalistička	5.52%	**Kriza**	BiH	sitcom	5.86%	**Kad starci prolupaju**	UK	skeč komedija	7.54%
Preljub	SAD	soap drama	5.28%	**Poirot**	UK	kriminalistička	5.68%	**Parada**	Srbija	soap drama	7.20%
Principe	Španj.	telenovela	5.23%	**Najbolje godine**	Hrvatska	telenovela	5.62%	**Horvatovi**	Hrvatska	sapunica	7.20%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	5.05%	**Duga mračna noć**	Hrvatska	povijesna	5.48%	**Prosjaci i sinovi**	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.96%
Parada	Srbija	soap drama	5.02%	**Kad starci prolupaju**	UK	skeč komedija	5.46%	**Kriza**	BiH	sitcom	5.80%
Časna žena	UK/SAD	akcija i av.	4.72%	***Andrija i Anđelka***	Srbija	skeč komedija	5.00%	**Poirot**	UK	kriminalistička	4.75%
Top 11-20 VŠS i VSS			5.40%	*Top 11-20 SSS*			5.98%	*Top 11-20 OŠ i bez*			8.09%
Top 20 VŠS i VSS			6.46%	*Top 20 SSS*			8.02%	*Top 20 OŠ i bez*			12.80%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2016/2017

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Sudbina	Turska	telenovela	11.16%	**Sudbina**	Turska	telenovela	16.04%	**Sudbina**	Turska	telenovela	32.08%
Obitelj mog oca	Turska	telenovela	8.52%	**Obitelj mog oca**	Turska	telenovela	13.33%	**Obitelj mog oca**	Turska	telenovela	27.03%
Tuđi život	Turska	telenovela	8.48%	**Tuđi život**	Turska	telenovela	12.91%	**Tuđi život**	Turska	telenovela	24.46%
Top 3 VŠS i VSS			9.39%	*Top 3 SSS*			14.09%	*Top 3 OŠ i bez*			27.86%
Downton Abbey	UK	kostimirana drama	7.40%	**Bit ćeš moja**	Turska	telenovela	10.70%	**Bit ćeš moja**	Turska	telenovela	21.29%
Crno bijeli svijet	Hrvatska	komedija-drama sredine	6.89%	**Zlatni dvori**	Hrvatska	telenovela	10.23%	**Anđeli**	Turska	telenovela	19.78%
Top 5 VŠS i VSS			8.49%	*Top 5 SSS*			12.64%	*Top 5 OŠ i bez*			24.93%
Ponovno rođen	Turska	telenovela	6.86%	**Ponovno rođen**	Turska	telenovela	10.14%	**Zlatni dvori**	Hrvatska	telenovela	19.42%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	6.65%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	9.21%	**Ponovno rođen**	Turska	telenovela	19.05%
Novine	Hrvatska	politička	6.43%	**Nauči me voljeti**	Turska	telenovela	9.16%	**Nauči me voljeti**	Turska	telenovela	17.56%
Bit ćeš moja	Turska	telenovela	6.06%	**Anđeli**	Turska	telenovela	8.01%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	16.35%
Zlatni dvori	Hrvatska	telenovela	5.95%	**Crna ruža**	Turska	telenovela	6.64%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	14.59%
Top 10 VŠS i VSS			4.44%	*Top 10 SSS*			10.64%	*Top 10 OŠ i bez*			21.16%
Mjesto koje zovem dom	Australija	kostimirana drama	5.86%	**Prosjaci i sinovi**	Hrvatska	komedija-drama sredine	5.72%	**Neželjena snaha**	Turska	telenovela	12.95%
Ubojstvo u Walesu	UK	kriminalistička	5.76%	**Neželjena snaha**	Turska	telenovela	5.64%	**Prava žena**	Turska	telenovela	6.51%
Vera	UK	kriminalistička	5.53%	**Ranjena ljubav**	Turska	telenovela	5.47%	**Prosjaci i sinovi**	Turska	komedija-drama sredine	6.05%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	5.15%	**Isus iz Nazareta**	It./UK	povijesna	5.16%	**KBC**	Hrvatska	dokum. drama	5.92%
Mentalist	SAD	kriminalistička	5.08%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	4.64%	**Isus iz Nazareta**	It./UK	povijesna	5.67%
Nauči me voljeti	Turska	telenovela	5.02%	**Crno bijeli svijet**	Hrvatska	komedija-drama sredine	4.59%	**Ranjena ljubav**	Turska	telenovela	4.83%
Forever	SAD	kriminalistička	4.95%	**Škorpion**	SAD	akcija i av.	4.26%	**Novine**	Hrvatska	politička	4.22%
Domovina	SAD	akcija i av.	4.73%	***Forever***	SAD	kriminalistička	4.25%	**Crno bijeli svijet**	Hrvatska	komedija-drama sredine	4.20%
Škorpion	SAD	akcija i av.	4.73%	**Prava žena**	Hrvatska	telenovela	3.87%	***Horvatovi***	Hrvatska	sapunica	3.89%
Crna ruža	Turska	telenovela	4.72%	**Novine**	Hrvatska	politička	3.76%	***Andrija i Anđelka***	Srbija	skeč komedija	3.28%
Top 11-20 VŠS i VSS			5.15%	*Top 11-20 SSS*			4.74%	*Top 11-20 OŠ i bez*			5.75%
Top 20 VŠS i VSS			6.30%	*Top 20 SSS*			7.69%	*Top 20 OŠ i bez*			13.46%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Top 20 obrazovnih skupina, sezona 2017/2018

Top 20 VŠS i VSS				Top 20 SSS				Top 20 OŠ i bez			
Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %	Naslov	Zemlja	Žanr	AMR %
Istambulska nevjesta	Turska	telenovela	10.11%	**Čista ljubav**	Hrvatska	telenovela	14.20%	**Čista ljubav**	Hrvatska	telenovela	29.47%
Čista ljubav	Hrvatska	telenovela	9.21%	**Istambulska nevjesta**	Turska	telenovela	14.06%	**Istambulska nevjesta**	Turska	telenovela	26.66%
Bit ćeš moja	Turska	telenovela	7.76%	**Bit ćeš moja**	Turska	telenovela	12.71%	**Bit ćeš moja**	Turska	telenovela	24.23%
Top 3 VŠS i VSS			9.03%	*Top 3 SSS*			13.66%	*Top 3 OŠ i bez*			26.79%
Vera	UK	kriminalistička	6.33%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	9.42%	**Anđeli**	Turska	telenovela	19.08%
Umorstva u Midsomeru	UK	kriminalistička	6.07%	**Smrtonosno oružje**	SAD	akcija i av.	8.82%	**Djevojka sa sela**	Turska	telenovela	17.46%
Top 5 VŠS i VSS			7.90%	*Top 5 SSS*			11.84%	*Top 5 OŠ i bez*			23.38%
Viktorija	UK	kostimirana drama	5.80%	**Djevojka sa sela**	Turska	telenovela	8.80%	**Lud zbunjen normalan**	BiH	sitcom	15.02%
Mjesto koje zovem dom	Australija	kostimirana drama	5.40%	**Kazna**	Turska	telenovela	8.64%	**Kazna**	Turska	telenovela	13.47%
Tragovi zločina	SAD	kriminalistička	5.31%	**Anđeli**	Turska	telenovela	8.13%	**Kad susjedi polude**	Hrvatska	sitcom	13.38%
Djevojka sa sela	Turska	telenovela	5.26%	**Kad susjedi polude**	Hrvatska	sitcom	8.11%	**Začin ljubavi**	Turska	telenovela	11.70%
Laži mi	SAD	kriminalistička	4.84%	**Začin ljubavi**	Turska	telenovela	5.85%	**Smrtonosno oružje**	SAD	akcija i av.	10.43%
Top 10 VŠS i VSS			6.61%	*Top 10 SSS*			9.87%	*Top 10 OŠ i bez*			18.09%
Ko te šiša	Hrvatska	sitcom	4.80%	**Ko te šiša**	Hrvatska	sitcom	5.27%	**Ko te šiša**	Hrvatska	sitcom	7.62%
Kad susjedi polude	Hrvatska	sitcom	4.79%	**Andrija i Anđelka**	Srbija	skeč komedija	4.69%	**Dragi susjedi**	Hrvatska	sitcom	7.02%
Kazna	Turska	telenovela	4.74%	**Dragi susjedi**	Hrvatska	sitcom	4.42%	**Andrija i Anđelka**	Srbija	skeč komedija	6.14%
Čuvar dvorca	Hrvatska	politička	4.69%	**Tragovi zločina**	SAD	kriminalistička	4.25%	***Horvatovi***	Hrvatska	sapunica	4.14%
Lud zbunjen normalan	BiH	sitcom	4.69%	**Laži mi**	SAD	kriminalistička	3.88%	**Mjesto koje zovem dom**	Australija	kostimirana drama	4.09%
Katarina velika	Rusija	kostimirana drama	4.45%	**Vera**	UK	kriminalistička	3.78%	***Sin***	SAD	TV vestern	3.18%
Anđeli	Turska	telenovela	4.45%	**Umorstva u Midsomeru**	UK	kriminalistička	3.75%	**Tragovi zločina**	SAD	kriminalistička	3.05%
Poldark	UK	kostimirana drama	4.32%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	3.65%	**Navy CIS**	SAD	kriminalistička	2.91%
Andrija i Anđelka	Srbija	skeč komedija	4.21%	**Navy CIS**	SAD	kriminalistička	3.62%	**Mentalist**	SAD	kriminalistička	2.81%
Nijemi svjedok	UK	kriminalistička	4.13%	***Škorpion***	SAD	akcija i av.	3.51%	***Žena***	Turska	telenovela	2.78%
Top 11-20 VŠS i VSS			4.53%	*Top 11-20 SSS*			4.08%	*Top 11-20 OŠ i bez*			4.37%
Top 20 VŠS i VSS			5.57%	*Top 20 SSS*			6.98%	*Top 20 OŠ i bez*			11.23%

- označeno plavim slovima: Top 5 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- označeno ljubičastim slovima: Top 10 (u općoj populaciji) – od 6. do 10. mjesta u navedenoj sezoni
- označeno zelenim slovima: Top 11-20 (u općoj populaciji) u navedenoj sezoni
- *označeno kurzivom: serije koje u navedenoj sezoni nisu uvrštene u Top 20 (u općoj populaciji)*

Životopis autorice

Vesna Karuza Podgorelec rođena je 1965. godine u Zagrebu. Nakon osnovnoškolskog obrazovanja u Zagrebu završava srednjoškolsko obrazovanje u Centru za kulturu i umjetnost te stječe zvanje suradnika u sredstvima javnog informiranja. Na Filozofskom fakultetu u Zagrebu završava sveučilišni dvopredmetni diplomski studij komparativne književnosti i fonetike (humanističke znanosti; polja znanosti o umjetnosti i filologije) i stječe zvanje diplomiranog književnog komparatiste i profesora fonetike. Živi i radi u Zagrebu.

Tijekom srednjoškolskog obrazovanja počinje pisati za Večernji list i časopis Svijet. Od 1983. do 1986. godine vanjska je suradnica novinarka u tim tiskovinama, a od 1986. do 1991. godine obavlja poslove stalno zaposlene urednice-novinarke u časopisu Svijet. Početkom Domovinskog rata dobrovoljno odlazi iz časopisa Svijet i prijavljuje se za poslove ratnog reportera na Hrvatskoj radioteleviziji. Kao ratna reporterka izvještava sa svih bojišta u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini. Za svoje je izvještavanje odlikovana Medaljom Bljesak, Medaljom Oluja i Spomenicom Domovinskog rata. Na Hrvatskoj je radioteleviziji u stalnom radnom odnosu od 1993. godine. Do 2000. godine radi u Informativnom programu HRT-a kao unutrašnjopolitička izvjestiteljica, urednica u desku Dnevnika i urednica dokumentarnog vojnog magazina Sinovi oluja. Nakon tog iskustva odlazi iz Informativnog programa i do 2014. godine radi kao urednica petnaestak složenih programsko-produkcijskih projekata u Mozaičkom i Zabavnom programu. Za projekt '8. kat Daniele Trbović' nagrađena je Godišnjom nagradom HRT-a, a temeljem pokazanih rezultata izabrana je za programsku voditeljicu ukupnog složenog projekta praćenja ulaska Hrvatske u Europsku uniju. Od 2014. do 2016. godine glavna je urednica kanala HTV2. Od 2017. do 2022. godine koordinatorica je strateških razvojnih programskih projekata ustanovljenih Ugovorom HRT-a s Vladom Republike Hrvatske i voditeljica je strateškog razvojnog projekta unapređenja kvalitete ukupne programske usluge HRT-a. Trenutno na HRT-u radi kao selektorica inozemnih igranih TV serija i savjetnica ravnateljice Programa za programsku strategiju.

Od 2016. godine do danas vanjska je suradnica u nastavi u Odjelu Komunikologija Sveučilišta u Dubrovniku, najprije u izvođenju dvaju kolegija, Televizijska produkcija i Složeni televizijski rodovi, a od 2021. godine i u izvođenju kolegija Elektronički mediji: televizijsko i radijsko izvješćivanje, u segmentu televizijskog izvješćivanja.