

Periferno u globalnom? Hrvatske serije u odnosu na domicilnu i globalnu kulturu (Novine i Uspjeh)

Molvarec, Lana

Source / Izvornik: **Periferno u hrvatskoj književnosti i kulturi : zbornik radova 1. svezak, 2021, 92 - 109**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

<https://doi.org/10.31261/PN.4028.08>

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:838702>

Rights / Prava: [Attribution-ShareAlike 4.0 International](#)/[Imenovanje-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-22**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Lana Molvarec

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

lmolvare@ffzg.hr

 <https://orcid.org/0000-0002-8596-2799>

Periferno u globalnom? Hrvatske serije u odnosu na domicilnu i globalnu kulturu (*Novine* i *Uspjeh*)

Sažetak: Početna je teza rada da od osamdesetih, a osobito s usponom HBO-a primjećujemo razvoj drugačijeg tipa serija od dotad prevladavajućih, koje je kritika nazvala kvalitetnim serijama kako bi ih razlikovala od uobičajenih serija. Navode se najvažniji uvjeti nastanka kvalitetnih serija. Rezimira se razvoj hrvatskih TV-serija do suvremenosti. Analiziraju se poetika i politika *Novina* i *Uspjeha* s posebnim naglaskom na reprezentaciji (perifernog) prostora. U zaključku se *Novine* i *Uspjeh* prepoznaju kao kvalitetne serije, a taj se pojam problematizira iz perspektive dvostrukog djelovanja serija – kao ekonomskih i kao kulturnih proizvoda te se fokus stavlja na značaj globalne interpretativne zajednice suvremenih kulturnih svejeda koja svojim izborima uspostavlja vlastiti kulturni i simbolički kapital, ali time ujedno izgrađuje i globalni kanon serija te barem djelomično ukida dihotomiju između središnjeg i perifernog.

Ključne riječi: kvalitetne serije, HBO, prostor, interpretativne zajednice, dvostruka ekonomija

1.

Na prvu se susrećemo s izvjesnim paradoksom u naslovu i promišljanju ove teme. Površno razmatranje zasigurno bi nas navelo na zaključak da televizijske serije jesu periferne pojave u sveukupnosti hrvatske kulture. Malo manje površan pogled na posljednjih nekoliko desetljeća hrvatske kulture stavio bi u fokus desetak antologijskih, kulturnih ili kanonskih serija bez kojih je svako promišljanje hrvatske (osobito popularne) kulture nepotpuno. Nakon zlatnog doba hrvatskih

serija u vrijeme Jugoslavije, prva desetljeća nakon Domovinskog rata donijela su niz neuspješnih, pa posljedično neutjecajnih i zaboravljivih serija, od kojih su one osobito loše ostale zapamćene u kolektivnom sjećanju upravo kroz gledateljski i kritičarski konsenzus o njihovoj nekvaliteti. Posljednjih dvadesetak godina serije imaju sve veći globalni kulturni utjecaj. Kulturni utjecaj i prestiž kvalitetnih¹ serija dostižu, a često i prestižu utjecaj filmova, a umnogome se mijenja i priroda medija koja je serije davno konstituirala kao specijalan modus reprezentacije, ponajviše kroz servise kao što su HBO i *Netflix*. Postavlja se pitanje kakva je pozicija hrvatskih serija na rastućem globalnom tržištu? I dok će se nešto pažnje posvetiti općem izvozu hrvatskih serija, glavni fokus bit će na analizi hrvatskih serija koje se mogu pronaći na spomenutom HBO-u i *Netflixu*. Zašto? Želi se istražiti koliko se prije uvriježena dihotomija između centralnog i perifernog unutar nacionalne kulture promijenila u današnjoj konstelaciji praktične nerazlučivosti granica između nacionalne i globalne kulture. Može li se u kontekstu serija, kao i mnogih drugih proizvoda popularne kulture, uopće više govoriti o postojanju perifernog u geografskom, prostornom, a onda i u kulturnom i političkom značenju ako se s nekoliko klikova mišem može doći do najrazličitijih sadržaja koji zadovoljavaju interese nikad heterogenijih interpretativnih zajednica? Koliko su kretanja u globalnoj (popularnoj) kulturi utjecala na hrvatsku (popularnu) kulturu? Pitanje je, naravno, retoričko, no ipak, pokazat će se, složenije nego što se čini na prvi pogled. Što je „kulturna dominanta“ (Raymond Williams) umnogome ovisi o distinkciji u burdjevskom smislu, o habitusu, o kulturnom, simboličkom te, naravno, ekonomskom kapitalu. Što zaključiti iz pokušaja hrvatskog uključivanja na globalno tržište televizijskih serija? Jesu li hrvatske serije danas zanimljivije gledateljima diljem svijeta nego one što su nastajale od šezdesetih do osamdesetih godina 20. stoljeća? Utječe li komercijalna usmjerenost tih serija na njihovu kvalitetu, shvaćenu u vidu estetskih kriterija tzv. visoke kulture? I možda posljednje u nizu ključnih pitanja ovoga rada, no ne i najmanje bitno: kako se pripovjedni i idejni univerzum serija odnosi prema pitanju perifernog, kako se uobličuju i reprezentiraju razne manifestacije perifernog u samim serijama, ponovno u usporedbi s horizontom ma-

¹ Ne rabi se kao kvalitativna odrednica, nego kao pojam uvriježen u kritici za serije koje nose niz zajedničkih obilježja, o čemu će više riječi biti kasnije u radu. Neki autori, npr. Mittell, takav tip serija nazivaju kompleksnima; usp. Jason Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling* (New York: New York University Press, 2015).

tične, nacionalne kulture i/ili gledateljstva i, s druge strane, globalne potencijalne publike. Naposljetku, sva ta pitanja vode, nadam se, i do nenamjeranog učinka, a to je razmatranje metodologije pristupa televizijskim serijama. U hrvatskom se prostoru o serijama, izuzev televizijske kritike, nije pisalo mnogo. Osim knjige Nikole Vončine *Hrvatske TV drame i serije (1956–1971)* iz 2011. godine treba spomenuti monografiju Sanje Kovačević *Kvalitetne TV serije. Milenijsko doba ekrana* (2017) koja se, doduše, bavi isključivo stranim, točnije američkim serijama. I inozemni autori ističu nepostojanje razrađene metodologije pristupa televizijskim serijama.² Mittell ističe kako se često nudila mogućnost oslanjanja na već razvijene metodologije drugih medija s kojima serije pretpostavljeno dijele neke sličnosti (film, književnost), no kako je to iz niza razloga manjkav pristup.³ Druga je mogućnost serije promatrati kroz optiku kulturnih i/ili političkih značenja kao što se to čini u okviru kulturalnih studija, koji su bili jedna od rijetkih disciplina koje su serijama prije nedavnog *booma* pridavale istraživački značaj.⁴ Ovaj će rad nastojati obuhvatiti i poetičke (formalne) značajke analiziranih serija, ali i njihovo djelovanje u kulturnom i društvenom polju, pri čemu će se glavne koordinate pronaći u: dvostrukoj prirodi serija, kao kulturnog i ekonomskog proizvoda,⁵ kulturno-klasnom profilu gledateljstva te razbijanju opreke centralno-periferno kroz način prikazivanja, distribucije i cirkuliranja sadržaja (*on demand* programi i *streaming*) i pretpostavljenu aktivnu interpretativnu zajednicu koja precizno čita tekstualne i paratekstualne ispalo je: signale.⁶

2.

U svjetskom kontekstu TV-serije su desetljećima bile promatrane kao nevrjedne pažnje umjetničke i kulturne javnosti, kao komercijalni proizvod namijenjen isključivo neambicioznoj zabavi masovnih slojeva

² Žan-Pjer Eskenazi, *Televizijske serije*, prev. Iva Brdar (Beograd: Ars Clio, 2013); Jason Mittell, *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoon in American Culture* (New York – London: Routledge, 2004); Jason Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling* (New York: New York University Press, 2015).

³ Mittell, *Genre and Television*, xiii–xiv.

⁴ Luka Ostojić, „Pogrebniči u udarnom terminu. *Dva metra ispod zemlje* u društvenom i televizijskom kontekstu,“ (diplomski rad, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2012), 4–6.

⁵ Eskenazi, *Televizijske serije*, 39.

⁶ Mittell, *Complex TV*, 28–33.

u industrijaliziranim društvima.⁷ Naravno da je i u ranom razdoblju TV-serija od pedesetih nadalje bilo onih koje su se izdvajale kvalitetom, no prevladavajuća je produkcija bila sputana nizom ograničenja za one s većim artističkim aspiracijama. Prvenstveno se to odnosi na kuće koje su profit temeljile na reklamama, zbog čega je njihov program za gledatelje bio besplatan (prvenstveno se tu misli na američku „veliku trojku“ ABC, CBS i NBC), pa želeći doći do što većeg broja ljudi, autori oblikuju serije prema ukusu tzv. prosječnog gledatelja nudeći atraktivnost, zabavu, napetost i sadržaje koji se lako prate.⁸ Nadalje, reklamni blokovi utječu na strukturu epizode i naracije jer se mora zadržati gledatelja uz ekran unatoč rascjepkanosti epizode zbog reklama. Kako se radi o popularnim serijama namijenjenima najširoj publici, dominiraju neprovokativne teme; nasilje, seks i psovke su isključeni, a junaci su gotovo nadljudskih sposobnosti uz obavezan optimističan ton i sretan kraj.⁹ Početkom 80-ih godina 20. stoljeća nastupa novi period američke televizije – uspon kabelskih televizija.¹⁰ One su zbog pretplate bile slobodnije u oblikovanju i usmjeravanju svog televizijskog programa prema poželjnoj strukturi gledateljstva. Time kao ozbiljni konkurenti utječu i na velike televizijske kuće koje, ako žele ostati u tržišnoj utakmici, i same moraju početi proizvoditi kvalitetniji i ambiciozniji TV-sadržaj,¹¹ kao što su npr. serije *Hill Street Blues* (NBC), *Njujorški plavci* (ABS), *Twin Peaks* (ABC), *Život na sjeveru* (CBS) i *Seinfeld* (NBC). Time se bitka TV-kuća za komercijalni udio pretvara u jedan od rijetkih primjera da takvi procesi u konačnici utječu na rast kvalitete televizijskog sadržaja. Ipak, tek s agresivnom strategijom kableske televizije HBO-a sredinom devedesetih započinje era onoga što još i danas nazivamo zlatnim dobom televizijskih serija.¹² HBO se nije morao brinuti zbog oglašivača ni paziti na podobnost sadržaja za emitiranje, što znači da svjesno kreće u stvaranje smjelijih i kontroverznih sadržaja namijenjenih bogatijoj i obrazovanijoj publici kojoj nije problem platiti dodatnih 15 dolara mjesečno za takav program, što dalekosežno i nepovratno oblikuje demografsku segmentaciju tržišta serija.¹³ Time su krajem devedesetih stvoreni svi preduvjeti za nastanak serija koje su

⁷ Eskenazi, *Televizijske serije*, 7–8; Sanja Kovačević, *Kvalitetne TV serije. Milenijsko doba ekrana* (Zagreb: Jesenski i Turk, 2017), 16.

⁸ Kovačević, *Kvalitetne TV serije*, 16.

⁹ Kovačević, *Kvalitetne TV serije*, 16.

¹⁰ Eskenazi, *Televizijske serije*, 42.

¹¹ Eskenazi, *Televizijske serije*, 42.

¹² Eskenazi, *Televizijske serije*, 43.

¹³ Kovačević, *Kvalitetne TV serije*, 21–22.

promijenile kritičarsku i gledateljsku percepciju: *Oz*, *Obitelj Soprano*, *Seks i grad*, *Dva metra pod zemljom*...

Treći presudni korak u razvoju kvalitetnih serija bio je primjena novih digitalnih tehnologija i uspon pretplatničkih videoservisa kao što su *Netflix*, *Amazon* i *Hulu* koji omogućuju tzv. *streaming*, tj. gledanje serija i drugog videosadržaja preko interneta. Iako je tvrtka *Netflix* osnovana još 1997, punu ekspanziju doživljava od 2010. naovamo, tako da je danas njezin program uz pretplatu dostupan gotovo u svim zemljama svijeta.

Dok je HBO postavio osnovne odrednice kvalitetne televizije kao što su probijanje naratoloških, sadržajnih i stilističkih konvencija,¹⁴ *Netflix* donosi novinu u oblikovanju vremenske dimenzije konzumiranja sadržaja. Naime, za razliku od dotad uvriježenog konzumiranja serija epizodu po epizodu iz tjedna u tjedan, sezona *Netflixovih* serija izlazi odjednom. Ta okolnost utječe na naraciju i narativnu strukturu samih serija. Sezona je narativno zaokružena cjelina, tempo pripovijedanja puno je sporiji jer nema potrebe za velikim obratima i *cliffhangerima*. Gledatelji često konzumiraju nekoliko epizoda odjednom (*binge watching*), čime intenzivnije ulaze u seriju, što kod njih budi veći emocionalni angažman i identifikaciju s likovima.¹⁵

Uz navedeno treba naglasiti rafinizaciju i stilizaciju vizualnog prikaza, pa su mahom suvremene kvalitetne serije osim nekonvencionalnim pripovijedanjem i oblikovanjem likova obilježene atraktivnom i efektom fotografijom.

Kao što je već rečeno, do tih značajnih promjena ne dolazi samo ili prvenstveno iz larpurlartističkih razloga, nego su one umnogome komercijalno motivirane – jednom kad je stvorena niša za takav tip kulturnog proizvoda, potrebno je učvrstiti institucionalnu poziciju i zadržati vodeću poziciju na tržištu. S druge strane, ugrožene televizijske mreže koje su do uspona HBO-a imale monopol morale su odgovoriti serijama produciranim po HBO-ovu modelu, što vodi do daljnjeg tržišnog širenja istraživanja novih mogućnosti serijskog žanra.¹⁶

Odgovor na pitanje o gledateljskoj i kritičarskoj recepciji TV-serija u hrvatskom kulturnom prostoru nije tako jednostavan. Hrvatska i jugoslavenska filmska produkcija započela je mnogo kasnije nego u zapadnoeuropskim zemljama i SAD-u, odnosno imperativ filmske i televizijske kvalitete uspostavlja se od pedesetih godina 20. stoljeća,

¹⁴ Kovačević, *Kvalitetne TV serije*, 32–41.

¹⁵ Kovačević, *Kvalitetne TV serije*, 27.

¹⁶ Eskenazi, *Televizijske serije*, 44.

gotovo istovremeno s uspostavljanjem republičkih TV-kuća. Zbog toga film nije stigao steći breme kulturnog kapitala u odnosu na televizijske serije kao u drugim, filmski razvijenijim kulturama, što se pokazalo blagotvornim za medijsku recepciju TV-serija. O tome svjedoči već spomenuta studija Nikole Vončine koja donosi vrlo detaljan i pedantan pregled onodobne televizijske kritike, pa tako i o hrvatskim TV-dramama i serijama. Praktički od 1956, kada počinje emitiranje TV-programa iz zagrebačkog studija, dramski, a manjim dijelom zabavni i dječji program angažirano se uključuju u stvaranje jakog repertoara dramskih emisija.¹⁷ Broj TV-pretplatnika 1960-ih konstantno raste, a krajem tog desetljeća definitivno započinje zlatno doba TV-serija, kada one brojčano i kvalitativno počinju prevladavati u odnosu na TV-drame.¹⁸ No, promatramo li produkciju drama i serija žanrovski, pokazuje se da su kreatori TV-programa očito vodili brigu o tome da postoji ravnoteža između tzv. ozbiljnih i zabavnih emisija. Radio-televizija Zagreb provela je 1961/1962. anketu među gledateljima s pitanjem kojem bi žanru dali prednost u TV-programu: najveći broj ispitanika izjasnio se za komediju i kriminalističke sadržaje, a drastično manji broj za temu NOB-a ili za adaptacije kazališnih djela,¹⁹ što jasno ukazuje na ukuse i očekivanja široke publike u smislu otvaranja popularnim i svakodnevnim temama.²⁰ Ipak, prva serija u smislu epizoda koje se nastavljaju jedna na drugu ekranizacija je Šenoina klasika *Seljačka buna* iz 1963. Time se naznačuje željeni smjer Televizije da glavnina serija bude bliže očekivanjima visoke kulture ili pak da ekranizira neke teme i probleme koje smatra suvremenima i aktualnima, što u većoj mjeri i čini u drugoj polovici šezdesetih serijama kao što su *Tu, negdje pokraj nas* i *Dileme*. Potonje serije osmišljene su kako bi se svidjele i gledateljstvu i kritičarima.²¹ Daljnji odmak od literarizirane visoke kulture dolazi do izražaja krajem šezdesetih i u sedamdesetima kada nastaju izvorne autorske serije koje se do danas smatraju nedosegnutim vrhom televizijske kvalitete: *Naše malo misto* (1969–1971), *Mejaši* (1970), *Prosjaci i sinovi* (1971),

¹⁷ Nikola Vončina, *Hrvatske TV drame i serije (1956–1971)* (Zagreb: Matica hrvatska, 2011), 10–11.

¹⁸ Vončina, *Hrvatske TV drame i serije*, 290, 465.

¹⁹ Vončina, *Hrvatske TV drame i serije*, 133.

²⁰ Doduše, to istraživanje pokazuje, gotovo burdjeovski, da su obrazovaniji gledatelji u prosjeku skloniji sadržajima bliskima poimanju visoke kulture, a manje obrazovani gledatelji zabavnim i humorističnim sadržajima (usp. Vončina, *Hrvatske TV drame i serije*, 133–134).

²¹ Vončina, *Hrvatske TV drame i serije*, 290.

Kuda idu divlje svinje (1971), *Gruntovčani* (1975), *Kapelski kresovi* (1975–1976) i *Velo misto* (1979–1981). Pritom se može konstatirati, bez mogućnosti ulaska u dublje analize na ovome mjestu, da sve te serije s jedne strane čuvaju sponu s visokom kulturom, ponajviše kompleksnim oblikovanjem karaktera i višeslojnošću samoga teksta koji omogućuje različite razine interpretacije, a s druge se strane živopisnim karakterima, humorom, dijalektom, tematikom bliskom svakodnevnom iskustvu gledatelja oblikuju u polju popularne kulture. U središnjem dijelu ovoga rada, analizom *Novina* i *Uspjeha*, postat će jasnije u čemu su te serije nastavljači te slavne tradicije, a po čemu označavaju novu paradigmu TV-serija, uzglobljenih u globalni popularnokulturni kontekst.

Nakon krize devedesetih, od 2004. pratimo uspon raznolike, tematski, žanrovski i kvalitativno, popularne i komercijalne serijske produkcije. Zsigurno su u tome razdoblju komercijalno najuspješnije u zemlji, ali i u inozemstvu, sapunice i telenovele (*Villa Maria*, *Zabranjena ljubav*, *Ljubav u zaleđu*, *Ponos Ratkajevih*, *Ruža vjetrova*, *Dolina sunca*, *Larin izbor*, *Kud puklo da puklo*).²² Navedene serije ne samo da su bile popularne u regiji koja dijeli slične društvene i kulturne odrednice nego su bile uspješan izvozni proizvod u daleke zemlje drugačijih tradicija (npr. Latinska Amerika, arapske zemlje). U tih 15 godina snimaju se i obiteljske serije (*Odmori se, zaslužio si*, *Stipe u gostima*, *Naši i vaši*), sitcom (*Bitange i princeze*) i kriminalističke serije (*Mamutica*, *Patrola na cesti*, *Počivali u miru*, *Balkan inc.*).

Ipak, u nastavku ovoga rada usredotočit ću se na dvije recentne serije u kojima spomenute osi analize kao što su globalno, nacionalno, periferno, popularno, visoko i komercijalno osobito dolaze do izražaja. Kao što je već spomenuto, radi se o prvoj hrvatskoj seriji na *Netflixu* – *Novine* i prvoj hrvatskoj seriji na HBO-u – *Uspjeh*. Koristeći se uvriježenom terminologijom suvremenih kritičara serija, *Novine* i *Uspjeh* svojim su intencijama i načinom oblikovanja primjer kvalitetne televizije koja nastaje kao reakcija na redovnu, uobičajenu televiziju.²³ Na ovome mjestu pojam kvalitetne televizije može se aproksimativno izjednačiti s novinama koje nastupaju s erom HBO-a, no treba imati u vidu da se prvi primjeri takvih serija javljaju 80-ih godina te se definiraju prven-

²² Valentina Starčević, „Petnaest godina hrvatskih sapunica,“ *Lider*, 29. prosinca 2019, pristupljeno 17. siječnja 2020, <https://lider.media/lider-plus/lidertrend/petnaest-godina-hrvatskih-sapunica-129506>.

²³ Robert J. Thompson, Preface to *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, ur. Janet McCabe i Kim Akass (London – New York: I. B. Tauris, 2007), xvii.

stveno onime što nisu, u odnosu razlike prema tipu generičkih serija kao što su *Murder She Wrote*, *Trapper John* ili *MacGyver*.²⁴

Analizom poetike i politike tih serija pokušat će se odgovoriti na pitanje o njihovu kulturnom i simboličkom kapitalu, imajući u vidu specifičnosti današnjeg televizijskog tržišta. Postaju li te serije svojom globalnom pretenzijom zapravo perifernima unutar tradicionalno shvaćenog nacionalnog kulturnog polja? Točnije, je li njihovo ciljano ili stvarno gledateljstvo²⁵ generacijski, klasno, a onda, ako slijedimo Bourdieuove teze, obrazovno i kulturno uvjetovano da ih gleda, o njima razgovara i sudi te može li se pronaći logika distinkcije u potrošnji kulturnih proizvoda?²⁶

3.

Novine su se počele emitirati 2016. na HRT-u. Dosad su emitirane dvije sezone s po 12 i 11 epizoda, a 2019. snimila se treća sezona koja će 2020. biti prikazana. Godine 2018. obznanjeno je da je seriju kupio *Netflix*, čime je postala dostupnom u 190 zemalja s potencijalnim gledateljstvom od pola milijarde ljudi.

Seriju su pratile gotovo nepodijeljene pozitivne kritike u domaćim i/ili regionalnim medijima, a u stranim je osobitu pažnju izazvala u latinskoameričkim i skandinavskim zemljama.²⁷ U stranim je medijima dobila nadimak *Adriatic noir*,²⁸ po uzoru na vrlo popularan *Nordic noir*, tj. na specifičan stil koji su razvile skandinavske serije mračnim temama i jednako mračnim vizualnim *chicom* te društvenokritičkom tematikom ispod kriminalističkog narativa.²⁹

²⁴ Thompson, Preface to *Quality TV*, xvii.

²⁵ Svaki razgovor o gledateljstvu dok se serija još stvara nužno uključuje samo projekciju željenog gledateljstva i njegove reakcije u svrhu donošenja ekonomskih odluka (Eskenazi, *Televizijske serije*, 38).

²⁶ Iako su Bourdieuove teze o ukusu i distinkciji (1984) neizostavna referentna točka u promišljanju ove teme, u zaključnim razmatranjima kratko će se obrazložiti nedostaci i ograničenja njegovih uvida za suvremene tokove kulture.

²⁷ Vanja Majetić, „Nebojša Taraba o tajni uspjeha hrvatskih serija: Živimo u svijetu u kojem je stvarnost luđa od najluđeg scenarija,“ *Tportal*, 12. siječnja 2019, pristupljeno 17. siječnja 2020, <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/nebojsa-taraba-o-tajni-uspjeha-hrvatskih-serija-zivimo-u-svijetu-u-kojem-je-stvarnost-luda-od-najludjeg-scenarija-foto-20190112>.

²⁸ Majetić, „Nebojša Taraba o tajni uspjeha hrvatskih serija: Živimo u svijetu u kojem je stvarnost luđa od najluđeg scenarija“.

²⁹ Winston Cook Wilson, „Nordic Noir. An Obsessive’s Guide to the Best Scandinavian Crime Shows,“ *Spin*, 21. ožujka 2018, pristupljeno 24. siječnja 2020, <https://www.spin.com/2018/03/nordic-noir-guide-best-scandinavian-crime-shows/>.

Ono što je zajedničko objema analiziranim serijama sveprotežni je spoj kriminalističkih i socijalnokritičkih tema, od vrha do dna socijalne strukture. Poprilično se jasno može iščitati predodžba suvremenog hrvatskog društva koju serije oblikuju, pri čemu se može postaviti pitanje radi li se o prilagodbi gledateljskom ukusu i očekivanjima ili pak o autonomnom autorskom stavu. Sam redatelj Dalibor Matanić priznaje da je želio napraviti lokalno obilježenu priču koja može biti i univerzalno prihvaćena.³⁰ Svakako je to ambicija obiju serija, uvjetovana globalnim platformama na kojima se prikazuju. Pritom su prepoznatljiviji i strani uzori, koji bi trebali u kolektivnoj gledateljskoj memoriji probuditi tu globalnu prepoznatljivost i relevantnost: kultne serije *Žica* i *Kuća od karata* te skandinavske kriminalističke serije. Također, u istome intervjuu Matanić ističe da mu je bilo važno da ostvari specifičan autorski režiserski kôd koji nije preslika nečeg postojećeg, nego ipak stil u skladu s vlastitim senzibilitetom. Navodi kao svoje uzore antiherojski film sedamdesetih redatelja kao što su Coppola i Friedkin.

Vizualni stil u *Novinama* zaista je osebujan, najčešće nefunkcionalan, no kritičniji bi gledatelj konstatirao da je nepotrebno pretenciozan. Epizode obiluju scenama iz zraka, snimanim dronovima, česte su nemotivirane usporene snimke i krupni planovi, neobjašnjiva zamućenja kamere i noćne scene. Svojevrstni je lajtmotiv serije ponavljajuća scena guranja glave u vodu (u svakoj epizodi to se događa drugom liku), čime se želi prenijeti dominantan afekt moralne ukaljanosti svih aktera serije. Ipak, svojevrstan artistski kič ponajviše se oblikuje simboličkim scenama koje nemaju ni okvirne veze s radnjom, a najčešće prikazuju životinjski svijet: kišna glista koja zlokobno klizi nakon neke dramatične scene, žohar koji izlazi iz boce džina, prikaz velike i male ribe u akvariju u krupnom planu, jata vrana i galebova itd.

Osnovni tematski fokus *Novina* prikaz je tranzicijskog i posttranzicijskog kronotopa prvenstveno obilježenog premreženošću tajkunske, političke, crkvene, obavještajne, pravosudne i medijske elite. Podjela na pozitivne i negativne likove u strogom smislu ne postoji – nitko nije moralno i/ili zakonski čist, neovisno o ideološkom ili svjetonazorskom profilu. Naravno, neki su likovi oblikovani da budu simpatičniji nego

³⁰ Marko Njegić, „Dalibor Matanić: Hrvati dobro znaju da većina političara laje, miluje zastavu ili je pale – da bi sakrili puno veću količinu putra koja im se cijedi s čelenki,“ *Slobodna Dalmacija*, 22. travnja 2018, pristupljeno 14. siječnja 2020, <https://www.slobodnadalmacija.hr/kultura/clanak/id/542055/dalibor-matanic-hrvati-dobro-znaju-da-vecina-politicara-laje-miluje-zastavu-ili-je-pale--da-bi-sakrili-puno-vecu-kolicinu-putra-koja-im-se-cijedi-s-celenki>.

drugi, no i takve karakterizira sposobnost da prema potrebi čine loša djela.

Kao i u većini današnjih kvalitetnih serija (*quality TV*³¹) i ovdje je u središtu radnje svojevrsan antijunak, tj. antijunakinja. Ona je novinarska zvijezda Dijana, beskompromisna i nepotkupljiva, no višestruko određena kao Drugo: Srpkinja, neudana, promiskuitetna, sklona alkoholu. Općenito je tendencija ovih dviju serija, kao i velikog broja suvremenih stranih serija, da su ženski likovi jači, čvršći, principijelniji i hrabriji od muških.

Scene nasilja i seksa (pa i uživanja u porocima kao što su alkohol, droga i kockanje) služe gotovo kao zaštitni znak po kojem se serije izašle ispod HBO-ove kabanice razlikuju od uobičajenih (*regular*) serija namijenjenih širokoj publici, a u *Novinama* se najčešće čine poput dekora koji nije funkcionalan u razvoju radnje, nego služi kao mamac za ciljanu gledateljsku publiku.

U prvoj sezoni u središtu su interesa zakulisne igre u izgradnji i urušavanju carstva tajkuna Karduma, a osnovni zaplet počinje u trenutku kada Kardum kupi dnevnik *Novine*, čime na vidjelo izlazi sprega ekonomske i političke sfere s jedne i medijske s druge strane, a razvojem događaja u prvoj i drugoj sezoni i umiješanost crkvenih i obavještajnih krugova u osnovne zamašnjake političke borbe. U drugoj sezoni središnja su tema predsjednički izbori, borba za moć aktualne ljevičarske predsjednice Jelene Krsnik i njezina izazivača desničara Ludviga Tomaševića. On se razotkriva kao dijaboličan lik, beskrupulozan i nemilosrdan makijavelist, izrazito nacionalističkog i konzervativnog svjetonazora. U oblikovanju njegova karaktera autori se poigravaju društvenom mimetičnošću, uspostavljanjem analogija s društvenom i političkom stvarnosti, npr. nacionalističkom politikom zatvaranja granica u Europi i Americi te populističkim trendom državnika koji se pozivaju na volju naroda, ali i intertekstualnim odnosima s poznatim stranim suvremenim serijama kao što su *Kuća od karata* ili *Borgen*.³² Nakon medija i političkog sustava, u trećoj sezoni na redu je pravosuđe. Takav fokus na različite društvene podsustave u svakoj sezoni, što bi u konačnici trebalo dati nacrt funkcioniranja društvenog mehanizma, zacijelo je inspiriran *Žicom* – koju su mnogi kritičari

³¹ Janet McCabe i Kim Akass, ur., *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (London – New York: I. B. Tauris, 2007).

³² Maja Car, „Novine su prva serija na slavenskom jeziku koju je kupio Netflix,“ *Večernji list*, 3. travnja 2018, pristupljeno 14. siječnja 2020, <https://www.vecernji.hr/showbiz/novine-su-prva-serija-na-slavenskom-jeziku-koju-je-kupio-netflix-1236709>.

proglasili jednom od najboljih serija svih vremena. S druge strane, takvom se strukturom razotkriva i međusobna povezanost tih sfera, suštinski temeljenih na prljavoj igri iza kulisa, na bespoštednom ratu svih protiv svijtu.

Za odnos perifernog, središnjeg i globalnog u navedenim serijama osobito je bitna reprezentacija prostora.

Rijeka, grad u kojem su snimane *Novine*, rijetko je prikazivana na filmu i u serijama. Neimenovana u seriji, lišena je mimetičnosti i društvene reprezentativnosti, lokalnog i autentičnog kolorita. Drugim riječima, urbani prizori grada ne stvaraju predodžbu Rijeke na ekranu, mimetičku reprezentaciju geografski, povijesno, socijalno i kulturno obilježenog prostora, nego stvaraju geografski neodređen urbani prostor koji stvara svoj identitet isključivo unutar serije, a ne uspostavljanjem veza između imaginiranog i stvarnog grada. Drugim riječima, pred gledateljima je stilizirana konstrukcija lučkog industrijskog grada koji je poprište sveprožimajućeg kriminala, korupcije i borbe za moć.

U tom su smislu promašene poneke primjedbe, ponajviše gledatelja, o odstupanju od realističnosti prikaza – kao npr. da nitko u seriji ne govori riječkim dijalektom ili da se ugovoreni tajni sastanak nikad ne bi mogao dogoditi na tom mjestu jer je ono u stvarnosti prometno. To je velika razlika u odnosu na prevladavajuću tradiciju hrvatskih serija koje su izrazito lokalno i regionalno obilježene (*Naše malo misto*, *Velo misto*, *Mejaši*, *Gruntovčani*, *Kapelski kresovi*, *Prosjaci i sinovi*...).

U urbanom pejzažu *Novina* dominiraju prizori (često noćni, kišni ili olujni) luke, brodogradilišta, dizalica, hangara, kontejnera, napuštenih industrijskih postrojenja, učmalih zgrada, pothodnika, velikih prometnica, tunela, podzemnih garaža,³³ a posve se ignorira centar s prepoznatljivim vedutama grada ili turističkim atrakcijama, čime se očito želi izbjeći stvaranje poveznica stvarnog grada u društvenoj stvarnosti i samosvojne konstrukcije urbaniteta u seriji. Jedino je lokalno obilježje prikaz karnevalske povorke na kraju prve sezone, no i njezina je funkcija uspostavljanje karnevala kao globalne metafore, a ne prikaz regionalnog folklornog šarenila.

Prostor je i na sadržajnom i na izražajnom planu bitna tema i u seriji *Uspjeh*. Točnije, upravo je ta tema prostora čini aktualnom, gotovo u datum pogođenom s današnjim trenutkom, čime se nesumnjivo želi postići visok stupanj društvene reprezentativnosti i mimetičnosti. Dok su *Novine* svojim fokusom na tajkune, prirodu medija i političku borbu

³³ Ovakvom imaginacijom grada *Novine* su nesumnjivo *hommage* seriji *Žica*.

za vlast bliže medijskim i književnim³⁴ preokupacijama prvog desetljeća 21. stoljeća, *Uspjeh* precizno detektira borbu za moć raznih silnica javnog i privatnog kapitala u borbi za prostor.

Građevinski poduzetnik Lujo Kralj i arhitekt Haris žele progurati u gradskoj skupštini veliki projekt „Zagreb na Savi“. Glavni arhitekt Haris Mujadžević ima grižnju savjesti jer zna da gradu prijete opasnost da završi pod vodom zbog projektnih propusta i štednje na građevinskome materijalu. Presudna je točka za zaplet zajednička tajna koja jedne noći udruži četvero različitih, dotad nepovezanih ljudi, od kojih je jedan spomenuti Haris: ubojstvo sina mafijaškog *bossa*. To četvero ljudi heterogen su presjek hrvatskog društva: Iva, bankarica, s mužem kockarom koji radi u gradskom uredu, Toni, nezaposlen mladić pred ovrhom sa ženom i malim sinom, te učenica Blanka koja ima oca branitelja, alkoholičara i nasilnika i koja je bila u vezi sa spomenutim ubijenim mafijaševim sinom. Slično kao i u *Novinama* oblikuje se pesimistična slika društva u kojem su društvene elite isprepletene s kriminalnim podzemljem, no za razliku od te serije koja se koncentrira na sfere utjecajnih, moćnih, često i bogatih, među kojima nema nevinih i moralno čistih, *Uspjeh* razmatra sukob malog čovjeka s premreženim ekonomskim i političkim strukturama. Dakle, Toni i Blanka svaki na svoj način pokušavaju pružiti otpor moćnim elitama, no ishod je bijeg ili poraz, smrt. Čak i arhitekt Haris, pripadnik elite, kojeg su mučile moralne dileme, na kraju potpisuje kapitulaciju i prigiba glavu pod poduzetničko-političko-mafijaškim komplotom. Kako bi se naglasio (uzaludan) čin otpora, netipično za tradicionalne serije, *Uspjeh* rabi metatekstualne umetke, na početku epizode Toni ima svojevrsan zagrobni *stand-up* nastup.

Prikazom prostora jasno se naglašava rascjep između tzv. običnih malih ljudi i društvene elite. Prvi žive i kreću se prvenstveno u Novom Zagrebu koji je prikazan efektinim kontrastom zelenila i sivila nebodera, Mosta mladosti i Mosta slobode. Elita je mahom prikazana u interijerima – ostakljenim, svijetlim, velikim prostorima jasnih, sterilnih linija koji nepogrešivo podsjećaju na proslavljeni skandinavski dizajn, a u seriji jasno signaliziraju svojevrsnu profinjenost, tj. nadilaženje vulgarnog ukusa novobogataša, koji svojim životnim prostorom, vilom s bazenom na sjeveru grada, demonstrira mafijaševa obitelj. Osobito je, iz prostorne perspektive, zanimljiva naslovna špica serije koja objedinjuje simbolički nabijene, stilizirane prikaze štakora koji jure kroz labirint, podsjećajući

³⁴ Mislim tu ponajviše na dominantne teme u najistaknutijim djelima tranzicijske književnosti: Perišić, Vidić, Bulić itd.

time na mračne špice skandinavskih serija ili npr. serije *Pravi detektiv*, i nebodera Novoga Zagreba, odnosno tim se promišljenim vizualnim prikazom prostora daje temeljna poanta serije o zlokobnosti i nemogućnosti izlaska malog čovjeka iz labirinta kapitala, moći i kriminala.

4.

Neupitno je da su kreatori dviju analiziranih hrvatskih serija *Novine* i *Uspjeh* svjesni promijenjene prirode medija te popularnosti tzv. kvalitetnih serija, ali i njihova rastućeg ugleda, zbog čega je alternativni naziv za takav tip serija i *prestige TV*.³⁵ U prethodnom poglavlju istaknute su glavne odrednice koje približavaju te hrvatske serije takvom suvremenom tipu serija: višelinjsko, kompleksno pripovijedanje, moralno ambivalentni likovi, naglasak na seksualnosti i nasilju, društvena kritičnost ispod kriminalističkog narativa, visoka produkcija i dotjerana fotografija, jake autorske figure (poznati redatelji, istaknuta glumačka imena).³⁶ Pojam kvalitetna serija rabim prvenstveno kao tehnički ili, u najbolju ruku, žanrovski termin koji podrazumijeva suvremene serije kod kojih se može raspoznati nekoliko navedenih zajedničkih obilježja, a ne u smislu vrijednosne ocjene. Ipak, u oblikovanju pojma *kvalitetna serija* primjetna je makar implicitna klasno-kulturna pristranost koja se može povezati s Bourdieuovim pojmovima distinkcije, ukusa, habitusa i kulturnog kapitala.³⁷ Drugim riječima, moguće je pratiti proces izgradnje umjetničke legitimacije serija na temelju mreže kritičara, medija i umreženih globalnih gledateljskih (*fanovskih*) zajednica koje, više nego ikad, stvaraju nova značenja dinamičnom interpretacijskom komunikacijom,³⁸ a ujedno su ekonomski i obrazovno iznad prosjeka,³⁹ čime se još jednom potvrđuje da su estetski sudovi itekako povezani

³⁵ Usp. Eric Thurm, „It’s not Prestige, It’s Just TV,“ *Esquire*, 27. travnja 2017, pristupljeno 25. siječnja 2020, <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a54762/the-flaws-of-prestige-tv/> ili Emily Van Der Werff, „TV is better than ever – yet we talk endlessly about the same tiny handful of shows,“ *Vox*, 11. svibnja 2017, pristupljeno 25. siječnja 2020, <https://www.vox.com/culture/2017/5/11/15587088/prestige-tv>.

³⁶ Kovačević, *Kvalitetne TV serije*, 32–41.

³⁷ Pierre Bourdieu, *Distinction. A Social Critic of the Judgement of Taste* (Cambridge: Harvard University Press, 1984).

³⁸ Mittell, *Complex TV*, 28.

³⁹ Sarah Cardwell, „Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations, and the Troubling Matter of Critical Judgement,“ u *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, ur. Janet McCabe i Kim Akass (London – New York: I. B. Tauris, 2007), 34.

s odnosima moći.⁴⁰ Također, ono što je u jednom trenutku bilo originalno, inovativno i smjelo te razaralo konvencije žanra i medija za koju godinu pretvara se u šablonu i konvenciju.⁴¹ Tržište i ciljana publika vrlo su segmentirani, no i ukusi i sklonosti su eklektični. Autori koji se pozivaju na Bourdieua, ali ga ujedno i revidiraju, ističu da su današnje srednje i/ili više klase postale mnogo propusnije i inkluzivnije u svojem konzumiranju kulture, točnije da sve više postaju kulturni svejedi,⁴² rušeći donekle time klasne barijere konzumiranja visoke, odnosno popularne kulture. Radi se o posljedici niza strukturnih procesa, no kulturni svejedi, obrazovani i klasno situirani, a ujedno i manje isključivi od svojih generacijskih prethodnika u težnji za intelektualnim, visokoestetskim proizvodima uvriježeno shvaćene visoke kulture, omogućuju, među ostalim faktorima, stvaranje niše za tip kvalitetnih serija o kojem se piše u ovome radu.

S druge strane, čini se kako je potencijalno hrvatsko gledateljstvo nedovoljno brojno te posljedično puno manje rasloženo, pa je gledanost obiju serija u Hrvatskoj bila poprilično mala, no autori i producenti to pokušavaju kompenzirati dobrim odjekom i kritikama u inozemnim medijima, osobito skandinavskim i španjolskim.⁴³ Publika koja je serije pratila ponešto je suzdržana ili tek blago naklonjena, sudeći po reakcijama, komentarima i analizama na internetskim forumima.⁴⁴

Specifičnost, prepoznatljivost i lokalni kolorit kroz preciznu rekonstrukciju prostora, jezika, humora, mentaliteta i kulturnog habitusa, melodramatski ili humoristični popularni narativi, što su sve dominantna obilježja dosadašnjih kulturnih hrvatskih TV-serija, nestali su. Drugim riječima, serije izlaskom na globalno tržište, paradoksalno, gube svoju važnost kao proizvod specifične nacionalne TV-kulture i tradicije. Primjer *Novina* i *Uspjeha* pokazuje kako se poetikom i poli-

⁴⁰ Mittell, *Complex TV*, 556.

⁴¹ Thurm, „It’s not Prestige, It’s Just TV“.

⁴² Usp. Julien Duval, „Evolution of Tastes in Films and Changes in Field Theory,“ u *Routledge Companion to Bourdieu’s Distinction*, ur. Philippe Coulangeon i Julien Duval (New York – London: Routledge, 2015), 94–108; Johs Hjøllbrekke, Vegard Jarness i Olav Korsnes, „Cultural Distinctions in an ‚egalitarian‘ society,“ u *Routledge Companion to Bourdieu’s Distinction*, ur. Philippe Coulangeon i Julien Duval (New York – London: Routledge, 2015), 187–206.

⁴³ Siniša Pavić, „Noviteti se nisu baš primili: brine li koga na HTV-u gledanost od 5 posto?“, *Novi list*, 29. listopada 2016, pristupljeno 16. siječnja 2020, http://www.novilist.hr/Scena/TV/Noviteti-se-nisu-bas-primili-Brine-li-koga-na-HTV-u-gledanost-od-5-posto?meta_refresh=true.

⁴⁴ <https://www.forum.hr/showthread.php?t=970181>; <https://www.forum.hr/showthread.php?t=1126463>, pristupljeno 19. siječnja 2020.

tikom te serije nastoje pozicionirati na suvremenom globalnom tržištu serija slijedeći uspostavljena pravila žanra kvalitetnih serija. Ujedno se time udaljuju od lokalne publike, od kulturnog *mainstreama*, kako „plebejskog“ koji najbolje utjelovljuju suvremene hrvatske sapunice i obiteljsko-humoristične serije tako i visokokulturnog. S druge strane, imajući u vidu navedeno, na serije se može primijeniti pojam *srednjokulturnog* (engl. *middlebrow*),⁴⁵ koji je, među ostalim, i Bourdieu rabio za filmsku umjetnost.⁴⁶ Taj *srednjokulturni* put kvalitetnih serija posljedica je nerazdruživa odnosa komercijalnog uspjeha i posljedično profita te kreativnosti i inovativnosti serija, ili kako je primijetio Alvey, potrebe da industrija neprestano ispituje granice konvencija u serijama kako bi stvorila nove formule, točnije da se oslanja na invenciju u okviru konvencija.⁴⁷

Zbog temeljne prestrukturacije načina funkcioniranja tržišta TV-serija preko *on demand* i internetskih servisa postavlja se pitanje je li u budućnosti uopće moguće postaviti pitanje imaju li serije bitnu, centralnu ili perifernu ulogu u nekoj nacionalnoj kulturi. Stvaraju se globalne interpretativne zajednice čiji izbor i preferencije ovise o značenju, zadovoljstvu i društvenom identitetu koji se stvaraju vezano uz određene serije,⁴⁸ a time im to gledateljstvo povratno daje kulturnu vrijednost. Globalne interpretativne zajednice, kojima pripadaju i hrvatski gledatelji ako se svojim klasno-kulturnim preferencijama uklapaju u njih, stvaraju globalnu popularnu kulturu unutar koje se oblikovao globalni kanon (kvalitetnih) serija. U tom smislu serije *Novine* i *Uspjeh* prvi su jasniji hrvatski pokušaji pozicioniranja na globalnom tržištu i sudjelovanja u „dvostruko ekonomiji“ televizijskih serija, tj. složenoj razmjeni između ekonomskog i kulturnog svih aktera, tj. producenata, televizijskih kuća koje ih emitiraju i gledateljstva. Do sada već naznačen prikaz perifernog prostora u samim serijama nameće se kao model za razumijevanje odnosa perifernog i globalnog u samom pozicioniranju tih serija na tržištu. Prostor periferije konstruira se tako da se gube lokalna prepoznatljivost i reprezentativnost te se on pretvara u globalno prepoznatljiv znak koji nizom signala prenosi svoja značenja pripadnicima interpretativnih zajednica koji ih mogu razumjeti. Stoga se kao simptomatičan za ovu zaključnu liniju razmišljanja nameće onaj aspekt

⁴⁵ Za upućenu i informativnu genezu i pregled pojma vidi: Maša Grdešić, „Visoko, nisko, srednjokulturno,“ *Muf*, 27. studenoga 2015, pristupljeno 18. siječnja 2020, <http://muf.com.hr/2015/11/27/srednjokulturno/>.

⁴⁶ Duval, „Evolution of Tastes in Films and Changes in Field Theory,“ 94.

⁴⁷ Eskenazi, *Televizijske serije*, 23.

⁴⁸ Eskenazi, *Televizijske serije*, 38.

radnje u *Uspjehu* koji tematizira preobrazbu gradske vizure, tj. gentrifikaciju prostora Zagreba oko Save, i prikazuje ju kao mjesto borbe za profit. Sama logika serije (isto vrijedi i za *Novine*) čini to isto – prisvaja uvriježeno nepopularne periferne urbane prostore radi stvaranja *chica* Adriatic noira koji će se potencijalno *brendirati* i pozicionirati na svjetskom tržištu kao atraktivan kulturni proizvod u eri *kvalitetne televizije*.

Literatura

- Bourdieu, Pierre. *Distinction. A Social Critic of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.
- Car, Maja. „Novine su prva serija na slavenskom jeziku koju je kupio Netflix.“ *Večernji list*, 3. travnja 2018. Pristupljeno 14. siječnja 2020. <https://www.vecernji.hr/showbiz/novine-su-prva-serija-na-slavenskom-jeziku-koju-je-kupio-netflix-1236709>.
- Cardwell, Sarah. „Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations, and the Troubling Matter of Critical Judgement.“ U *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, uredile Janet McCabe i Kim Akass, 19–34. London – New York: I. B. Tauris, 2007.
- Duval, Julien. „Evolution of Tastes in Films and Changes in Field Theory.“ U *Routledge Companion to Bourdieu's Distinction*, uredili Philippe Coulangeon i Julien Duval, 94–108. New York – London: Routledge, 2015.
- Eskenazi, Žan-Pjer. *Televizijske serije*. Prevela Iva Brdar. Beograd: Ars Clio, 2013.
- Grdešić, Maša. „Visoko, nisko, srednjokulturno.“ *Muf*, 27. studenoga 2015. Pristupljeno 18. siječnja 2020. <http://muf.com.hr/2015/11/27/srednjokulturno/>.
- Hjellbrekke, Johs, Vegard Jarness, i Olav Korsnes. „Cultural Distinctions in an ‚egalitarian‘ society.“ U *Routledge Companion to Bourdieu's Distinction*, uredili Philippe Coulangeon i Julien Duval, 187–206. New York – London: Routledge, 2015.
- Kovačević, Sanja. *Kvalitetne TV serije. Milenijsko doba ekrana*. Zagreb: Jesenski i Turk, 2017.
- Majetić, Vanja. „Nebojša Taraba o tajni uspjeha hrvatskih serija: Živimo u svijetu u kojem je stvarnost luđa od najluđeg scenarija.“ *Tportal*, 12. siječnja 2019. Pristupljeno 17. siječnja 2020. <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/nebojsa-taraba-o-tajni-uspjeha-hrvatskih-serija-zivimo-u-svijetu-u-kojem-je-stvarnost-luda-od-najluddeg-scenarija-foto-20190112>.
- McCabe, Janet, i Kim Akass, ur. *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*. London – New York: I. B. Tauris, 2007.
- Mittell, Jason. *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoon in American Culture*. New York – London: Routledge, 2004.
- Mittell, Jason. *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: New York University Press, 2015.
- Njegić, Marko. „Dalibor Matanić: Hrvati dobro znaju da većina političara laje, miluje zastavu ili je pale – da bi sakrili puno veću količinu putra koja im

- se cijedi s čelenki.“ *Slobodna Dalmacija*, 22. travnja 2018. Pristupljeno 14. siječnja 2020. <https://www.slobodnadalmacija.hr/kultura/clanak/id/542055/da-libor-matanic-hrvati-dobro-znaju-da-vecina-politicara-laje-miluje-zastavu-ili-je-pale-da-bi-sakrili-puno-vecu-kolicinu-putra-koja-im-se-cijedi-s-celenki>.
- Njegić, Marko. „Nebojša Taraba, producent hrvatskih serija ‚Uspjeh‘ i ‚Novine‘: Nakon HBO-a, i Netflix će snimati u regiji.“ *Slobodna Dalmacija*, 22. siječnja 2019. Pristupljeno 19. siječnja 2020. <http://urednik.slobodnadalmacija.hr/kultura/clanak/id/585357/nebojsa-taraba-producent-hrvatskih-serija-uspjeh-i-novine-nakon-hbo-a-i-netflix-ce-snimati-u-regiji>.
- Ostojčić, Luka. „Pogrebници u udarnom terminu. *Dva metra ispod zemlje* u društvenom i televizijskom kontekstu.“ Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2012.
- Pavić, Siniša. „Noviteti se nisu baš primili: brine li koga na HTV-u gledanost od 5 posto?“ *Novi list*, 29. listopada 2016. Pristupljeno 16. siječnja 2020. http://www.novolist.hr/Scena/TV/Noviteti-se-nisu-bas-primili-Brine-li-koga-na-HTV-u-gledanost-od-5-posto?meta_refresh=true.
- Starčević, Valentina. „Petnaest godina hrvatskih sapunica.“ *Lider*, 29. prosinca 2019. Pristupljeno 17. siječnja 2020. <https://lider.media/lider-plus/lidertrend/petnaest-godina-hrvatskih-sapunica-129506>.
- Thompson, Robert J. Preface to *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, ur. Janet McCabe i Kim Akass, XVII–XX. London – New York: I. B. Tauris, 2007.
- Thurm, Eric. „It’s not Prestige, It’s Just TV.“ *Esquire*, 27. travnja 2017. Pristupljeno 25. siječnja 2020. <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a54762/the-flaws-of-prestige-tv/>.
- Van Der Werff, Emily. „TV is better than ever – yet we talk endlessly about the same tiny handful of shows.“ *Vox*, 11. svibnja 2017. Pristupljeno 25. siječnja 2020. <https://www.vox.com/culture/2017/5/11/15587088/prestige-tv>.
- Vončina, Nikola. *Hrvatske TV drame i serije (1956-1971)*. Zagreb: Matica hrvatska, 2011.
- Wilson, Winston Cook. „Nordic Noir. An Obsessive’s Guide to the Best Scandinavian Crime Shows.“ *Spin*, 21. ožujka 2018. Pristupljeno 24. siječnja 2020. <https://www.spin.com/2018/03/nordic-noir-guide-best-scandinavian-crime-shows/>.
- <https://www.forum.hr/showthread.php?t=970181>. Pristupljeno 19. siječnja 2020.
- <https://www.forum.hr/showthread.php?t=1126463>. Pristupljeno 19. siječnja 2020.

The Peripheral in the Global?

Croatian Series in Regard to Global and Domicile Culture (*The Paper* and *The Success*)

Summary: Since the 1980s, especially with the HBO rise, there has been a development of different type of TV series that are designated as the quality TV series in order to be distinguished from the regular TV series. The most important conditions for the creation of the quality TV series are explained, followed by a short

resume of the development of Croatian TV series. Furthermore, the paper analyses poetics and politics of the series *The Paper (Novine)* and *The Success (Uspjeh)*, with a special attention given to a representation of (peripheral) space. In conclusion, *Novine* and *Uspjeh* are recognised as the quality TV. This term is problematised through a perspective of series' double effect – as both economic and cultural products, with a focus on importance of global interpretive community of contemporary cultural omnivores. Making their own choices, they establish their own cultural and symbolic capital and at the same time construct global TV series canon as well as partially deconstruct dichotomy of the central and the peripheral.

Keywords: quality TV, HBO, space, interpretive community, double economy