Žanrovska analiza televizijske serije "Žica"

Grbavac, Domagoj

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:683985

Rights / Prava: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / disertations







Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

ŽANROVSKA ANALIZA TELEVIZIJSKE SERIJE "ŽICA"

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: dr.sc. Helena Popović, doc.

Student: Domagoj Grbavac

Zagreb

Rujan 2018.

Izjava o autorstvu

Izjavljujem da sam diplomski rad "Žanrovska analiza televizijske serije 'Žica'", koji sam predao na ocjenu mentorici dr.sc. Helena Popović, doc., napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTSbodove. Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Domagoj Grbavac

ZAHVALE

Zahvaljujem svojoj mentorici dr.sc. Heleni Popović doc., na pomoći pri izradi rada.

Zahvaljujem svojoj obitelji i prijateljima na podršci tijekom studiranja.

1.Uvod.....5

2. Žanrovi.....7

2.1 Žanrovska teorija i definiranje žanrova.....7

2.2 Funkcije žanrova.....13

2.3. Televizijski žanrovi.....15

3. "Kvalitetna televizija".....16

3.1 Definicija i karakteristike "kvalitetne televizije".....16

3.2 Pojava i razvoj "kvalitetne televizije": Tehnološke i kulturno-ekonomske promjene koje su utjecale na njezin razvoj.....19

3.3 HBO – kanal koji je sinonim za "kvalitetnu televiziju": Razvoj i postulati po kojima djeluje.....26

4.Žica.....29

4.1 Pregled literature o Žici.....29

4.2. Medijske publike i zajednice obožavatelja.....33

4.3 Analiza fan-sitea Žice.....34

4.3.1 Kvalitativna analiza sadržaja.....34

4.3.2Metoda i način provedbe analize.....36

4.3.3 Rezultati analize.....37

5. Zaključak.....38

6. Popis literature.....40

7. Prilog.....42

8. Sažetak i ključne riječi.....44

1. Uvod

Predmetovog diplomskog rada je Žica, televizijska serija kuće američkog premium kanala HBO. Žicu publika i kritika često nazivaju "najboljom televizijskom serijom u povijesti medija. A vjerojatno i boljom od toga" (Huertas 2011, cit. prema Kovačević: 124)

Prema internetskoj stranici Metacritic, Žica je dobila prosječnu ocjenu 91,8 od mogućih 100 na temelju ukupno 95 recenzija. Metacritic nudi recenziju posebno za svaku sezonu; sve sezone osim prve dobile su univerzalne pohvale kritičara. Prva sezona je s ocjenom 79 dobila "generalno pozitivne kritike" - prema recenziji prve sezone Kena Tuckera s Entertainment Weekleyja, razlog zašto prva sezona nije dobila univerzalne pohvale je njezin "potpuno drugačiji ritam od ostalih serija poput Sopranosa i Dva metra pod zemljom." Na istoj stranici korisnici su seriji dali ukupnu ocjenu 9,38, a svaka sezona ima prosječnu ocjenu višu od devet od mogućih 10. (www.metacritic.com, 2018)

John Wilde tekst za Guardian počinje s "vjerujem da je Žica najbolja televizijska drama svih vremena.' (www.theguardian.com, 2007) U izboru skupine autora portala Complex, Žica je rangirana na prvom mjestu među 50 najboljih TV drama svih vremena. U objašnjenju koje potpisuje Ross Scarano piše kako je "udžbenička istina kako je Žica najvažnija serija 21. stoljeća." (www.complex.com, 2018) Kris Holt sa Screenranta u tekstu "14 razloga zbog kojih je Žica najbolja serija svih vremena" piše kako "Žica donosi izvrsnost na gotovo svakoj razini kroz cijelo prikazivanje." (screenrant.com, 2016)

Žica se prikazivala od 2002. do 2008. godine. Smještena je u Baltimoreu, gradu u kojem je autor serije David Simon pratio kriminalnu scenu kao novinar Baltimore Suna, a svoja je iskustva kasnije koristio u televizijskom i književnom radu. Serija se proteže na 60 epizoda u pet sezona – radnja svake sezone vrti se oko druge tematike vezane uz grad Baltimore, dok zadržava kontinuitet i likove iz prošlih nastavaka. Kronološki, pet tema oko kojih se vrti radnja su: ilegalna trgovina drogom, luka, gradska vlast i birokracija, obrazovni sustav, mediji. (www.wikipedia.org, 2018) Zaradila je mnoge pohvale kritičara, dok je na internetskoj stranici IMDB, čiji korisnici imaju mogućnost ocjenjivanja filmova i serija, s prosječnom ocjenom 9,3 od mogućih 10 četvrta na listi najboljih igranih serija ikad snimljenih. Na prvom je mjestu serija

Združena braća, na drugom Igra prijestolja, a na trećem Na putu prema dolje. Osim potonje, spomenute serije su, kao i Žica, HBO-ov proizvod. (www.imdb.com, 2018)

Žica je, prema Kovačević (2017), "najbolja serija koju nitko nije gledao", a postoji i teza da postoje dvije vrste ljudi: oni koji obožavaju Žicu i oni koji je nisu gledali. Serija je gotovo bila ukinuta - bijelu srednju klasu, o kojoj je ovisila gledanost, nije privlačilo dominantno afroamerička postava na neatraktivnim lokacijama, uz priču koja je previše stvarna i ne nudi nimalo eskapizma. No svojevrsni pokret otpora kritičara i filmskih teoretičara uvjerio je čelnike HBO-a da nastave seriju, koja je s vremenom postala popularnija nego u vrijeme prvog emitiranja. Usmena predaja širila je krug obožavatelja, a gledanost je, uz prodaju DVD-a, rasla geometrijskom progresijom, da bi danas bila gledanija nego ikad. (Kovačević 2017: 124-125)

Osim publike i kritike, Žica je privukla pozornost i akademske zajednice. Prema Kovačević (2017), "zbog realističnog prikaza totaliteta društvenih procesa u urbanim sredinama u SAD-u, danas se koristi kao edukativni alat na mnogim sveučilištima, od Harvarda do Yorka, u sklopu raznih studija, od medijskih i filmskih, preko sociologije, antropologije i politike do etike, kriminalistike, urbanog planiranja i prava." (Kovačević 2017: 125)

Ovaj će se rad fokusirati na Žicu u kontekstu medijskih istraživanja, točnije žanrovske analize. Mittel (2005) napominje da je u analizi televizijskih žanrova potrebno gledati širu sliku od samog teksta. Žanrove, po njemu, treba locirati u kompleksnim odnosima teksta, industrije, publike i povijesnog konteksta. Žanrovi prelaze granice produkcije i recepcije teksta; produkcija, distribucija, promocija i recepcija sudjeluju u kategoriziranju medijskih tekstova u žanrove.(Mittel 2005: 43) Cilj analize ne bi trebao biti pronalazak "ispravne" definicije teksta, nego istražiti načine na koji se kulturološki definira, interpretira i evaluira. Kako bi to postigli, potrebno je uključiti što veći broj izvora. Neki od izvora koje Mittel predlaže su sam tekst, novinske kritike, prakse publike, parodije, reklame, korporativni dokumenti. (Mittel 2005: 45)

Na tragu Mittelovog tumačenja, samo izdvajanje žanrovskih karakteristika te određivanje žanra Žice ne bi dalo osobit doprinos istraživačkom predmetu niti bi otvorilo prostor za daljnja istraživanja. Također, zbog konteksta rada opisanog u prethodnom poglavlju, jasno je da se Žica evaluira kao izrazito bitan tekst, često i kao "najbolji svih vremena"; pokušati argumentirati je li to slučaj ili je neka druga serija "najbolja svih vremena" ne smatram adekvatnim pitanjem

znanstvene analize. U kontekstu ranije napisanog, bitno je proučavati kako ova serija ne gubi na popularnosti ni 16 godina nakon prvog emitiranja – kako se konstruira kvaliteta ovog teksta, ali i cijelog žanra kojem pripada.Ovaj će rad, stoga, dati odgovor na sljedeće pitanje: kako, na primjeru Žice, industrija, akademska zajednica i publika diskurzivno konstruiraju žanr "kvalitetne televizije"? Rad će pregledom relevantne literature istražiti kako industrija i akademska zajednica konstruiraju žanr kvalitetne televizije, dok će kvalitativnom analizom sadržaja istražiti kako publika (obožavatelji) konstruiraju kvalitetu kod evaluacije popularnih sadržaja na primjeru Žice.

Ovaj rad počet će žanrovskom teorijom, odnosno definiranjem samog pojma žanra, kroz akademsku literaturu koja se bavi žanrom. U sklopu dijela rada o žanrovima, u jednom će se poglavlju baviti specifično televizijskim žanrovima. Nakon toga će, još specifičnije, rad prijeći na "kvalitetnu televiziju" – njezin razvoj i karakteristike. Rad će zatim analizirati Žicu – prvo kroz pregled akademskih radova, a zatim i kvalitativnom analizom sadržaja.

Teze ovoga rada su da je "kvalitetna televizija" novi, samostalni žanr te da Žica pripada tom žanru, te da pozitivna evaluacija Žice dolazi kroz žanrovske karakteristike "kvalitetne televezije."

2. Žanrovi

2.1 Žanrovska teorija i definiranje žanrova

Prema Cambridgeovom rječniku, riječ "žanr“ znači "stil, posebno u umjetnosti, koji uključuje određeni set karakteristika" (dictionary.cambridge.org, 2017). Sama riječ žanr vuče korijene iz latinskog, a označava vrstu ili klasu.

Definicija žanra prema malom medijskom rječniku Uvoda u medije Zrinjke Peruško (2011) kaže: "žanr je način kategorizacije ili podjele medijskih proizvoda; osnovna podjela je u četiri glavne programske grupe prema načinu tretiranja realnosti/fikcije i emotivnosti/objektivnosti: žanrovi realnosti (vijesti, aktualnosti, dokumentarni), žanrovi fikcije (drame), žanrovi natjecanja i zabave (sport i show, kviz, reality) i persuazije (reklame). Žanrovska podjela postoji u svim medijima; uobičajen izraz za kategorizaciju ili podjelu na specifične emisije u radijskom i TV emitiranju." (Zrinjka Peruško 2011: 352-353)

John Fiske (1987) definira žanr kao "kulturološku praksu koja nastoji strukturirati i uvesti reda u široki rang tekstova i značenja koji cirkuliraju u našoj kulturi te koji pogoduju i producentima i publikama." (Fiske 1987: 109)

Postoje velike dvojbe u žanrovskoj teoriji. Jesu li žanrovi samo konstrukcija analitičara ili postoje neovisno o njima? Postoji li ograničen broj žanrova koji bi se mogao usporediti s taksonomijom živih bića ili je njihov broj neograničen? Određuje li žanrove kultura ili su oni transkulturalni? Iz svih ovih dvojbi proizlazi i pitanje o načinu analize žanra – treba li žanrove analizirati deskriptivno ili preskriptivno? (Stam 2010: 14, cit. prema Chandler, 1997: 1)

Lacey dvojbe oko žanrova opisuje pitanjem: je li prije postojala kokoš ili jaje? Na konkretnom primjeru, ako nismo imali unaprijed definiranu ideju što je, primjerice, sitcom, kako znamo da neki tekst pripada tom žanru? Unaprijed definirana ideja, koja se sastoji od niza elemenata koji pridodajemo nekom žanru, morala je nastati gledanjem i upoznavanjem takvih tekstova, tako da je upitno može li se ta ideja uopće nazvati unaprijed definiranom. (Lacey 1998: 212).

Poznat primjer takve, "zdravorazumske" analize žanra je onaj sutkinje Vrhovnog suda SAD-a Potter Stewart. Ona nije mogla definirati pornografiju, pa je napisala da je "prepoznaje kad je vidi." Ovaj slučaj opisuje način na koji mnogi vide žanrove; kao da se definicija nekog žanra čini unaprijed zadanom i nema potrebe za detaljnijom elaboracijom. (Mittel 2004: 1)

Lacey (1998) tvrdi kako ova dilema „kokoši i jajeta“ stvara konflikt između dvije filozofske pozicije: idealističke i empirijske. Idealistička pozicija nudi idealni tip žanra sa svojim repertoarom elemenata, dok empirijska proučava sam tekst kako bi došla do zaključka o kojem se žanru radi. No, naglašava da je idealtipska pozicija problematična; definiranjem tekstova na bazi spomenutih elemenata, u koje ulaze mjesto radnje, ikonografija, narativ, vrijeme radnje, tematika, stil, možemo samo zaključiti očigledno - da je jedan žanr drugačiji od drugog. Lacey takav „zdravorazumski“ pristup ujedno vidi i kao najraširenij među masovnom publikom. Također, napominje da bi iz akademske perspektive koncept žanra trebalo koristiti u svrhu analize tekstova.

Povijesno, studije i analize žanra slične su biologiji – temelja funkcija im je nomenklatura i tipologija (Allen 1989: 44, cit. prema Chandler, 1997: 1), odnosno, davanje imena određenim žanrovima i svrstavanje istih u određene tipove i podtipove. Primjerice, žanr znanstvene

fantastike ima razne podžanrove poput, primjerice, steampunka, ali i sam se može svrstati u širi žanr fantastike.

Podjela na žanrove postoji još od antičkih vremena kada su se književna djela dijelila u određene tipove, a najšira podjela je ona na poeziju, prozu i dramu. Unutar tih podjela postojale su daljnje podjele, kao primjerice na tragediju i komediju unutar drame. Današnji medijski žanrovi specifičnijim formama od nekadašnjih širih, te nastaju žanrovi poput sitcoma (Chandler 1997, 1), vrlo specifične vrste komedije koja je nastala kombiniranjem riječi „situacijska“ i „komedija“. (Chandler 1997, 1). Također, postoje i teorije koje tvrde da postoji mnogo žanrova koji nikad nisu dobili imena (Fowler 1989; 216, cit. prema Chandler, 1997: 1), dok "broj žanrova u nekom društvu ovisi o kompleksnosti i različitosti tog društva" (Miller 1984: 36, cit. prema Chandler, 1997: 1). Kao primjer možemo uzeti žanr „partizanskog filma“ koji je poznat samo u državama proizašlima iz raspada bivše Jugoslavije; radi se o žanru koji je nastao kao posljedica povijesno-političkih specifičnosti jednog društva.

Prema Chandleru (1997), klasifikacija i taksonomija žanrova nije neutralan ni objektivan proces: podžanr jednog teoretičara može biti glavni žanr drugog jer su žanrovi „više apstraktni koncept nego nešto što empirijski postoji u svijetu“ (Feuer 1992:144, cit. prema Chandler, 1997: 1). Nešto što netko vidi kao žanr, nekome može biti sami tehnika, stil ili neki drugi element. Chandler napominje da "tematika izgleda kao neadekvatan temelj za definiranje žanrova jer se bilo koja tema može pojaviti u bilo kojem žanru“ (Bordwell 1989:147, cit. prema Chandler, 1997: 1). Bordwell nudi i veliki raspon kategorija s primjerima koje se koriste u filmskoj kritici, a koje se mogu promatrati i kao žanrovi.

„Grupiranje po vremenu i državi (američki film 1930-ih), po redatelju, zvijezdi, producentu, scenaristu ili studiju, po tehničkom procesu (Cinemascope filmovi), po ciklusu (filmovi 'pale žene'), po serijalu (007 filmovi), po stilu (njemački ekspresionizam), po strukturi (narativu), ideologiji ('Reaganite' filmovi), po mjestu prikazivanja ('drive-in' filmovi), po svrsi (kućni filmovi), po publici (teen filmovi), po temi ili subjektu (obiteljski filmovi).“ (Bordwell 1989:147, cit. prema Chandler, 1997: 1).

Sličan način kategoriziranja filmova nudi i filmski teoretičar Robert Stam.

„Neki žanrovi su utemeljeni na sadržaju priče (ratni filmovi), drugi su posuđeni iz književnosti (komedija, melodrama) ili drugog medija (mjuzikl). Neki se temelje na izvođaču (filmovi Astairea i Rogersa) ili budžetu (blockbuster), dok se neki temelje na umjetničkom statusu (art-film), rasnom identitetu (crnačka kinematografija), lokaciji (western) ili seksualnoj orijentaciji (Queer kinematografija).“ (Stam 200:14, cit. prema Chandler, 2000: 1).

Iako se na prvi pogled ne čini kompliciranim, definiranje žanrova Chandler (1997) naziva „teoretskim minskim poljem.“ Konvencionalne definicije žanrova temelje se na ideji da tekstovi koji pripadaju nekom žanru dijele određene konvencije sadržaja (primjerice, tema ili mjesto radnje) i/ili forme (primjerice, struktura i stil). (Chandler, 2000: 2). No, takvo se definiranje pokazuje problematičnim jer, primjerice, filmovi mogu pripadati jednom žanru tematski, a formom nekom drugom. Prema Stamu, „pitanje tematike je najslabiji kriterij za žanrovsko grupiranje jer ne uzima u obzir kako je tema obrađena“ (Stam 200:14, cit. prema Chandler, 2000: 1). Prema Nealu (2000), svaki film može pripadati više žanrova odjednom - štoviše, to je češći slučaj nego da pripada samo jednom žanru (Neale 2000: 23).

Ante Peterlić (2010) objašnjava ovu pojavu pri određivanju filmskog žanra na primjeru westerna, kriminalističkog filma, mjuzikla i fantastike. Da bi film bio western, najčešće je dovoljan ambijent američkog Zapada 19. stoljeća; za kriminalistički film dovoljni su određeni likovi poput kriminalaca; za mjuzikl je potrebno prisustvo glazbe i plesa; za fantastiku posebna filmska izražajna sredstva. No, svi ovi elementi mogu pripadati i drugim žanrovima: western bez kriminalaca ili prijestupnika je teško zamisliv, mjuzikl može biti smješten na američki Zapad 19. stoljeća, dok se filmske tehnike iz filmova fantastike mogu koristiti u mjuziklu. Prema Peterliću, određivanje žanra na kraju se svodi na sadržaj i formu – tako će u westernu ili kriminalističkom filmu prevladati likovi i specifičan ambijent zbog kojih ćemo filmove svrstati u te žanrove, a forma će ostati u pozadini opisujući se nedovoljno objašnjenim pojmovima. U slučaju mjuzikla i fantastike, žanrovsko svrstavanje leži u posebnim izražajnim sredstvima koji koja dominiraju ovim filmovima (Peterlić 2010: 18).

Kada govorimo o žanrovima, ponavljanje i različitost vrlo su bitni pojmovi. Premda se žanrovi često uzimaju „zdravo za gotovo“ – kao, primjerice, još jedan horor ili još jedna sapunica, ako ste pogledali jednu, pogledali ste sve – različitosti igraju bitnu ulogu. Gill Branston i Roy

Stafford (2006) objašnjavaju ovu pojavu na primjeru poznatog vica s promjenom električne žarulje.

PRIMJER: Koliko diplomiranih studenata treba da zamijene žarulju? Samo jedan, ali to može trajati pet godina.

Koliko pravih muškaraca treba da zamijene žarulju? Nijedan. Pravi muškarac se ne boji mraka.

U spomenutom vicu uvijek određena skupina ljudi uz koju se veže neki stereotip (u gornjim primjerima, studenti i "pravi muškarci"), mijenja električnu žarulju. Vic odgovara na pitanje: koliko ih je potrebno da promijene žarulju?

Kao i žanrovi, spomenuti vic se oslanja na postojeća znanja i očekivanja publike. Uvjet je da su taj vic već čuli, kao što je i za prepoznavanje žanrova bitno da su već konzumirali određene tekstove koji se tom žanru pripisuju. Kada publika čuje pitanje kojim uvijek počinje ovakav tip vica, odmah će ga klasificirati – ako su upoznati s tom vrstom vica, neće ga shvatiti kao ozbiljno pitanje, nego kao šalu. Ako publika voli tu vrstu viceva, njihovo zadovoljstvo i užitak leži upravo u ponavljanju i različitosti: tu vrstu vica čuli su mnogo puta i znaju što mogu očekivati, ali u isto vrijeme ne znaju – na kraju ih čeka novi, duhoviti zaokret. Ponavljanje su u ovom primjeru odnosi na elemente koji konstruiraju ovu pošalicu: žarulju, grupu ljudi oko kojih postoji neki stereotip i njihov broj koji stvara humoristični element. Razlika je u tome kako će se ovaj put stvoriti veza između spomenutih elemenata. (Branston i Stafford, 2006: 75-76)čuli su mnogo puta i znaju što mogu očekivati, ali u isto vrijeme ne znaju – na kraju ih čeka novi, duhoviti zaokret. Ponavljanje su u ovom primjeru odnosi na elemente koji konstruiraju ovu pošalicu: žarulju, grupu ljudi oko kojih postoji neki stereotip i njihov broj koji stvara humoristični element. Razlika je u tome kako će se ovaj put stvoriti veza između spomenutih elemenata. (Branston i Stafford, 2006: 75-76)

Radije nego definicijski, suvremeni teoretičari teže opisivanju žanrova kroz „obiteljske sličnosti“, što je pojam koji se preuzima od austrijskog filozofa Ludwiga Wittgeinstena (Swales, 1990:49, cit. prema Chandler, 2000: 2), a temeljna je ideja tog pristupa opisivanje sličnosti između tekstova u određenom žanru. Pored tog pristupa, postoji i „prototipski“ pristup; prema njemu, neki tekstovi su više tipični predstavnici nekog žanra nego drugi (Chadler, 2000: 2-3).

Prema Swalesu, u tom je pristupu potrebno „identificirati u kojoj mjeri se promatrani tekst uklapa u prototip nekog žanra“ (Swales, 1990:52, cit. prema Chandler, 2000: 3).

Chandler zaključuje da su žanrovi nejasne kategorije koje se ne može čvrsto definirati; kako definiramo žanrove ovisi o našim potrebama. U slučaju znanosti, mora biti jasno povezan s istraživanim fenomenom – primjerice, ako istražujemo kako publika definira žanrove, trebamo se fokusirati više na publiku nego na teoretske definicije. Dodaje i da bi ljudi u svakodnevnom životu nastavili kategorizirati tekstove i kad bi teoretičari odustali od koncepta. (Chandler, 2000: 3).

Žanr je fluidan i promjenjiv; prema Nicholasu Abercrombieju, granice među žanrovima postaju sve propustljivije, a žanr u modernoj televiziji ulazi u fazu dekonstrukcije. (Abercrombie, 1996:45, cit. prema Chandler, 2000: 3) Takva se dinamika može pripisati ekonomskim pritiscima i potragama za novim publikama. Konvencije svakog žanra se mijenjaju, novi žanrovi i podžanrovi se pojavljuju, a stari nestaju.

Fiske (1987) tvrdi da je striktna, tekstualna definicija žanra je problematična jer teži "fiksiranju karakteristika žanra unutar žanrovskih granica na način koji rijetko odgovara nekom specifičnom primjeru." Fiske tvrdi kako bi se tekstualni pogled na žanr trebao gledati kao promjenjivi set karakteristika koji se mijenja sa stvaranjem svakog novog primjera žanra - svaki tekst će sadržavati glavne karakteristike žanra, ali će vjerojatno uključivati i neke nove iz drugog žanra. Svrstavanje teksta u žanr ovisi o odluci koje su odluci koji je set karakteristika važniji. (Fiske 1987: 111- 112)

Kao bitan nedostatak idealističke pozicije u analizi žanra nameće se i nedostatak povijesne komponente. Prema Nealeu, definicije žanra su "uvijek povijesno relativne i samim time povijesno specifične". Neale žanrove naziva "procesima dinamične prirode" (Neale 1995, 464, cit. prema Chandler 2000:3), odnosno, žanrovi su podložni promjenama. Prema Borisu Tomaschevskom, „čvrsta, logička klasifikacija žanra nije moguća. Njihovo razgraničenje uvijek je povijesno, odnosno, točno je samo u određenom trenutku u povijesti (Tomaschevsky u Bordwell, 1989: 147, cit. prema Chandler, 2000: 3).

Neizbježan pojam kada govorimo o žanrovima je intertekstualnost. Prema Fiskeu (1987), teorija intertekstualnosti predlaže da je svaki tekst čitan u odnosu na druge i da sa sobom nosi rang

tekstualnih znanja. Ona može biti horizontalna i vertikalna. Horizontalna veza je ona između tekstova koji su manje ili više eksplicitno povezani – primjerice, žanrovski ili sadržajem. Vertikalna je ona između primarnog teksta, poput televizijske serije, i ostalih tekstova drugačijeg tipa koji su odnose na primarni tekst – primjerice, novinske kritike ili pisma gledatelja. (108).

2.2 Funkcije žanrova

Istraživanja korisničkih praksi i zadovoljstava, kao i etnografska istraživanja dala su duboke uvide u funkcije žanrova . Prema Milleru, kako u stvaranju tako i u čitanju unutar žanrova učimo svrhe koje su prikladne tom žanru; u kontekstu masovnih medija može se zaključiti da se određeni žanrovi razvijaju, formuliraju i daju legitimitet određenim pitanjima, brigama i zadovoljstvima. (Chandler, 2000:5).

Redefinicije žanra fokusiraju se na vezu između autora tekstova i čitatelja. Andrew Tolson redefinira žanr kao „kategoriju koja posreduje između industrije i publike.“ (Tolson 1996: 92, cit. prema Chandler 2000:5). Osnovni model suvremenih medijskih teorija (Chandler 2000:5) je trokut između teksta, autora i publike; žanrovi prema mnogim teoretičarima nude okvir unutar kojeg se tekstovi pišu i čitaju. Alaistir Fowler tvrdi da je „komunikacija nemoguća bez dogovorenih kodova žanra“ (Fowler, 1989:216, cit. prema Chandler, 2000:5) – žanr možemo gledati kao kod koji dijele autori i publika unutar određenog žanra. Unutar tekstova ugrađene su pretpostavke o idealnom čitatelju, koje uključuju njegov stav prema temi, a često i godine, spol, etničku i klasnu pripadnost.

"Svaki žanr pozicionira onoga tko sudjeluje u toj vrsti teksta: vršitelja intervjua ili onoga kojeg se intervjuira, slušatelja ili pripovjedača, čitatelja ili pisca, osobu zainteresiranu u političke teme, nekoga tko instruira ili prima instrukcije; svaka od ovih pozicija implicira različite mogućnosti reakcije ili akcije. Svaki tekst daje poziciju čitatelju, koju konstruira pisac prema 'idealnom čitatelju' teksta.“ (Kress 1998: 107, cit. prema Chandler 2000:5)

U kontekstu filma, Dennis McQuail vidi žanrove kao praktične instrumente koji pomažu medijima da povežu svoj proizvod i očekivanja publike (McQuail 1987: 200, cit. prema Chandler, 2000:5), a takva upotreba žanrova stvara njihovu ekonomsku funkciju. Prema Hrvoju

Turkoviću (1994), dolazi do profesionalne diferencijacije ljudi koji proizvode film, a ona podrazumijeva podjelu posla, standardizaciju vještina i ostvarenja te stvaranje standarda uspješnosti u poslu. No, diferencijacija se javlja i kod publike: gledatelji se razdvajaju na grupe koje osobito dobro reagiraju na određene žanrove koje radije gledaju; tako postaju selektivne i kumulativne grupe te čine grupe fanova („kampovi“) s istančanom osjetljivošću na izabranom području. (Turković, 1994: 58)

Prema Nealu (2000), žanrovi se ne sastoje samo od nekog filma. Oni su istovremeno i sustav očekivanja koji i hipoteza koji gledatelji "donose" u kino; u interakciji s filmom pomažu gledateljima u razumijevanju tog teksta. (Neale 2000: 27). Filmska industrija se u oglašavanju i promociji filmova redovito koristi žanrovima - tako na posterima i u foršpanima često možemo pronaći žanrovske opise poput "drama godine" ili "komedija desetljeća." (Neale 2000: 35)

Pojedini filmski kritičari i teoretičari, posebno oni elitistički nastrojeni, vide žanrovski film kao komercijalni proizvod popularne kulture; u suprotnosti takvom filmu stoji onaj umjetnički koji ne pripada ni jednom žanru; on predstavlja autorsku originalnost i individualnost te ruši ustaljene konvencije. (Chandler, 2000:5-6)

Prema Branstonu i Staffordu (2006), nazivanje nekog teksta „umjetničkim“ vidi se kao pečat odobrenja koji sugerira određenu razinu ozbiljnosti i kvalitete. No, rjeđe se postavlja pitanje kako se dolazi do „umjetničkog“ statusa? Radi se o dugotrajnom procesu u kojem sudjeluju mnoge značajke: od proračuna, ključnih ljudi koji stvaraju tekst (primjerice, redatelj i glumci u filmu) sve do publike i njihove recepcije – u tom smislu vrlo je bitno u koji će se žanr to djelo svrstati jer je upitno percipira li publika svi žanrove kao umjetnički jednako vrijedne.

Branston i Stafford kao primjer uzimaju film „Kad jaganjci utihnu“ kao primjer različitog statusa koji imaju različiti žanrovi. U taj je film, po njima, uloženo puno truda kako bi se film smatrao trilerom, a ne „jednostavnim" hororom. Branston i Stafford pronalaze obilježja horora: narativ, koji po njima spada među takozvane „slasher“ horore, lik serijskog ubojice koji je društveni izopćenik (Hannibal Lecter) te lik „posljednje djevojke“ (Clarice Starling) – teoretičarka Carol Clover tako naziva djevojku koja preživi u „slasher“ hororu i osvećuje one ranije pobijene. Branston i Stafford karakteristiku horora navode i datum izlaska. Film je izašao na Valentinovo: po njima, upravo je taj dan idealan za gledanje horora, jer zbog straha koji film izaziva stvara

ispriku za fizički kontakt mladih parova. „Film je toliko strašan da ćete sigurno završiti u naručju partnera/partnerice“, napisao je magazin Premiere. No ovaj film se kategorizira kao psihološki triler – a taj izraz vodi prema opisivanju filma pridjevom „hitchcockovski“ što je kombinacija žanrovskog i visokog autorskog statusa. Razlozi su glumačka postava koju čine nagrađivani Jodie Foster i Anthony Hopkins te suzdržano korištenje nasilja koje nije toliko brutalno. (Branston i Stafford, 2006: 84-86).

2.3 Televizijski žanrovi

Prema Gary R. Edgertonu, žanr postaje temeljni alat u analiziranju televizije nakon objave knjige Horacea Newcombea Tv: The Most Popular Art iz 1974. godine, koja je inspirirala nadolazeće generacije znanstvenika. (Edgerton 2005: 1). Ipak, Newcombe se prisjeća kako u spomenutoj knjizi nijednom nije iskoristio riječ "žanr": u svojoj studijama koristio je riječ "formula", jer se smatralo kako je pojam "žanra" rezerviran za "visoku umjetnost". Inspiracija mu je bila repetitivnost i predvidljivost televizijskih tekstova. Newcombe ih je tada usporedio s kemijskom formulom: ako se određeni elementi kombiniraju na pravi način, bilo tko može postići isti rezultat. (Newcombe 2005: 17-22)

Žanrovi su sveprisutni u televiziji. Može ih se koristiti čak i za identifikaciju cijelih kanala - primjerice, Cartoon Network, ili na primjeri prisutnom u Hrvatskoj, RTL Crime. Publike koriste žanrove na razne načine, od organizacije fanovskih praksi poput organiziranja konferencija i stvaranja web stranica, do svakodnevnih razgovora i konzumentskih praksi. Žanrovi se koriste i u istraživanjima, od strane krike, pa i od TV vodiča kojima je žanr primarni način sortiranja mnoštva tekstualnih opcija. (Mittel 2005: 37)

Televizijski žanrovi ne mogu se do kraja objasniti žanrovskom teorijom proizašlom iz filma i književnosti zbog specifičnosti televizijskog medija, kako u industrijskom procesima, tako i u recepciji publike. Neki promjeri specifičnosti su važnost odluka o vremenu emitiranja, česta serijalizacija, segmentacija kanala, kao i miješanje fiktivnog i realnog. (Mittel 2004: 1)

Prema Graemeu Burtonu (2000), žanrovski proizvodi dominiraju televizijom. Razlozi se mogu naći u ekonomiji – treba popuniti satnicu emitiranja pa je ekonomski smisleno ponuditi sadržaje koji su se u prošlosti pokazali uspješnima, ali može se naći mjesta i za inovativne koncepte.

Okrenutost žanrovima snižava troškove proizvodnje, bilo da se radi o infrastrukturi poput setova na kojim se snima, bilo da se radi o ljudima koji sudjeluju u proizvodnji. (Burton 2000: 87)

Televizijski sadržaji moraju se prodati, a prema Burtonu (2000), žanrovi su bitni za marketing: žanrove je lako oglašavati jer kupci, u ovom slučaju gledatelji, već poznaju odrednice nekog žanra. Te odrednice mogu postati marketinški alati: Burton kao primjer uzima glumca Nicka Barryja koji je kao uspješan, popularan glumac u dvije sapunice postao glavna marketinška uzdanica u promociji treće. Kao primjer uzima i seriju Jonathan Creek, koja je puna klišeja i zasniva se na ideji briljantnog istražitelja detektiva i njegovog asistenta, kao i eksploataciji tipičnog engleskog ambijenta, namijenjenoj inozemnom tržištu. Prema Burtonu ovo je bio glavni marketinški alat za inozemna tržišta gdje je serija postigla veliki uspjeh. Žanrovi su također bitni i za premošćivanje kulturoloških granica: tako će, primjerice, serije za mlade (teen-serije) biti bliske većini mladih u tzv. „zapadnom svijetu“. (Burton, 2000: 87-88).

Prema Turneru (2015), televizijski žanrovi su izrazito podložni hibridizaciji (miješanju žanrova) i mutacijama - više nego u filmu ili književnosti. Televizijska publika, za razliku od filmske ili književne, često ima priliku dati povratnu informaciju o tekstu za vrijeme njegova stvaranja, a televizijski producenti skloni su promjenama tekstova na temelju reakcija publike. Kumulativne promjene u formatu i sadržaju mogu dovesti i do promjena u žanru. (Turner 2015: 9) Od devedesetih godina dolazi do porasta miješanja konvencija različitih žanrova - primjerice, stvaranje dokudrame kombinacijom drame i dokumentarca ili dramedije kombinacijom drame i komedije. (Popović 2012: 13)

3 "Kvalitetna televizija"

3.2 Definicija i karakteristike "kvalitetne televizije"

Opća definicija kvalitete je, po oksfordskom rječniku, "standard nečega mjeren u odnosu na stvari slične vrste; stupanj izvrsnosti nečega". U kontekstu kvalitetne televizije, najčešće se koristi definicija Roberta J. Thompsona iz 1996. godine, koji je postavio sljedeće kriterije: američka kvalitetna televizija krši pravila ustaljene, tradicionalne televizije; stvaraju je ljudi s kvalitativnom podlogom izvan televizije, privlači publiku koja teži višim formama umjetnosti (tzv. Blue-chip audience), sadrži široku paletu likova s podjednako važnim ulogama, višeslojne priče koje su indikator literarne vrijednosti, sadrži društvenu kritiku, stvara novi žanr

kombinirajući stare. (Fricker 14). Thompson također smatra da kvalitetna televizija "prosvjetljuje, obogaćuje, izaziva, uključuje i sukobljava se. Usuđuje se riskirati, iskrena je i prosvijetljena, potiče intelektualni angažman i budi emocije. (1996: 13 u Nelson 41) No prema vlastitom Thompsonovom priznanju, ta definicija je kasnije izgubila na vrijednosti budući da gotovo svaka nova serija sadrži jedan ili više spomenutih elemenata, ali unatoč tome "se ne radi o posebno dobrim serijama." (Thompson 2007: 10).

Međutim, Thompson (1996) u svojoj definiciji daje detaljan set karakteristika kvalitetne televizije i njihov opis, što je dobra polazišna točka u definiranju kvalitetne televizije kao posebnog žanra. Prva je karakteristika kršenje pravila tradicionalne televizije, o čemu će više riječi biti u sljedećim poglavljima. Zatim, kvalitetna televizija uglavnom ima kvalitativni pedigre zahvaljujući autorima koji dolaze iz drugih vrsta umjetnosti poput filma. Dobar je primjer David Lynch i njegov Twin Peaks. Razvojem kvalitetne televizije, određeni autori koji rade samo na televiziji postaju sinonim za kvalitetu. Što se tiče publike, Thompson ju upisuje kao publiku više klase, mladu, urbanu i obrazovanu, koju takvi sadržaji privlače više od ostalih. Nadalje, kvalitetna televizija često mora "voditi bitku" s mrežama kojima je na umu samo zarada i publikama koje ne cijene takav sadržaj, zbog čega je njihovo "preživljavanje", barem u početku, često otežano. Mnoge su serije postale gledane tek naknadno – primjerice, Hill Street Blues tek nakon što je osvojio veliki broj Emmyja, godišnje nagrade za postignuća u televiziji. Što se tiče samih serija, jedna od karakteristika je široka paleta likova podjednake važnosti, koji se tijekom serije mijenjaju i razvijaju. Takva različitost vodi prema različitim pričama koje moraju postojati da bi svi likovi bili zastupljeni. Ove serije imaju i "memoriju", odnosno referiraju se na prošle epizode, a detalji iz prošlih epizoda često se koriste i vraćaju u novima. Kvalitetna televizija stvara novi žanr kombinirajući stare žanrove, što će također biti detaljnije objašnjeno u sljedeće poglavlju. Kvalitetna televizija se bazira na scenariju – često su kompleksnije napisane od ostalih tipova serija. Što se tiče tematike, kvalitetna televizija je sklona kontroverznim temama, a naginje "realizmu" u obradi istih. (Thompson, 13-16)

Sarah Cardwell postavlja pitanje: je li "kvalitetna televizija" nužno i dobra, ili postoji loša "kvalitetna televizija", kao što postoji i dobra "nekvalitetna" televizija? Ona kvalitetnu televiziju prepoznaje više kao žanr nego vrstu pozitivne kritičke evaluacije. Kvalitetna televizija ima koherentan set karakteristika, kao u žanru, a te karakteristike spajaju na prvi pogled različite

serije –među ostalim, primjerice, Sopranose, Buffy, ubojicu vampira i Hitnu službu. (Cardwell 2007: 25).

"Kvaliteta nije sinonim za vrijednost ili koliko je nešto dobro; bliže je setu žanrovskih karakteristika koji stvaraju razliku u grupnom identitetu. (...) Govorimo li o umjetnosti općenito, ne govorimo o kvalitetnoj, nego o dobroj i lošoj umjetnosti sa svim nijansama sive između." (Cardwell 2007: 31)

No Cardwell vjeruje i da su elementi koji čine kvalitetnu televiziju serije u korelaciji s pozitivnom evaluacijom iste, jer potiču na opetovano gledanje i omogućuju gledatelju različite interpretacije. (Cardwell 2007: 30) Ključan element dobre televizije je, prema Cardwell, pozitivno iskustvo gledatelja koji neki program smatraju uzbudljivim, inovativnim, originalnim – dobra televizija stoga ovisi o subjektivnom doživljaju gledatelja, dok kvalitetnu televiziju čine posebni elementi nekog teksta. (Cardwell 2007: 31)

"Kao s analizom bilo kakve umjetnosti, razumijevanje zahtijeva prije svega intenzivno proučavanje; barem blisko promatranje teksta kako bi argumentirali tvrdnje i prosudbe o njima. Kritika je način artikuliranja značaja televizijskih tekstova i razloga zbog kojih oni (televizijski tekstovi) nama nešto predstavljaju. Samo na ovaj način možemo razviti smislene kriterije za specifične primjere televizije koji se onda mogu koristiti općenitije." (Jason Jacobs 2001:431, cit. prema Cardwell 2007: 33)

Prema Peteru Dunnu, ocjena kvalitete mora sadržavati povijesni kontekst. Ono što se snima danas, ne bi se moglo snimiti prije dva ili tri desetljeća, ali i obrnuto, zbog čega, po njemu, uspoređivanje proizvoda iz različitih era nije dobar pristup pri određivanju kvalitete. Socijalno, ekonomsko i političko okruženje utječe na sadržaje, zbog čega se njihova kvaliteta mjeri utjecajem i doprinosom društvu. Dunne kao ključnog nositelja kvalitete prepoznaje scenarista, kojeg pretpostavlja tehnologiji i produkcijskim vrijednostima. Prema njemu, američka kvalitetna televizija je danas najbolja na svijetu jer je scenarist vrhovni arbitar – osoba koja pokreće serije, takozvani "show runner"- koji odlučuje što će se i kako snimati. (Dunne 2007: 98-99).

Na temelju dosad napisanog možemo zaključiti koje su to odrednice koju "kvalitetnu televiziju" zasebnim žanrom, na tragu riječi Cardwell koja kvalitetnu televiziju vidi kao zaseban žanr sa setom karakteristika koje povezuju naizgled nespojive serije. (Cardwell 2007: 25)

Samim time što serije koje se pripisuju "kvalitetnoj televiziji" mogu biti "naizgled nespojive" eliminira tematiku kao bitnu odrednicu ovog žanra; budući da "tematika izgleda kao neadekvatan temelj za definiranje žanrova jer se bilo koja tema može pojaviti u bilo kojem žanru“ (Bordwell 1989:147, cit. prema Chandler, 1997: 1).

Uzmemo li za primjer serije koje se, između ostalih, ranije spominju u radu kao pripadnice "kvalitetne televizije" - Oz, Žica, Sopranos – možemo primijetiti tematsku različitost, a pogotovo ako im dodamo još nekoliko primjera: primjerice, Game Of Thrones i Breaking Bad. No ove serije imaju zajedničke odrednice koje ih povezuju: likove, priču, strukturu serije i kombiniranje različitih žanrova.

"Kvalitetna televizija" sadrži široku paletu likova, umjesto jednog ili dvojice, koji su detaljno profilirani i mijenjaju se s vremenom. Na primjeru Dragneta u sljedećem će poglavlju biti opisano kako izgleda stereotipni lik "tradicionalne" televizije: čak i glavni likovi nisu detaljno profilirani te serija ne nudi puno informacija o njima.

Kompleksna, slojevita priča bitna je odrednica: kao što je spomenuto, vrhovni arbitar, takozvani "showrunner", u "kvalitetnoj televiziji" je scenarist. Kompleksne i slojevite priče povezane su i s "memorijom" serija: jedna epizoda nije jedna cjelina nepovezana s prošlom i sljedećom. Priče se protežu kroz više epizoda, zbog čega "kvalitetna televizija" isključuje povremeno gledanje pojedinih epizoda.

Kombiniranje različitih, otprije poznatih žanrova: "kvalitetna televizija" kombinira različite žanrove koji se pripisuju "tradicionalnoj" televiziji ili filmu. U Žici tako, između ostalih, možemo naći elemente policijske serije, političke drame, drame radnog mjesta ("workplace drama": primjerice, u sezoni koja prati rad baltimorskih novina), queer kinematografije (lik Omara i njegove ljubavne priče).

Uzmemo li ponavljanje i različitost kao bitno obilježje žanra, kao što je napisano u prvom poglavlju, ponavljanje bi u ovom slučaju bile spomenute odrednice: način profiliranja likova, priča, struktura i kombiniranje žanrova. Kombiniranje žanrova je istovremeno i različitost jer svaka serija donosi drugu kombinaciju. Različitost je i tematika; spomenute serije bave se nizom tema, od kriminala, zatvorskog, političkog i obrazovnog sustava, pa sve do borbe za vlast u fiktivnom svijetu.

3.2 Pojava i razvoj "kvalitetne televizije": Tehnološke i kulturno-ekonomske promjene koje su utjecale na njezin razvoj

Žanr je konstantan proces promjena i pregovaranja. (Buckingham 1993: 137, cit. prema Chandler, 2000: 3). U kontekstu kvalitetne televizije, "u SAD-u je potkraj 1990-ih splet industrijskih, tehnoloških i estetskih čimbenika, te gledateljskih navika koje su s njima povezane, omogućio razvitak kvalitetnih TV serija" (Kovačević 2017: 15), što će u ovom potpoglavlju biti detaljnije objašnjeno.

Robin Nelson prepoznaje razlike između britanske i američke TV drame. Dok rana britanska TV drama ima korijene u kazalištu, američka se razvijala u sjeni holivudskih filmova. No u obje kulture tradicionalno se film cijenio više od televizije, a razlozi su sljedeći: vrjednija produkcija povijesno se veže uz veće filmsko platno, a manje uz televiziju; proces proizvodnje podrazumijeva da je više vremena i sredstava potrebno za stvaranje filma; kućna upotreba televizije sprječava vizualni užitak koji pruža kino. Kako u SAD-u, tako i u Britaniji, kritika je uvijek cijenila sofisticirane tekstove, ali smatralo se da je takve tekstove nemoguće postići na televiziji – vjerovalo se da je glavna svrha televizije zabava. Jedan od glavnih razloga bili su industrijski procesi rane televizije, koja je bila usko vezana uz studio, a samim time i za velike i nezgrapne kamere i kablove, dok je cilj bio dospjeti do što šire i masovnije publike (Nelson 2007: 39-40). Iako je taj period poznat i kao "zlatno doba televizije", o percepciji kvalitete programa tih godina (1950-e godine 20. stoljeća) najbolje govori žargonski izraz "idiot box" (idiotska kutija) koji je skovala publika u ranim danima televizije(Thompson 1996: 19). Jedan od najuspješnijih televizijskih producenata svih vremena Aaron Spelling priznao je da njegove serije nikad nisu trebale poticati na duboko razmišljanje; umjesto toga, nazivao ih je "slatkišima za um". (Dunne 2007: 104)

No, kao što je već spomenuto, ta se paradigma s vremenom promijenila. Promjene su zahvatile televiziju na mnogim razinama – tehnološki, industrijski, financijski i kulturalno. Široko prihvaćeni konsenzus jest da su se produkcijske vrijednosti televizije bitno unaprijedile. Veliki doprinos dao je tehnološki napredak, a posebno digitalne tehnologije koje su televiziju približile filmu – i što se tiče produkcijskih procesa i kvalitete proizvoda, odnosno estetskih, vizualnih i

auditivnih vrijednosti. Bitnu ulogu odigrali su i veći televizori koji su takvu, vizualno i auditivno bogatiju televiziju, unijeli u kućanstva. (Nelson 2007: 42-43) Najbolji primjer vizualnog zbližavanja filma i televizije kasnije će postati CSI (Crime Scene Investigation), serija koju je producirao Jerry Bruckheimer, poznati holivudski producent spektakularnih akcijskih filmova (primjerice Top Guna). Serija je privlačila i filmske redatelje – primjerice, Quentin Tarantino je napisao i režirao zadnju epizodu pete sezone. Među najvažnije vizualne odlike serije spada upotreba dugih kadrova, sličnih onima koji se pojavljuju u američkom filmu, primjerice u filmovima Martina Scorsesea. (Bignell 2007: 164)

Do promjena dolazi i u industrijskim procesima, uglavnom na krilima HBO-a, o čemu će više riječi biti kasnije. Prema Nelsonu, satelitske i digitalne tehnologije stvorile su nova, globalna televizijska tržišta i prekinule oligarhiju velike trojke – ABC-a, CBS-a i NBC-a. Za razliku od prijašnje orijentiranosti masovnoj publici, mikro-publike postaju nova tržišta. 1980-ih mijenja se dominantni pristup u traženju tržišta – ciljane skupine nisu toliko brojne, ali su bogatije i osjećaju se kulturološki drugačijima i posebnima te traže proizvode kojima bi potvrdili svoj status. (Nelson 2007: 43-44) Lacey (2002) u svojoj klasifikaciji publike prema vrijednostima, stavovima i životnim stilovima prepoznaje i kategorije na koje cilja kvalitetna televizija. Actualisers - uspješni, imućni, dinamični ljudi kojima je imidž bitan kao ekspresija njihove individualnosti; Achievers – uspješni ljudi okrenuti karijeri, imidž im je bitan i teže kupovini etabliranih i dobro poznatih proizvoda; Experiencers – mladi, impulzivni i buntovni, vole nove proizvode i stilove, ali uskoro se zamaraju njima i traže novitete.

Na temelju takvog pristupa, "velika trojka" postala je četvorka – krajem 1980-ih pojavio se Fox, koji je do početka 1990-ih postao četvrta velika televizijska mreža, što desetljećima nije uspijevalo nikome. Prema riječima Foxova tržišnog analitičara Andrewa Fessela:

"Postojale su snažne pritužbe na repetitivnost velike trojke koje su nam pokazale sljedeće: ako imamo inovativan program koji cilja određene starosne skupine te ako taj program pomiče granice, možemo privući snažan interes i potražnju." (u Kimmel 2004: 22, cit. prema Nelson 2007: 44)

Fox je "naciljao" mladu publiku s dovoljno raspoloživih sredstava i ponudio im urbane, inovativne i, za to vrijeme, alternativne sadržaje, primjerice 21 Jump Street, Simpsone i Beverly

Hills. Njihova je televizija bila nekonvencionalna, inovativna i vizualno dinamična – ukratko, predstavljala je velike industrijske promjene te je otvorila prostor za novu vrstu proizvoda, među kojima će se kasnije naći i "kvalitetna televizija." Promjene u televizijskoj industriji došle su u sklopu širih kulturno-ekonomskih promjena kojima je u centru individualac, odnosne njegove specifične želje i potrebe – HBO tako cilja obrazovanu, dobrostojeću publiku koja svoje želje i potrebe pronalazi u ozbiljnim i inovativnim sadržajima. I u tržištu su nove tehnologije odigrale važnu ulogu – omogućile su zaobilaženje klasičnih izvora financiranja poput reklama, a pojavili su se novi načini zarade poput prodaje pretplata te svojevremeno DVD-a. Takve promjene imaju posljedice i u sadržaju televizijskih serija: oslobođeni tradicionalnih oglašivača i regulacija, autori si mogu dopustiti više slobode i inovativnosti (Nelson 2007: 44-46).

Veliku ulogu u novom ekonomskom modelu su odigrale tehnološke promjene i proliferacija većeg broja kanala, koje su omogućile zaobilaženje klasičnih izvora prihoda putem reklama, a u prvi plan su stavile pretplate, svojevremeno i prodaju DVD-ova. Prema Kovačević (2017), premium programi, koji naplaćaju svoj pretplatu povrh mjesečne pretplate za kabelsku, oslobodili su se utjecaja oglašivača budući da ne prikazuju reklame osim onih za vlastiti program. Pored toga, nisu podlijegali Federalnoj komisiji za komunikacije (FCC) koja regulira podobnost sadržaja. To je otvorilo prostor za inovacije i eksperimente, kao i eksplicitno prikazivanje seksa i nasilja, te je začelo serijalnu revoluciju (Kovačević 2017: 21). "Kvalitetna televizija" postala je žanr visokog umjetničkog statusa; HBO se, o čemu će više riječi biti kasnije , brendira kao televizijski ekvivalent dizajnerskim, skupim modnim brendovima (Edgerton 2008: 17): spomenute mikro-publike tako kroz "kvalitetnu televiziju" teže potvrdi svog statusa.

Nesigurnost je duboko ukorijenjena u klasičnu američku televiziju koja ovisi o gledanosti kako bi prodala oglasni prostor; minimalizacija i zaobilaženje rizika zbog toga je dominantan pristup (Kelso 2008: 46), a iz takvog pristupa proizlazi i manji prostor za inovacije. S druge strane, europska klasična televizija bila je prvenstveno javna. Prema Kovačević (2017), BBC je od samih početaka "inzistirao na implementaciji kulturno-društvenih vrijednosti koje nisu ovisile o zaradi." Utemeljitelj te maksime je lord John C. W. Reith (1889- 1971), a ona se koristi i danas: cilj emitiranja je informiranost, edukacija i zabava, dok politika uključuje jednaku zastupljenost svih gledišta, nepotkupljivost djelatnika, profesionalnu etičnost i objektivnost. (Kovačević 2017: 22)

Pristup u kojem televizije privlače manje, ali bogatije i "elitnije" publike veliki je zaokret u odnosu na rane dane televizije. Iako je posjedovanje televizora bilo veliki luksuz u samim začecima ovog medija – 1930-ih i 1940-ih godina 20. stoljeća – nakon Drugog svjetskog rata televizija postaje medij širokih masa. Ostvarivanje što veće gledanosti privlačenjem što masovnije publike bio je dominantan pristup, a sve je bilo dopušteno kako bi se popunio program – od starih filmova do boksačkih mečeva i glazbenih nastupa. No već ranih 1950-ih televizija stvara posebni identitet, a većina danas poznatih žanrova pojavila se u tom periodu – primjerice, policijske serije, sitcomi i westerni, iako se uz "zlatno doba televizije" najviše vežu dramske antologije. Radi se o predstavama koje su emitirane uživo – svaki tjedan emitirala se nova, samostalna epizoda nevezana uz prošlu, s potpuno novim likovima - a bile su usko vezane uz kazališnu scenu New Yorka, a ovaj je sadržaj bio omiljen među kritičarima. Međutim, prema riječima povjesničara medija J. Freda MacDonalda, u to je vrijeme "na svaki dramaturški uspjeh za pamćenje medij je nudio stotine – puno stotina – serija koje su u najboljem slučaju prosječne. Oslanjale su se na provjerene formule, poput "dečko upoznaje curu", "dobro pobjeđuje zlo" i "ljubav sve pobjeđuje'." (Thompson 1996: 20-23)

Televizija uskoro seli iz New Yorka i kreće na zapad. Filmski studiji su shvatili da ne mogu pobijediti televiziju, nego da ju moraju prihvatiti i iskoristiti njen potencijal. Veliki studiji poput Disneyja i Warner Brothersa počinju stvarati televizijske serije, a postotak uživo emitiranog sadržaja smanjio je i napredak tehnologije. Godine 1957. predstavljena je video-vrpca – postotak uživo emitiranog programa 1953. bio je 80 posto, dok je već 1960. pao na 36 posto. Takve su serije bile popularne i prije nego su zavladale televizijom, a pokazale su se isplativim poslovnim modelom. Korištenje istih setova te sudjelovanje istih glumaca bitno su smanjili troškove. Takva repetitivnost pokazala se i dobrim magnetom za publiku. Publika je nekada živjela u neizvjesnosti: nisu znali hoće li im se svidjeti drama koja se emitirala na tjednoj bazi, a sada su točno znali što mogu očekivati od svake serije. U ovoj je fazi televizija postala masovni medij: preko pola američkih kućanstava posjedovalo je televizor 1954. godine. Prema televizijskom povjesničaru Erik Barnouwu, te je godine došlo do "pada antologijske drame i kraja zlatnog doba televizije." (Thompson 1996: 22-23).

Prema Jane Feuer, upravo iz ovog razdoblja datira razlika kvalitetne televizije i one loše ("trash TV"), a ogleda su u kontrastu između antologijske drame i forme televizijske serije koja je tada bila u nastajanju. (Feuer 2007: 146)

Prema Davidu Bianculliju, kvalitetna televizija u SAD-u se pojavila rano – još 1950-ih godina – ali nije se pojavljivala često. Dugo (prema Bianculliju, predugo) su nastavci američkih serija "bili kao špil karata – mogli ste ih promiješati i podijeliti bilo kojim redom" – događaji iz jedne epizode uglavnom nisu imali veze s drugima, a epizode su se mogle puštati bilo kojim redom. Prema Bianculliju, "američka televizija je sazrela kada su likovi i serije počeli reflektirati vlastitu povijest." (Bianculli 2007: 36)

Prema Jane Feuer, ideja kvalitetne televizije postojala je u obliku antologijskih drama iz 1950-ih spomenutih u prethodnom poglavlju. Pisali su ih njujorški kazališni scenaristi, bile su namijenjene elitnoj publici, a sponzorirali su ih korporativni sponzori kao znak prestiža. Upravo u ovim karakteristikama možemo prepoznati mnoga obilježja moderne kvalitetne televizije – fokus na manju publiku te činjenicu da su autori imali pedigre koji nije vezan uz televiziju. Autori antologijskih drama dolazili su iz kazališnog svijeta, koji se u to vrijeme smatrao "višom" formom umjetnosti u odnosu na film i televiziju. Takve su predstave bile i tehnološki eksperimentalne za svoje vrijeme jer su se prenosile uživo. Također, zbog činjenice da su zapravo bili kazališni komadi, može ih se opisati i budućom krilaticom HBO-a, koji "nije televizija". (Feuer 2007: 146-147)

Prema Robertu J. Thompsonu, prva faza kvalitetne televizije kreće od 1981. u tzv. drugom zlatnom dobu televizije (Robert J. Thompson 1996: 7) pojavom serije Hill street Blues, a trajala je do 1991. i ukidanja serije Twin Peaks. U tom periodu kvalitetna televizija najbolje se "definirala onime što nije" – a nije bila nimalo slična "regularnoj televiziji" koju su predstavljale serije poput MacGyvera ili Magnuma.

Serija Hill Street Blues često se spominje kao jedna od preteča današnje kvalitetne televizije. Ova je serija, koja prati život jedne policijske stanice u neimenovanom velikom gradu u SAD-u, još početkom 80-ih sadržavala mnoge elemente koje spominje Thompson i kojima je kršila ustaljena televizijska pravila. Prema Thompsonu (1996: 59), ova je serija uvjerila mnoge umjetnike da je televizija sazrela, odnosno postala umjetnički vrijedna.

Za svoje vrijeme je revolucionarno što se princip "jedan slučaj – jedna epizoda" nije uvijek koristio, nego se jedna priča često provlačila na više epizoda. Serija je imala i revolucionarni stil snimanja: snimanje kamerom "iz ruke" pojačalo je dokumentaristički osjećaj i dalo seriji osjećaj realnosti. Serija je sadržavala široku paletu detaljno profiliranih likova – u prvoj sezoni bilo ih je 13 - te je pratila više priča koje se međusobno isprepleću. Likovi, kako piše Thompson (1996: 69), "nisu bili Starsky, Hutch, pa ni Columbo." Postava je uključivala, između ostaloga, mizantrope, alkoholičare i ljude s fašističkim tendencijama – generalno, atipične televizijske policajce (Thompson).

Što znači "tipični televizijski policajci"? Za usporedbu možemo uzeti seriju Dragnet, koja se u raznim formama, počevši od radio-drame, preko televizijskih serija pa do filmskih inačica, prikazivala gotovo pola stoljeća. No u ovom kontekstu najvažnija je televizijska serija koja se prvi put snimala između 1951. i 1959. te kasnije u 60-ima, 80-ima i 21. stoljeću. Originalni Dragnet smatra se jednom od najvažnijih serija policijskog žanra (izvorno: "cop show"). Dragnet je postavio temelje mnogim sličnim serijama i smatra se jednim od utemeljitelja žanra - upravo onog žanra koji će Hill Street Blues srušiti i promijeniti. Jason Mittell (2004.) opisuje glavne likove serije: Joea Fridaya i njegove partnere. Serija je izbjegavala baviti se privatnim životima policajaca, osim u rijetkim slučajevima na radnom mjestu, a fokus je bio na rješavanju slučajeva, koji se nisu protezali na više epizoda. Svi Fridayevi partneri - počevši od radio-drame, pa do televizijskih inačica iz 50-ih i 60-ih - su oženjeni i tek povremeno spominju svoj privatni život, samo kako bi se zadržao dojam da su policajci prosječni, svakodnevni ljudi. Glavni lik Friday privatni život gotovo i nema: tek povremeno izražava želju skrasiti se s "dobrom djevojkom" - što je također u skladu s tipičnim prikazom žena na televiziji toga doba, o čemu će više riječi biti u sljedećem odlomku. Žene u životu narednika Fridaya pojavljuju tek kasnih 1950-ih, ali nijedna se ne pojavljuje u više od nekoliko epizoda. (Mittell 2004: 136-137)

Bitna novost u Hill Street Blueseu je i davanje više prostora Afroamerikancima te veća uloga žena, kao u slučaju javne tužiteljice Joyce Davenport: njezin snažan i duboko profiliran lik atipičan je za televiziju toga vremena (Thompson 1996: 69), a kolika je to velika promjena najbolje govore statistike iz prethodnog desetljeća. Samo desetak godina prije Hill Street Bluesa, početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća, preko 70 posto televizijskih likova bili su muškarci (Douglas 1994: 20, u Seyau 2007: 54). Godine 1975. u istraživanju magazina Redbook 75 posto

ispitanika je smatralo da "mediji degradiraju žene i prikazuju ih kao lutke bez mozga". Za promjene u prikazivanju žena najzaslužniji je Norman Lear, scenarist i producent čije serije su se među prvima bavile temama poput pobačaja ili razvoda braka, temama koje su bile vrlo aktualne u SAD-u 1970-ih i pratile su tadašnji politički diskurs (Seyau 2007: 54-56).

Jedno od obilježja kvalitetne televizije u Thomsponovoj definiciji spomenutoj u prethodnom odlomku je i "kombiniranje postojećih žanrova kako bi se stvorio novi." Upravo je to radio Hill Street Blues koji se opirao žanrovskim klasifikacijama. Kao što je već spomenuto, serija je u potpunosti odudarala od konvencija tipične policijske serije, a sadržavala je i elemente mnogih drugih žanrova. Svoje je likove, primjerice, stavljala u potencijalno smiješne situacije, što je obilježje sitcoma. Spomenute tehnike snimanja daju seriji obilježja "lažnog dokumentarca" (mockumentary), dok praćenje široke palete likova i više priča potječu iz sapunica (Thomspon 1996: 70). Sličnu formulu koristi i serija Sopranos, vrlo utjecajna serija i jedan od sinonima za kvalitetnu televiziju. Ova serija kombinira žanrove gangsterskog filma, sapunice i psihološke drame. (Nelson 2007: 46)

Početkom 1990-ih serije poput Hill Street Bluesa postaju sve manji izuzetak – NYPD Blue i Hitna služba ulaze u 10 najgledanijih serija po Nielsenu, a do prijelaza stoljeća "kvalitetni" stil počinje prevladavati, dok "klasične“ serije poput Walkera, teksaškog rendžera izgledaju sve usamljenije. Serije poput Ally McBeal, Buffy ubojice vampira ili Dosjea X bi po kriterijima iz 1980-ih ušle u kategoriju kvalitetne televizije. (Thompson) Na prijelazu stoljeća kritičari slave američku kvalitetnu televiziju: promjene najbolje opisuje opaska Petera Krämera koji je ustvrdio da je "američka televizijska fikcija sada bolja od filmova." (u Jancovich and Lyons 2003: 1, cit. prema Nelson 2007: 41)

3.3 HBO – kanal koji je sinonim za "kvalitetnu televiziju": Razvoj i postulati po kojima djeluje

HBO (Home Box Office) je američki pretplatnički televizijski kanal koji je gotovo sinonim za kvalitetnu televiziju. Kao što je ranije spomenuto, rana kvalitetna televizija najbolje se definirala onime što nije, u što se uklapa slogan HBO - "to nije televizija" (izvorno: "It's not TV. It's HBO). Upravo je način na koji se HBO brendira i definira samog sebe jedan od najvažnijih razloga njegova uspjeha. (Leverette 2008: 13). HBO je imao ukupno 11 slogana kojima u pravilu nastoje

naglasiti svoju posebnost. Neki od njih su: "Drugačiji i prvi", "Ne postoji mjesto poput HBO-a", "Jednostavno najbolje", Mi smo HBO". Riječima izvršnog dopredsjednika marketinga HBO-a Erica Kesslera:

"Konzument odlučuje o kupovini našeg proizvoda svakog mjeseca, pa ga moramo uvjeriti da je naš brend drugačiji i vrijedan plaćanja.“ (Bernstein 2009: A9, cit. prema: Santo 2008: 31)

HBO je zaslužan za neke od najcjenjenijih serija svih vremena od strane kritičara, koje privlače i veliku pozornost akademskih istraživača: Sopranos, Seks i grad, Dva metra pod zemljom i Žica, tema ovog rada, samo su neke od njih. Koliki je utjecaj HBO-a na kvalitetnu televiziju najbolje govori slučaj iz sredine 1990-ih, kada su najveće američke televizijske kuće razmišljale o osnivanju "odbora za poštenje pri dodjeli Emmyja" - cilj je bio smanjiti broj Emmyja, godišnje nagrade za postignuća u televiziji, koje je svake godine osvajao HBO. Naravno, to se nije dogodilo, ali dovoljno govori o razlikama između HBO-a i ostalih, konvencionalnih televizijskih mreža. Primjerice, 2004. je HBO zaradio 124 nominacije - više od Foxa, CBS-a i ABC-a zajedno, te gotovo dvostruko više od najbližeg konkurenta NBC-a, koji je zaradio 64 nominacije (Edgerton i Rose 2005: 235).

Kako je HBO došao do tog statusa? Gary R. Edgerton (2008: 1-21) svoju knjigu The Essential HBO Reader otvara kratkom poviješću HBO-a. Osnovana je 1971. kao Green Channel, ali uskoro je dobila današnje ime - Home Box Office (u doslovnom prijevodu: kućna kino blagajna). Bio je to potpuno novi ekonomski model, koji je svojim gledateljima isprva nudio filmove i sportske događaje, a bazirao se na pretplatama umjesto reklamama: cilj je bio zadovoljiti potrebe svoje publike, a ovakav će model HBO osloboditi utjecaja oglašivača i regulatornih agencija, koje su neizostavan dio rada klasičnih TV postaja. HBO se prvih godina mučio s ekonomskom održivošću, a prvi sadržaj koji je ostvario veliku publiku bio je "Thrilla in Manilla", brutalna, 14 rundi dugačka boksačka borba teške kategorije između Muhammada Alija i Joea Fraziera. Ovom je borbom HBO postao nacionalna američka mreža. Do 1977. HBO je imao 600.000 pretplatnika i prvi je put u svojoj povijesti postao profitabilan, a do 1983. broj pretplatnika narastao je na 13 milijuna. Za ovakvo povećanje bitan je bio i razvoj tehnologije koji je omogućio satelitsku i kabelsku televiziju, a vrlo je bitnu ulogu odigrao i daljinski upravljač. Iako je postojao i 1950-ih, tek je 30-ak godina kasnije ušao u širu upotrebu i iz korijena promijenio način na koji publika gleda televiziju. Godine 1991. 37 posto gledatelja priznalo je da preferira "surfanje" kroz 33,2

kanala koliko su, u prosjeku, imali na raspolaganju: ovakva praksa je potaknula televizijsku industriju da se fokusira na užu publiku, koja je sada lakše nego ranije tražila ono što želi gledati.

U ranijim poglavljima spomenuto je da je "targetiranje" uže, specifične publike i zadovoljavanje njihovih individualnih želja bila jedna od ključnih promjena koja je dovela do pojave kvalitetne televizije kakvu danas poznajemo. HBO je bio predvodnik tog trenda: 1983. počinju producirati vlastite serije i TV filmove. Ove su promjene u povijest ispratile klasični poslovni model orijentiran na masovnu publiku. Međutim taj je poslovni model slijedila i konkurencija, a 1995. novi šef programa Jefrey Bewkes održao je sastanak uprave koji je pokrenuo nove promjene: HBO je počeo graditi imidž posebne, izvanredne i jedinstvene televizijske mreže, jer biti samo jedna od televizija nije bilo dovoljno u svijetu digitalne televizije, koja se tada pojavljivala, u kojem "preživljavaju najjači." HBO je počeo ulagati više novca u manje programa: prosječna serija sada je imala oko 13 epizoda po sezoni, u odnosu na dotadašnjih 22-26. HBO se orijentirao samo na najkvalitetniji sadržaj - Edgerton HBO opisuje kao televizijski ekvivalent dizajnerskim, skupim modnim brendovima. U skladu s time, velika sredstva uložena su u jačanje brenda HBO-a i dodatno povezivanje sa svojim mušterijama. Iz ovog doba kasnih 90-ih datiraju možda i dva najprepoznatljivija proizvoda HBO-a: Seks i grad i Sopranos, a bio je očigledan i njihov utjecaj na konkurenciju koja je počela proizvoditi sličan sadržaj: primjerice, FX-ov Rescue Me (prevedena kao Vatreni dečki za hrvatsko tržište). U ovom se periodu HBO širi i na strana tržišta, a u 21. stoljeću uspješno se prilagođava i internetu. Zbog takve prilagodljivosti promjenama na tržištu i u tehnološkim promjenama, Edgerton HBO u svojem zaključku naziva "mačkom s devet života." (Edgerton 2008: 17).

Prema Aviju Santu, inovacije, zaobilaženje standardnog načina financiranja putem reklama te marketing i brending nisu jedini razlozi uspjeha HBO-a. Pišući o kulturi produkcije na HBO-u, Santo tvrdi da je HBO u svoju produkciju apsorbirao vrijednosti za koje smatra da ih njihova publika posjeduje.(Santo 2008: 20) Po njemu, težnja kvaliteti i želja za diferencijacijom od ostalih televizija ponekad i nadilazi njihove klasične korporativne ciljeve, koji se vode tržišnom logikom, poput ostvarivanja što većeg profita i privlačenja što veće publike, odnosno što većeg broja pretplatnika. Ključ ovakvog poslovanja nalazi se u samoj upravi tvrtke, koja vjeruje u vrijednosti kojima se HBO vodi. Komentirajući slogan "to nije televizija", Eric Kessler, dopredsjednik marketinga HBO-a, napominje da je ključni dio tog slogana to što je on "istinit."

(Santo 2008: 35-36). Također, posebnost korporativne kulture HBO-a je i rijetko mijenjanje čelnih ljudi: od ranih 80-ih promijenila su se samo tri direktora (CEO-a), a svaki je bio mentor svom nasljedniku. Ovakva praksa HBO-u omogućuje "napredovanje u novi smjerovima uz održavanje ključnih strategija.“ (Auster 2007: 225)

"Mrežu ne brine posebno koliko često i što pretplatnici gledaju, dokle god svaki pretplatnik može pronaći nešto vrijednosti u sadržaju, dovoljno da produži pretplatu" (Lotz 2003: 59, cit. prema Santo 2008: 24)

Iz ovoga slijedi da si HBO može priuštiti eksperimentiranje jer je ono uvijek barem donekle isplativo (Santo 2008: 20). No Santo dovodi u pitanje HBO-ov slogan "ne-televizije" - umjesto toga, on HBO naziva "paratelevizijom", jer u svom nastojanju da bude drugačiji koristi prepoznatljive televizijske forme, narative, teme, estetske vrijednosti te ekonomske i institucionalne prakse. (Santo 2008: 20) Budući da malo ljudi kupuje televizore samo zbog HBO-a - uglavnom se radi o publici koja gleda i standardnu televiziju - HBO mora ponuditi sadržaj koji je istovremeno drugačiji i prepoznatljiv te uobičajen. HBO-ov sadržaj je stoga kombinacija žanrovskih modifikacija i uobičajenog, već viđenog sadržaja. Dobar primjer su Sopranosi: mješavina gangsterskog filma i drame, uz dodatak čak i žanrova poput takozvane "drame radnog mjesta" ("workplace drama" - serije poput, primjerice, Hitne službe). Tako svojim potencijalnim pretplatnicima HBO nudi i originalan sadržaj, kao i onaj s kojim su već dobro upoznati, stvarajući pritom "paratelevizijU". (Santo 2008: 28-29) Pored kombiniranja žanrova, HBO originalnost postiže i autorskom slobodom. Prilikom stvaranja sadržaja bitna pritom i sloboda koju autori imaju: tvorca prve HBO-ove dramske serije Oza Toma Fontanu (1997. do 2003.) HBO je privukao nudeći mu odriješene ruke što se tiče sadržaja i jezika koji će se koristiti. Rezultat je serija u kojoj se nasilje, zloupotreba droge i homoseksualne veze prikazuju vrlo eksplicitno, na način koji je teško zamisliv na klasičnim komercijalnim televizijama. (Auster 2005: 238)

4 Žica

4.2 Pregled literature o Žici

Brian G. Rose (2008) naziva Žicu HBO-ovim odstupanjem od uobičajnog, i to na televizijskoj mreži koja je "izgradila reputaciju odstupanjem od konvencija." HBO, kao što je spomenuto u

prethodnom poglavlju, u svom nastojanju da bude drugačiji koristi prepoznatljive televizijske forme, narative, teme, estetske vrijednosti; njihov je sadržaj kombinacija žanrovskih modifikacija i uobičajnog, već viđenog sadržaja. (Santo 2008: 28-29) Žica je, s druge strane, "izravan napad na jedan od najcjenjenijih, najstarijih televizijskih žanrova – policijski žanr." (Rose 2008: 82). U Žici nema "tipičnog televizijskog policajca" – značenje ove klasifikacije objašnjeno je ranije na primjeru Hill Street Bluesa i Dragneta – koji se bori protiv kriminalnih aktivnosti i pobjeđuje na kraju svake epizode. Autor David Simon i njegov koscenarist, bivši baltimorski policajac Ed Burns, izbacili su ustaljene žanrovske prakse; seriju su obogatili realnošću te mješavinom urbane sociologije, politike i makroekonomije, obuhvativši sve društvene slojeve (Rose 2008:82). Prema Blakeu D. Ethridgeu (2008), Žica počinje kao i svaka druga policijska serija – ubojstvom lika poznatog kao Snot Bogie – ali umjesto da sat vremena kasnije počinitelj bude priveden pravdi, Simon gledatelje odvodi u potpuno drugom smjeru. (Ethridge 2008: 152).

Prema autoru Davidu Simonu, Žica je koncipirana kao "vizualna novela" – umjesto pojedine epizode, osnovna strukturna jedinica je kompletna serija: kroz nju se proteže 12 ili 13 priča, postava uključuje više od 30 glumaca, a od gledatelja se zahtijeva predanost i "težak rad" kako bi pratili seriju. (Rose 2008: 83). Serija se često uspoređuje s klasičnim književnim djelima, a učinio je to i sam David Simon.

"Žica je konstruirana kao grčka tragedija. Ako zamijenimo ideju starih grčkih bogova s postmodernim institucijama - policijom, trgovcima drogom, katoličkom Crkvom, vladom, sindikatima - dobijemo institucije koje određuju kako će individualca služiti naše društvo. Sad imamo neke vrlo indiferentne bogove." (Andelman 2007, cit. prema Ethridge 2008: 156).

Spomenuli smo u ranijem poglavlju kako kvalitetna televizija u početku često nailazi na teškoće u početku, a slična je bila i sudbina Žice: Simonu je trebalo preko godinu dana da uvjeri čelnike HBO-a u projekt ovakve serije. Ranije je dobio odbijenicu na NBC-u; kasnije se prisjetio da su mu zamjerili nedostatak emotivnih trenutaka koji daju nadu njihovim gledateljima. Simon i Burns stvorili su novu, drugačiju policijsku seriju na temelju svojih osobnih iskustava, ali i dojma da je žanr policijske serije tih godina ušao u, prema Roseu, "kreativnu slijepu ulicu" (Rose 2008: 84). U Žici se povlače paralele između raznih svjetova (primjerice, kriminalnih organizacija i policije) u kojima se različiti pojedinci nalaze pod sličnim vrstama pritiska. Ti

pojedinci prikazani su vrlo kompleksno neovisno kojim institucijama pripadaju, a na njihovo ponašanje utječu više društvene sile (Rose 2008: 85).

Politička, socijalna i ekonomska pitanja koja Žica postavlja izrazito su nekonvencionalna čak i za HBO, a posebno za serije generalno – u ovoj formi uglavnom prevladavaju određena pravila i pristupi. Žica je izazvala sve te ustaljene prakse – kroz teme, narativ i odnos prema likovima. Simon ne preza od ubijanja jednog od centralnih i kod publike omiljenih likova rano u seriji – mladog dilera Wallacea, koji je ubijen jer želi napustiti "igru" i vratiti se u školu - objašnjavajući taj potez riječima "ovdje ne radimo sapunicu". Također, većinu postave čine Afroamerikanci, što je rijetkost na televiziji (Rose 2008: 87).

Uzmemo mi li ranije spomenute Biancullijeve riječi - "serije su bile kao špil karata, mogli ste ih promiješati i podijeliti bilo kojim redom" - kao karakteristiku tipične televizijske serije, evidentno je koliko drastično Žica krši ustaljene prakse na tom polju. Narativ se kreće na "netelevizijski način": ne postoje podsjetnici na prošle epizode, nema klimaksa na kraju epizode koji bi nagradio gledatelja jedne epizode. Pojedini detalji priče pojavljuju se vrlo rijetko - primjerice, kada u prvoj epizodi detektiv Jimmy McNulty kaže da bi najmanje volio završiti na brodu, a nakon 12 epizoda u kojima se brod uopće nije spominjao, završi u lučkoj patroli. Također, prisluškivanje, na koje se odnosi samo ime serije, kreće tek sredinom prve sezone. (Rose 2008: 87)

Simon je kao scenariste angažirao i pisce urbanih kriminalističkih romana (Rose 2008: 87-88), što se uklapa u karakteristiku kvalitetne televizije po kojoj autori često imaju pedigre izvan televizije – i sam Simon je pisao knjige prije nego je počeo pisati za televiziju. Žica je njegov četvrti prikaz Baltimorea i njegovih stanovnika; na temelju iskustava iz lokalnih novina Baltimore Suna, napisao je sljedeće knjige: Homicide: A Year on the Killing Streets (kasnije postala predložak za televizijsku seriju Homicide: Life on the Streets), Homicide i The Corner: A Year in the Life of an Inner-City Neighborhood. Za svoj rad dobio je vrlo pozitivne kritike, a Žica je bila kulminacija njegova rada i konačno autorsko sazrijevanje (Ethridge 2008: 153).

Osim scenariju i likovima, u Žici se velika pozornost pridaje i vizualnom stilu te atmosferi. Poseban vizualni stil posljedica je rada Roberta F. Colesberryja, producenta koji je radio na filmovima, između ostalih, Martina Scorcesea i Anga Leeja. Iako je Colesberry umro nakon

dvije sezone zbog komplikacija prilikom operativnog zahvata, njegov je rad stvorio distinktivan vizualni stil, u skladu s idejom Žice kao napada na žanr policijske serije. U suradnji s kinematografkinjom Utom Briesewitz, implementirao je filmsku strategiju i stvorio vizualni stil koji karakterizira prostorna dubina, snimanje na autentičnim lokacijama te odnos likova i okoline u prostoru, usput izbjegavajući klišee film noira (primjerice, grad noću), vrlo česte u žanru policijske serije, kao i modernije odlike žanra poput dokumentarističkog snimanja "iz ruke" (Rose 2008: 88).

Jedna od spomenutih karakteristika kvalitetne televizije je i privlačenje publike koja teži višim formama umjetnosti, dok produkcijske kuće, posebno HBO, nastoje "targetirati" manje, ali imućniju skupine. Žica se savršeno uklapa u ovaj koncept; za razliku od, primjerice, Sopranosa i Seksa i grada, Žica je privukla puno manju publiku. No ta je publika bila vrlo odana, a činili su je i kritičari koji su Žicu "kontinuirano nazivali najboljom serijom na televiziji. (Rose 2008: 89).

Iako se često naziva "najboljom serijom u povijesti", Žica je ipak naišla i na kritike. Kao jedna od glavnih karakteristika "kvalitetne televizije" u Thompsonovoj definiciji navodi se i "naginjanje realizmu" u obradi tema (Thompson, 1996:16), a Žica je meta kritika upravo na tom polju.

Prema Davidu Alanu Sklanskyju (2010), često hvaljena realnost Žice nije jedan od razloga zbog kojih je serija njemu osobno privlačna. Prema Sklanskyju, Žica uopće nije toliko realna – primjerice, u prikazu svakodnevnog rada organa reda i zakona: po njemu, serije poput NYPD Bluea ili Hill Street Bluesa puno bolje prikazuju taj posao. Također, vodstvo raznih institucija, poput policije ili gradske uprave, prikazano je "zabavno, ali ne u potpunosti istinito", te se često pretjeruje u prikazivanju njihovih akcija. Prema Sklanskyju, realizam Žice ponajviše se iskazuje u moralnoj kompleksnosti pojedinih likova, a ne u točnosti i preciznosti prikaza rada institucija, trgovine drogom i samog Baltimorea. To utemeljuje na sceni iz četvrte sezone u kojoj Randy, jedan od dječaka čije obrazovanje prati ta sezona, postaje žrtvom nasilja jer pomaže policiji, a policijski narednik Carver, iako lik dobrih namjera, nije ga uspio zaštiti. Analizom vrlo potresne i emotivne scene, Sklansky dolazi do zaključka da snaga Žice nije u prikazu institucija i njihova zakazivanja i lošeg rada – prema njemu, "to i nije posebna novost" – nego ljudska i moralna kompleksnost, koju serija prikazuje puno upečatljivije. (Sklansky 2010: 473 - 475)

Atlas i Dreier (2008) također dovode u pitanje realnost serije. Kao primjer uzimaju volonterske organizacije u Baltimoreu koje rade na poboljšanju života – povećanju plaća, obnovi stanova, brizi za djecu, poboljšanju obrazovanja - upravo u dijelovima grada u kojima se snimala serija. Takve organizacije se uopće ne pojavljuju u Žici. Biskup Douglas Miles, jedan od vođa organizacije BUILD, pogledao je sve epizode serije i zaključio da Žica "ignorira vjeru i sav dobar posao koji je napravila lokalna zajednica." Riječima njegova suradnika iz spomenute organizacije Roba Englisha:

"Serija radi odličan posao u pričanju jedne strane priče, ali nedostaju svi svećenici, roditelji, učitelji, ravnatelji, mladi ljudi koji rade sjajan posao, radikalno se trude promijeniti i unaprijediti Baltimore." (Atlas i Dreier, 2008)

Prema Atlasu i Dreieru (2008), način na koji je David Simon prikazao Baltimore samo pojačava mitove i stereotipe o siromašnom, poglavito afroameričkom stanovništvu američkih gradova. Po njima, Žica prikazuje stanje u siromašnim dijelovima američkih gradova kao status quo koji se ne može okončati; stanovnici takvih naselja su dileri ili ovisnici, kriminalci, primatelji socijalne pomoći - generalno, ljudi čije se ponašanje i vrijednosti ne uklapaju u ostatak društva, čime serija učvršćuje postojeće društvene stereotipe. Također, u seriji se gotovo i ne prikazuju stanovnici koji su zaposleni, ali su svejedno siromašni: 14 posto zaposlenih stanovnika Baltimorea je u to vrijeme zarađivalo manje od 20.000, a 38 posto manje od 30.000 dolara godišnje.

4.2. Medijske publike i zajednice obožavatelja

Lacey (2002) naglašava da su radio i televizija još od samog početka emitiranja težili pronalasku i identifikaciji svoje publike. Dok su filmovi ili kazališta imali vrlo egzaktne podatke poput broja prodanih ulaznica, radio i televizija nisu imali taj luksuz – nisu mogli znati jesu li trenutno slušani ili gledani. Zbog toga je odmah postalo neophodno saznati postoji li njihova publika i tko je ona. (Lacey 2002: 180)

Prema Popović (2011), publike su kroz razvoj medijske teorije bile konceptualizirane na razne načine - kao masovne publike, društvene skupine, individualni konzumenti, društveno diferencirane publike. Suprotno starijim trendovima, u novije se vrijeme publike ne doživljava kao "pasivne mete manipulacije", nego aktivne, kreativne i otporne. (Popović 2011: 2)

Prema Kovačević (2017), fanovi su fanatični obožavatelji koji se razlikuju od gledatelja, koji naprosto vole gledati određenu seriju. Producentima serija je postalo vrlo važno postići kultni status, razviti i održati vjernost gledatelja okupljenih u zajednice obožavatelja (fandom). Takvi se gledatelji emotivno povezuju s likovima i pričom serije, odlikuje ih zaljubljenost u seriju i osjećaj njezine posebnosti među ostalim serijama. Stvaranja fandoma olakšao je internet, na kojem postoje mnoge specijalizirane stranice, blogovi i forumi na kojima se obožavatelji bave analizama i rekapitulacijama (Kovačević 2017: 313), a takve će stranice i u ovom radu biti predmetom analize.

U kontekstu fanova Žice, znakovito je pismo zahvale autora serije Davida Simona kojim se obraća publici nakon završetka emitiranja serije, u kojoj tvrdi da "serija nije za svakoga."

Dijelovi poruke koje prenosi blog The Wire Fans:

"Nije to bilo za svakoga. To smo dokazali vrlo brzo. Ali epizodu po epizodu počeli ste shvaćati da smo posvećeni stvaranju nečeg posebnog. Uzeli ste riječi Lestera Freamona: ovdje gradimo nešto i svi dijelovi su bitni. (...) Istinite priče koje Žica prenosi postoje. Naravno, jako je zabrinjavajuće da naša mala televizijska drama donosi zaključke o temama koje su nekad bile rezervirane za ozbiljnije medije. Nastojali smo biti zabavni, ali ne tako da nas se zamijeni za zabavu. Pokušali smo provocirati, kritizirati i malo se ljutiti. Htjeli smo raspravu. (...) Iznenađeni smo što ste ostali s nama do kraja, što još stojite na nogama. Kao glumačka postava i cijela ekipa, ponosni smo. Ali zasluga nije samo naša. Zasluga je i vaša jer ste godinu za godinom vjerovali u ovu priču."

4.3 Analiza fan-sitea Žice

4.3.1. Kvalitativna analiza sadržaja

Prema Krippendorffu (2004), analiza sadržaja ima korijene daleko u ljudskoj povijesti, iako pojam datira iz 60-ih godina 20. stoljeća. Analizu sadržaja općenito definira kao "istraživačku metodu za stvaranje ponovljivih i važećih zaključaka iz tekstova u kontekstu njihove uporabe." (Krippendorff 2004: 18)

Yai Zhang i Barbara Wildemuth (2009) prenose tri definicije kvalitativne analize sadržaja:

"Metoda za subjektivnu interpretaciju sadržaja teksta kroz sistematski proces klasifikacije kroz kodiranje i identificiranje tema i uzoraka" (Hseish i Shannon, 2005: 1278, cit. prema Zhang, Wildemuth 2009: 308)

"Pristup empirijske, metodološki kontrolirane analize teksta unutar konteksta komunikacije. Analiza prati analitička pravila i korake, bez brzoplete kvantifikacije" (Mayting, 2000: 2, cit. prema Zhang, Wildemuth 2009: 308)

"Svaka kvalitativna redukcija podataka i stvaranje smisla koje uzima određeni obujam kvalitativnog materijala i nastoji identificirati konzistentnosti i značenja " (Patton, 2002: 453, cit. prema Zhang, Wildemuth 2009: 308)

Ove definicije pokazuju da se kvalitativna analiza bavi specifičnim kontekstom nekog teksta; ona izlazi iz okvira brojanja riječi i ekstrakcije objektivnih zaključaka i istražuje značenja, teme i uzorke te omogućuje analitičaru da shvati društvenu stvarnost na subjektivan, ali znanstveni način. (Zhang, Wildemuth: 2009)

Krippendorff (2004) prepoznaje obilježja kvalitativne analize sadržaja. U kvalitativnim analizama sadržaja koristi se dostupna i poznata literatura kako bi se kontekstualiziralo čitanje teksta. Kvalitativni pristup podrazumijeva otvorenost i privremenost interpretacija. Istraživačka pitanja i odgovori proizlaze tijekom analize. Procesi rekontekstualizacije, reinterpretacije i redefinicije istraživačkog pitanja nastavljaju se dok se ne pronađe zadovoljavajuća interpretacija. Zbog ovakve prirode kvalitativnih analiza, opseg teksta koji jedan istraživač može analizirati je limitiran. Kvalitativni analitičari traže različite interpretacije uzimanjem u obzir različite čitače, perspektive i opozicijska čitanja. Analitičari svoje interpretacije podržavaju citatima iz analiziranog teksta.

Kristina Spurgin i Barbara Wildemuth (2009) prepoznaju razlike između kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja. Kvantitativni pristup koristi kodiranje prije analize, kvalitativni dopušta da se kodiranje događa za vrijeme procesa analize - kodovi se kontinuirano oblikuju kroz informacije koje se pojavljuju. Kvantitativna analiza može se baviti velikim, slučajno odabranim uzorcima, dok kvalitativna koristi relativno male uzorke izabrane s namjerom. Rezultati su deskriptivni, tekstualni opisi, dok su oni u kvantitativnoj analizi izraženi brojevima i statistikama te se u takvom pristupu teži generalizaciji.

Koraci u kvalitativnoj analizi sadržaja prema Zhang i Wildemuth (2009) su:

1. Priprema podataka: podaci moraju biti transformirani u pisani tekst. Ako se već nalaze u obliku pisanog teksta, izbor mora biti opravdan prema cilju istraživanja.

2. Definiranje jedinica analize: dolazi prije kodiranja. Kvalitativna analiza sadržaja uglavnom koristi individualne teme kao jedinice, radije nego lingvističke jedinice poput rečenice ili riječi, koje se češće koriste u kvantitativnom pristupu.

3. Razvijanje kategorija i sheme kodiranja: mogu proizaći iz tri izvora - podataka, prijašnjih istraživanja i teorija. Preporučuje se razvijanje priručnika s imenima i definicijama kategorija te pravilima kodiranja, koji konstantno evoluira kroz proces analize. Kvalitativna analiza sadržaja dopušta uključivanje istog teksta u više kategorija.

4. Testiranje kodova na uzorku teksta: neophodno kada je više istraživača uključeno u analizu radi postizanja konzistentnosti.

5. Kodiranje cijelog teksta

6. Procjena konzistencije kodiranja: provjera kodiranja zbog mogućnosti ljudske pogreške (umora) te mogućih promjena u razumijevanju kategorija i pravila kodiranja u procesu.

7. Izvlačenje zaključaka: stvaranje smisla u temama i kategorijama. Stvaranje zaključaka i rekonstrukcija zaključaka izvučenih iz teksta. Korak koji gotovo u potpunosti ovisi o sposobnostima prosudbe analitičara.

8. Izlaganje metoda i pronalazaka: potrebno je objasniti odluke i metode koje su se koristile u procesima kodiranja te metode kojima se postiže pouzdanost analize. Uobičajena praksa je korištenje citata kako bi se opravdali zaključci.

4.3.2 Metoda i način analize

Kvalitativna analiza sadržaja je počela čitanjem komentara i rasprava redom, kako su zateknuti prilikom pristupanja internetskoj stranici, bez jasne strukture i plana. Reddit funkcionira tako da netko postavi upis na temu (u ovom slučaju temu Žice), nakon čega se komentarima na taj upis razvija rasprava. Tema Žice na Redditu broji 35,3 tisuća pretplatnika – korisnika koji mogu

komentirati i ocjenjivati komentare i upise kao dobre ili loše ("upvote" i "downvote"). Komentari koji su analizirani prikupljeni su u dva navrata - u prvom navratu su nastali između 19. i 25. kolovoza, a u drugom između 1. i 8. rujna 2018. godine. Upise (objave o kojima se raspravlja komentarima) sam otvorenim kodiranjem – stvaranjem kategorija tijekom čitanja – podijelio na četiri kategorije. Prva je intertekstualna kategorija – uključuje teme i komentare u kojima fanovi preporučuju slične sadržaje (horizontalna intertekstualnost) ili tumače tekst pomoću tekstova iz drugih medija – intervjua, knjiga, novinskih članaka (vertikalna intertekstualnost). Druga je kategorija ona u kojoj fanovi pokazuju karakteristike transmedijskog pripovijedanja – prema Kovačević (2017), radi se o praksi u kojoj fanovi pričaju priče kroz druge medije s ciljem produžetka doživljaja teksta serije i pružanja dodatnog razumijevanja. (Kovačević 2017: 317) Primjer su rasprave hipotetskih situacija, primjerice, kako bi izgledala serija u kojoj bi se susreli Žica i Sopranosi ili kako bi izgledao odnos likova koji se u seriji nisu susreli. Treću sam nazvao "ostalo" – u nju spadaju, primjerice, čestitke rođendana glumcima koji su glumili, razne zanimljivosti, takozvani memeovi inspirirani serijom, objave fotografija ljudi koji fizički nalikuju glumcima iz serije... Četvrtu kategoriju, najbitniju za ovaj rad u koju sam svrstao komentare koje će biti analizirani, nazvao sam "analitička kategorija". Za potrebe analize sam uzeo uzorak od 10 rasprava svrstanih u "analitičku kategoriju". Ona sadrži rasprave u kojima obožavatelji raspravljaju o scenariju, likovima, kritiziraju i hvale određene elemente serije – komentari koje sam svrstao u ovu kategoriju su iscrpni te u njima autori često nude detaljnu argumentaciju svog stajališta. Unutar te kategorije ponovno sam pristupio čitanju komentara kako bih razvio nove kategorije, analizirao komentare i izvukao zaključke potrebne za ovaj rad. Poveznice koje vode na svih 10 rasprava nalaze se u dodatku.

Komentare sam kategorizirao tako da odgovaraju na određena pitanja. Početna pitanja bila su: što obožavatelji vole i ističu kao pozitivno, a što kritiziraju i ističu kao negativno? Budući da kvalitativna analiza sadržaja dopušta uvođenje novih kategorija tijekom analize, pojavilo se i dodatno pitanje: kako obožavatelji vide Žicu u usporedbi s drugim tekstovima? Ovo pitanje sadrži elemente ranije opisane intertekstualnosti - u kojoj fanovi preporučuju slične sadržaje (horizontalna intertekstualnost). No, kao što je spomenuto u paragrafu koji opisuje metodu, kvalitativna analiza sadržaja dopušta uključivanje istog teksta u više kategorija; zbog čestog pojavljivanja usporedbi s drugim tekstovima u kontekstu konstruiranja kvalitete Žice, uvrstio

sam ovo pitanje. Analiza će na kraju dati odgovor na pitanje: kako obožavatelji konstruiraju kvalitetu kod evaluacije popularnih sadržaja na primjeru Žice?

4.3 Rezultati analize

Kao što je spomenuto, analizirani komentari često su opširni i nude argumentaciju tvrdnji. Obožavatelji u analiziranim komentarima raspravljaju o scenariju, likovima, dijelovima serije koji im se sviđaju ili ne sviđaju, evaluaciji pojedinih sezona i njihovoj međusobnoj usporedbi, usporedbi Žice s drugim tekstovima, te razlozima zbog kojih pozitivno evaluiraju seriju.

Što obožavatelji vole i ističu kao pozitivno?

Slojevitost priče i detaljno profilirane likove obožavatelji najčešće ističu kao pozitivne strane Žice. Slojevitost priče objašnjavaju kao sitne detalje koji se pojavljuju; obožavatelji upravo takve detalje navode kao razlog zbog kojeg iznova gledaju seriju. Kao pozitivnu stranu ističu i tematiku kojom se bavi – točnije, društvene teme koje serija detaljno secira.

"Sveobuhvatne teme, zapleti, zapanjujuće duboki likovi, sjajna gluma, društveni komentari, izjave, mali detalji koji se pojavljuju i povezuju kroz sezone... Ova serija je prokleti dragulj."

Što obožavatelji kritiziraju i ističu kao negativno?

Kritike se odnose na likove i situacije iz serije koje obožavatelji smatraju nerealnima u odnosu na ostatak serije. Osim toga, kritiziraju se i određene sezone, a pogotovo peta (posljednja) sezona, koja je najčešća meta kritika u analiziranim komentarima. Obožavatelji zamjeraju ovoj sezoni da nije na razini ostalih što se tiče scenarija i razrade likova, a kao argument jedan je komentator uzeo i izjavu samog autora Davida Simona koji je priznao da je pet sezona patila zbog manjka vremena. Ipak, obožavatelji ovu sezonu evaluiraju kao manje kvalitetnu u kontekstu Žice, a ne generalno u kontekstu televizije. Upravo je to i zasebna tema jedne od analiziranih rasprava, koja počinje tvrdnjom da je "sezona sigurno najslabija, ali je i dalje nevjerojatna."

"Sezona 5 je slaba za standarde Žice, ali je i dalje 10/10 u odnosu na ostatak televizije."

Kako vide Žicu u usporedbi s drugim tekstovima?

Upravo iz prethodnog komentara dolazimo do usporedbe s ostalim tekstovima. U analiziranim komentarima kao jedina serija koja se kvalitetom može mjeriti sa Žicom najčešće se spominju Sopranosi – još jedna serija u produkciji HBO-a koja se također pripisuje žanru "kvalitetne televizije". Također, prisutni su i drugi tekstovi koji pripadaju žanru "kvalitetne televizije" te drugi tekstovi istog autora. Međutim, u komentarima se ponavlja i teorija po kojoj Žica "uništava" gledanje televizije jer je nemoguće pronaći tako kvalitetan tekst; umjesto toga, preporučuje se opetovano gledanje Žice. Ipak, bitno je napomenuti i da samo pripadanje "kvalitetnoj televiziji" ne znači nužno univerzalnu pozitivnu evaluaciju. To pokazuju komentari jednog obožavatelja Žice, koji kritizira Game Of Thrones i Breaking Bad, serije koje su također dio "kvalitetne televizije", optužujući ih da "previše podilaze publici".

"Upravo sam pogledao Žicu i definitivno, svi su bili u pravu. Rekli su mi da je to najbolja serija ikad napravljena i da nakon nje ništa više neću moći gledati ozbiljno."

5 Zaključak

Kvalitativnom analizom sadržaja zaključio sam da publika konstruira kvalitetu u evaluaciji Žice kroz žanrovske karakteristike "kvalitetne televizije". U raspravama obožavatelja mogu se primijetiti mnoge žanrovske karakteristike "kvalitetne televizije"; u slučaju Žice, slojevita priča, detaljno profilirani likovi i, kako je to opisao Thompson (1996), sklonost kontroverznim temama i naginje "realizmu" u obradi istih. Kritike se u raspravama obožavatelja zapravo odnose na odstupanje od tih karakteristika: likove koje obožavatelji smatraju nerealnima ili nedovoljno razrađenima, odnosno priču koja nije dovoljno slojevito napisana – kao u često kritiziranoj petoj sezoni Žice.

Industrija konstruira žanr kvalitetne televizije kao ekvivalent brendovima visoke mode, dok mu akademska zajednica pridaje značaj društvenog fenomena i djela visokog umjetničkog statusa. Žica se uklapa u takav opis: radi se o tekstu omiljenom među kritičarima, koji privlači pozornost raznih akademskih područja te publiku koja traži vrlo zahtjevne i izazovne tekstove te se, što se može zaključiti iz komentara obožavatelja, u određenim slučajevima postavlja "snobovski" prema ostalim tekstovima - što je stereotipna osobina koja se često veže uz osobe koje nose skupe modne brendove.

Ipak, upitno je znači li samo pripadanje žanru "kvalitetne televizije" pozitivnu evaluaciju. Kao što kaže Cardwell (2007), je li "kvalitetna televizija" nužno i dobra, ili postoji loša "kvalitetna televizija", kao što postoji i dobra "nekvalitetna" televizija? Prema Cardwell, dobra televizija stoga ovisi o subjektivnom doživljaju gledatelja, dok kvalitetnu televiziju čine posebni elementi nekog teksta.

Thompson (2007) je za svoju definiciju "kvalitetne televizije" iz 1996. s vremenskim odmakom napisao da je izgubila na vrijednosti budući da gotovo svaka nova serija sadrži jedan ili više spomenutih elemenata, ali unatoč tome "se ne radi o posebno dobrim serijama." U trenutku pisanja rada, 16 godina nakon prvog emitiranja Žice, "kvalitetni" stil je vrlo raširen i mnoge produkcijske kuće proizvode tekstove koji se mogu kategorizirati u žanr "kvalitetne televizije". Stoga je mogući predmet daljnjeg istraživanja upravo korelacija pozitivne evaluacije i karakteristika "kvalitetne televizije".

Također, moguće pitanje za daljnje istraživanje je ono o transkulturalnosti Žice: koliko je taj tekst popularan u Hrvatskoj i ako je popularan, zašto je tome tako?

LITERATURA

Atlas, John i Dreier, Peter (2008) Is The Wire Too Cynical? Dissentmagazine.org, https://www.dissentmagazine.org/online_articles/is-the-wire-too-cynical (pristupljeno: 15. 5. 2018.)

Bianculli, David (2007), Quality TV: A US TV Critic's Perspective U: Janet McCabe, Kim Akass - Quality TV: Contemporary American Television and Beyond (Reading Contemporary Television)-London, New York: I. B. Tauris

Branston, Gill i Stafford, Roy (2006) The Media Students Book. London: Routledge

Burton, Graeme (2000) Talking Television. London: Burton

Cardwell, Sarah (2007), Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations and the Troubling Matter of Critical Judgement U: Janet McCabe, Kim Akass - Quality TV: Contemporary American Television and Beyond (Reading Contemporary Television)-London, New York: I. B. Tauris

Chandler, Daniel (1997) Introduction to Genre Theory

http://faculty.washington.edu/farkas/HCDE510Fall2012/Chandler_genre_theoryDFAnn.pdf
(pristupljeno: 1. 12. 2017.)

Creeber, Glen (2015) The Television Genre Book. London: Bloomsbury Academic

Dunne, Peter (2007) As Seen on TV: Inside American Television Drama: Quality is Not What is Produced, But What it Produces, U: Janet McCabe, Kim Akass - Quality TV: Contemporary American Television and Beyond (Reading Contemporary Television)-London, New York: I. B. Tauris

Edgerton, Gary R. i Jones, Jeffrey P. (2008) The Essential HBO Reader (Essential Readers in Contemporary Media). Kentucky: The University Press of Kentucky

Edgerton,Gary R. i Rose, Brian G. (2005) Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader. Kentucky: The University Press of Kentucky

Ethridge, Blake (2008) Baltimore on The Wire: The tragic moralism of David Simon. U: Marc Leverette, Brian L. Ott, Cara Louise Buckley-It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era . New York: Routledge

Feuer, Jane (2007) HBO and the Concept of Quality TV, U: Janet McCabe, Kim Akass - Quality TV: Contemporary American Television and Beyond (Reading Contemporary Television)-London, New York: I. B. Tauris

Fiske, John(1987) Television Culture. London, New York: Routledge

Kovačević, Sanja (2017) Kvalitetne TV serije: Milenijsko doba ekrana, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

Lacey, Nick (2002) Media Instutitions And Audiences: Key Concepts in Media Studies, New York: Palgrave Macmillan

Lacey, Nick (1998) Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies. New York: Palgrave

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

Mittell, Jason (2004) Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture. London, New York: Routledge

Neale, Steve (2000) Genre And Hollywood, New York: Routledge

Nelson, Robin (2007), Quality TV Drama: Estimations and Influences Through Time and Space, U: Janet McCabe, Kim Akass - Quality TV: Contemporary American Television and Beyond (Reading Contemporary Television)-London, New York: I. B. Tauris

Peruško, Zrinjka (2011) Uvod u medije, Zagreb: Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo

Peterlić, Ante (2010) Filmska čitanka. Zagreb: Hrvatski filmski savez

Santo, Avi (2008) Para-television and discourses of distinction: The culture of production at HBO, U: Marc Leverette, Brian L. Ott, Cara Louise Buckley-It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era . New York: Routledge

Sklansky, David Allan (2010) Confined, Crammed, and Inextricable: What the Wire Gets Right, 8 Ohio State Journal of Criminal Law 473-479

Spurgin, Kristina i Wildemuth, Barbara (2009): Content Analysis U: Barbara Wildemuth - Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science. Westport: Libraries Unlimited

Thompson, Robert J. (1996) Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER. New York: Continuum

Zhang, Yan i Wildemuth, Barbara (2009): Qualitative Analysis of Content U: Barbara Wildemuth - Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science. Westport: Libraries Unlimited

Dodatna literatura i izvori:

Barone, Matt, Monroe, Justin, Scarano, Ross, Aquino, Tara, Cadenas, Kerensa (2018) The Best TV Dramas of All Time. Complex.com

https://www.complex.com/pop-culture/2018/06/best-tv-dramas-of-all-time/ (pristupljeno 13.8. 2018.)

Holt, Kris (2016) 14 Reasons The Wire Is The Best TV Show Of All Time. Screenrant.com

https://screenrant.com/the-wire-est-tv-show-all-time/ (pristupljeno 13.8. 2018.)

IMDB.com (2018) Internet Movie Database.

https://www.imdb.com/title/tt0306414/ (pristupljeno: 26.4. 2018.)

IMDB.com (2018) Top Rated TV Shows

https://www.imdb.com/chart/toptv/ ((pristupljeno: 20.7. 2018.)

Metacritic.com (2018)Movie Reviews, TV Reviews, Game Reviews, And Music Reviews

http://www.metacritic.com/tv/the-wire/ (pristupljeno 13.8.2018.)

Reddit.com (2018) the front page of internet.

https://www.reddit.com/r/TheWire/ (pristupljeno: 23. 8. 2018.)

Wikipedia.org (2018)https://en.wikipedia.org/wiki/The_Wire/ (pristupljeno: 26.4. 2018.)

Wilde, John (2007) The Wire is unmissable television. Theguardian.com

https://www.theguardian.com/culture/tvandradioblog/2007/jul/21/thewireisunmissabletelevis (pristupljeno 13.8. 2018.)

PRILOG: Poveznice koje vode na analizirane komentare

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/98xzfi/going_straight_from_season_4_to_season_5_is_like/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/98xc6r/im_sure_im_beating_a_dead_horse_here_but_ziggy_is/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/98razp/most_thought_provoking_character_on_the_show/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/98j8qx/why_do_so_many_the_wire_fans_speculate_every/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/99xs8x/just_finished_the_show_last_night_sheeeeit/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/9ca0l5/well_i_knew_it_was_going_to_happen_and_it_did/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/9dzvhg/just_wanna_say/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/9dz2tv/if_you_could_change_one_thing/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/9ddqin/season_2_question/

https://www.reddit.com/r/TheWire/comments/9c5waz/season_5_is_fantastic/

Sažetak

Žica je televizijska serija kuće HBO koju publika i kritika često evaluiraju kao najbolju svih vremena. Kategorizira se kao "kvalitetna televizija", što je relativno nov medijski fenomen koji predstavlja odmak od tradicionalnog shvaćanja televizijske serije kao žanra - dugo se smatralo da se ne radi o tekstovima visokog umjetničkog statusa te da im je primarna funkcija zabava. Ovim radom istražuje se kako industrija i akademska zajednica diskurzivno konstruiraju žanr "kvalitetne televizije", te kako publika diskurzivno konstruira kvalitetu kod popularnih sadržaja na primjeru Žice.

Rad je koncipiran tako da se traži veza u konstruiranju žanra između industrije, akademske zajednice i publike. Teoretski dio daje kontekst žanrova i "kvalitetne televizije" unutar žanrova, raspravlja je li "kvalitetna televizija" žanr i koje su njegove karakteristike te kako industrija i akademska zajednica konstruiraju taj žanr. Nakon toga, daje se pregled literature o Žici, a zatim se kvalitativnom analizom sadržaja analiziraju komentari na fan-siteu obožavatelja Žice.

Teoretskim dijelom napravljen je uvid u fenomen "kvalitetne televizije". U radu se opisuju tehnološke, kulturološke i ekonomske promjene u televiziji koje su dovele do njezinog nastanka te rad opisuje karakteristike "kvalitetne televizije". Kvalitativnom analizom sadržaja analizirano je kako publika konstruira kvalitetu pri evaluaciji kvalitete kod popularnih sadržaja na primjeru Žice. U radu je zaključeno da industrija i akademska zajednica konstruiraju "kvalitetnu televiziju" kao žanr u kojem nastaju tekstovi visoke umjetničke vrijednosti, što predstavlja novost u televizijskom mediju , dok publika konstruira kvalitetu i stječe takvu evaluaciju kroz izraženost žanrovskih karakteristika "kvalitetne televizije".

Ključne riječi: žanr, televizija, kvaliteta, evaluacija, obožavatelji, kvalitetna televizija