

Sapunica - bezazlena razonoda ili žanr sumnjivih namjera, upitne kvalitete i zabrinjavajućih posljedica

Kovačević, Srđan

Master's thesis / Diplomski rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Department of Cultural studies / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Odjel za kulturologiju**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:156:086470>

Rights / Prava: [Attribution 3.0 Unported/Imenovanje 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-16**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the diploma theses of the Department of Cultural Studies, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
ODJEL ZA KULTUROLOGIJU

DIPLOMSKI RAD

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
ODJEL ZA KULTUROLOGIJU

DIPLOMSKI RAD

Sapunica - bezazlena razonoda ili žanr sumnjivih namjera, upitne kvalitete i zabrinjavajućih
posljedica

Osijek, veljača 2015.

Srđan Kovačević

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
ODJEL ZA KULTUROLOGIJU

ZNANSTVENO PODRUČJE: Interdisciplinarno područje društvenih i humanističkih znanosti

ZNANSTVENO POLJE: Medijska kultura

ZNANSTVENA GRANA: Popularna televizija

TEMA: Sapunica - bezazlena razonoda ili žanr sumnjivih namjera, upitne kvalitete i zabrinjavajućih posljedica

PRISTUPNIK: Srđan Kovačević

Osijek, veljača 2015.

Mentor:

Doc. Marijana Nola

Predsjednik Odbora za završne i diplomske ispite:

Doc. dr. sc. Željko Pavić

SADRŽAJ

| | |
|---|-------|
| UVOD..... | 5 |
| 1. KAKO JE NASTALA SAPUNICA?..... | 6-8 |
| 2. VRIJEME JE NOVAC ILI KAKO NASTAJE SAPUNICA..... | 8-10 |
| 3. MAMAC I UDICA (NARATIVNE KARAKTERISTIKE SERIJALA)..... | 10-14 |
| 4. LIKOVI | 14-16 |
| 5. GLUMA..... | 16-22 |
| 5.1. GLUMA PRED KAMEROM..... | 17-19 |
| 5.2. KADA SAPUNICA ZAPJENI KAZALIŠTE..... | 19-21 |
| 5.3. POVJETARAC OSVJEŽENJA IZ TURSKE..... | 21-22 |
| 6. PJENA OKO SAPUNICE..... | 22-35 |
| ZAKLJUČAK..... | 36 |
| LITERATURA..... | 37-38 |

UVOD

Na popisu televizijskih programa sve češće se mogu vidjeti razni naslovi sapunica. Svaki program, ne samo da ima svoju sapunicu, nego ih ima nekoliko. Prema principu ponude i potražnje može se zaključiti da sapunica kao žanr ima široku publiku koja vjerno iz dana u dan u udobnosti svoga doma prati svoje omiljene serije. Ovakav razvoj događaja doveo je sapunice u *prime-time* televizijskog programa čime ga smješta u središte zanimanja, što pak zahtjeva osvrt na žanr kako bi se preispitao njegov utjecaj i kulturno-umjetnička vrijednost. Što se više upuštalo u istraživanje žanra, nailazilo se na sve više mogućih problematika koje on sa sobom nosi, što je dovelo do poprilične širine sadržaja. Ispitujući narav proizvodnje ovakvog tipa televizijskog sadržaja u pitanje je dovedena ponajviše njegova kvaliteta. Kvaliteta proizvoda ispitana je kroz aspekte koje obuhvaća: produkcija, likovi, gluma, priča, te vrijednosti koje se njime promiču i stavovi koji se kultiviraju. Pokušat će se dokazati da je sapunica žanr oskudne kvalitete čija je primarna uloga okupljanje masovne publike u svrhu marketinga, te da kao takva ne zaslužuje povjerenu količinu televizijskog vremena. Ne samo da ne zaslužuje to vrijeme, nego s obzirom na količinu vremena kojim je zastupljena, predstavlja i svojevrsnu opasnost za poimanje socijalne realnosti, o čemu svjedoče i brojna istraživanja na području teorije kultivacije.

1. KAKO JE NASTALA SAPUNICA?

Prema izvorima izraz sapunica, odnosno *sapunska opera* (*soap opera*) prvi je put upotrijebljen u Americi tridesetih godina za vrijeme ekonomske krize. Povezivao se s radio serijama koje su plaćali proizvođači sapuna, praška za pranje rublja i tomu sličnih proizvoda, kao što su *Proctor i Gamble*. Prva radio-sapunica bila je *Painted Dreams* emitirana u Chicagu, a izraz *opera* upućivao je na melodramu iz profinjenog glazbeno-scenskog žanra. Ove petnaestominutne serije, kao na primjer *Mama Perkins* (*Ma Perkins*) i *Obična, neugledna Jane* (*Just Plain Jane*), govore su o ženama i njihovim emocionalnim nedoumicama. Marketinški stručnjaci takvih tvrtki pretpostavljali su da će sponzoriranjem radio emisija koje se bave ženama, njihovim obiteljima i svakodnevnim događajima, doprijeti do domaćica koje će na popis potreština uvrstiti i njihov prašak za pranje. Sapunska opera je dakako neformalan, ali od strane publike i konzumenata uvriježen naziv, a spada u red engleskih sintagmi kao što su *horse opera* (podžanr westerna u kojemu je naglasak postavljen na jurnjavu konjima) ili *space opera* (podžanr SF-a o kolonizaciji svemira).¹ Uzmemo li u obzir namjeru zbog koje su ovakve serije, odnosno serijali, rađeni može se primijetiti da naziv sapunska opera, gledano iz perspektive vođa kompanija, ima i pomalo ironičan prizvuk spram konzumenata. Kao takva zvuči kao pobjedonosni usklik koji slavi uspješan potez manipulacije gomile ljudi na kojima će se, rekao bih pošteno, ali to ipak ne smatram prikladnim, debelo omastiti brk.

Na hispanističkim govornim područjima za *sapunicu* se koristi naziv telenovela. Nastanak telenovela povezuje i s predrevolucionarnom Kubom. Prema tom podatku ovaj žanr preduhitrio je i američke radio-sapunice. Kubanske pred-telenovele svoj začetak imaju u tvornicama cigara, gdje je nadzornica u pauzama radnicama čitala roman. Svaki dan bio bi novi nastavak, a radnice su ih pratile i tako lakše podnosile uvjete na poslu. Pred-telenovele služile su kao svojevrsan oblik sredstva za smirenje radnica kako bi sa što većom koncentracijom obavljale svoj posao. Također, služile su i kao motivacija radnicama da na posao dolaze s više elana.² Međutim kada govorimo o korijenima sapunice bilo bi površno zaustaviti se ovdje. Držeći se niti isprekidanih čitanja romana, dolazi se do *romana u*

1 McQueen, David. 2000. *Televizija - Medijski priručnik*. Beograd: CLIO.

2 Oršolić, Marijan. 2013. *Sapunice i telenovele od kubanskih tvornica do gospodara malih ekrana*. <http://www.prometej.ba/clanak/drustvo-i-znanost/sapunice-i-telenovele-od-kubanskih-tvornica-do-gospodara-malih-ekrana-1071> (20. rujna 2014.)

nastavcima koji su se tjedno objavljivali u časopisima ili izlazili kao male knjižice. Prema istraživanju Martine Aničić, *Teagen i Esmeralda ili o sličnosti motiva, karakterizacije i narativnih strategija u antičkom ljubavnom romanu i neprekidnom serijalu ("tv sapunici")* objavljenog u *Hrvatskom filmskom ljetopisu* 1999. sapunica svoje korijene vuče još iz antičke Grčke, odnosno iz antičkih ljubavnih romana koji su bili dostupni i nepismenima, zahvaljujući *profesionalnim čitačima*, plaćenim da čitaju drugima, te tako roman prošire i među najnižim slojevima.

Drugi termin koji se kad nas za ovaj televizijski žanr pojavio je *TV trakavica*. Svatko tko je ikada pogledao barem jednu sapunicu, razmisli li o njezinim svojstvima vjerojatno će moći primijetiti kako je ovakav naziv zacijelo prikladniji za definiciju ove pripovjedne vrste. Ovakav naziv sugerira na nešto vrlo dugo i elastično, na nešto što se može rastezati unedogled. Metafora i nije daleko od istine. Sapunice, zaista i jesu priče koje se mogu, u teoriji, nastavljati do u beskonačnost, stoga su poznate još kao i *neprekinuti serijal*. Želimo li ovaj televizijski žanr obuhvatiti definicijom možemo je definirati kao: *televizijski igrana pripovjedna vrsta koja teži stalnoj nastavljivosti i teorijski je beskonačna*.³ Definicija bi bila potpuna i ispravna kada bi se o sapunici moglo govoriti kao o nečemu što se doista igra. Dobro, u ponekima se možda i igra, ali u mnogima glume ipak poprilično nedostaje da bi se mogle nazvati igranom vrstom. Nešto više o tome kasnije.

Sapunice kao *priče bez kraja* postale su veoma popularne među publikom. Zahvaljujući takvoj pozadini pedesetih su se godina uspješno preselile i na televiziju. Prilikom ovog transfera epizode su se vremenski produžile prvo na 25, a zatim i na 60 minuta. Prva serija prebačena na televiziju bila je *Svjetionik (The Guiding Light)*, koja se u Americi počela prikazivati 1937. godine. U Americi se izraz *sapunica* odnosi na prijepodnevene TV drame emitirane između 11 i 14 sati. Nedjeljne, visokobudžetne serije, kao *Dallas*, *Dinastija*, *Knot's Landing* i *Kolbijevi*, poznate su u Americi kao *udarne*, jer su prikazivane između 18 i 22.30 sati. Sapunica je tako ubrzo postala, a osvrne li se i na današnji dnevni program, moglo bi se reći i ostala svjetski fenomen, jer skoro svaka zemlja s televizijskom stanicom ima i svoje sapunice, pa i nekoliko njih.

Raniju sapunicu najpreciznije se može opisati kao serijsku dramu s malim brojem glumaca i oskudnim studijskim dekorom. Kao takva bila je skoro neizbježan izbor za svaku TV stanicu koja je htjela jeftinim programom privući široku publiku. Ovakav jeftin itinerar i

3 Pavičić, Jurica. 1995. *Strategija kombinatorike*. Quorum časopis za književnost (4): 131-143. Zagreb: Naklada MD.

relativno nizak budžet potreban za snimanje, a velik profit svakako je jedan od glavnih razloga zašto su toliko zastupljene na televizijskim programima.

Latinoameričke sapunice, popularno nazvane *telenovele*, nastale su u Meksiku i na Kubi pedesetih godina, a kasnije su se počele proizvoditi u Brazilu i Portoriku. Daniel Filho, brazilski najproduktivniji tvorac popularnih drama, tvrdi da su, tijekom vojne vladavine sedamdesetih godina, njegove sapunice i nogomet pružali jedine dozvoljene teme za razgovor: *Mi u Brazilu vjerujemo u čuda, a sve sapunske opere imaju po jedan lik koji je uspješan u životu i stvara ta čuda.*

Kao i njihovi indijski i kineski ekvivalenti, ove varijacije osnovne američke formule lako se prilagođavaju potrebama lokalne kulture. Ipak, formula *telenovele* smišljena je da jeftino popuni vrijeme.

Televizijska industrija posebno je zainteresirana svojim *sapunicama* privući i mlađe gledatelje. Izvanredna popularnost australskih serija s likovima školskog uzrasta, kao što su *Susjedi* i *Kod kuće i na putu (Home and Away)*, isprva uvezene samo da popune dnevni program, navela je britanske producente da i sami uvrste mlade likove u svoje serije. To je marketinškim tvrtkama osiguralo da na raspolaganju imaju i novu generaciju gledatelja. Generaciju potrošača neizgrađenih kupovnih navika. Vizija iz pedesetih o prodaji sapunskog praška domaćicama putem stalnih serija danas uključuje daleko šareniju paletu proizvoda koji se nude ljudima različite starosne dobi, spola i društvenog statusa.

2. VRIJEME JE NOVAC ILI KAKO NASTAJE SAPUNICA

Proces produkcije kod nekih britanskih sapunica počinje tri do pet mjeseci prije snimanja. Tim od oko dvanaest pisaca, urednik priče, producent, pisci scenarija i njihovi pomoćnici na sastanku planiraju blok od devet epizoda pri čemu odlučuju o fabuli. To može potrajati i dva dana. Na početku sastanka podjeli se plan s pitanjima kako bi se raspravilo o likovima i postupno se postavi kostur priče. Kako bi se postigla ravnoteža između drame, ljubavne priče i komedije u jednoj epizodi obično postoje tri paralelne priče. Nakon dogovora pisci dogovoreni kostur razvijaju u detaljan sinopsis, a zatim producent svakog pisca zadužuje da prema sinopsisu sastavi cijelu epizodu. Nakon čitanja sinopsisa, pisci se sastaju i dogovaraju o detaljima zapleta i kontinuiteta epizoda, te svaki zasebno počinje pisati svoju epizodu. Ako je potrebno pisci se mogu obratiti i programskim istraživačima da im provjere vjerodostojnost određenih podataka vezanih uz priču. Kada se scenarij preda, producent i

urednik priče ili asistent scenarija trebaju ga pročitati i s piscem raspraviti o svakoj eventualnoj izmjeni. Rijetko kada se dogodi da se sve mora iznova raditi, ali ako je potrebno producent može unajmiti i drugog pisca. Na kraju ovog procesa producent prosljeđuje scenarij redatelju.

Redatelj dobiva tri scenarija za tri epizode u tjednu i ima mjesec dana da ih u potpunosti pripremi i snimi. Prvi tjedan redatelj proučava scenarij i daje ga sektorima, kao što su sektor za izbor glumaca, za kostime ili dizajn. S asistentom produkcije razmatra se organizacija proba i snimanja i označavaju se kadrovi koje treba unijeti u knjigu snimanja. Scenarij se tada tiska glumcima i ostalom osoblju. Drugi tjedan počinju probe zajedno s već spomenutim pripremama. Treći tjedan su probe i snimanje.

Svaka minuta snimljenog materijala zahtijeva oko jedan sat obrade, što je brzo kada je u pitanju televizija. Detalji proizvodne tehnike unekoliko se razlikuju: *Brookside* se, na primjer, radi samo s jednom kamerom, dok *Susjedi* imaju više kamera za snimanje svake scene. Svaka epizoda odmjerava se na otprilike dvadeset četiri i pol minute, a ponekad su potrebne izmjene u posljednjoj minuti kako bi se uklopila u zadano vrijeme. Poslije tjedan dana rada, epizoda je snimljena i spremna za montažu.⁴

Četvrti tjedan redatelj i asistent produkcije odlaze u odjeljenje montaže kako bi napravili grubu montažu epizode. Ovu verziju često pogleda i sam producent prije nego što redatelj obavi „završnu montažu“, verziju koja se nekoliko mjeseci kasnije gleda na televiziji.

Očito je da je postavljena takva podjela rada koja bi proizvodnju trebala učiniti što bržom i efikasnijom. Kako tvrdi Silvana Valerio u tekstu *Na snimanju soap-opere*, tehnike snimanja su prema Caudiu G. Favi, ocu sapunica na RAI 2, stilizirane do krajnosti, interijeri su podijeljeni na sekvence koje omogućuju kamerama nesmetano snimanje svih prostorija s minimalnim brojem pokreta i maksimalnom kontinuiranošću, što podsjeća na strogost američkih filmskih studija koji obuhvaća gotove scenografije, visoko specijalizirane tehničare, unaprijed određen proračun, fiksni ugovor, netoleriranje hirovitosti glumaca i bilo kakvog drugog rizika koji bi mogao uzrokovati gubitak novaca i vremena. Snimanje pojedine epizode iziskuje strogo poštivanje rasporeda u koji je ukomponirano rotacijsko izmjenjivanje scenarista i redatelja te precizno uglavljeni ritam i satnica. Ovakvoj strogosti pristupa poslu najviše doprinosi propaganda, odnosno *producent* koji uvjetuje rad scenarista, redatelja i glumaca kako bi komercijalna dobit bila što veća.⁵

4 McQueen, David. 2000. *Televizija - Medijski priručnik*. Beograd: CLIO.

5 Valerio, Silvana. 1996. *Na snimanju soap-opere*. Quorum časopis za književnost (4-5): 199-223. Zagreb:

Naklada MD.

Uzme li se u obzir namjera iz koje su prve sapunice napravljene, pri čemu se misli na one radijske, ovakva situacija pri izradi sapunice nije niti najmanje iznenađujuća. Njezina uloga nije se ni do danas promijenila, stoga i dalje služi kao mamac televizijske publike kojoj će se usred emitiranja sapunice prikazati reklame, koje su svoje vrijeme na televiziji proizvođači skupo platili. S obzirom da ovakav oblik promidžbe ili marketinga, svoje djelovanje ima već pozamašan niz godina ili desetljeća, čini se da se željeni efekt među publikom postiže, te da marketing uspješno ispunjava svoj zadatak.

3. MAMAC I UDICA (NARATIVNE KARAKTERISTIKE SERIJALA)

U prethodnom dijelu može se primijetiti kako je sapunica dio konzumerističke mašinerije vođene politikom čiji se smisao može svesti na dvije riječi - brzina i količina. Uz ove dvije riječi bilo bi kontradiktorno pa i gotovo nemoguće uvrstiti i treću, koja bi trebala biti ključna – kvaliteta. Kako onda *sapunica*, ne samo da uspijeva privući široki broj gledatelja, nego ga uspijeva i zadržati? Prema Aristotelovoj *Poetici* neophodno svojstvo tragedije i njezine fabule je potpunost. *A potpuno je ono što ima početak, sredinu i kraj. Početak je ono što samo ne dolazi nužno poslije nečeg drugog, a poslije njega nešto drugo po prirodi jest ili nastaje; obrnuto, završetak je ono što samo po prirodi jest poslije nečega drugog ili po nužnosti ili u pravilu, a poslije njega nema više ničeg drugog; sredina je ono što i samo dolazi poslije nečeg drugog i poslije čega dolazi nešto drugo.*⁶ S druge, pak, strane nalazi se sapunski serijal, koji se naziva beskonačnim, za kojeg kraj predstavlja zlo za kojim se mora posegnuti samo u slučaju nužde. Tim više prethodno postavljeno pitanje pridobiva na važnosti. Ako nije kvalitetom, čime onda trakavice uspijevaju svoje gledateljstvo zadržati *beskonačno dugo*? Odgovor leži u naraciji. Ljude zanima priča! Potvrda tome je i njihova popularnost i prije nego su prebačene na televiziju. Do sredine osamdesetih godina, ljude se uglavnom shvaćalo kao pasivne primatelje dojmova, čija je pažnja čvrsto vođena i kontrolirana onim što su neki istraživači nazvali *vizualni vatrometi* – brzi rezovi, intenzivan ritam, obilje pokreta i boja. Ne može se, zaista, poreći da barem dio moći televizije (i ekranskih medija uopće) počiva upravo na mogućnostima privlačenja i zadržavanja pažnje. Sudeći po nešto kasnijim nalazima, međutim, izgleda da su načini na koje se pažnja privlači i zadržava znatno drukčiji nego što se to u početku smatralo. Moglo bi se, naime, reći da čovjek

6 Aristotel, *Poetika* ili *O pjesničkom umijeću*

program nadgleda prije svega – ušima. Dok je televizor uključen, osoba se može baviti raznim drugim aktivnostima (igranje, čitanje, razgovor ...), a u trenutku kad čuje neki od zvučnih signala (poznati *jingle*, glazbu ili glas neke osobe) koji najavljuju njoj zanimljiv i razumljiv sadržaj, ona usmjerava pogled ka ekranu. On će tamo i ostati sve dok traje takav (razumljiv i zanimljiv) sadržaj. Integralni dio tog sadržaja je, svakako, i njegova forma: pažnju će duže držati brz ritam, pokreti, rezovi i sl., ali samo do određene granice, koja je određena prije svega razumljivošću. Kada to što gleda prestane biti razumljivo, osoba će se vratiti svojoj prethodnoj aktivnosti. Pažnja s kojom ljudi prate TV program nije, dakle, pasivna i automatska reakcija, već svjesna aktivnost koja je prvenstveno u službi razumijevanja. Od najmlađih uzrasta nadalje, gledatelj prati ono što razumije. Proučimo onda kojim se to sredstvima koriste pisci i urednici priče da bi zadržali svoju publiku.

U prethodnom dijelu istraživanja može se također vidjeti da na tekstu i scenariju radi grupa od nekoliko pisaca. U duhu antike, antičkih junaka i mitova moglo bi ih se nazvati *Moirama*. Moire su tri sestre, Klota, Aheza i Atropa, božice sudbine koje su posjedovale nit života. Pred njima su i ljudi i bogovi bili nemoćni, jer je nad svima vladala sudbina. Kao što prema Aristotelovoj potpunosti fabule priča ima početak, sredinu i kraj, tako je svaka od njih odlučivala o jednom dijelu života. Klota (*grč. Klohto – predilica*), započinjala je prestiti nit života, odnosno odlučivala je o rođenju. Laheza (*grč. Lahesis – raspoređivač*) prela je nit i čuvala život. Atropa (*grč. Atropos – neumoljiv, neizbježan*) kida nit i time određuje smrt. Kao što se može primijetiti najvažniji i najzahtjevniji zadatak ima Laheza, odgovorna za srednji dio sapunice, koja njezin život mora učiniti beskonačno dugim. Tu joj prije svega pomaže Klota odgovorna za početak.

Početak u sapunici predstavlja, kako piše Jurica Pavičić u *Strategijama kombinatorike, inicijalnu situaciju*. On je nepropustan na unazad i eksplozivan poput velikog praska koji zbog svog složenog početnog zapleta ima jak odjek među gledateljstvom. Na primjer, na početku serijala *Divlja ruža*, kako se u tekstu dalje navodi, Rosa je sirotica koju upoznaje i zaprosi pristojni i bogati samac, a njegove sestre, ne želeći u kući ženu niskog podrijetla kuju zle planove protiv njih. Iz raspleta ovog početka razvući će se čitava kasnija trakavica.. Početna situacija, dakle mora biti relevantna za čitavu trakavicu, što znači da u bilo kojem nastavku radnja i odnosi među likovima moraju biti pod njezinim utjecajem. Likovi koji sudjeluju u njoj moraju karakterizacijom biti tromi i stalni. Takva crno-bijela podjela na početku pomaže gledatelju da razluči o njihovom moralu sa svojih etičkih stajališta. Kako nadalje tvrdi Pavičić, sva ta pravila omogućavaju gledatelju da se vrati u seriju i nakon što je neko vrijeme izbivao i nije pratio tijek i *razvoj* događaja. Inicijalna situacija prethodi

zbivanjima i ne smije njima biti bitno izmijenjena čak i ako je to moguće. To znači da će se kroz glavnu radnju neprestano ispreplitati niz podradnji koje su ili vrlo blisko ili gotovo nikako povezane s glavnom. Obzirom da je početna radnja stalno otvorena, podradnje moraju biti završavane kako bi se zadovoljili apetiti gledatelja. Urednik priče ne smije dopustiti preveliku autonomiju, odnosno prevladavanje pojedinih podradnji, jer bi se glavna priča tako razvodnila, što bi gledatelja navelo da preskače epizode. Suština održavanja interesa za sapunicu je, dakle upravo u ovoj međurazini. Razini između početka i kraja koja predstavlja srednji sloj priče. Da bi zadržao gledatelje dobar urednik priče treba se pridržavati nekoliko pravila. Prvo pravilo sugerira da količina epizoda koje nisu u bitnoj vezi s glavnom pričom i inicijalnom situacijom ne smiju prevladati količinu vezanu uz glavnu priču, jer priče vezane uz inicijalnu situaciju jačaju integritet serije i odvrćaju gledatelja od preskakanja epizoda. Drugo pravilo predstavlja uvedene *srednjeg sloja* fabule koji bi se uz *strukture dugog trajanja* i mini-priče kratkog trajanja mogao nazivati *strukturama srednjeg trajanja*. Tu se uvrštavaju brakovi, veze, savezništva i poslovne suradnje, nestajanje i pojavljivanje novih likova, a događaji vezani uz njih redefinišu odnose, imovinska stanja i sl. Tako, naprimjer, nečija rastava donosi dva nova člana za ljubavnu vezu, nečiji brak opciju za preljub, vanbračno dijete poslovne i ljubavne kombinacije, a nečiji poslovni poduhvat otvara mogućnosti zavisti i ljubomore, novih savezništva, konkurenata itd. U idealnoj epizodi, kako navodi Pavičić, *imamo troplet koji se sastoji od jedne priče u začetku, druge koja doživljava klimaks i treće koja se raspliće i iznjedruje posljedice.*⁷

Ovakav splet od nekoliko priča različitih tematika uvelike doprinosi dinamici događaja. Međutim ovdje se ne radi samo o tome da se isprepliću tri različite priče, nego i o tome da su one često međusobno žanrovski različite. Christine Geraghty u istraživanju *Neprekidni serijal: Definicija* tvrdi da je u serijalu moguće obuhvatiti širok raspon priča i stilova bez da se naruši njegov format. To se postiže efektima kao što su glazbene špice, scenografija, stalno prisutni likovi itd. Publici se na ovaj način nesmetano prikazuje šarolika lepeza epizoda i likova – *dramatično je pomiješano sa svakodnevicom, tragično s komičnim, romantično sa svjetovnim*. Omjeri se razlikuju od jednog do drugog serijala, ali s obzirom na to da je nepoznato uvedeno kroz kontekst dobro poznatog, tj. kroz prizmu na početku postavljenih konvencija koje su konstantno jednake, publika bez problema prihvaća velike

7 Pavičić, Jurica. 1995. *Strategija kombinatorike*. Quorum časopis za književnost (4): 131-143. Zagreb: Naklada MD.

stilske i sadržajne oscilacije unutar jedne epizode.

Pored stilske raznovrsnosti, koja, prisjeti li se razdoblja elizabetinskog kazališta asocira na drame Williama Shakespearea u kojima je unutar jedne drame ili predstave također postojao niz stilski različitih fabula kako bi i plemić i kmet našli nešto interesantno, Christine Geraghty navodi još neke važne karakteristike kojima se koriste sapunice kako bi održale zanimanje publike. Te karakteristike obuhvaćaju dva manje ili više poznata termina: udica (*hook*) i neizvjesni svršetak (*cliffhanger*). Sapunica prema tome počinje udicom u kojoj se nanovo prikazuju niti priče iz prethodne epizode, a sve s namjerom da se gledatelje prisjeti i uvuče u gledanje epizode koja je trenutno u tijeku. Za kraj epizode karakterističan je neizvjestan svršetak. On se čak smatra i tradicionalnim zaštitnim znakom serijala. Razvoj radnje se tako prekida u ključnom trenutku neposredno prije razrješenja dramski napete situacije ostavljajući tako likove u opasnosti, a gledatelje s pitanjima i željom da što prije dođe vrijeme emitiranja slijedeće epizode. I tako u krug. Ipak, nije nužno svaku epizodu završiti na ovakav način. Ponekad se događa da se epizoda završi trenucima privremenog raspleta koji se mogu smjestiti, na primjer, u vrijeme nekih zajedničkih okupljanja kao što su vjenčanja, sahrane, Božić ili neke tomu slične prigode. Ovakvi trenutci koriste se da se određena grupa likova dovede u sklad kako bi se među njima odgodile svađe koje bi mogle narušiti opću ravnotežu serijala.⁸

Jedan od procesa kojemu je podvrgnut gledatelj sapunice jest proces inicijacije. Prema istraživanju Dragana Jurka, *Beskonačno je lijepo*, inicijalna situacija, odnosno početna situacija sapunice i nekoliko narednih epizoda predstavljaju ujedno i svojevrsan ritual inicijacije koji gledatelja uvlači u *klub aktivnih sapuničara*, te ih navikava na sapunicu. Postavljen u ovom kontekstu i u ovakvim okolnostima proces tzv. inicijacije, koji obuhvaća uvlačenje i stvaranje navike u gledatelja da prihvati konvencije i sadržaj sapunice te je nastavi pratiti i dalje, može se na prvi pogled učiniti pomalo mističnim. Možda čak i teško mogućim, ako ne i nemogućim. Da bi se razbio ovaj mit treba se samo prisjetiti moći koju ima televizija kao medij. Ako se i to čini nedovoljno opipljivim učinit će se na konkretnom primjeru. Čovjek se lako prilagođava na određene uvjete i zakonitosti, a pogleda li se javno mnijenje u državi daje se naslutiti da se čovjek lako prilagođava i navikava ne samo na naizgled smislene određenosti, nego na koješta. To su, kako navodi Jurak, eksperimentom pokušali dokazati i Amerikanci, *prilikom kojeg su svakog dana u isto vrijeme «emitirali» prazan ekran; da bi*

⁸ Geraghty, Christine. 1997. *Neprekidni serijal: definicija*. Hrvatski filmski ljetopis (9): 102 – 106. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

*nakon dokidanja tog «programa» bili svjedoci apela za njegovo nastavljanje.*⁹ Zvuči poznato? Ako se navika može stvoriti za nečim kao što je crni ekran, kako se to ne bi dogodilo sa sapunicom koja sve svoje snage ulaže u strategije i taktike da se to i dogodi? Najveći utjecaj, tvrdi Geraghty, na način koji publika doživljava neprekinuti serijal ima njegovo redovno pojavljivanje u isto vrijeme istim danima u tjednu. Dakle, kroz prizmu postavljanja pravila i njihova prihvaćanja stvaraju se navike u konzumenta koji zatim postaje dijelom ove globalne društvene igre i igra po njezinim pravilima., jer što je život nego igra, a ova igra postaje dijelom svakodnevnog života, stoga nije čudno da se gledatelji na emotivnom planu vežu uz svoje junake iz serijala, ali i sam serijal. Povezani ovakvom čvrstom vezom gledatelji ne samo da su naviknuti ili zaljubljeni u svoj serijal ili njegove likove, ne samo da ga redovno prate i s velikom željom iščekuju da sjednu pred ekran i izgube se u utopiji spletki i tuđih problema, nego k tome ne žele da se on uopće ikada završi.¹⁰ To nije ništa začuđujuće, jer je on postao dijelom njihove svakodnevice i bez njega bi njihov život bio ako ne isprazan, onda zasigurno prazniji, što aludira na to da se jedan ovakav serijal ne može prekinuti bezbolno. Međutim ni beskonačni serijal, nije beskonačan, nego i on u jednoj točki prestaje. U ovoj točki nastupa posljednja od tri Moire, Atropa, koja reže nit, čime se okončava život sapunice. Iako radi na tome da kraja ne bude serijal se nužno mora ugaziti kada njegova gledanost padne ispod granice produkcijske isplativosti, što u nizu uzročno-posljedičnih veza donosi potvrdu da je od gledatelja važnija gledanost, od kvalitete kvantiteta, od morala isplativost, od kulturne vrijednosti konzumeristička, a od umjetnosti propaganda.

4. LIKOVI

Kao što se iz prethodnog poglavlja može logično zaključiti sudbine likova u rukama su onih koji predu priču, dakle pisaca, scenarista i urednika priče ili Moira, kako su simbolično nazvani. Oni odlučuju o tome što će likovi raditi, kako će reagirati u određenim situacijama, u kakvim će odnosima biti jedni spram drugih itd. Pisci pojedine likove mogu po potrebi izbacivati ili dodavati. Ovakav pristup jasno ukazuje na to da kroz serijal svoje stope ostavlja mnoštvo likova različitih društvenih staleža, stavova, dobi i zanimanja. Sve to doprinosi onom srednjem sloju sapunice kako bi se lakše uvodile različite priče koje za cilj imaju što više

9 Jurak, Dragan. 1996. *Beskonačno je lijepo*. Quorum časopis za književnost (4-5): 224-231. Zagreb: Naklada MD.

10 Geraghty, Christine. 1997. *Neprekidni serijal: definicija*. Hrvatski filmski ljetopis (9): 102 – 106. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

rastegnuti rasplet događaja glavne priče, ali na način da održe zanimanje gledatelja kako ne bi preskakao epizode. Ako se likovi mogu uvesti tek tako po potrebi neke sporedne priče koja glavnoj priči nikako ne doprinosi, niti je za nju imalo bitna, jer je očito da bi priča bila jasna i s njom i bez nje, teško je oteti se dojmu da su i sami likovi potpuno nebitni i da serijal jednako tako može i s njima i bez njih. Ovo u svakom slučaju vodi tome da oni, kao takvi, nisu od posebne vrijednosti, što opet aludira na to da se tako prema njima i pristupa. Christine Geraghty smatra da se u sapunici svaki lik može doživjeti kao individualiziran lik, kao tip i kao položaj. Individualiziran lik je onaj kojega obilježavaju svojstva što pripadaju samo njemu ili njoj. Neki likovi koji su uvedeni u priču zbog komičnog efekta bit će obilježeni jednom od takvih osobina. Neki stalni likovi imat će mnoštvo takvih osobina. Drukčiji doživljaj likova dobiva se kada ih se promatra kao tipove. Tako se, tvrdi Geraghty, u seriji *Coronation Street* među ženama može primijetiti tip *Elsie Tenner* – seksipilne, prilično prosto odjevene i strastvene žene, dok su s druge strane neke druge žene određene time što ne pripadaju takvom tipu, nego su njegova suprotnost. Kao nositelji *statusnog položaja* likove se klasificira prema prema spolu, dobi, bračnom stanju, klasi i zvanju. Kao što na primjeru *Coronation Streeta* pojašnjava Geraghty, *Ken Barlow, Steve Fisher, Mike Baldwin, Eddie Yeats, Fred Gee, pa čak i Abert Tatloc, ma koliko se razlikovali kao individualizirani likovi ili tipovi, svi su neoženjeni muškarci i odatle upotrebljivi u pričama koje se usredotočuju na udvaranje i ženidbu*. Likovi mogu imati i nekoliko pozicija, ovisno o tome što se želi istaknuti ili u kojem trenutku se želi istaknuti. Tako neki lik može biti suprug, otac, sin i doktor. Koja će se od ovih pozicija istaknuti ovisit će o priči u koju je lik upleten. Interakcija između ovih kategorija omogućava da se likovi koriste na različite načine, što priči daje stabilnost i fleksibilnost.¹¹

Pored toga što daje fleksibilnost priči, ovakve kombinacije obogaćuju biografiju lika. Međutim razlog tome ipak nije da bi se obogatilo likove, nego je naglasak postavljen na mogućnosti kombinatornih tehnika slaganja slojeva priče. Lik dakako i treba biti u službi priče, jer i sama definicija lika kaže da je lik činitelj sukladan priči. Obzirom da se više pažnje posvećuje priči, likovi u ovakvim serijalima često ostaju plošni. Jurica Pavičić u *Strategijama kombinatorike* baveći se problematikom trivijalnosti ovog žanra tvrdi i obrazlaže kako je u sapunici riječ o manihejskoj, crno-bijeloj podjeli, te o statičnosti i plošnosti likova koji su u

11 Geraghty, Christine. 1997. *Neprekidni serijal: definicija*. Hrvatski filmski ljetopis (9): 102 – 106. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

bliskoj vezi s inicijalnom situacijom i snažno ovise o ciklusima dugog trajanja.¹² Ova plošnost može se pripisati i karakteru sapunice obilježenim motom produkcije: brže i više, odnosno što dulje to bolje. Ne poznavanje trenutka kraja ne ostavlja neki poseban trenutak promjene likova, stoga oni ostaju isti od početka do kraja.

U svom eseju *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*, Walter Benjamin citira glumca Severina-Marsa: *Kojoj je umjetnosti bio dat san...poetskiji i realniji u isti tren! S tog bi stajališta film predstavljao neusporedivo izražajno sredstvo, a u njeogvoj bi se atmosferi kretale samo ličnosti najplemenitijeg mišljenja u najsavršenijim i najtajanstvenijim trenucima njihova života.*¹³ Prisjetimo li se brojnih nebitnih likova koji se u serijalu pojavljuju samo kako bi što više rastegnuli priče serijala, a i činjenice da ni glavni likovi nisu oličenja plemenitosti, entuzijazam, na koji navodi zanos navedenog citata, naglo opada.

5. GLUMA

*I nemojte odviše rukama piliti zrak - ovako, nego budite u svemu čedni, jer i u samoj bujici, oluji i- kako da kažem – u vihoru svoje strasti morate gledati da steknete i pokažete neku umjerenost, koja će je ugladiti.*¹⁴

Shakespeare je još davno u *Hamletu* dao uputu glumcima kako bi trebali glumiti. Mnogi od onih koji *glume* u sapunici su to, čini mi se, zaboravili, a možda samo nisu čitali *Hamleta*. Poneseni žarom igre, glumci, zbog toga što si ne odabiru nikakvu fizičku radnju, počinju rukama piliti zrak. Neki se na sceni i zaposle fizičkom radnjom, kao npr. miješanje šećera u kavu, ali kada trebaju izgovoriti svoju repliku ostave se fizičke radnje i opet rukama pile zrak. Da bi stvar bila gora, to se zna činiti paralelnim gestama, što odgovara jedino amateru koji se prvi puta našao na sceni. Osobi, koja se igrom slučaja našla na sceni i više nikada neće, to se ne bi moglo zamjeriti, ali nekome tko redovito igra u *beskonačno dugom* serijalu pred brojnom publikom televizije, mora se itekako prebaciti. Ne da bi se prigovaralo iz zlih namjera, nego da bi se promijenilo na bolje. Boro Stjepanović u svojoj knjizi *Gluma II: radnja* ističe kako je posebna vrijednost fizičke radnje *u tome što se ona posredno, u dugom lancu, zajedno sa nizom drugih radnji, nužno ili na osnovu velike vjerovatnoće može dovesti u*

12 Pavičić, Jurica. 1995. *Strategija kombinatorike*. Quorum časopis za književnost (4): 131-143. Zagreb: Naklada MD.

13 Benjamin, Walter. 1986. *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*. Estetički ogleđi: 125-151. Zagreb: Školska knjiga.

14 William Shakespeare, *Hamlet, kraljević danski*, Mozaik knjiga, Čakovec, 2009. (86)

vezu i sa dalekim i složenim ciljevima. ¹⁵Nadalje pak ističe da svaka radnja sugerira i na nešto izvan sebe, a na temelju tih djelića radnje gledatelj pokušava sam predvidjeti pravac, cilj i samu cjelinu djela. Iz svih ovih razloga bitno je da se radnje ne obavljaju mehanički, nego da su u službi karaktera. U sapunicama glumci često igraju stanja i strasti, kao na primjer: *sad trebam biti ljut pa ću vikati ili tužna sam pa ću cijediti suzu*. Suprotno tome Stanislavski tvrdi: *Ne smiju se igrati strasti i ličnosti, već treba biti aktivan pod utjecajem strasti i ličnosti*. To je iskazao i Aristotel tvrdnjom da: *lica ne djeluju zato da podražavaju karaktere, nego radi djelovanja uzimaju da prikazuju i karaktere*. ¹⁶

Obzirom da svaka akcija ima reakciju za posljedicu, odnosno da svaki uzrok uzrokuje nešto, tako igranje stanja za posljedicu ima jednolične govorne radnje koje su vrlo često i na jednom tonu. Za govornu radnju Boro Stjepanović u knjizi *Gluma II; radnja* piše: *...govorna radnja i govor uopšte tretiraju se kao tehničko sredstvo u izgradnji uloge i tom prilikom detaljnije se ispituje struktura govora (dijelovi govorne izjave, vidovi saopštavanja, govorne konstante, govorne figure), nastoji se postići što veći dijapazon (kvantitet) i dosegnuti kvalitet (norma), te obezbijediti mjesto i prava funkcija u organizaciji dramske radnje, a u okviru modela, žanra, medija i stila*. Svi navedeni *alati* su osnova koju treba savladati da bi se uspješno ostvarila uloga. Studenti glume poprilično se namuču dok ih ne usvoje da bi ih mogli koristiti. Kada ih se usvoji potreban je proces kako bi se oni primijenili na nove zadatke s novim ulogama. Poznato je da su u nekim sapunicama angažmane dobivali i ljudi koji se glumom nisu nikada bavili, poput manekena i manekenki, fotomodela, pjevača, pjevačica i sl., što u pitanje dovedu njihovu stručnost i razumijevanje onoga što rade, samim time i kvalitetu serijala, jer je to jednako tome da se automehaničara zove kako bi popravio cijevi u stanu. Ako osnovne stvari nisu zadovoljene na nivou lika i uloge, nameće se niz pitanja: kakva su to ostvarenja? Koja je njihova kvaliteta? Doda li se uz sve navedeno na razmatranje još i proživljavanje i organizacija glumaca u prostoru, a imajući na umu brzinu kojom se serijal snima, što je to što preostaje? Naznaka lika? Naznaka glume? Kakav je konačan proizvod koji se stavlja pred oči gledatelja?

15 Stjepanović, Boro. 2005. *Gluma II; Radnja*. Novi Sad: Sterijino pozorje. (184)

16 Stjepanović, Boro. 2005. *Gluma II; Radnja*. Novi Sad: Sterijino pozorje.

5.1. GLUMA PRED KAMEROM

Pored osnovnih glumačkih alata o kojima se u odlomku prije govorilo, a koje pojedinci uspijevaju više ili manje uspješno koristiti, u razmatranje treba uzeti još jedan kut gledišta na glumu. U pitanju je djelovanje glumca kroz objektiv kamere.

U eseju *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*, Walter Benjamin navodi da se umjetnička kreacija glumca na pozornici u konačnom obliku prezentira publici u njegovoj ličnosti, dok umjetničku kreaciju filmskih glumaca publici prezentira aparatura, što ima dva problema za posljedicu. Prvi je problem što aparatura, koja publici prikazuje kreaciju filmskog protagonista, nije sposobna tu kreaciju poštivati kao totalitet, odnosno cjelinu. Pod vodstvom snimatelja kamera neprestano mijenja stajalište u odnosu na glumca. Slijed stajališta koji montažer komponira iz dostavljenog materijala tvori gotov, montiran film. On obuhvaća popriličan broj elemenata kretanja, koji se mogu pripisati kameri, a ne glumcu – ne govoreći o posebnim vizurama kao što je krupni plan. Ovoga je bio svjestan i Bertolt Brecht tvrdeći da: *film daje (ili bi mogao dati) upotrebljiva obavještenja o pojedinostima ljudskih pokreta... Uopće nema motivacije karakterom, unutarnji život glavnih osoba nikada ne odaje glavni uzrok, a malo-kad je glavni rezultat radnje*. Kreacija glumca tako biva podvrgnuta nizu optičkih ogleda.¹⁷

Drugi problem proizlazi iz toga što filmski glumac, s obzirom da ne predstavlja sam svoju kreaciju gledalištu, gubi mogućnost prilagodbe svoje igre publici. Luigi Pirandello u romanu *Pažnja, snimamo* komentira glumca u nijemom filmu: *Filmski glumac osjeća se kao u progonstvu. Nije samo proganjan s pozornice, već i od sebe. S mučnom nelagodnom osjećajima neobjašnjivu prazninu koja nastaje pretvaranjem njegova tijela u sjenu, ono nestaje i lišava se sebe i svoje realnosti, svog života, svoga glasa i šumova koje izaziva pomicanjem, da bi se pretvorio u nijemu sliku koja za tren zatitra na platnu i rasplinjava se u tišini...Mala će aparatura igrati publici njegovom sjenom; i on se sam mora zadovoljiti da igra pred njom.*¹⁸ Glumac koji djeluje na pozornici uživljava se u neku ulogu i djeluje u kontinuitetu, što je filmskom glumcu vrlo često uskraćeno, jer njegova kreacija nije jedinstvena, nego je

17 Benjamin, Walter. 1986. *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*. Estetički ogledi: 125-151. Zagreb: Školska knjiga. (137)

18 Benjamin, Walter. 1986. *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*. Estetički ogledi: 125-151. Zagreb: Školska knjiga. (137)

sastavljena od niza pojedinačnih kreacija. Razlog tome su troškovi najma ateljea te različita mjesta snimanja i njihov dekor. Jednostavno rečeno naglasak je postavljen na tehniku, a ne na glumca, stoga glumac svoju igru mora prilagođavati kameri i uvjetima snimanja. Ovdje također treba istaknuti poteškoće postavljanja rasvjete, zbog kojih se snimanje događaja koji se na platnu čine tečnim i cjelovitim, često razbija u niz pojedinačnih snimaka, što u ateljeu može potrajati i satima. Elementarna ograničenja tehničkih sredstava razbijaju igru glumca u niz epizoda koje se montiraju u cjelinu, uskraćujući mu tako kontinuitet igre, stoga on često iz nule mora postići emociju do koje bi se inače došlo gradacijom. Zbog naravi snimanja serijala čija su glavna obilježja brzina, ekonomičnost, isplativost i nepredvidivost, lako se može dobiti dojam da su sve glumačke poteškoće s kojima se filmski glumci susreću, još više potencirane pri snimanju serijala.

Pirandello je istaknuo još jedan mogući problem. Taj problem tiče se razaranja glumčeve aure. U vrijeme tehničke reprodukcije umjetničkog djela, tvrdi Walter Benjamin, dolazi do propadanja njegove aure. Pojam aure ilustrirao je na pojmu aure prirodnih tvorevina koju se definira kao: *jednokratnu pojavu daljine ma koliko ona bila blizu. Kada se, na primjer, u ljetno poslijepodne u miru promatra potez bregova na horizontu ili grana koja baca sjenu na onoga koji se odmara – to znači udisati njihovu auru.*¹⁹ Na temelju definicije i ovakvog opisa, navodi, kako je razaranje aure društveno uvjetovano, jer si današnje mase žele što je moguće više prostorno i društveno približiti stvari, ali i prevladati jednokratnost svake datosti posezanjem za njezinom reprodukcijom. Kazališni glumac, dakle, kao prirodna tvorevina ima svoju auru, koju publika udiše gledajući ga dok je na pozornici. Kada ga se snima, tada se njegova aura razara, jer se on pretače u svoju reprodukciju pri čemu gubi svoju prirodnost i svoj život koji sadrže njegovu auru. Glumac tim činom postaje tek vjerna kopija onoga što jest. Postaje nešto umjetno i neprirodno. Nešto bez aure, a kako tvrdi Walter Benjamin, *i kod najsavršenije reprodukcije gubi se nešto: "ovdje i sada" umjetničkog djela – njegova jednokratna egzistencija na mjestu gdje se nalazi.*

Kada se sve što je navedeno o glumi i glumi pred kamerom zbroji i pridoda sapunici, ne preostaje li sadržaj sumnjive kvalitete?

19 Benjamin, Walter. 1986. *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*. Estetički ogledi: 125-151. Zagreb: Školska knjiga.(130)

5.2. KADA SAPUNICA ZAPJENI KAZALIŠTE

U ožujku 2012. godine najava Ministarstva kulture o izmjenama Zakona o kazalištima bio je predmet brojnih rasprava. Najviše polemika izazvao je dio koji se tiče angažiranja glumaca zaposlenih u kazalištu u televizijskim sapunicama. Prema najavi nakon konzultiranja sa strukom do kraja godine Ministarstvo kulture Saboru bi trebalo uputiti novi zakon prema kojem će producenti, koji za snimanje serija angažiraju glumce zaposlene u kazališnim kućama, osim honorara glumcima, morati platiti i odštetu kazalištu u kojem je glumac na stalnoj plaći.

Prema portalu Novi list pomoćnik ministrice kulture Vladimir Stojsavljević izjavio je da:

Nitko iz Ministarstva nije govorio o odšteti, nego o problemu vezanom uz činjenicu da se koristi glumica ili glumac redovno zaposlen u kazalištu za snimanje sapunica i ostalih mogućih snimanja. Uočen je problem koji se mora pokušati riješiti na nekoliko razina. Problem je, dakle, odnosa glumca i kazališta koje je dotirano iz proračuna, problem je i onih koji nisu možda na plaći, jer posao ostaje plaćen samo na razini honorara bez svega onoga što bi bilo logično, a to je - pogotovo za samostalne umjetnike - da se reguliraju sva prava iz radnog odnosa predviđena i Zakonom o radu i kolektivnim ugovorom. Postoje i glumci, pogotovo novi naraštaji, koji možda uopće ne žele biti vezani za neko kazalište, kojima se također treba pružiti mogućnost reguliranja svog socijalnog statusa. Znači, motiviranost naših promjena važećeg zakona dolazi iz niza realnih problema samih glumaca

O razlozima iz kojih se glumci koji rade u kazalištima sve češće upuštaju u snimanje sapunica svoje je mišljenje za navedeni portal dao i glumac Žarko Radić.

Po mom mišljenju dva su osnovna razloga. Kao prvo, glumci idu za time da budu viđeni i da pokažu kako rade, a drugi bitan razlog je novac. Nažalost, u ovom potrošačkom društvu svi se mjerimo krivo, prema onome kako funkcioniramo. Naravno da postoji i profesionalni izazov. Kod snimanja telenovela nema procesa koji je inače potreban glumcu da savlada ulogu. Sve je brzo, instant, i tko tu uspije nešto napraviti vrijedan je pažnje.

Također se postavlja pitanje kako se gluma u sapunicama, gdje je čitav proces kreiranja lika enormno brži nego u kazališnoj predstavi, odražava na rad glumaca u kazalištu? Svoje mišljenje je na tu temu dao latvijski redatelj Alvis Hermanis:

Moj je stav da glumac koji radi na televiziji nikad neće biti sposoban raditi ozbiljan posao u kazalištu. To je aksiom. Rusija je, primjerice, godinama bila teatarska velesila, a sad je tamo katastrofalna situacija, jer veliki broj glumaca radi na televiziji. Za to su dobro

plaćeni, a kad se ponovno vrate u kazalište glume na isti način kao na televiziji. Tome se nitko ne može oduprijeti. Televizija ima svoj stil, a to da se netko u kazalištu može »isključiti« od televizijske glume i glumiti na drugačiji način su priče za malu djecu. Nakon televizije ti glumci više ne mogu ozbiljno raditi u teatru. Nemoguće je kombinirati kazališnu i televizijsku glumu. Naravno, pritom ne govorim o bulevarском nego o ozbiljnom kazalištu.

Sličnog mišljenja je i redatelj Nemanja Ranković:

Imam teoriju koja iz dana u dan biva sve točnija, a glasi da će srpsko kazalište uništiti glumci – zbog svoje pohlepe i nerazumijevanja što kazalište zapravo znači. Nemam ništa protiv televizije i filma, ali bih bio vrlo sretan kad bi se napravila podjela između kazališnih, televizijskih i filmskih glumaca. Glumci u ovakvim okolnostima ne stignu s probe na probu, sa snimanja na snimanje. Energija se rasipa na razne strane i neminovno se događa pad kvalitete. Naravno, novac je svima potreban, no ako žele snimati na televiziji i filmu, bilo bi pošteno da uzmu neplaćeno ili odu iz kazališta te prepuste svoje mjesto mlađim kolegama. Kad zadovolje svoju potrebu za snimanjima, mogu se vratiti u kazalište. No, iskustvo je takvo da oni koji krenu na televiziju i film, u kazalištu se više ne osjećaju dobro.²⁰

Zaista, mnogi mladi glumci koji su tek izašli iz škole upuštaju se u snimanje ovakvih serijala. Koji je razlog tome može se samo nagađati, jer se vrlo vjerojatno razlikuje od pojedinca do pojedinca. Možda je novac. Možda slava. U tuđe izbore i ukuse ne treba ulaziti, jer svatko ima pravo na vlastite. Međutim, činjenica je da rijetko tko od tih glumačkih pomladaka uspijeva u tako kratkom vremenu napraviti dobar posao i dobro glumačko ostvarenje, jer mu nedostaje iskustva. To nije etično iz razloga što se prodaje neispravan proizvod. Kada nije umjetnost, gluma je posao kao i svaki drugi i ima svoj proizvod koji može biti ili kvalitetan ili roba s greškom. Bi li itko kupio probušenu vrećicu da u njoj nosi stvari? Zašto se onda gleda loša gluma?

Jedan od razloga zašto se mladi upuštaju u ovakve poduhvate su vjerojatno i kazališta čiji su ansambli pretrpani u odnosu na financijske mogućnosti koje imaju. Iz ovog razloga nije u redu da glumci koji su dio takvog ansambla paralelno snimaju serijale, a da zbog toga jako dugo nisu stalni na scenu kazališta od kojeg primaju plaću. Trebali bi se odlučiti za jednu opciju, jer zauzimaju mjesto onima koji bi radili u kazalištu.

20 Cuculić, Kim. 2012. *Teatar ili sapunica pitanje je sad*. <http://www.novolist.hr/Kultura/Kazaliste/Teatar-ili-sapunica-pitanje-je-sad>

5.3. POVJETARAC OSVJEŽENJA IZ TURSKE

Težak je zadatak unijeti osvježenje u proizvod koji se stvara u uvjetima pokretne trake, jer su često obujam i težina suvremenog ljudskog iskustva svedeni na skup klišeja i standardnih scenarija. Prema tvrdnjama kritičara, opća privlačnost „sapunice" suviše se često održava nastojanjem na očiglednom, banalnom i već mučno neoriginalnom, stoga se čini čudnim što je to nekim produkcijama pošlo za rukom.

Osvježenje u odnosu na navedene klišeje i stereotipe vezane uz radnju i likove, u posljednje su vrijeme, na naše male ekrane donijele turske sapunice.²¹ Likovi u tim serijama nisu klasično plošni, a njihov kraj nije nužno uvijek sretan završetak karakterističan *chick litu*. Glumci u ovim sapunicama ne glume šablonski već kvalitetnije u odnosu na neke druge sapunice koje su se do sada prikazivale. Osim kvalitetnijih glumačkih ostvarenja u sapunice su implementirana i pojedina književna djela (npr. poezija koju Sulejman redovito izgovara) ili pažljivo odabrana glazba (Ibrahim često svira na violini). Pored toga pažljivo su odabrane i lokacije snimanja, te se radnja odvija na atraktivnim eksterijerima. Turska produkcija popela se jednu stepenicu više i postavila nov standard pri stvaranju serija ovog žanra.

6. PJENA OKO SAPUNICE

Oko sapunice je nastalo dosta pjene, stoga bi bilo plošno govoriti samo o jednoj stvari ili jednom problemu. Postoji nešto širi niz problematika koje ona povlači za sobom, a koje se međusobno prožimaju baš kao i priče u njoj samoj. Pored njezine prvobitne funkcije, a koja vrijedi i dalje - osigurati reklamnim agencijama masovnu publiku, ili opravdati javnu pretplatu u slučaju javne televizije, u vidu treba imati i psihološke i sociološke utjecaje koje ima na gledatelje.

Da bi se opisalo uživanje koje pruža sapunica često se koriste izrazi osoba sklonih narkoticima ili opijatima, kao npr. «*Pomaže mi da se opustim.*». Njezina privlačnost također se karakterizira kao *adiktivna*. Suradnja između TV kanala za koje bi rat za gledanost „sapunica" bio poguban omogućava gledateljima da dobiju nekoliko neprekinutih *fiksova* koji mu omogućavaju bijeg od briga vlastitog života kroz proživljavanje života imaginarnih likova. Već smo na primjeru emitiranja crnog ekrana u Americi vidjeli koliku sposobnost

21 Oršolić, Marijan. 2013. *Sapunice: crno - bijeli poligon za dresiranje publike*.

<http://www.prometj.ba/clanak/drustvo-i-znanost/sapunice-crno-bijeli-poligon-za-dresiranje-publike-1108>

navikavanja ima čovjek. Doda li se na to i moć koju ima televizija kao medij sposoban djelovati hipnotički, ovisnost koja može nastati zasigurno se neće učiniti humorističnom. Da bi se ove tvrdnje potkrijepile potrebna je mala digresija u područje psihologije.

Prošlo je već dosta vremena od malo poznatog, ali značajnog eksperimenta u Velikoj Britaniji prilikom kojeg je publici prikazan jedan, za širu javnost nedostupan televizijski program koji je prikazivao hipnotiziranje jedne osobe. Učinci koje je program imao bili su toliko osjetni da je nekolicina gledatelja izjavila kako je "pala u trans". Dobro je zapitati se što je uopće hipnoza i koliko je potrebno da se ona ostvari? Je li to doista stvaran oblik padanja u trans gdje smo poput marionete prepušteni prstima hipnotizera koji povlači konce utječući na naše pokrete ili je ona ipak nešto manje primjetno i podmuklije? Profesor David Spiegel s Medicinskog fakulteta Stanford u Kaliforniji jednom je prilikom rekao kako nas hipnoza *ponešto uči o ranjivosti kojoj smo kao društvena bića podložni. Naime, prihvaćamo neke ideje koje smatramo stranim i ponašamo se kao da su te ideje dobre.*²² Mnogi hipnozu povezuju s klasičnim prizorom bradatog muškarca koji zuri u oči svog pacijenta, maše svojim dugačkim prstima i šapuće: *Tvoji kapci su sve teži.* Ili, pak, uz umirujuće njihanje i kuckanje viktorijanskog džepnog sata. Sve te metode su, vjerovali ili ne, savršeno učinkovite, ali stvarnost je mnogo banalnija – dovoljno je osobu zamoliti tek da se usredotoči na zvuk kuckanja vaše olovke po stolu ili da zuri u kričavi uzorak na vašoj vesti. Ovo su neke od uobičajenih metoda kojima se subjekta navodi da usmjeri pažnju i zanemari svu svoju perifernu svijest. Hipnoza i gledanje televizije u mnogome su slični. Prisjetite se samo situacije kada ste bili toliko udubljeni u programski sadržaj koji ste na televiziji pratili da uopće niste primijetili zvukove oko sebe ili da Vam se netko obraćao. Utjecaj hipnoze na mozak proučio je na Kraljevskom medicinskom fakultetu u Londonu profesor psihologije John Gruzelier, a hipnozu je objasnio kao *stanje vrlo usredotočene pozornosti. Kako se sve više usredotočujete sve ste otvoreniji sugestijama koje vam daje stručnjak.* Prema istraživanju promjene se događaju u prednjem dijelu mozga koji postaje manje povezan s ostatkom mozga te potiskuje rasuđivanje, što zapravo ima smisla, jer hipnotizer traži da se prepustite i prestanete analitički kritizirati. Prednji režanj je dio za kritičku analizu, a od vas se traži da ga isključite. Posljedica hipnoze je promijenjena organizacija mozga, pri kojoj se aktivnost prebacuje s jedne strane na drugu. Uglavnom se služimo lijevom hemisferom, a prebacujemo se u desnu, ali to ovisi o onome što se od vas traži dok ste hipnotizirani. Slična stvar događa

22 Sigman, Aric. 2010. *Daljinski upravljani – Kako televizija šteti našim životima i što po tom pitanju možemo učiniti.* Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o.

se dok gledamo televiziju. Istraživanje profesora Herberta Krugmana pokazuje kako 30 sekundi nakon što se upali televizor mozak neurološki postaje manje sposoban vrednovati ono što se gleda. Dolazeće informacije mozak upija nekritički. Moždani valovi postaju uglavnom alfa-valovi, a oni označavaju neusredotočeni receptivni nedostatak pažnje. Krugmana je, naime, iznenadila brzina kojom ulazimo u to stanje. Daljnjim istraživanjem otkriveno je da se, dok gledamo televiziju, lijeva strana mozga, koja informacije usvaja logički i analitički, isključuje omogućujući desnoj strani koja informacije procesira kroz emocije i nekritički, da radi neometano. *Čini se kako je jasno, piše Krugman, da je osnovna električna reakcija mozga usmjerena na medij. Televizija je komunikacijski medij koji lako prenosi velike količine informacija o kojima ne razmišljamo u trenutku u kojem smo im izloženi.*²³

Michael Gazzaniga proveo je 40 godina istražujući razlike između lijeve i desne strane mozga da bi došao do zaključka da je lijeva hemisfera dominantna u većim spoznajnim aktivnostima kao što je rješavanje problema, dok desna hemisfera, pak, nije pokazala osobitu uspješnost prilikom rješavanja takvih problema. Otkrio je kako lijeva hemisfera uvijek naporno radi, traži značenje događanja, neprestano traga za redom, razlozima i objašnjenjima. On vjeruje da iako se obje hemisfere mogu gledati kao svijest, lijeva moždana svjesnost uvelike nadmašuje onu desnu. Kao i kod hipnoze, gledanje televizije, smatra se, također umanjuje rad najnaprednijega dijela mozga – prednjeg režnja koji je izvršni kontrolni sustav, odgovoran za planiranje, organiziranje i ujednačavanje samokontrole, moralne prosudbe i pažnje. I hipnoza i televizija smanjuju sposobnost čovjeka da kritički analizira ono što vidi ili što mu se govori.

Ovo su bili pomalo suptilni načini da se kaže kako televizija ispire mozak. Sada kada se one izjave o ovisnosti vjerojatno više ne čine toliko bezazlenima, dovoljno je samo malo promisliti da bi se shvatilo na koji je način promidžbena industrija doživjela zaključke ovih istraživanja, jer očito je da se pod ovakvim uvjetima kao sa švedskog stola kupi sve što televizija servira. Ovoga možda prosječan gledatelj nije svjestan, ali oni koji se bave marketingom i propagandom zasigurno jesu. Uzmemo li se u obzir prekidi tzv. reklamnim blokovima za vrijeme gledanja sapunice, ali i drugih televizijskih sadržaja, može se primijetiti da je tome tako. Vrijeme je prošlo, ali je princip ostao isti. Upravo kao što je to slučaj iz epizode u epizodu neprekinutog serijala, tako se i trajanje pojedine epizode prekida dva ili

23 Sigman, Aric. 2010. *Daljinski upravljani – Kako televizija šteti našim životima i što po tom pitanju možemo učiniti*. Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o.

više puta na onim tzv. *cliffhangerima* ili neizvjesnim završetcima u najnapetijim dijelovima epizode.

Na televizijskom programu RTL u 17 sati počela je epizoda serije *Dr. House*. Prvi prekid bio je u 17 sati i 17 minuta, nakon čega je uslijedio blok promidžbenih poruka u trajanju od 7 minuta. Neposredno zatim epizoda je nastavljena da bi opet bila prekinuta u 17 sati i 37 minuta reklamnim blokom, trajanja od, također, 7 minuta. U 17 sati i 44 minute epizoda je nastavljena i više nije prekidana do završetka. Što je uslijedilo poslije? Reklamne poruke, naravno.

Pokuša li se iz ovih podataka ugrubo izvući statistika može se zaključiti da se svaka pojedinačna epizoda *Dr. Housea* na RTL-u u prosjeku prekida svakih 20 minuta reklamnim blokom u trajanju od 7 minuta. Oba prekida bila su u trenutcima napetosti, naravno kako gledatelj ne bi odustao od gledanja serije, nego strpljivo i nekritički pregledao reklame koje su mu ubačene u trenutku kada je najviše uvučen u priču epizode, odnosno kada je, kako je zaključeno istraživanjima, u stanju televizijske hipnoze.

Broj serijala, ali i žanrovski različitih serija, potvrđuje samo koliko je ovakav marketinški trik praktičan i funkcionalan, te da u konzumenata postoji popriličan apetit za ovakvim tipovima sadržaja. Da bi se dobio konkretan uvid u zastupljenost ovakvih sadržaja priložen je pregled programa za jedan radni dan u tjednu. Crvenom bojom označeni su sadržaji koji službeno nose naziv telenovela ili sapunica, a plavom bojom razne dramske, kriminalističke i humoristične serije. Neke od njih imaju puno toga zajedničkog s neprekidnim serijalom, koje iako su smještene u drugi žanr, ne odudaraju previše od karakteristika sapunica, stoga se i njih može uzeti u obzir kao jedno od sredstava za prikupljanje masa i publike. Dakako, tako bi se moglo gledati i na filmove ili bilo koji drugi televizijski žanr i televiziju uopće, ali u ovom slučaju tako širok spektar televizijskih sadržaja nije u okvirima zanimanja, jer se oni podosta razlikuju kvalitetom. Prema pregledu programa može se uočiti da najveću zastupljenost ovakvim sadržajima imaju komercijalne televizije. Razlog tome je jasan. Novac. Novac dobiven od emitiranja reklama za vrijeme njihova trajanja. S druge pak strane, manja zastupljenost takvih sadržaja na nekomercijalnoj televiziji objašnjava se javnom pretplatom.

Pregled programa za *ponedjeljak, 27. listopada 2014.*

| HRT 1 | RTL | NOVA TV |
|---|---|--|
| PRIJEPODNEVNI PROGRAM | | |
| 6.14 - Vrtlarica 6.40 – TV kalendar 6.55 - Dobro jutro, Hrvatska 7.00 - Vijesti 9.00 - Vijesti 9.05 - Dobro jutro, Hrvatska 9.23 – Kad srce zatreperi, serija 10.07 - Pogled na Zemlju 11.03 - Dr. Oz 11.46 - TV kalendar | 6.40 - Virus attack, animirana serija 6.55 - Aladdin, animirana serija 7.25 - Pomorska ophodnja (R), akcijska kriminalistička serija 8.20 - TV prodaja 8.35 - Pomorska ophodnja (R), akcijska kriminalistička serija 9.35 - TV prodaja 9.50 - Hitna služba (R), dramska serija 10.45 - Pomorska ophodnja, akcijska kriminalistička serija 11.45- TV prodaja | 6.30 - Pac-Man, serija 6.55 - Pčelica Maja, serija 7.25 - TV izlog, razno 7.40 - Ninja ratnici, serija 8.10 - Crna ruža, serija 9.10 - TV izlog, razno 9.25 - Inspektor Rex, serija 11.25-Zauvijek susjedi, domaća produkcija |
| POPODNEVNI PROGRAM | | |
| 12.00 - Dnevnik 1 12.15 – Sport, sport 12.18 - Vrijeme 12.23 - Boja strasti, telenovela 13.10 - Treća dob, emisija za umirovljenike 13.41 - Split: More 14.12 - Jezik za svakoga 14.25 - Društvena mreža 15.32 - Glas domovine | 12.00 - Pomorska ophodnja, akcijska kriminalistička serija 12.55 - Hitna služba, dramska serija 13.50 - Sve u šest (R), magazin 14.11 - Sumrak Saga: Praskozorje 1. Dio, film SAD | 12.05 – InMagazin vikend, domaća produkcija 12.50 - Ninja ratnici, serija 13.14 - PBZ financijska edukacija, razno 13.15 - Inspektor Rex, serija 15.15 - Zauvijek susjedi, domaća produkcija 15.55 - Kud puklo da puklo, humoristična serija |
| PREDVEČERNJI PROGRAM | | |
| 16.00 - Što vas žulja? 16.30 - Regionalni dnevnik 16.53 - Vrijeme 16.55 - HAK - promet info 17.00 – Vijesti 17.20 - Hrvatska uživo 18.03 - Stipe u gostima, serija 18.41 - Potjera, kviz 19.30 - Dnevnik | 16.30 - RTL Vijesti, informativna emisija 17.00 - Dr. House (R), dramska serija 18.00 - Sve u šest, magazin 18.30 - RTL Danas, informativna emisija 19.10 - RTL Vrijeme, informativna emisija 19.15 - Pet na pet, kviz | 17.00 - Vijesti Nove TV, informativni program 17.25 - InMagazin, domaća produkcija 18.15 Lud, zburjen, normalan, humoristična serija 19.15 - Dnevnik Nove TV, Informativni program |

| | | |
|---|--|---|
| 19.57 – Sport, sport | | |
| 20.02 - Vrijeme | | |
| VEČERNJI PROGRAM | | |
| 20.06 - Glas naroda, humoristična serija | 20.00 - Vatre ivanjske, dramska serija | 20.05 - Crna ruža, serija |
| 20.38 - Seoska gozba: Razvođe kraj Drniša, gastroputopis | 21.00 - Uhvati Bingo ritam, glazbeno-natjecateljski show uživo | 21.05 - Kud puklo da puklo, humoristična serija |
| 21.26 - Poslovna zona | 22.50 - Dr. House, dramska serija | 22.00 - Lud, zbunjen, normalan, humoristična serija |
| 22.01 - Otvoreno | 23.45 - RTL Vijesti, informativna emisija | 22.35 - Večernje vijesti, informativni program |
| 22.44 - Polubrat, serija | 0.05 - CSI, kriminalistička serija | 22.55 - Krik smrti, film (Njemačka, Kanada) |
| 23.31 - Vrijeme | 0.55 - Heroji iz strasti, dramska serija | 0.40 - Dvanaest žigosanih, film (SAD, Velika Britanija) |
| 23.33 - Vijesti iz kulture | 1.45 - CSI (R), kriminalistička serija | 3.10 - Osumnjičeni, serija |
| 23.44 - Drugi format | 2.40 - Astro show, emisija uživo | 3.55 - Astro savjetnik, tarot show |
| 0.29 - Vjetar koji povija ječam, film (Irska, Velika Britanija, Njemačka, Italija, Španjolska, Francuska) | 3.40 - RTL Danas (R), informativna emisija | 4.55 - Kraj programa |
| 2.31 - Glas naroda, humoristična serija | 4.20 - Kraj programa | |
| 3.01 - Društvena mreža | | |
| 4.06 - Glas domovine | | |
| 4.31 - Vijesti iz kulture | | |
| 4.38 - Što vas žulja? | | |
| 5.08 - Hrvatska uživo | | |
| 5.50 - Sve će biti dobro, telenovela | | |

| RTL 2 | DOMA |
|--|---|
| PRIJEPODEVNI PROGRAM | |
| 06:30 - Zabranjena ljubav, 2004, hrvatska sapunica | 06:45 - U ime časti, 2010, rumunjska telenovela |
| 06:55 - Zabranjena ljubav, 2004, hrvatska sapunica | 07:25 - Djevojka imena Feriha, 2011, turska telenovela |
| 07:20 - K.T.2 – Pravda na zadatku, 2008, hrvatska kriminalistička serija | 08:10 - Krypto super pas, 2005, animirana serija |
| 07:45 - K.T.2 – Pravda na zadatku, 2008, hrvatska kriminalistička serija | 08:30 - TV izlog, razno |
| 08:10 - TV prodaja | 08:45 - Naša mala klinika, 2004, hrvatska humoristična serija |
| 08:25 - Krv nije voda, 2011, hrvatska dramska serija | 09:25 - Princ iz Bel Aira, 1990, američka humoristična serija |
| 09:15 - TV prodaja | 10:15 - TV izlog, razno |
| 09:30 - RTL Liga ®, sportska emisija | 10:30 - Neukrotivo srce, 2013, meksička telenovela |
| 10:35 TV prodaja | 11:20 Marisol, 1996, meksička telenovela |
| 10:50 Zabranjena ljubav, 2004, hrvatska sapunica | |
| 11:20 Zabranjena ljubav, 2004, hrvatska sapunica | |
| 11:50 TV prodaja | |

| POPODNEVNI PROGRAM | |
|--|--|
| <p>12:05 - Večera za 5 - lifestyle emisija</p> <p>12:55 - Cobra 11, njemačka kriminalistička serija</p> <p>13:50 - Cobra 11, njemačka kriminalistička serija</p> <p>14:40 Krv nije voda, hrvatska dramska serija</p> <p>15:30 K.T.2 – Pravda na zadatku, 2008, hrvatska kriminalistička serija</p> <p>15:55 - K.T.2 – Pravda na zadatku, 2008, hrvatska kriminalistička serija</p> | <p>12:00 - Navy CIS L. A., kriminalistička serija</p> <p>12:45 - TV izlog, razno</p> <p>13:00 - Castle, dramska serija</p> <p>13:45 - Princ iz Bel Aira, 1990, američka humoristična serija</p> <p>14:40 - TV izlog, razno</p> <p>14:55 - Naša mala klinika, 2004, hrvatska humoristična serija</p> <p>15:40 TV izlog, razno</p> <p>15:55 Oprezno s anđelom, meksička telenovela</p> |
| PREDVEČERNJI PROGRAM | |
| <p>16:20 - Svijet prema Jimu, humoristična serija</p> <p>16:50 - Svijet prema Jimu, humoristična serija</p> <p>17:20 - Dva i pol muškarca, humoristična serija</p> <p>17:50 - Dva i pol muškarca, humoristična serija</p> <p>18:15 Teorija velikog praska, humoristična serija</p> <p>18:45 Teorija velikog praska, humoristična serija</p> <p>19:10 Pravila igre, humoristična serija</p> <p>19:35 Pravila igre, humoristična serija</p> | <p>17:30 Vrtlog života, meksička telenovela</p> <p>18:20 Neukrotivo srce, meksička telenovela</p> <p>19:10 Mala nevjesta, indijska telenovela</p> |
| VEČERNJI PROGRAM | |
| <p>20:00 - Moderna obitelj, humoristična serija</p> <p>20:30 - Moderna obitelj, humoristična serija</p> <p>20:55 - Dva i pol muškarca, humoristična serija</p> <p>21:25 - Dva i pol muškarca, humoristična serija</p> <p>21:50 - Teorija velikog praska, humoristična serija</p> <p>22:20 - Teorija velikog praska, humoristična serija</p> <p>22:45 - Pravila igre, humoristična serija</p> <p>23:15 - Pravila igre, humoristična serija</p> <p>23:40 - Moderna obitelj, humoristična serija</p> <p>00:10 - Moderna obitelj, humoristična serija</p> <p>00:35 - Svijet prema Jimu, humoristična serija</p> <p>01:00 - Svijet prema Jimu, humoristična serija</p> <p>01:25 - Krv nije voda, hrvatska dramska serija</p> <p>02:10 - K.T.2 – Pravda na zadatku, 2008, hrvatska kriminalistička serija</p> <p>02:35 - K.T.2 – Pravda na zadatku, 2008, hrvatska</p> | <p>20:00 Navy CIS L. A., kriminalistička serija</p> <p>20:45 Castle, dramska serija</p> <p>21:35 Alcatraz, kriminalistička serija</p> <p>22:30 Princ iz Bel Aira, 1990, američka humoristična serija</p> <p>23:15 Inspektor Rex, kriminalistička serija</p> <p>00:50 Navy CIS L. A., kriminalistička serija</p> <p>01:35 Castle, dramska serija</p> <p>02:15 Alcatraz, kriminalistička serija</p> <p>02:55 Kraj programa</p> |

Nema sumnje da i oni najjeftiniji i najgori primjeri žanra, npr. Krim Tim 2 ili Krv nije voda, redovito privlače veliki broj gledatelja, od kojih mnogi kažu da uživaju u zadovoljstvu da se smiju glupostima pojedine sapunice: *Gledam je samo zato što je toliko loša.*; uobičajen je odgovor u istraživanjima o zadovoljstvu koje pruža „sapunica“. Ovo „ironično“ zadovoljstvo u sapunicama i njihovoj sirovoj emocionalnosti, također je jedan od razloga zašto neki serijali imaju posvećenost.

Pored problematike marketinga, koji nije svojstven samo ovome žanru, iako je žanr njemu svrha, ono što se također može izdvojiti kao potencijalno zabrinjavajuće jest činjenica da ovakvi sadržaji sačinjavaju najveći dio ukupnosti dnevnog programa. Čini se da kad god upali TV-prijemnik, jedino što čovjek može gledati jest nekakva serija. Što je s ostalim emisijama? Što je s kulturom? S obrazovanjem? Što je s kvalitetom sadržaja? Gdje su oni nestali? Mediji oblikuju društvo i javno mnijenje, trebali bi također promovirati vrijednosti koje zaista imaju vrijednost. Situacija po pitanju kulture i kulturne naobrazbe čini se postaje alarmantna. Stoga i ne čudi situacija da ljudi, različitih dobnih skupina, u svoje oslobađajuće vrijeme raspravljaju o sapunicama, *sitcomima* ili nekim drugim tomu sličnim sadržajima. To nije iznenađujuće iz razloga što su im takvi sadržaji nametnuti i kao takvi najpristupačniji. Pojedinaac svoje dojmove, kao i sadržaje pregledanih emisija, prenosi na vanjski svijet gdje oni postaju jedna od tema komunikacije s drugim ljudima. Postaju glavna tema dokolice i prilika za trač.

Trač igra važnu ulogu za sapunicu. Christine Geraghty u sapunici razlikuje dvije vrste trača. Trač unutar i izvan serijala. Unutar serijala trač pomaže stvaranju osjećaja svakodnevice, ali i komentira radnju. Tako pojedini likovi međusobno komentiraju događaje te na takav način likovima koji s pričom o kojoj se priča nemaju izravnog kontakta pružaju obavijesti o životima drugih likova, što doprinosi prepletanju radnji. Tračevi također obznanjuju moralne poglede likova na pojedine događaje, što gledateljima daje različit niz perspektiva iz kojih mogu razumjeti radnju. Osim toga, tvrdi Geraghty, takvi razgovori obično pokreću nagađanja o onome što će se dogoditi i što će koji lik učiniti. Također ističe kako ovakva vrsta *nagađalačkog* trača istodobno potiče publiku na rješavanje nametnute zagonetke. Na sličan način trač djeluje i izvan serijala u raspravama među njegovim redovitim gledateljima. Draž uspješnog serijala nalazi se u tome što godine gledanja gledatelja čine stručnjakom. Užitak takvih rasprava, navodi Geraghty, sastoji se u uravnotežavanju odnosa

stvarno-realno, odnosno rasprave o likovima kao stvarnim ljudima koji imaju prošlost, motivacije i budućnost, dok je istodobno jasno kako se ipak radi o fikciji. Ovakva vrsta nagađanja i rasprava reakcija je svojstvena serijalu i razlikuje ga od ostalih televizijskih formi.²⁴

Nije li zabrinjavajuće da ovakve teme predstavljaju prioritet pri izboru tema za razgovor? Koje sve društvene posljedice proizlaze iz ovog uzroka neće se detaljnije analizirati, jer bi previše odviklo od teme, ali treba istaknuti privlačnu moć sapunice, koja se ne ograničava samo na uvlačenje gledatelja u serijal u smislu iščekivanja epizoda, nego sapunica iz virtualne, odnosno fiktivne prodire u društvenu realnost. Kada jednom postane dijelom te fikcije, gledatelj se njome nastavlja baviti i nakon što je epizoda završila, odnosno i nakon što je ugasio prijemnik.

Teoretičari komunikacija, medijski pedagozi i mediolozi suglasni su s tezom da je društvena moć koncentrirana kod onih koji kontroliraju informacije. Moćne korporacije koristeći se medijima stvaraju publiku koja više nije kadra razlikovati autentičnu od neautentične zbilje. Brisanjem granica između stvarnoga i zamišljenoga pretvaraju medijsku zbilju u ideologiju zavodjenja. Ona postoji *koliko i ljudska komunikacija, no tek će pojava reklamne industrije početi otkrivati ovu ideologiju u svim njezinim dimenzijama* (Alić S. 2009. *Mediji: od zavodjenja do manipuliranja*. Zagreb: AGM, str. 39). Nažalost, naše je vrijeme u kojem je, iako su znanost i tehnologija napredovali, kvaliteta života nazadovala, upravo iz razloga što su sve snage uprte u stvaranje novca koji je mnogima umjesto sredstva postao cilj, te što je čovjek modernog potrošačkog društva gledajući kroz prizmu profita i zadovoljavanja nametnutih prividnih potreba iz vida izgubio moral, a time i one istinske ljudske vrijednosti. Iz tog razloga vrijeme u koje smo uronjeni može se obilježiti porukom: *Sve ima cijenu, ništa vrijednost*. Nedostatak vrijednosti, očito ne predstavlja problem, jer je sapunica uspješno zavela svoju publiku zahtijevajući od nje samo jedno - njenu pozornost.

Sapunica kao takva nije svrha i nema svrhu sama u sebi, nego je ona jedno od sredstava u rukama onih čiji postupci upućuju na isključivo jednu radnju - manipulaciju masama. Uzevši opet u obzir hipnotičke učinke televizije te svakodnevnu uronjenost njezine mlađe publike, koja još nije u potpunosti razvila svoje vlastite stavove, u svijet s ekrana, navodi nas da se zapitamo kakvog to učinka ima na njih? Jedna od teza u knjizi *Tamna strana*

24 Geraghty, Christine. 1997. *Neprekidni serijal: definicija*. Hrvatski filmski ljetopis (9): 102 – 106. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

ekrana prof. dr. Zlatka Miliše tvrdi da *tamo gdje prestaje odgoj - počinje manipulacija*.²⁵ Prema literaturi odgajatelj mladima nudi mogućnosti da sami kreiraju svoj život, a manipulator ne, nego im on kreira život i slobodno vrijeme. Odgajatelj nudi ideale, a manipulator zadovoljenje trenutanih potreba. Prema manipulatoru poželjno ponašanje mladih uključuje imitatorstvo, a isključuje kritičnost. Manipulator, dakle, traži od mladih da budu što vjerniji reproduktivci, a odgajatelj da budu kritičari s vlastitom vizijom i vlastitim inicijativama. Manipulator mladima predlaže život po motu: "što otkačenije, to bolje!". Umjesto poziva na ponos, upornost, dosljednost, kritičnost, kreativnost i dostojanstvo, mladima se nameće potrošnja, rastrošnost i oponašanje. Manipulatori nude "svjetla reflektora", a sebičnost promiču kao (implicitnu) vrednotu. "Indoktriniran medijskim porukama kako postati bogat, moćan i slavan čovjek živi pod nevjerojatnim pritiskom ostvarenja nemogućega, provodi svoj život želeći ostvariti ono što mu netko drugi određuje kao bitno, a što je za njega nebitno." (Ursić I. 2011 *Sva moja sidra*. Split: vlastita naklada, str. 92.). Posljedica toga je da se kod mnogih izgubila želja za spoznavanjem sebe i svijeta oko sebe. Onaj tko je uhvaćen u tu mrežu *postaje robom stvari, a stvari postaju mjerilo čovjeka* (Đ. Šušnjić). Živimo u potrošačkom društvu, pa se djeca od zaigranih i kreativnih bića mijenjaju u sebične i pasivne potrošače. Mediji su paradigma prosljeđivanja općeprihvaćenih normi koje zovemo moral i često su nesvjesni narušavanja jezične (ne)kulture. Potisnuli su knjigu i čitanje, a to se odrazilo na toleranciju grešaka, kršenje pravila naglašavanja, unošenje u standardni jezik nestandardnih grešaka, oblika i riječi, dijalektizme, žargonizme, vulgarizme, nepotrebne tuđice i još mnogo toga čime se narušava književni jezik. Motivacija za učenjem se smanjuje, a djeca u tim diktiranim sadržajima, linijom manjeg otpora, guše ambiciju te internaliziraju takav jezik i sadržaje u svoju svakodnevicu.

Mediji nisu samo važan izvor informacija, obrazovanja i zabave nego su (sve više) i izvor manipulacije i indoktrinacije. Obilje programa koji sadržavaju isključivo filmove ili serije zabavnog i nasilnog sadržaja izmjenjuju način na koji televizija ispunjava svoju kulturološku i edukativnu funkciju, kao i njenu ulogu u procesu globalizacije. Jednosmjernost televizije bila je česta tema društvene misli u drugoj polovici 20. stoljeća. Te su analize uglavnom sadržavale negativne ocjene, jer su na razmjenu informacija između medija i njegovih konzumenata gledale kao na prijenos moći prema širokim masama, za koju je David Reisman u studiji prije pola stoljeća rekao da se pretvara u "usamljenu gomilu".

25 Miliša, Zlatko. 2012. *Tamna strana ekrana*. Varaždin: Tiva tiskara.

Čovjek je društveno biće, a mediji imaju funkciju instrumenta pomoću kojeg građani aktivno sudjeluju u djelovanju društva. Međutim mediji nam samo serviraju iluziju da smo aktivni dio sistema, dok zapravo pasiviziraju gledatelja, jer je komunikacija isključivo jednosmjerna. Oni su produžetak vlasti, kojoj se pruža mogućnost upravljanja narodom zbog komercijalnih i političkih ciljeva. Tako mediji manipuliraju i stavovima svojih konzumenata. Umjesto svjesnih i odgovornih građana, postaje se bezličnim potrošačima medijskih proizvoda, dok mogućnost promjene programa daljinskim upravljačem daje osjećaj kontrole.

Teorija kultivacije jedna je od najčešće isticanih teorija u istraživanju masovnih komunikacija, a istražuje utjecaj koji televizija ostavlja na gledatelja pri poimanju socijalne realnosti. Najpoznatiji oblik hipoteze teorije kultivacije glasi: *oni koji provode više vremena gledajući televiziju imaju više izgleda da će percipirati svijet na način na koji ga predstavlja televizija*. Gerbner je pokušao na nov način pristupiti proučavanju masovnih komunikacija fokusirajući se upravo na sam proces masovne komunikacije. Počevši definicijom komunikacije kao interakcijom putem poruka (formalno kodiranih simboličnih događaja zajedničke kulturne važnosti), Gerbner je uokvirio masovnu komunikaciju kao masovnu produkciju poruka – osmišljen razvoj s ogromnim kulturološkim posljedicama. Analiza kultivacije definirana je kao proučavanje odnosa između institucionaliziranih procesa, sustava oglašavanja, ali i pretpostavki javnosti, te politike i imidža koje kultiviraju. Smatra se da život u okruženju raznih simbola, u kojem određeni tipovi institucija s određenim ciljevima stvaraju određene tipove poruka, teži ka kultivaciji određenih tipova kolektivne svijesti.²⁶

Gerbner i njegovi kolege smatraju kako često gledanje kultivira pretjerana doživljavanja viktimizacije, nepovjerenja i opasnosti, skupa s brojnim netočnim uvjerenjima o zločinu i provođenju zakona. Uspoređujući „teške“ s „lakim“ gledateljima televizije, shvatilo se da će oni koji često gledaju televiziju često i reći da se ljudima ne može vjerovati i da većina ljudi gleda samo svoju korist, inače obrazac poznat kao *sindrom zlog svijeta*. Istraživanje se proširilo kako bi se provjerila kultivacija stereotipa o seksualnim ulogama, političkim orijentacijama i ponašanjima, predodžbi o starenju, uvjerenja i ponašanja vezanih uz zdravlje, mišljenja o znanosti, stavova prema braku i obitelji, poslu, manjinama, seksualnosti, okolišu, religiji, bogatstvu i brojnim drugim problemima. Istraživanje kultivacije pokazalo je kako gledanje televizije donosi mali, ali dosljedan doprinos pri oblikovanju uvjerenja i perspektiva gledatelja.

26 Morgan Michael, James Shanahan. 2010. *Invited essay: The State of Cultivation*. Journal of Broadcasting & Electronic Media.

Proučavanja kultivacije spolnih i obiteljskih uloga nastavljaju pokazivati da televizija doprinosi održavanju tradicionalnih slika i težnji, unatoč mnogim promjenama uloga žena u društvu koje su se dogodile zadnjih nekoliko desetljeća. Istraživači koji se bave ovakvim tipom istraživanja često zasluge pripisuju određenim televizijskim žanrovima. Prilikom proučavanja adolescentkinja i mladih žena u Nizozemskoj Ex, Janssens i Korzilius (2002.) došli su do saznanja da izlaganje *sitcomima* i sapunicama dovodi do prihvaćanja tradicionalnog majčinstva pri kojem bi žene bile odane obitelji i djeci više nego što bi bile usredotočene na život izvan doma.²⁷

Geraghtijeva (1981.) u sapunici primjećuje dvojni stav prema predstavljanju spolova. U njoj se naime nalazi čitav spektar ženskih tipova raznih starosnih dobi, klasa i statusa: *Napredni čimbenik mnogih sapunica jest pripisivanje seksualnosti starijim ženama. Sapunica je valjda jedini televizijski program koji dopušta ženama, koje se, pak, ne uklapaju u stereotip vitkih, mladih i lijepih da imaju ljubavne ili seksualne veze.*

Kara J. Wiergacz i Jennifer L. Lucas u istraživanju prikazivanja žena u sapunicama *Čuda od žena: Prikaz žena u televizijskim soap-operama* iznose nekoliko problema. Prema istraživanju broj samohranih majki u sapunici nije se previše razlikovao od realnog, ali način njihova života jest. Gotovo nijedna samohrana majka nije se našla u konfliktu između poslovnog i privatnog života. Odnosno karijere i brige o djetetu. Samohrane majke u stvarnom životu obično spajaju poslovne obveze s kućanskim poslovima, a često se i namuču dok ne pronađu nekoga tko će im pričuvati dijete za vrijeme dok su na poslu. Većina samohranih majki u sapunici je imala nekog muškarca, a neke i nekoliko njih. Veze i izlasci su za samohrane majke u stvarnosti vrlo teški, ako ne i nemogući, jer mnoge od njih nemaju za to vrijeme, niti im je lako pronaći odgovarajuće partnere. Većina takvih majki u serijalu imala je podršku obitelji. Nije prikazana niti jedna scena u kojoj bi roditelji prekinuli odnose i prestali razgovarati s njom, niti je bilo ikakvih prepirki kada bi se baku zamolilo da pripazi na dijete. Napokon, sve samohrane majke pripadale su višem ili srednjem sloju i nijedna od njih nije imala ekonomskih poteškoća. Ovakav prikaz nije zrcalo stvarnosti u kojoj se samohrane majke moraju useliti nazad k roditeljima ili pouzdati u socijalnu pomoć kako bi skrpale kraj s krajem. Prikazi samohranih majki u sapunicama predstavljaju potencijalnu opasnost mlađoj publici sklonoj nepromišljenom stvaranju dojmova. Odgajanje djeteta prikazano je tako da izgleda suviše lako i zabavno. Ovakav prikaz suprotan je od onoga čemu svjedoče brojna stvarna iskustva. On glorificira samohrano majčinstvo, a njihovi stvarni problemi s

27 Eisend Martin, Jana Möller. 2006. *The influence of TV viewing on consumers' body images and related consumption behavior*. Springer Science + Business Media, LLC.

društvenim ulogama, članovima obitelji i karijerom nisu prikazani. Kao takav, prema teoriji kultivacije, ide na štetu gledatelja. Predstavlja opasnost i zato što sve više *teenagerki* počinje gledati ovakve sadržaje, koji se čine kao prikazi stvarnog života.²⁸

Televizija također prikazuje žene u lažnom svijetlu. Većina žena u sapunici čine se ljepšim, pristupačnijim i ekonomski neovisnijim, od prosječnih žena, što prema teoriji kultivacije, može dovesti do toga da se gledateljicama naruši samopouzdanje ili iskrivi pogled na svijet. Ako se žene ne prepoznaju u likovima koje vide na sapunici, mogu postati i nezadovoljne svojim životom i osjećati se bezvrijedno, jer se muče sa svakodnevnim, ovozemaljskim problemima, dok su žene u sapunici uspješne šefice prestižnih tvrtki zavidna uspjeha.

Mnoga istraživanja kultivacije (Morgan i Shanahan, 1997.) pružila su dokaze o malom, ali upornom odnosu između gledanja televizija i stvaranja uvjerenja o društvu i svijetu koja su slična ili moguće podmetnuta slikama na televizijskim programima. Usprkos tome i dalje nije jasno kako se ovaj proces odvija. Shrum i O'Guinn (1993.) ponudili su jednu od mogućnosti koja se temelji na *bin-modelu* pamćenja (Wyer i Srull, 1989.). Ovaj model predlaže da ljudsko pamćenje odgovara arhivi sa spisima. Kada se stekne nekakva nova informacija o određenoj temi, kopija te informacije smjesti se ispred spisa. Ako se osobu pita da iznese mišljenje o pojedinoj temi ona će koristiti onu informaciju koja je najpristupačnija. Među svima ostalim, dva faktora ipak doprinose većoj pristupačnosti informacijama: frekvencija (učestalost) i aktualnost (svježina). Kada osoba želi povratiti informacije o određenoj temi, sadržaji spisa pretražuju se od naprijed prema nazad. Dakle informacije koje se najčešće ponavljaju i koje su nedavno stečene imaju najveće izgleda da ih se osoba sjeti. Osobe koje redovito gledaju velike količine televizijskih programa koji dosljedno prezentiraju određen pogled na određenu temu mogu skupiti veliki broj televizijskih slika na početku spisa. Kada bi ih se pitalo da kažu svoje mišljenje o socijalnoj realnosti ove bi slike mogle biti najpristupačnije. Kao posljedica toga osoba bi mogla bazirati svoje mišljenje o socijalnoj realnosti upravo na njima.

Prema Rootovoj, novootkriveno poštovanje prema sapunici došlo je s proširivanjem sadržaja s onih prvobitnih, uglavnom kućnih i *ženskih tema*, na novo polje, uključujući mnogo jače muške likove i muževnije priče. Ovakvo obnavljanje sapunice, uz poticanje osjećaja za društvenu svijest, nametnulo je kritičko preispitivanje žanra. One se bave problemima

28 Wiergacz Kara J. , Jennifer L. Lucas. 2003. *Wonder Women: The Portrayal of Women in Television Soap Operas*. Journal of undergraduate research, Psi Chi, The National Honor Society in Psychology.

(alkoholizam, ovisnost, homoseksualnost, nasilje u obitelji itd.) koje druge televizijske forme zanemaruju, i pružaju prostor i vrijeme za istraživanje slojevitosti i posljedica ovakvih problema. Sapunica je prema tome progresivna televizijska forma.

Jedan od lijepih primjera pozitivnog utjecaja telenovele jest serija *Obiteljske veze* gdje je glavni lik Camilla, koja boluje od leukemije. Serija je aktivirala gledatelje i potaknula ih na angažman oko pružanja pomoći oboljelima, nakon čega je zabilježen golem porast donacija koštane srži, krvi i organa. U sociologiji je ova pojava naknadno nazvana *Camilin efekt*.

Smiješan primjer utjecaja sapunice veže se uz srpski gradić Kučevo. Kada je navodno 1997. godine Cassandra, glavni lik istoimene telenovele, greškom optužena za ubojstvo. Potaknuta ovim događajem građanska inicijativa srpskog mjesta Kučevo poslala je pismo venezuelanskoj vladi i bivšem predsjedniku Srbije, Slobodanu Miloševiću, sa zahtjevom da se nepravedno zatvorena Cassandra oslobodi. U znak podrške Kassandri okupilo se dvjestotinjak ljudi, koji su Kassandri bili spremni pružiti i azil u Kučevu. Nije poznato jesu li stanovnici bili ozbiljni.

S druge strane, turske sapunice i njihova popularnost toliko su obmanule svoju publiku turskim jezikom, kulturom i prirodnim ljepotama, što je rezultiralo time da su mnogi poželjeli naučiti jezik ili otputovati u Tursku. Ovo je Turskoj pružilo povećani ekonomski porast.

Očigledno je da postoje loše i određene pozitivne stvari žanra, međutim, čini se da one prve ipak prevladavaju, pogotovo ako se radi o serijalu slabije produkcije. Ako je većina posljedica, koje ovaj sadržaj, uglavnom upitne kvalitete, ostavlja negativan, zašto ima toliku zastupljenost na rasporedu televizijskih programa? Zbog brojne publike navučene na priču koja osigurava vjerne gledatelje, kojima se za vrijeme gledanja serijala u određenom stanju hipnoze pri kojem je njihov kritički aparat poprilično oslabljen, serviraju reklame proizvoda tvrtki koje su spremne platiti skupo televizijsko vrijeme da bi se njihov proizvod prezentirao takvoj publici kako bi ga što uspješnije prodale. Kada je novac u pitanju etika nestaje iz vida, a tada sve sociološke i kulturne posljedice postaju nebitne.

ZAKLJUČAK

Kada se govori o sapunici, kao i o bilo kojoj drugoj temi treba je sagledati iz više kutova. Gledano iz perspektive konzumenta televizijskog programa može se požaliti na obilan broj sapunica koje se svakodnevno emitiraju na svakom pojedinom programu čime je automatski zakrčen put nekim drugim, možda kvalitetnijim i edukativnim sadržajima koji bi se mogli pogledati. S druge strane služi za opuštanje, ali jednako tako tome može poslužiti i film čija je produkcija vjerojatno mnogostruko kvalitetnija. Osvrne li se na tursku sapunicu kao sapunicu bolje kvalitete od dosadašnjih, ona i dalje ostaje u njezinim okvirima priče koja traje do beskraj, te je neizbježno da se ona s vremenom izliže. Kao takva i dalje ostaje samo dobar marketinški potez. Sa stajališta glumca, rad na sapunici, ako se želi imati iole kvalitetnu sapunicu, trebao bi početi tek kada je zanat izbrušen u kazalištu i kada se u nogama ipak ima nekoliko kilometara nakupljenih po kazališnim daskama, stoga u obzir nikako ne bi trebali dolaziti oni koji se glumom nikada u životu nisu bavili. Kazališna predstava ipak je proces koji daje glumcu više vremena za rad na liku i ostvarenju uloge. Pogleda li se na sapunicu kroz prizmu sociologije i psihologije može se primijetiti da njezin utjecaj ima pozitivnih, ali i negativnih primjera. Od humanitarne aktivacije gledatelja, do apsurdnih poistovjećivanja, nametanja nerealnih stavova vrijednosti te prikazivanja iskrivljene slike svijeta. Treba, stoga postaviti pitanje otkuda onda sapunici tolika popularnost? Jasno je da je u pitanju isključivo priča na koju se lako navući i koju je lako pratiti bez obzira kada se počinje pratiti serijal. Razumljiva i predvidiva svima bez pretjeranog naprezanja vijuga, predstavlja idealno sredstvo za opuštanje šarolikoj paleti konzumenata televizijskih sadržaja. Ako im se priča učini dobrom, mnogim gledateljima ništa drugo osim toga neće ni biti važno. Međutim, sve ovo nije bezazleno, jer količina emisija ovakvog sadržaja ima zabrinjavajuće veliku zastupljenost u svakodnevnom programu, što može imati širok dijapazon loših posljedica, stoga je njihovu zastupljenost potrebno reducirati i gledateljima dati pristup kvalitetnijim sadržajima koji će proširiti njihove vidike te oplemeniti njihovu dušu i um.

LITERATURA

- McQueen, David. 2000. *Televizija - Medijski priručnik*. Beograd: CLIO.
- Miliša, Zlatko. 2012. *Tamna strana ekrana*. Varaždin: Tiva tiskara.
- Miliša Zlatko, Mirela Tolić, Nenad Vertovšek. 2009. *Mediji i mladi, prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Sigman, Aric. 2010. *Daljinski upravljani – Kako televizija šteti našim životima i što po tom pitanju možemo učiniti*. Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o.
- Stjepanović, Boro. 2005. *Gluma II; Radnja*. Novi Sad: Sterijino pozorje.
- Stjepanović, Boro. 2005. *Gluma III; Igra*. Novi Sad: Sterijino pozorje.
- Shakespeare, William. *Hamlet, kraljević danski*. Čakovec: Mozaik knjiga.

RADOVI U ČASOPISU

- Aničić, Martina. 1999. *Teagen i Esmeralda ili o sličnosti motiva, karakterizacije i narativnih strategija u antičkom ljubavnom romanu i neprekidnom serijalu ("tv sapunici")*. Hrvatski filmski ljetopis (18): 173-179. Zagreb: Hrvatski filmski savez.
- Benjamin, Walter. 1986. *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije*. Estetički ogledi: 125-151. Zagreb: Školska knjiga.
- Eisend Martin, Jana Möller. 2006. *The influence of TV viewing on consumers' body images and related consumption behavior*. Springer Science + Business Media, LLC.
- Geraghty, Christine. 1997. *Neprekidni serijal: definicija*. Hrvatski filmski ljetopis (9): 102 – 106. Zagreb: Hrvatski filmski savez.
- Ivanišević, Ivica. 1995. *Obiteljski život soap-opere i stripa*. Quorum časopis za književnost (4): 152-160. Zagreb: Naklada MD.
- Jurak, Dragan. 1996. *Beskonačno je lijepo*. Quorum časopis za književnost (4-5): 224-231. Zagreb: Naklada MD.
- Morgan Michael, James Shanahan. 2010. *Invited essay: The State of Cultivation*. Journal of Broadcasting & Electronic Media.
- Mutz C. Diana, Lilach Nir. 2010. *Not Necessarily the News: Does Fictional Television Influence Real-World Policy Preferences?*. Mass Communication & Society Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Pavičić, Jurica. 1995. *Strategija kombinatorike*. Quorum časopis za književnost (4): 131-143. Zagreb: Naklada MD.

Valerio, Silvana. 1995. *Čitanje soap-opere*. Quorum časopis za književnost (4): 145-151. Zagreb: Naklada MD.

Valerio, Silvana. 1996. *Na snimanju soap-opere*. Quorum časopis za književnost (4-5): 199-223. Zagreb: Naklada MD.

Wiergacz Kara J. , Jennifer L. Lucas. 2003. *Wonder Women: The Portrayal of Women in Television Soap Operas*. Journal of undergraduate research, Psi Chi, The National Honor Society in Psychology.

Woo Hyung-Jin, Joseph R. Dominick. 2001. *Daytime television talk shows and the cultivation effect among U.S. and international students*. Journal of Broadcasting & Electronic Media.

INTERNET :

Cuculić, Kim. 2012. *Teatar ili sapunica pitanje je sad*.
<http://www.novilist.hr/Kultura/Kazaliste/Teatar-ili-sapunica-pitanje-je-sad> (20. rujna 2014.)

Lončarić, Amila. 2012. *Koja je prava vrijednost televizijske sapunice*.
<http://www.novinar.me/index.php/drustvo/item/321-koja-je-stvarna-vrijednost-televizijske-sapunice> (20. rujna 2014.)

Sutlović, Leda. 2012. *S vama kroz život*. <http://www.kulturpunkt.hr/content/s-vama-kroz-zivot> (20. rujna. 2014.)

Oršolić, Marijan. 2013. *Sapunice i telenovele od kubanskih tvornica do gospodara malih ekrana*. <http://www.prometej.ba/clanak/drustvo-i-znanost/sapunice-i-telenovele-od-kubanskih-tvornica-do-gospodara-malih-ekrana-1071> (20. rujna 2014.)

Oršolić, Marijan. 2013. *Sapunice: crno - bijeli poligon za dresiranje publike*.
<http://www.prometej.ba/clanak/drustvo-i-znanost/sapunice-crno-bijeli-poligon-za-dresiranje-publike-1108> (20. rujna. 2014.)