

**Nataša Simeunović Bajić**

natasa.simeunovic.bajic@filfak.ni.ac.rs

**Marija Vujović**

marija.vujovic@filfak.ni.ac.rs

**Dragana Pavlović**

dragana.pavlovic@filfak.ni.ac.rs

*Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu*

## **Devedesetih na ekranima RTS-a: analiza ponude domaćih televizijskih serija i stavova publike\***

**Apstrakt:** U kulturnom pamćenju naroda ili pojedinih grupa uvek postoji određena temporalna tačka oko koje se razvijaju složeni diskursi. U Srbiji su to devedesete godine 20. veka. O njima je pisano u mnogim studijama iz različitih perspektiva, ali je istraživanje televizijskog programa iz tog doba prilično zanemareno. Zato se ovaj rad fokusira na TV serije i stavove publike kako bi utvrdio njihovu ulogu u ovom periodu. Metodologija rada zasnovana je na sekundarnim podacima ranije izvedenih istraživanja budući da je iz ove vremenske perspektive teško utvrditi stavove publike prema serijskom programu koji je emitovan 90-ih godina. Iako je na prvi pogled, i laički i akademski, očekivano da se jasne ideološke reprezentacione matrice prepoznaju u serijama emitovanim 90-ih godina na javnom servisu, naše istraživanje pokazuje da to nije slučaj.

**Ključne reči:** TV serije, devedesete, ideologija, publika, RTS

### Uvod

U kulturnom pamćenju naroda ili pojedinih grupa uvek postoji određena temporalna tačka oko koje se razvijaju složeni diskursi. U Srbiji devedesete godine 20. veka predstavljaju jednu od najznačajnijih i najkompleksnijih temporalnih tačaka. Zašto? Podsećamo da na evropskom planu devedesete dolaze nakon pada

\* Zahvalnost: Zahvaljujemo na velikoj pomoći Slavici Josifović (rukovodilac Centra za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS) i Nadi Senić (jedan od urednika RTS3). Zahvaljujemo urednicima i recenzentima časopisa na konstruktivnim sugestijama koje su ovaj rad učinile kvalitetnijim.

Berlinskog zida i burnog sloma komunizma 1989. godine u istočnoevropskim i centralnoevropskim zemljama. Već sledeće godine u ovim komunističkim zemljama birane su po prvi put demokratske vlade. Danas se 1989. godina na mnogo načina posmatra kao godina prekretnica i veliki istorijski rez (v. Ther 2018). Međutim, u Srbiji je društveno-politička situacija bila posebno složena. Srbija je bila deo Jugoslavije koja je 80-ih godina, nakon smrti doživotnog predsednika Josipa Broza Tita, pokazivala sve veće pukotine u svom uređenju, razvoju privrede i dometima federalnog iskustva. Zahtevi vladajućih elita u različitim republikama za što većom samostalnošću mogli su se sve češće čuti u političkoj areni. Širili su se nacionalistički mitovi i afirmisale nepremostivosti razlika, finansijski resursi su bili na izdah. Rat je nažalost bio izvestan, te je početkom 90-ih na prostoru Jugoslavije ostavio izuzetno tragične posledice. Prema Žikićevom adekvatnom interpretiranju značenja „kritičnog događaja“ ili događaja bez predsedana koji je objašnjavala Vina Das, takvim događajem se u nas može smatrati dezintegracija zajedničke države, ali ne kao vremenski uobličen trenutak, nego kao fenomen koji je i „ishod i ishodište, istovremeno“ (Žikić 2013, 28).

U Srbije je već od 1987. godine centralna politička figura postao Slobodan Milošević, čija je vladavine 90-ih godina obeležena nestašicom osnovnih životnih namirnica, nestašicom goriva, restrikcijama struje, porastom kriminala, enormnom inflacijom, embargom, NATO bombardovanjem, talasom izbeglica i izolacijom zemlje. Međutim, to su samo pojedini elementi koji čine složenim diskurs devedesetih u Srbiji. Postoje i kulturne predstave o Evropi (Žikić 2013), ideologija plastike (Matić i Stojanović 2010), alternativne javne sfere (Erdei 2008), hibridna tranzicija (Antonijević 2009), predstave o gubitnicima i dobitnicima tranzicije (Trifunović 2009) i dr. Vrlo je zanimljivo što je ta tranzicija 90-ih godina izgledala izvitopereno i naziva se različitim imenima: *prva tranzicija*, *blokirana transformacija* ili *hibridna tranzicija* (v. Antonijević 2009). Koji god termin da izaberemo, jasne su karakteristike „ogoljene, borbe za preraspodelu materijalnih dobara i društvenih funkcija i privilegija“ (Tripković 2001). Nakon svrgavanja Slobodana Miloševića sa vlasti 5. oktobra 2000. godine njegovo ime je poprimilo najveći procenat tamnih boja koje su zbog njega, kao glavnog simbola, obeležavale i same devedesete godine. Kako je vreme prolazilo, odnos prema političkoj figuri Miloševića se menjao, posebno posle smrti u pritvoru Haškog tribunala u vreme sudskog procesa koji je protiv njega još uvek vođen. I sam diskurs devedesetih poprimao je nove transformacije. Povremeno su se pojavljivali glasovi koji nisu govorili o devedesetima kao o najgoroj deceniji, već su počeli da dublje proučavaju život iz svake perspektive u ovom periodu. Nezavisno od toga da li i koliko postoji kritičara tog vremena, važno je naglasiti jednu sasvim jednostavnu i izvesnu činjenicu: život je tekao. Polazeći od te činjenice, moguće je koliko i potrebno razmatrati uslove pod kojima je medijski sistem funkcionisao, ali i uticaje na obične ljude koji su svakodnevno delili

obrasce kulture u nastajanju. Zbog toga je važno utvrditi kakav je bio status RTS-a kao produkcije i emitera televizijskog programa u takvom sistemu i kako je publika reagovala na ponudu domaćih i stranih TV serija. Izabrane su TV serije kao autentični televizijski žanr koji, iako često smeštan u zabavne sadržaje niske estetske vrednosti, pokazuje svoju političnost i ideološku pozadinu u složenim vremenima (v. Simeunović Bajić 2018).

### Teorijska pozadina i metodološki okvir

Teorijsko utemeljenje ovaj rad nalazi u najširem spektru kritičkih medijskih studija i kulturnih studija. O televizijskim serijama je do sada napisano dosta radova, ali ipak ni približno koliko o filmu. Za razliku od serija, film je stekao status umetnosti i danas to niko ne osporava. Međutim, stvari stoje nešto drugačije sa serijama. One su često posmatrane kroz prizmu lošeg, komercijalnog, jeftinog i jednostavnog uživanja. Vrlo teško se dokazuje postojanje estetskih elemenata u ovom televizijskom žanru. Ako to nije moguće ili nije poželjno, potrebno je usredsrediti se na polje popularne estetike ili, šire od toga, na kalofaniju (v. Simeunović Bajić 2018). Šta je zapravo TV serija? Svakako nije, ili bar nije samo, produkt komercijalnog televizijskog stvaralaštva. Ne, ona se ne može posmatrati ni kao kič, jer je preveliki broj ostvarenja na osnovu kojih nije moguće izvesti takvu generalizaciju. TV serija je „jedini žanr igranog programa koji može zadovoljiti potrebu gledaoca za rutinom“ (Eskenazi 2013). Čak i u vreme kada serije nisu više vezane samo za tradicionalne televizijske forme emitovanja, one se ističu poštovanjem istih narativnih formula i predstavljaju deo receptivnog rituala, kako je to lepo objasnio Eskenazi (2013). Da bi se stvorila jedna uspešna televizijska serija, neophodno je zadovoljiti mnogobrojne faktore: komercijalno-finansijske, produkcione, tehničke, ali i kreativne i kulturološke.<sup>1</sup> To je realizacija veoma velikog projekta u kome učestvuje ogroman broj subjekata. Kao što postoje niskobudžetni filmovi s autorskim pečatom izuzetne estetske vrednosti, tako postoje i TV serije u koje nije uloženo mnogo novca, a koje su postigle veliku gledanost, jer su kreativno odgovorile na različite vrste izazova (Lewis 2000). Takva je na primer TV serija *Grlom u jagode* Srđana Karanovića proizvedena 1975. godine (v. Simeunović Bajić 2018). Međutim, serije nisu samo deo narativnog sveta i ne pripadaju isključivo audio-vizuelnom sadržaju bilo televizije bilo neke druge platforme. U njima se reprezentuje određeni pogled na svet, određena ideja, određeni junaci i odnosi među njima.

<sup>1</sup> Primera ima dosta, ali je možda u ovom trenutku najaktuelniji onaj koji se odnosi na planetarni uspeh španske serije *La Casa de Papel*, koja nesumnjivo u sebi sadrži važne kreativne domete i kulturološka značenja, ali ne bi mogla da osvoji toliko veliki deo svetske publike da je nije preuzeo i re-kreirao najpoznatiji striming servis Netflix.

Ideologija zato nije nešto što televizijska serija može da prenebregne. U ovom smislu, televizijsku kulturu je moguće sagledavati iz perspektive ne-redukcioniističke teorije ideologije, „koja podrazumeva dinamičnu napetost između društvenih ograničenja i ljudske kreativnosti, ideologije i hegemonije, hegemonije i zdravog razuma“ (Rivera-Perez 1996, 48). Dakle, ni kreativno osmišljavanje narativnog sveta jedne televizijske serije, makar iz najdalje prošlosti, ne može biti oslobođeno ideološkog naboja, jer konstantno postoji dinamična napetost među ključnim društvenim konceptima. Upravo u ovoj napetosti važno je razmotriti ulogu publike.

U kritičkim medijskim studijama veza između ideologije, medijskih tekstova i publike odavno je prepoznata (Gurevitch et al 2005; Durham and Kellner 2012). Ovde svakako ne mislimo na dostignuća teorija o direktnom uticaju medijskih poruka na publiku koja su prevaziđena ili osporena, već na fine ideološke nanose koji se ne mogu očitovati na prvi pogled u popularnim medijskim sadržajima. U tom smislu, nije razložno koristiti binarne suprotnosti u analizi ideologije unutar ovih sadržaja, kao što su npr. oštre razlike između kvalifikacija dobro i loše. Na taj način bi analiza prešla u dnevno-političku kritiku i ne bi pomogla otkrivanju značenja koja su vrlo složeno upletena u medijske tekstove. Zbog toga je potrebna detaljnija analiza koja predstavlja svojevrsni „prozor u šire ideološke rasprave“ koje se odvijaju u društvu, jer nam takav prozor pomaže da sagledamo kakve „ideje kruže medijskim tekstovima“, kako su konstruisane, kako se tokom vremena menjaju i „kada se isprobavaju“ (Croteau and Hoynes 2003, 163). I više od toga, ovaj *prozor u šire ideološke rasprave* omogućuje i da se publika posmatra kao relevantni subjekt u kružnom komunikacionom procesu na čijoj strani takođe dolazi do proizvodnje značenja, onako kako je to Stjuart Hol objasnio još 1973. godine.<sup>2</sup> To, najjednostavnije, znači da je moguće u popularnim tekstovima učitati određeno preferirano značenje, ali publika je istovredni subjekt (ne pasivni objekt) i može to značenje na različite načine dekodirati, osmisliti, interpretirati, proširiti. Zato je posebno značajno učiniti povratak u devedesete u istraživačkom smislu i pokrenuti pitanja koja izvire iz ovih razmatranja.

Metodologija rada zasnovana je na sekundarnim podacima ranije izvedenih istraživanja budući da je iz ove vremenske perspektive teško utvrditi stavove publike prema serijskom programu koji je emitovan 90-ih godina. Korišćeni su istraživački izveštaji Centra za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS, a kako bi se definisala opštija slika o ponudi televizijskih serija, urađena je kratka analiza pojedinačnih ostvarenja iz tog perioda. Upotrebljene su metode: istorijska analiza, analiza sadržaja i komparativna analiza, dakle, dominira kva-

<sup>2</sup> Linearni model pošiljalac – poruka – recipijent prevaziđen je i Hol nudi složenije tumačenje procesa komuniciranja kroz uspostavljanje cirkularnog modela i dodeljivanje aktivnog statusa publici (v. Hol 2008).

litativni pristup. Kvantifikacija je postignuta samo u domenu navođenja sekundarnih podataka. Smatramo da je izdvojena metodologija dovoljna za uspešno predstavljanje i razumevanje serijskog programa RTS-a 90-ih godina 20. veka.

### Domaća literatura o televizijskim serijama

Još 2005. godine Miša Đurković je uočio neproporcionalnost između broja domaćih televizijskih serija i broja naučnih radova u kojima su one dominantni istraživački fokus. Na vrlo inspirativan način on objašnjava koliko su domaće serije učestvovala u izgradnji kulturnog pamćenja generacija koje su odrastale i sazrevala uz njih, ali istovremeno pokazuje neophodnost rada na studioznoj analizi domaće produkcije (Đurković 2005). Međutim, Đurković je u svom radu izveo uspešnu žanrovsku, diskurzivnu pa i ideološku analizu, ali prvenstveno perioda koji je usledio nakon devedesetih godina zaključujući da se za zaista mali broj serija iz tog perioda može reći „da su relativno ili sasvim uspešne” (Đurković 2005, 377). Slične domete detaljnije analize TV serija u određenom periodu daje rad Vanje Šibalić o TV serijama iz vrlo bliske prošlosti. Ona, između ostalog, nudi društvena objašnjenja za bavljenje tematikom vojske, fudbala i košarke, ali iznad svega daje dva vrlo značajna opštija zaključka: uloga istraživanja u generisanju interesovanja publike i negovanje lokalne posebnosti unutar uvezenih i dominantnih koncepata (Šibalić 2018).

Što se tiče serija iz dalje socijalističke prošlosti, rad Vuletića i Zvijera, sa naslovom *Modernizacijski karakter TV serija: sitkomi RTB s kraja 1960-tih i početka 1970-tih godina*, predstavlja sociološku analizu povezanosti televizijskih serija i društva u kome nastaju. Konkretno, autori su analizirali serije snimane u Jugoslaviji šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog veka, a koje su imale značajan uticaj na modernizacijske procese u socijalizmu. Kroz afirmativan, ali i komičan odnos prema urbanizaciji, rodnoj emancipaciji, obrazovanju, ali i novim tendencijama u razvoju privatnog ekonomskog sektora, ove serije su menjale vrednosne orijentacije stanovništva. Autori smatraju da su baš sitkomi predstavljali sedamdesetih godina mnogo više od jednostavne zabave, jer su se takve serije „podsmevale parohijalnom mentalitetu i žigosale su uvezene prakse koje su ometale moderni razvoj društva” (Vuletić i Zvijer 2018, 129). Analizirane serije *Muzikanti*, *Kamiondžije*, *Pozorište u kući* su u potpunosti odražavale prisutnu napetost između tradicionalnih obrazaca, zahteva socijalističkog uređenja i globalnih modernizacijskih procesa.

Serija *Pozorište u kući*, koja je snimana tokom sedamdesetih i u prvim godinama osamdesetih, bila je predmet posebne analize u radu *Fragmenti jugoslovenske socijalističke modernosti 1970-ih u TV seriji, „Pozorište u kući”*. Autorka Erdei ističe značaj socijalizatorske uloge ove serije koja je, prikazujući modernu

jugoslovensku porodicu, uticala na izgradnju svakodnevnog života, vrednosnih sistema i normi ponašanja građana. Jasno je vidljiva raslojenost tadašnjeg društva „i postojanje ‘manje’ i ‘više’ uspešnih osoba, a često se provlače izjave o tome kako ‘neki’ uspevaju da ‘grabe prilike’...” (Erdei 2017, 556). Serija prikazuje tadašnje probleme i nedostatke socijalističkog uređenja društva.

Jednu sveobuhvatniju analizu, onakvu kakvu opisuje Đurković s početka priče o domaćim istraživanjima, daje Ivan Kovačević baveći se antropologijom TV serija. Sem kratkog ali ipak detaljnog osvrta na sva prethodna domaća istraživanja u ovoj oblasti, Kovačević se bavi i promenama produkcije i recepcije TV serija do koje je došlo zahvaljujući razvoju digitalnih tehnologija, predstavlja osnove antropologije TV serija i nudi antropološku analizu TV serija. Ono što je potrebno naglasiti i ponoviti, iako se čini da smo takve stavove odavno prevazišli, jeste sledeće: „Antropologija ne prihvata krajnje pojednostavljene i ideološki formirane predstave o tome da kulturna industrija modeluje svest konzumenata u cilju njihovog daljeg potčinjavanja kapitalu” (Kovačević 2018, 105). Takođe, Kovačević i Brujić u još jednom radu o TV serijama ističu značaj antropološkog istraživanja TV serija zbog njihovog velikog uticaja na gledaoce, jer se njima mogu postaviti različita i važna pitanja o identitetu, pripadnosti, kulturi, drugosti ili o disparitetima selo-grad. Televizijske serije “mogu da služe za socijalizaciju ali i socijalno diferenciranje među ljudima” (Kovačević i Brujić 2014, 398, 399).

Međutim, u navedenoj dosadašnjoj literaturi o domaćim TV serijama ipak nema radova koji se odnose samo na period 90-ih godina čime ovaj rad dobija svoje opravdanje.

## Kultura 90-ih

Kultura 90-ih u Srbiji obeležena je revidiranjem ranijih kulturnih obrazaca koji su stvoreni u jugoslovensko doba, kao i uvođenjem nekih potpuno novih. U istraživačkim radovima na srpskom jeziku najčešće se govori o dominantnom kulturnom modelu koji je proizvodio turbo-folk kulturu<sup>3</sup>, a koji je, zapravo, hipertrofirana verzija populističkog novokomponovanog kulturnog modela s elementima kič-patriotizma (Dragičević Šešić 1994). Ona se javlja u društvenom i političkom kontekstu onoga što Erik Gordi naziva destrukcijom alternativa (Gordy 2010), misleći na miloševićevsku proizvodnju diskursa o nepostojanju

---

<sup>3</sup> Oštru, ali široko naučno zasnovanu kritiku turbo-folka kao posebnog kulturnog obrasca izlaže Mirko Miletić, naglašavajući da su „neshvaćena tradicija i naopako interpretirana modernizacija temelji ovog obrasca, u kojem se društvene interakcije zasnivaju na golim interesima, komuniciranje svodi na konflikt, a samoaktuelizacija čoveka u javnoj sferi na agresivnu promociju i/ili mimikriju” (Miletić 2013).

drugačijeg načina zasnivanja i sprovođenja vlasti izvan nacionalističke retorike koja je zaposela svakodnevne živote ljudi u Srbiji. Iako se značenje turbo-folk kulture poima na dva sasvim antipodna načina, kao sluškinja vladajućeg režima (Kronja 2006) ili kao u potpunosti prepuštena tržištu (Đurković 2002), tadašnja vladajuća elita nije mogla da organizovano sprovodi državni kulturni model zasnovan na turbo-folk kulturi, kao što ova kultura nije mogla u potpunosti da bude zasnovana na tržišnim principima, a sasvim oslobođena državnog uticaja. Ukoliko se posmatra celina ovog fenomena i njegov period uspona i razlaganja, može se govoriti o prevazi jednog ili drugog u pojedinim fazama. Takođe ne treba element isključivosti da bude dominantan ni u upotrebi imenovanja celokupne popularne kulture 90-ih, ali ni kao sveobuhvatni nadređeni pojam. U ovom istraživačkom kontekstu podsetićemo da je turbo-folk svojevrsni oblik postjugoslovenske popularne kulture nastao nakon dezintegracije zajedničke države i nadahnut posledicama te dezintegracije kao i, u pojedinim aspektima, „artikulacijom miloševićevske nacionalističke politike u uslovima neregulisanog muzičkog tržišta kada publika u izolovanoj zemlji prihvata upisana preferirana značenja dominantne ideologije kroz naglašavanje prividne otvorenosti i slobode u spajanju nacionalnog i kosmopolitskog“ (v. Simeunović Bajić 2015). Takođe, treba skrenuti pažnju da Đurković smatra da kritike prema turbo-folku nisu dobro postavljene i zapravo kritikuje dotadašnje kritike naglašavajući da se pogrešno sve svrstava u ovaj pravac, a da on zapravo uopšte nije oznaka za muzički žanr, nego je samo jedna *ideološka odrednica* (Đurković 2004).

Vrlo su zanimljivi i revitalizovani binarni muzički kulturni obrasci, tj. raznovrsni antipodni i čak oksimoronski spojevi (urbano – seosko, inostrano – domaće, moderno – staro, idealno – loše, skromno – raskošno). Oni su podržani televizijom (novim komercijalnim televizijama kao što je Pink), radiom i štampom. Uz njih idu i sledeći toposi u najširem okviru kulturnih svakodnevnih praksi: igranje tetrisa, korišćenje pejdžera<sup>4</sup>, slušanje tranzistora, pravljenje domaćeg eu-rokrema, kupovina na buvljaku, predviđanja vidovnjaka i vračara, idealizovanje kriminalaca itd. Oni, naravno, nisu karakteristični za celokupnu populaciju tog vremena, već predstavljaju podsećanje na to da su takve prakse postojale i da su neke od njih bile apsurdni spoj napretka tehnologije i društvene krize (npr. usluge vidovnjaka preko radija i televizije koje je baš 90-ih godina ustanovljeno kao relativno stalni obrazac s obzirom na to da i danas postoje lokalne televizije na kojima se ovakav program emituje). Najznačajniju simboličku projekciju tame ovog doba, u kome su izvitoperene ili poništene mnoge vrednosti, nudi, s jedne strane, video-spot pesme grupe Mobi Dik *Kralj kokaina*, a s druge strane, direktni prenos svadbe estradne zvezde Cece Veličković i komandanta paravojne

<sup>4</sup> Na primer, vrlo zanimljivu analizu pejdžer kulture daju Matić i Stojanović u studiji *Plastične devedesete* govoreći o tome da su pejdžeri i prvi mobilni telefoni gradili sliku u društvu o važnosti njihovih vlasnika (v. Matić i Stojanović 2010).

formacije, ratnog profitera, vođe jedne političke stranke i pseudo-biznismena Željka Ražnatovića Arkana. Prenos je bio najveći medijski događaj u to doba. Posljednja decenija je pri svom kraju iznedrila nešto drugačije topose uličnih performansa studenata i protivnika režima, kao i target kulturu za vreme NATO agresije (v. Simeunović Bajić 2015).

Pokazalo se da su u novim društveno-političkim i medijsko-kulturološkim uslovima devedesete godine bile izuzetno plodne za stvaranje mnogobrojnih komercijalnih i privatnih medija (Radojković 2008). Međutim, veliki broj njih počeo je sa radom pre nego što je normativnim, legislativnim i regulatornim okvirom obezbeđeno jasno funkcionisanje dualnog sistema radiodifuzije. Nedostatak uređene organizacije medijskog sistema, ideološka kontrola medija, širenje privatnih medijskih korporacija i pojava piratskih medija reflektovali su sukob dominantne političke stranke s opozicionim strankama (Simeunović Bajić 2020). Radio-televizija Srbije, kao direktna naslednica Televizije Beograd, po prvi put se susrela sa izazovima konkurentne borbe u ponudi sadržaja, budući da je decenijama pre toga (od nastanka 1958. godine) predstavljala jedinu i dominantnu televiziju koja je socijalizovala publiku. Taj period je bio težak, a kulminirao je rušenjem dela infrastrukture u NATO bombardovanju. Ipak, RTS se tokom devedestih godina trudila da održi kvalitet ponude programa, a vrlo je zanimljivo pratiti šta se na ovom polju dešavalo kada je reč o televizijskim serijama. U to vreme postojala su tri programa RTS-a.

### Pregled i analiza TV serija na ekranima RTS-a 90-ih

Na samom početku neophodno je napomenuti da postoje ograničenja u istraživanju ove tematike. Jedini Vodič objavila je Bojana Andrić i on sadrži pregled produkcije od nastanka TV Beograd do 1995. godine. Nakon toga, niko drugi nije radio sličan popis. Pošto arhivski sadržaji u RTS-u nisu sasvim uređeni kako bi ih koristili istraživači, a nisu ni digitalizovani te se mnogi materijali i dalje čuvaju u papirnoj formi, nije moguće dobiti sve podatke niti stvoriti jasnu sliku o produkciji u ovom periodu. Takođe, elektronsko merenje gledanosti uvedeno je 2003. godine pa nisu dostupni ni svi podaci o tome. Na osnovu različitih izvora, moguće je rekonstruisati ponudu domaćih televizijskih serija, a što se tiče strane produkcije, biće navedene samo najpopularnije.

#### *Kratak pregled ponude TV serija*

Tri vrlo kratke dramske serije, *Jastuk groba moga*, *Vreme čuda* i *Seobe*, sa držale su svega po dve epizode. Prva je emitovana 1991. i prati ljubavni život Dositeja Obradovića 1807. godine u Trstu, a druga je emitovana iste godine i za-



snovana je na romanesknom svetu Borislava Pekića. Treća je emitovana 1995. i takođe predstavlja televizijsku adaptaciju poznatog romana Miloša Crnjanskog (v. Andrić 1995). Ove serije vraćaju gledaoce u prošlost u tri različita doba – vreme seoba Srba u južne delove Ugarske, vreme prvog ustanka protiv Turaka i život poznatog pisca u inostranstvu, i vreme neposredno nakon Drugog svet-skog rata. *Agencija Kikom* je bila nešto duža i sadržala je pet kratkih epizoda, a emitovana je 1990. godine. Za razliku od prve tri, ovo je humoristička serija (v. Andrić 1995). Godine 1991. emitovana je malo poznata i skoro zaboravljena TV seija, *U ime zakona*, u kojoj su glavne uloge imali Svetislav Gončić, Đuza Stojiljković i Bata Živojinović. Ona je imala deset epizoda (v. Andrić 1995). Istovremeno, 1990. i 1991. godine emitovan je i drugi ciklus jedne od najpopu-larnijih domaćih serija, i poslednje velike jugoslovenske serije, *Bolji život*. Se-rija koja prati dešavanja u ruralnim krajevima Crne Gore pod zanimlji-vim nazivom, *Volim i ja nerandže... no trpim*, emitovana je 1992. godi-ne i režirali su je Zdravko Šotra i Slobodan Šuljagić. Godine 1993. i 1994. u vreme najtragičnijih sukoba u BiH emitovana je humoristička serije *Policajac sa Petlovog brda* u dva ciklusa i prikazivala je zgrade i nezgode samohranog policajca i njegove dece. Ponovno vraćanje u prošlost vladavine Obrenovića do-nosi serija *Kraj dinastije Obrenovića*, a emitovana je 1995. godine i imala je 11 epizoda. Branka Otaše-vić izdvaja glumu Aleksandra Ber-čeka: „Zbog Berčekove glumačke ubedljivosti snažan kao dramski lik i u trenucima životne rezignacije i crnih slutnji, stari kralj je jedna od ličnosti koja je odmah dala punoću ovoj seriji“ (navedeno prema An-drić 1995).



Scena iz serije *Kraj Dinastije Obrenović*,  
izvor: IMDB, <https://www.imdb.com/title/tt0191699/mediaviewer/rm2946042112>

Zato što je postojao veliki broj repriza, najpoznatija serija iz tog perioda je serija *Srećni ljudi*, emitovana u dva ciklusa, 1993–1994 i 1995–1996. Ujedno, ona je je i najduža serija iz ovog doba pošto je imala ukupno 56 epizoda. Kasnije je snimljena još jedna slična serija, *Porodično blago*, 1998. godine. Dijahronijski, društveno-politički kontekst obe serije, dakle, vreme kada su nastale i emi-

tovane može se odrediti „kao period tzv. prve tranzicije, s tim što bi se moglo reći da jedna serija („Srećni ljudi“) pripada ranoj, a druga („Porodično blago“) poznoj fazi tog perioda“ (Trifunović 2009a, 136). *Porodično blago*, kao i *Srećni ljudi* i takođe *Stižu dolari* 2004, predstavljaju samo slična i manje uspešna ostvarenja Siniše Pavića nakon ubedljive serije *Bolji život*. Iako se u ovim serijama susrećemo sa životnim likovima i svakodnevnim pričama običnih ljudi, one ne dostižu visoke domete kreativnog rada. Međutim, zanimljivo je videti šta publika misli o tome što će biti pokazano u sledećim odeljcima.

Treba napomenuti, što se tiče inostranog televizijskog programa, sa kojima se domaća produkcija takmičila, da su 90-te će bile upamćene po hispanoameričkim serijama. Treći program RTS-a prvi je počeo da emituje te serije: *I bogati plaću*, *Gušterov osmeh*, *Divlja ruža*, *Kassandra*, *Ljovisna*, *Marisol*, *Gospođica*. Treći program je bio poznat i po drugim inostranim serijskim produkcijama koje su namenjene mladima pa su iz tog vremena poznate serije *Nestašne godine* i *Zvono kao spas*. Prvi i drugi program bili su rezervisani za neke druge manje poznate inostrane serije koje se nisu mogle takmičiti s onima emitovanim tih godina na televiziji Pink.

#### *Kratka analiza TV serija*

Šta se može videti iz ponude ovih televizijskih serija? Na prvi pogled izgleda neobično, jer su 90-te godine u javnom diskursu i društvenim istraživanjima predstavljene kao posebno traumatično vreme. Međutim, iz navedenih TV serija to se ne može primetiti. One ili reprezentuju prošlost nudeći tako eskapizam, ili na humoristički način obrađuju teme društvene stvarnosti iz čega u vizuelnim kodovima nije moguće prepoznati oštriju kritiku. Pogotovo to nije moguće izdvojiti s obzirom na jednostavne i ponovljene elemente *Srećnih ljudi* i *Porodičnog blaga*. Nakon gledanja ovih serija ne ostaje gorak ukus. Istina, nije ni neophodno da svaka serija donosi jedno takvo iskustvo, ali se čini da je ono skoro eliminisano iz serijske ponude 90-ih godina. Jedina takva serija je *Gore-Dole*, po scenariju Gordana Mihića, a u režiji Miloša Radivojevića i Miroslava Lekića. Ona je emitovana 1996. i 1997. godine. Nakon nje ostaje taj gorak ukus, jer reprezentuje načine na koje se sa surovom društvenom stvarnošću bore članovi jedne građanske porodice dok istovremeno posmatraju uspon nove elite, čime se ukazuje na pervertovanje vrednosti, položaja i socijalnog kapitala. Sem nje, posebnu pažnju zavređuje serija *Otvorena vrata*. Kao što je nekad Slobodan Novaković rekao za seriju *Grlom u jagode* (mada zbog drugih razloga) isto se tako može reći i za ovu seriju u domenu iskorišćenosti apsurdna, groteske i ironije: kao da je došla „iz nekog drugog sveta“ (Simeunović Bajić 2018, 95). Scenario je napisala za ovu seriju Biljana Srbljanović, ali i drugi autori su bili scenaristi pojedinih epizoda (v. Andrić 1995), muziku su komponovali Dragan

Ilić i Bajaga, a režirao ju je Miloš Radović (kao i kod scenarija, i drugi autori su režirali pojedine epizode). Raspodela uloga je pokazala da odabrane glumce niko ne bi mogao zameniti u ovim ulogama. Kada se to nakon izvesnog vremena prepozna, to je jedan od znakova uspele serije. Iako su *Otvorena vrata* u osnovi sitkom, originalnost i autentičnost reprezentovanog iskustva odvaja ovu seriju od poznatih jednostavnih obrazaca na kojima se zasniva takav televizijski žanr. Ona crpi svoju punoću iz tadašnjih mnogobrojnih društveno-političkih posrnuća, ali je kombinovanje različitih fenomenoloških elemenata datih kroz grotesknu, ironičnu i smehotvornu vizuru ono što seriju čini originalnom i, iznad svega, kreativnom. Verovatno je glumica Bojana Maljević u pravu kada kaže: „*Otvorena vrata* nikada nije bila, niti će ikada biti serija za svakoga ko ima televizor” (J. M. 2013). No, iz perspektive menadžmenta medija i dopadljivosti sadržaja publici, serije ovakvog tipa vrlo teško bi mogle da opstanu, s obzirom na to da se teži što većoj gledanosti.



Glumci serije *Otvorena vrata*, izvor: IMDB, <https://www.imdb.com/title/tt0191714/mediaviewer/rm524552192>

### *Analiza stavova publike*

Na ovom mestu biće izdvojena četiri istraživanja koja je Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS sproveo u deceniji koja predstavlja vremenski okvir rada. Prvo ćemo analizirati stavove publike o TV seriji *Srećni ljudi*, onoj koja se kasnije najčešće reprizirala. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 833 gledaoca. Najveći deo publike ovu seriju ocenjuje visokim ocenama: 4 (36.3%) i 5 (43.5%). Osrednjim kvalitetom seriju je ocenilo 13.9% gledalaca, a niskim ocenama, 2 (3.8%) i 1 (1.4) (v. Isailović 1996). Sudeći prema ocenama i bez obzira na epigonske elemente, publika je ovu seriju zavolela. Međutim, na pitanja o dopadljivosti serija na RTS-u u to vreme, što se tiče dužine i sadržaja, dobijeni su različiti odgovori. Više od polovine anketiranih gledalaca (55%) vole duge serije kao što su *Srećni ljudi*, trećina želi kraće i raznovrsnije serije, a delu publike koju čini 13.8% nije važna dužina, već da su duhovite (v. Isailović 1996). Vrlo je zanimljivo i to šta su gledaoci rekli u vezi sa sopstvenim željama prema serijskom programu: najveći broj njih bi želeo serije sa ljubavnim sadržajima (što je Zdravko Šotra tek kasnije postigao adaptacijama romana Mir-jam), a najmanje interesovanja gledaoci imaju za ratnu tematiku što je očekivano budući da su vesti i slike sa frontova bile iz njihove

bliske prošlosti. Jagoda Isailović zaključuje „da vreme klasične stvarnosti bliske humorističko-satirične slike naših naravi u svakodnevnom životu, nipošto nije prošlo” (1996). Dokaz za to je i najnovija serija, 25 godina posle emitovanja *Srećnih ljudi, Junaci našeg doba*.

TV serija *Gore-dole*, iako sa mnogo blažim humorom i dosta oštrijom kritikom društva, naišla je na osrednji odziv u gledalištu prema svim analiziranim parametrima. Rezultati istraživanja na uzorku od 1048 gledalaca (podeljenih na stratum Centralna Srbija, Beograd, Vojvodina, Kosovo i Metohija) pokazuju da se serija nedeljom uveče prati (redovno, povremeno ili retko) u velikom procentu, skoro 70%, a da je najredovnije gleda 30.7% gledalaca (Isailović 1997). Najredovniji gledaoci su tada bili gledaoci sa Kosova i Metohije, 42.9%. Iako je radnja serije smeštena u prestonicu, najviše onih koji ne gledaju seriju je upravo iz Beograda, 46.7%. Autorka izveštaja to objašnjava na ovaj način: „Može se pretpostaviti da je pad rejtinga u Beogradu i Vojvodini uslovljen – makar u izvesnoj meri, koju je teško precizirati – i posebnim društvenim preokupacijama date populacije u posmatranom periodu“ (Isailović 1997). Nadovezujući se na ovo tumačenje, sa distance od 24 godine, možemo slobodno reći da su te „društvene preokupacije“ zapravo masovni protesti 1996. i 1997. godine protiv vlasti Slobodana Miloševića koja je odbila da prizna pobjedu opozicije na lokalnim izborima. Pošto su se održavali uveče u vreme trajanja Dnevnika, vrlo je moguće da jedan deo gledališta bio na ulicama. Istraživanje se bavilo takođe procenama vernosti događaja u seriji, raspoloženjem nakon gledanja i time šta je u seriji najbliže stvarnom životu. Da su događaji u seriji prikazani verno, u potpunosti ili uglavnom, smatra skoro 75% ispitanika. Najčešći osećaj nakon gledanja serije je rastuženost, 38.1%. Zanimljivo je da, zbog istih 'društvenih preokupacija', takav osećaj imaju najviše gledaoci u Beogradu, 43.7%. Najviše ravnodušnih gledalaca ima u Vojvodini. Takođe je vrlo interesantno što je u gledaocima sa Kosova ova serija najmanje budila osećaj rastuženosti, ali zato u najvećem procentu izazivala razmišljanja o borbi dobra i zla u današnjem vremenu, 41% (Isailović 1997). Ovo takođe nije slučajno budući da su se u tom periodu radale paralelne institucije, srpske i albanske, da su tenzije rasle a OVK počela terorističke napade 1996. godine na „nosioc srpske vlasti“ (Pavlica 2011). Dakle, pokazuje se da su stavovi publike prema ovoj seriji ipak bili utemeljeni u tadašnjoj društveno-političkoj situaciji.

Serija *Otvorena vrata* prikazivana je petkom uveče posle Dnevnika od 25. novembra 1994. godine u produkciji firme Monte Rojal i Beobanke. Istraživanje je obavljeno nakon 17. epizode na uzorku od 1108 gledalaca starijih od 10 godina (Isailović 1995). Ovde su uključena i deca, jer se pretpostavilo da je serija podobna za sve generacije. Međutim, iz ankete saznajemo da su sagovornici govorili kako ovu seriju prate i deca mlađa od 10 godina. Najviše su seriju pratili mladi gledaoci od 11 do 20 godina, a stvarni auditorijum serije je iznosio 56.1%.

Najveći procenat ispitanika sa Kosova, čak 84%, ne bi u seriji ništa promenili. Najveći broj ispitanika ocenio je ovu seriju četvorkom (40.6%), a 29% dalo je ocenu 5. Gledeocima se najviše dopala gluma, a glumci su rangirani ovako:

1. Vesna Trivalić
2. Sofija Jović
3. Milan Gutović itd.

Zanimljivo je da je ovo istraživanje dopunjeno anketiranjem kontrolne grupe ispitanika, a nju je činilo 99 đaka petih, šestih i sedmih razreda dve osnovne škole iz Novog Sada i Beograda. Kod njih se redosled dopadljivosti glumaca razlikovao pa je na prvo mesto došla Sofija Jović, na drugo Bojana Maljević, a na treće Vesna Trivalić (v. Isailović 1995). Ova razlika je očekivana budući da su đacima najprijemčivije bile najmlađe glumice. Novosadski đaci (82%) su bili redovniji u gledanju serije od beogradskih (58%). Pohvale seriji iskazane su krot sledeće formulacije: *Serija je aktuelna i moderna; Sve mi se sviđa, jer je neobično; Nije za široke mase*. Pokude glase ovako: *Malo je zbrkano, Humor je isforsiran, Preterano je ludiranje* (Isailović 1995).

Na ovom mestu je potrebno dodati i podatke iz opštijeg istraživanja *Odnos gledalaca prema TV serijama* koje je sprovedeno takođe na reprezentativnom uzorku 1997. godine. Ispitivani su bili stavovi publike i prema domaćim i prema inostranim TV serijama. Gledaoce koji prate domaće TV serije najviše je privlačio naš smisao za humor (44,7%), a u stranim serijama raskoš, bogatstvo i lepe glumice (23,7%). Gledalište „ispoljava generalno vidljivu otvorenost prema svim produkcijama koje uspevaju da privuku i zadrže njegovu pažnju ali i u stranim i u domaćim programima te vrste zahteva i osmišljava mogućnosti sociopsihološke autoprojekcije: jasno je i šta mu nedostaje (zabava, optimizam, humanost), a šta odbacuje (nasilje, psovke, povlađivanje lošem ukusu), šta posebno ceni i želi da očuva (mladalački duh, ljubav, porodične vrednosti, dobre običaje, snagu ljudskih karaktera), o čemu želi da mašta (bogatsvo, lepe glumice u zanimljivim zapletima)“ (Isailović 1997a).

Vidljivo je da je publika svesna, kritična i otvorena za diskusiju o televizijskim serijama. Prema onome što je navedeno, publika se opredeljuje za pozitivnu sliku sveta, optimistične vizije, humor i ljubav. Publika ne voli nasilje i sve one elemente koji se oko njega pleću.

Ovakva istraživanja su do 2003. godine bila vrlo značajna, jer je te godine Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma počeo da koristi bazu podataka dobijenu elektronskim merenjem gledanosti (piplmetar) nezavisne agencije AGB Nielsen Media Research/Nielsen Audience Measurement. „Na osnovu tih baza, sekundarnom obradom podataka uspostavljeni su redovni i periodični izveštaji o gledanosti TV programa u Srbiji, strukturi auditorijuma

i programa, gledanosti emisija, konkurentnosti, lojalnosti i trendovima (dnevni, sedmični, mesečni, kvartalni, polugodišnji i godišnji), kao i posebni izveštaji na zahtev urednika programa, Programskog i Upravnog odbora“ (Simeunović Bajić, Josifović i Senić 2013, 461). Dakle, Centar je i u teškim uslovima 90-ih godina vršio istraživanja javnog mnjenja i stavova publike obrađujući direktne podatke od početka do kraja. Zato su ovi rezultati od veoma velikog značaja.

### Šta pokazuje analiza stavova publike prema TV serijama emitovanim 90-ih godina?

Iako nevidljivo na prvi pogled, u dubljem iščitavanju stavova i razmišljanja publike primećuje se da je percepcija tadašnje društveno-političke krize ipak projektovana na želje publike jer se ona izjašnjavala za više zabave, optimizma i humanosti, što je postalo deo bazičnih gledalačkih preferencija. Više od toga, gledaoci su iskazali potrebu za mnogo više ljubavnih sadržaja u budućim snimljenim serijama što pokazuje određenu meru zasićenosti, s jedne strane, i kulminaciju optimizma i relaksiranosti u pogledu očekivanja serijskog sadržaja, s druge strane. Želje publike bile su okrenute ka odvlačenju od realnosti, ratova, sankcija, mračnih tema. Međutim, društveno-politička kriza uticala je i na stepen gledanosti pojedinih serija, pošto se 1996. i 1997. godine u vreme udarnog televizijskog termina veliki broj ljudi, koji su činili publiku, zapravo nalazio na ulicama. Slična projekcija krize, ali u ovom slučaju ne samo društveno-političke nego i inter-etničke, prepoznata je i u stavovima publike sa Kosova kada je reč o seriji *Gore-Dole*. Naime, ovi gledaoci su se najviše poistovećivali sa reprezentovanjem binarne borbe: loše i dobro. Zanimljivo je i to što se u vremenu nemaštine i izolacije publika okreće željama da u serijama vidi bogatstvo. To je očekivano, ali u domaćim serijama slabo prikazano. No, veliki broj društvenih tema obrađivale su RTS serije i nakon devedesetih godina. Njihova gledanost je opstajala uprkos velikoj, ne samo domaćoj, nego i stranoj konkurenciji.

U izveštaju *Javni medijski servis Radio-televizija Srbije – načini ispunjavanja zakonskih i programskih obaveza* za 2018. godinu, koji je objavilo Regulatorno telo za elektronske medije (REM 2018), u ukupnom programskom sadržaju RTS1, serijski program ostvaruje više od 20% učešća. Serijski program je najzastupljeniji i najgledaniji posle informativnog programa, a televizijske serije su u vrhu gledanosti. Interesantno je da je reč, pre svega, o domaćim serijama. Domaće priče i smisao za humor je verovatno i dalje razlog visoke gledanosti televizijskih serija u domaćoj produkciji, uprkos širokoj ponudi visokobudžetnih serija strane produkcije i velikom broju komercijalnih televizijskih kanala i internet platformi na kojima se mogu gledati.

Kao popularni sadržaj medijske kulture, ideološki uticaj televizijskih serija se može prepoznati svuda u svetu. Spigel (2004) je analizirao sadržaje koji su okupirali medije u Sjedinjenim Američkim Državama posle 11 septembra. Iako se može istaći da ta kriza nije iste prirode kao što su bile devedesete u Srbiji i mnogo je kraće trajala, neke paralele se mogu prepoznati. Medijski sadržaji na početku krize su uglavnom bili okrenuti ozbiljnim temama, najviše istorijskoj pedagogiji sa notom patriotizma. Ali vrlo brzo posle inicijalne krize jasno se primećivala potreba da život ide dalje, da pozitivizam i humor zauzimaju važno mesto u oporavku nacije. To znači da, u produkcijskom smislu, veliku ulogu mogu odigrati scenarističko odmicanje od mračnih i destruktivnih tema, zatim rediteljski pečat pa onda i izbor glumaca, lokacije i drugo. Bez obzira na kreativne napore celokupne ekipe koja stvara jedan serijski sadržaj, ipak je publika ta koja daje poslednji sud. A publika se menja i na nju utiču ne samo društveno-politički kontekst i kulturni obrasci, nego i razvoj tehnologije i neminovna transformacija kulturnih potreba.

## Zaključak

Vesna Trifunović (2009) konstatuje da se „...kroz popularnu kulturu često izražavaju pogledi i stavovi koji mogu biti opšte prihvaćeni, uobičajeni, popularni i rasprostranjeni u jednom društvu.“ Televizijske serije, kao deo popularne kulture, aktivno oblikuju svakodnevni život, stavove i vrednosti gledalaca, zbog čega je njihovo akademsko proučavanje izuzetno važno. Ovaj rad pokazuje da je svako vreme relevantno u smislu izučavanja i istraživanja serijskog programa. Veći osvrt dat je u dosadašnjim studijama na televizijsku produkciju jugoslovenskog perioda, ali su devedesete godine 20. veka u ovom polju ostale slabo istražene. Iako je na prvi pogled, i laički i akademski, očekivano da se jasne ideološke reprezentacione matrice prepoznaju u serijama emitovanim 90-ih godina na javnom servisu, naše istraživanje pokazuje da to nije slučaj. Predstavljene kao posebno traumatično vreme u javnom diskursu i istraživanjima, predstave o 90-im godinama u TV serijama to ne pokazuju, jer one ili reprezentuju prošlost nudeći eskapizam, ili na humoristički način obrađuju teme društvene stvarnosti iz čega se u vizuelnim kodovima ne može prepoznati posebno oštra kritika. Ipak, uz ranija saznanja i domete medijskih studija gde je ideologija odavno prepoznata kao sve češći sastavni deo popularnih sadržaja, posebna pažnja se morala posvetiti detaljnoj analizi i onome što jednostavno možemo nazvati čitanjem između redova. Takvo čitanje daje odgovore o novootkrivenim značenjima kompleksnog i nikad dovršenog procesa formiranja kulture unutar posebnosti svakodnevnog načina života na teritoriji koja je dobrim delom bila izolovana i u vreme koje je bilo pritisnuto različitim fenomenološkim i

aksiološkim kategorijama. Ta svakodnevnica je bila životna, ljudska, neminovna. Njeno reprezentovanje u serijama ne pokriva značenjsku paradigmu o najtežem od svih doba u savremenoj srpskoj istoriji. Takođe, ona ne deli ni dominantni okvir eskapizma. Kada prođe još mnogo vremena i kada nestane poslednja generacija koja čuva vitalno kulturno pamćenje na ovaj period, ostaće samo refokusirane i reducirane naslage o malim ljudima koji se snalaze u svakodnevici na ovaj ili onaj način: sa smehom, sa tugom i sa nadom u bolje.

### Literatura

- Andrić, Bojana. 1995. *Vodič kroz produkciju igranog programa Televizije Beograd: fond sačuvanih emisija od 1958. do kraja 1995.* Beograd: RTS.
- Antonijević, Dragana. 2009. „Poraženi od sistema: struktura i značenje ličnih priča o gubitnicima hibridne tranzicije.“ *Etnoantropološki problemi* 4(3): 47–65. <https://doi.org/10.21301/eap.v4i3.3>
- Croteau, David and William Hoynes. 2003. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences.* Newbury Park, CA: Pine Forge Press.
- Dragičević-Šešić, Milena. 1994. *Neofolk kultura: publika i njene zvezde.* Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Durham, Meenakshi and Douglas Kellner. 2012. *Media and Cultural Studies: Keywords.* Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Đurković, Miša. 2005. „Prva petoletka – domaće televizijske serije i transformacija sistema vrednosti u tranziciji.“ *Sociološki pregled* 39(4): 357–381. doi: 10.5937/socpreg0504357D
- Đurković, Miša. 2002. *Diktatura, nacija, globalizacija.* Beograd: Institut za evropske studije.
- Đurković, Miša. 2004. „Ideološki i politički sukobi oko popularne muzike u Srbiji.“ *Filozofija i društvo*, br. 25, 271–279.
- Erdei, Ildiko. 2008. „Televizija, rituali i nadmetanja oko toga šta je 'vredno pamćenja' u Srbiji tokom devedesetih godina XX veka.“ *Etnoantropološki problemi* 3(3): 145–169. <https://doi.org/10.21301/eap.v3i3.8>
- Erdei, Ildiko. 2017. „Fragmenti jugoslovenske socijalističke modernosti 1970-ih u TV seriji 'Pozorište u kući'“, *Etnoantropološki problemi* 12(2): 537–563. <https://doi.org/10.21301/eap.v12i2.9>
- Eskenazi, Žan-Pjer. 2013. *Televizijske serije.* Beograd: Clio.
- Hol, Stjuart. 2008. „Kodiranje, dekodiranje.“ U *Studije kulture*, uredila J. Đorđević. Beograd: Službeni glasnik.
- Isailović, Jagoda. 1995. „Gledaoci o TV seriji Otvorena vrata.“ U *Izveštaji i pregledi* br.7. Beograd: Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS.
- Isailović, Jagoda. 1996. „Gledaoci o TV seriji Srećni ljudi.“ U *Izveštaji i pregledi.* Beograd: Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS.
- Isailović, Jagoda. 1997. „Gledaoci o televizijskoj seriji Gore-dole.“ U *Izveštaji i pregledi* br. 2. Beograd: Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS.



- Isailović, Jagoda. 1997a. "Odnos gledalaca prema TV serijama." U *Izveštaji i pregledi* br. 5. Beograd: Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS.
- J. M. 2013. „Producent: Serija 'Otvorena vrata' nije za svakoga." *Novosti*, 24. oktobar, 2013. <https://www.novosti.rs/vesti/scena.147.html:460283-Producent-Serija-Otvorena-vrata-nije-za-svakoga>
- Jovanović, Suzana. 2018. „Gledanost televizijskih programa s nacionalnom pokrivenošću u 2017. godini." U *Godišnji izveštaj*. Beograd: Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS.
- Kovačević, Ivan i Marija Brujić. 2014. „'Ljubav na prvi pogled' – TV serije: uvod u antropološku analizu." *Etnoantropološki problemi* 9(2): 395–415. <https://doi.org/10.21301/eap.v9i2.7>
- Kovačević, Ivan. 2018. „Antropologija TV serija." *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* 33: 97–112.
- Lewis, Ian. 2000. *Guerrilla TV: Low Budget Programme Making*. Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran and Janet Wollacott. 2005. *Culture, society and the media*. Abingdon: Routledge.
- Miletić, Mirko. 2001. „Promene u masovnom komuniciranju i kultura u Srbiji." *Media-online, časopis o medijima u jugoistočnoj Evropi* 21.XI 2001.
- Pavlica, Damjan. 2011. „Savremena istorija Kosova." *Peščanik*, 19. septembar 2011. <https://pescanik.net/savremena-istorija-kosova/>
- Radojković, Miodrag. 2008. „Mediji civilnog društva u Srbiji." *CM* 3(9): 5–23.
- REM. 2018. Javni medijski servis Radio-televizija Srbije: načini ispunjavanja zakonskih i programskih obaveza, Izveštaj. <http://www.rem.rs/uploads/files/izvestaji%20o%20nadzoru/RTS%20-%20izvestaj%20za%202018.pdf>
- Rivera-Perez, Luis. 1996. „Rethinking Ideology: Polysemy, Pleasure and Hegemony in Television Culture." *Journal of Communication Inquiry* 20(2): 37–56. <https://doi.org/10.1177/019685999602000203>
- Simeunović Bajić, Nataša, Nada Senić i Slavica Josifović. 2013. „Kulturno-istorijski značaj Centra za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma RTS: jugoslovenski i postjugoslovenski kontekst." *Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije: komunikacije, mediji, kultura* 5(5): 449–466.
- Simeunović Bajić, Nataša. 2015. „Domaće igrane TV serije u jugoslovenskoj i postjugoslovenskoj popularnoj kulturi." Doktorska disertacija. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Simeunović Bajić, Nataša. 2018. „Posleratni bildungsroman jedne generacije kao vrhunsko delo jugoslovenske popularne televizijske estetike – TV serija Grlom u jagode." *Etnoantropološki problemi* 13(1): 93–109. <https://doi.org/10.21301/eap.v13i1.5>
- Simeunović Bajić, Nataša. 2020. „Serbia". In *Mass media and society*, edited by D. Merskin, 1552–1555. Newcastle upon Tyne: SAGE. <http://dx.doi.org/10.4135/9781483375519.n598>
- Spigel, Lynn. 2004. „Entertainment Wars: Television Culture after 9/11." *American Quarterly* 56(2): 235–270. [https://doi.org/10.1007/978-1-137-08003-5\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-137-08003-5_6)
- Šibalić, Vanja. 2018. „Domaća TV serija kao narativni prostor globalizacije: promocija imidža." *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* 33: 147–161.

- Ther, Philipp. 2018. *Europe since 1989: A History*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Trifunović, Vesna. 2009. „Konceptualizacija gubitnika i dobitnika tranzicije u popularnoj kulturi.“ *Etnoantropološki problemi* 4(1): 107–121. <https://doi.org/10.21301/eap.v4i1.5>
- Trifunović, Vesna. 2009a. „Tipizacija privatnika u periodu prve tranzicije: primer domaćih serija.“ *Glasnik Etnografskog instituta SANU* LVII(1): 135–146. 10.2298/GEI1502451T
- Tripković, B. Milan. 2001. „Srbija i tranzicija – u vrtlogu interesa političko-ekonomske oligarhije.“ *Sociološki pregled* 35(3–4): 251–260.
- Vuletić, Vladimir i Nemanja Zvijer. 2018. „Modernizacijski karakter TV serija: sitkomi RTB s kraja 1960-tih i početka 1970-tih godina.” *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* 33: 113–131.
- Žikić, Bojan. 2013. *Slike u izlogu: kulturne predstave o Evropskoj uniji kao sredstvo opisivanja paralelne stvarnosti stanju u Srbiji 1991–2011*. Beograd: Srpski genealoški centar.

Nataša Simeunović-Bajić

Marija Vujović

Dragana Pavlović

Faculty of Philosophy, University of Niš, Serbia

*The 1990s on the RTS Screens:  
Analysis of the Domestic Television Series and the Audience Attitudes*

In the cultural memory of peoples or individual groups, there is always a certain temporal point around which complex socio-political discourses develop. In Serbia, it was the 1990s. Many studies analyzed this period from different and opposite perspectives, but research on TV programs from that era has been rather neglected. This paper focuses on TV series and audience attitudes in order to determine their role in this period. The methodology is based on secondary data from previously conducted research since it is difficult to determine the audience's attitudes towards a serial program that was broadcasted in the 1990s from this temporal distance. The reports from the RTS (Radio Television of Serbia) Research Center were used, and a brief analysis of individual achievements from that period was made to define a more general picture of the television series offered. The methods used were: historical analysis, content analysis and comparative analysis, therefore, the qualitative approach dominates.

Ideology has long been identified as an increasingly common component of popular content, so particular attention was paid in this paper to detailed analysis and „reading between the lines.“ Although at first glance it was expected that clear ideological representational matrices would be recognized in

TV series broadcasted in the 1990s, our research shows that this is not the case. Detailed analysis provided answers to the newly discovered meanings of a complex and never-completed process of cultural formation within the peculiarities of everyday life in a territory that was largely isolated and at a time pressed by various phenomenological and axiological categories. That everyday life was human, lively and inevitable, and its representation in the series does not cover the semantic paradigm of the most difficult of all times in contemporary Serbian history. In a deeper reading of the attitudes and thinking of the audience, it is noticed that the perception of the socio-political crisis of the time was projected on the wishes of the audience, as it pleaded for more fun, optimism and humanity, which became part of the basic viewing preferences. More than that, viewers have expressed a need for much more love content in future recorded series, which shows a certain measure of saturation, on the one hand, and a culmination of optimism and relaxation regarding the expectations of the serial content, on the other. The audience's desires were turned toward distraction from reality, wars, sanctions and dark topics.

*Keywords:* TV series, 1990s, Radio Television of Serbia, audience

*Les séries télévisées des années quatre-vingt-dix sur les écrans de la RTS:  
l'analyse de l'offre des séries télévisées serbes et de l'opinion du public*

Dans la mémoire culturelle des peuples ou des groupes particuliers existe toujours un certain point temporel autour duquel se développent des discours complexes. En Serbie ce sont les années quatre-vingt-dix du XXe siècle. Elles ont été analysées dans de nombreuses études selon des perspectives différentes, mais l'examen du programme télé de cette époque-là a été jusqu'ici assez négligé. C'est pourquoi cette étude est concentrée sur les séries télévisées et l'opinion du public quant à leur rôle dans cette période. La méthodologie du travail est basée sur des faits secondaires provenant des recherches effectuées plus tôt, étant donné que d'un point de vue d'aujourd'hui il est difficile de fixer l'opinion du public au sujet d'un programme de séries diffusé dans les années quatre-vingt-dix. Bien qu'au premier abord d'un point de vue aussi bien profane qu'académique on puisse s'attendre à ce que dans des séries diffusées dans les années 90 par le service public de télévision des matrices idéologiques claires de représentation soient reconnues, notre étude démontre que tel n'est pas le cas.

*Mots clés:* séries télévisées, années quatre-vingt-dix, idéologie, public, Radio Télévision de Serbie

Primljeno / Received: 20.03.2020

Prihvaćeno / Accepted: 2.05.2020