

HAJRUDIN HROMADŽIĆ¹

Fiktivno-irealni karakter televizijske soap opere i socijalna realnost

FIKTIVNO-IREALNI ZNAČAJ TELEVIZIJSKE SOAP OPERE IN SOCIALNA REALNOST

Izvleček: V tekstu analiziramo problemski motiv, ki je v teoriji o žanru televizijske soap opere večinoma zanemarjen, vendar kljub temu zanimiv in pomemben za analizo: medijsko-fiktivni in irealni karakter televizijskega soapa. Ta motiv je še posebej zanimiv za sociološko-kulturološki in medijsko-teoretični prijem zaradi umeščenosti v kontekst neposrednega socialnega okolja, tj. socialne realnosti. Osrednji motiv za analizo je amaterska tedenska nanizanka *The Family Ledjen*, ki je nastala l. 1997 na lokalni televiziji v malem bosenskem mestecu Goražde. Čeprav je *Družina Ledjen* povsem neprofesionalno narejena nanizanka, ponuja nekaj izredno zanimivega materiala za teoretično problematiziranje žanra soap opere.

Ključne besede: soap opera, medijska fikcija, socialna realnost

UDK:316.77

The Fictional and Unreal Character of the TV Soap Opera Genre and Social Reality

Abstract: The text sets out to analyse an issue mostly neglected by the TV soap opera theory, but relevant and fascinating nevertheless: the fictional and unreal character of the genre. This motive is particularly interesting from the socio-cultural and media theory perspectives, being set in the context of the immediate social environment, that is, of social reality. The central example examined is the weekly (primetime) series *The Family Ledjen*, produced on the local TV station of Goražde, a small Bosnian town, in 1997. Although a completely unprofessional, amateurish series, *The Family Ledjen* offers some highly interesting material for a theoretical engagement in the field of the soap opera genre.

Key words: soap opera, media fiction, social reality

¹Dr. Hajrudin Hromadžić je asistent za medijske študije na *Institutum Studiorum Humanitatis*, Fakulteti za podiplomski humanistični študij v Ljubljani. E-naslov: hajrudin.hromadzic@guest.arnes.si.

UVOD. SPECIFIČNOST GORAŽDANSKE TV SAPUNICE I NJENO PROBLEMSKO ODREĐENJE

U proljeće 1997. godine, skupina mladih novinara, studenata i nekolicine djece iz Goražda, malog provincijalnog grada u istočnoj Bosni, započela je na tamošnjoj, lokalnoj televiziji, za goraždanske prilike više nego li nesvakidašnji projekt – snimanje vlastite, goraždanske, televizijske *soap* opere. Bez ikakvog prethodnog iskustva i gotovo bez ikakvih financijskih sredstava, a ohrabrena samo vlastitim entuzijazmom, ova grupica “glumaca” amatera-naturščika upustila se u kompliciran proces zamišljanja i sprovedbe njihove domaće TV sapunice koju su nazvali *The Family Ledjen*, u prijevodu *Obitelj Leđen*. Upravo će ovaj interakcijski odnos na relaciji: *soap* opera i njeni protagonisti, na jednoj strani, te neposredno socijalno okruženje sa njihovim sugrađanima, na drugoj, tj. specifičnost odnosa dvije konstrukcije: “medijske fikcije” i “socijalne realnosti” u kontekstu *soap* žanra – što je, vidjeti ćemo na primjeru *Leđenovih*, dovelo do suspenza bilo kakve distance i do stvaranja niza grotesknih situacija – predstavljati centralno mjesto interesa ovog teksta. Kroz letimičan pregled povijesti *soap* opere i kroz nekoliko konkretnih paralelnih primjera, uz problematiziranje nekih od karakternih specifičnosti tog žanra, pokušat ćemo ukazati na svu posebnost i netipičnost *The Family Ledjen*, njenu endemično karakterističnu pojavu u širem kontekstu specifične TV sapunice.

The Family Ledjen je bio tjedni serijal, koji se prikazivao utorkom uvečer u centralnom terminu (nakon večernjeg TV dnevnika) na RTV Goražde, u trajanju od trideset minuta, po epizodi. Prikazivan je u višemjesečnom kontinuitetu, a napravljeno je ukupno trideset nastavaka. Čitav projekt je, u potpunosti, bio amaterski: scenarij je nastajao “u hodu”, kroz razgovor između protagonista serijala neposredno uoči snimanja, u cijelosti bez klasičnog režisera (?!), sniman sa samo jednom kamerom (!), uglavnom na jednoj lokaciji – interijeru, podrumu lokalnog radija gdje je bio smješten *virtualni* dom obitelji Leđen. Svi ovi tehnički podaci dovoljno su indikativni i govore da *The Family Ledjen* ne možemo u potpunosti ozbiljno shvatiti i smjestiti unutar postojećih okvira teorija i klasifikacija profesionalne *soap* opere. Međutim, ono što ovu, uvjetno rečeno sapunicu, izdvaja iz skupine svih ostalih poznatih *soap* opera, jest utjecaj na uobičajen, uglavnom jednoličan i monoton, život Goraždana. Radi se o problemskom pitanju-fenomenu – kako je *Leđenovim* uspjelo pomjeriti granicu, koja dijeli dva prethodno spomenuta konstrukta: socijalnu realnost goraždanske svakodnevice i fiktivan, sapuničko-irealan karakter njihovog serijala. Tu se kriju i neki od glavnih razloga zašto

se serija ugasila nakon samo trideset epizoda. Naime, pritisci, koje su protagonisti, glumci u seriji doživljavali u svome svakodnevnom životu, činjenica da su ih njihovi sugrađani često počeli doživljavati i recipirati kroz optiku likova u seriji, obrćući, pri tom, i nerijetko negirajući njihove realne identitete, bili su prejaki. Zanimljivost i specifika likova u *Leđenovim* jest ta, da oni nisu, kao što je to slučaj sa klasičnim soap operama, stvarali identitete i gradili karaktere kroz seriju, već su, s obzirom da ih je gledateljstvo od ranije dobro poznavalo iz realnog okruženja i životne svakodnevice, morali najprije odbaciti svoje stvarne identitete i tek zatim pokušati stvoriti nove, fiktivne soap likove. Pokušaj koji bi, u takvom okruženju, bio vjerojatno pretežak i za profesionalne glumce, breme koje će na nekoliko mjeseci cijelo Goražde pretvoriti u grotesknu pozornicu realno-virtualne sapunice. Hasan Gabela, glavni lik u seriji (Vehbija Leđen) i idejni tvorac cijelog projekta, opisao je svoje probleme, u vezi sa tim, riječima: “Leđene svi vole u Goraždu, a meni koji sam ih na neki način i stvorio već su postali teret. Zbog Vehbije, lika koji glumim, moju kćerkicu Aldijanu su u obdaništu zadirkivala djeca govoreći joj da je Vehbijina, a ne moja, da ja više volim Arifa (Vehbijin sin u seriji kojeg igra Nedim Subašić, op. a.) nego nju i ona je, jednostavno, odbila da ide u obdanište. Aldijana, čak, nekoliko dana nije ni govorila sa mnom, jer je bila ljubomorna na Arifa”.²

Već u samom uvodu, bi bilo potrebno jasno ukazati na činjenicu, da spomenuti problemski motiv ovog teksta, potez na liniji “medijsko-fiktivni imaginarij” – “socijalna realnost” i njihovo prepletanje na razini soap serijala, predstavlja tek uvjetan orijentacijski okvir studije, s obzirom na to, da dosegnuta saznanja, bilo o bergerovsko-luckmannovskoj “socijalnoj konstrukciji zbilje” ili o psihoanalitičkoj (lacanovskoj) “imaginarnosti realnog”, čine već *opća mjesta* različitih disciplina u humanistici i društvenim znanostima. Koncept “realnog”, naime, razumijemo tek kao specifičan oblik socijalnog konsenzusa i na tome stvoren konstrukt najvećeg broja ljudi koji dijele zajednički životni prostor u određenoj epohi. Time je i “realno” promjenljiva kategorija, te za potrebe ovog teksta možemo napraviti tek uvjetnu razliku između medijske realnosti *soapa* i socijalne realnosti.

ŽANROVSKA SPECIFIKA SOAP OPERE

Slijedeći kriteriju vremena emitiranja soap serijala, moguće bi bilo napraviti razliku između dvije okvirne skupine. Na jednoj strani, to su dnevne ili tzv. *daytime*

²Mulić, 1997, 59.

sapunice (Imaju nizak budžet, prozaične su. Prvobitni oblik *soapa*, uglavnom usmjeren na žensku publiku, problemski zatvoren unutar uskog kruga ljudi, s akcentom na privatnu, intimnu problematiku. Kraćeg su trajanja, od 15 do 30 minuta, svakodnevnog emitiranja. Poznati primjeri: *Neighbours*, *Crossroads*, *Bold and Beautiful*), na drugoj su tzv. večernje sapunice ili tzv. *primetime* sapunice (Imaju visok budžet, producirane su unutar komercijalnog sistema, romantične su, pune glamurozne zabave, melodramatične – tipično američke ili prozaične – australijske. Tematski se bave “problemima” ekstremno bogatih, privilegiranih ljudi. Propatrijarhalnog su obrasca, pojavljuju se 80-ih i uvode u *soap operu* za njih, do tada, nepoznatu problematiku – biznis, politiku i sl. Najčešće su namijenjene “totalnoj” publici, to jest cijeloj obitelji i emitiraju se u udarnim večernjim terminima. Globalno poznati primjeri: *Dallas*, *Dynasty*).

Pored tih dviju skupina, u literaturi se često susreće i klasifikacija po principu sloga reprezentacije, te se govori o tzv. realističnim *soap operama*. To su karakteristično britanske serije koje su najčešće produkt javnih televizijskih kompanija. Radi se o tzv. “kuhinjskom *soapu*”, koji obrađuje svakodnevnu životnu problematiku srednje niže klase – radnika (*EastEnders*, *Coronation Street*). Dakle, socijalno su angažirane, te time potiču pitanja o alkoholizmu, narkomaniji, abortusu, nasilju nad ženama i djecom, vijetnamskom ratu (s obzirom na to, da se pojavljuju već 70-ih, vremenski prethode već spomenutim američkim glamuroznim sapunicama) i sl. Emitiraju se dnevno, u nekim primjerima i dvokratno, zbog prilagođavanja svakidašnjim obavezama gledateljstva.

No, ovom uvjetnom i tek orijentacionom klasifikacijom *soap* žanra nije riješen stalni problem sa kojim se teorija *soap* opere iznova susreće, a to su *soap* podgrupe ili rubni primjeri TV sapunica, odnosno, pitanje kako u isti žanr svrstati tako različite tipove serijala kao što su recimo *Dallas* (april 1978, CBS) i *Dynasty* (januar 1981, ABC) na jednoj strani, parodični *Days of the Week*, te komični *Murphy Brown*, na drugoj strani, ili tek uvjetno rečeno sapunice poput *Twin Peaks* ili *L.A. Law*. Problem je naročito intenziviran krajem 70-ih i početkom 80-ih, kada dotadašnje tipične, jednostavne i jeftine *daytime* opere započinju potiskivati tzv. *primetime*, velike, visokobudžetne sapunice, premda je “invazija” *prime-time* *soapa* započela, već 1965. godine, sa prvom globalno popularnom sapunicom *Peyton Place* (septembar 1964, ABC). Veza koju *primetime* sapunice zadržavaju sa početnim, izvornim *soapom*, jest tzv. *cliffhangers* momenat, to znači princip otvorenog kraja, završetak epizode sa iznenadnim zapletom što povećava

interes za sljedećim nastavkom i ostavlja cijeli serijal otvorenim. Drugim riječima, "čisti prekidi" su nemogući u *soap* operama, a kontinuitet dešavanja u seriji nužan je preduvjet da bi se zadržao interes gledatelja i vezanost za nju. Upravo pomoću ovoga koncepta, sapunica otvara prostor za beskrajne debate, reinterpretacije, špekulacije, analize ... uz vrlo bitan faktor: mogućnost predviđanja budućih događanja u gledateljevom omiljenom *soapu*, nagađanja kako će se postojeće intrige, misterije i problemi u seriji riješiti i kakvi interni odnosi, te novi zapleti, će se iz toga razviti. Taj razgovor o *soapu* je neophodna prva razina zahtjeva, ako želimo, kao scenaristi i producenti serijala, da tekst djeluje na živote ljudi, gledatelje sapunice. Štoviše, možemo zaključiti da razgovor o *soapu* predstavlja integralni dio tekstualnog dijela opere. Scenaristi, naravno, "opipavaju puls" gledatelja, nastojeći time uspostaviti tenziju interesa i u perspektivi, na taj način, održavajući ili povećavajući stupanj gledanosti serijala.

Također, ranija teorija *soap* opere je, u vremenu prelaska iz *daytime* u *primetime* serijale, postavljala pitanja o opravdanosti daljnjeg terminološkog poistovjećivanja, to jest, kritički je promišljala o mogućnosti zajedničkog svrstavanja *daytime* i *primetime* serijala pod isti nazivnik – *soap* opere. Naime, u *primetime* sapunicama je više došla do izražaja vremenska suspendiranost, jer je razmak između dva nastavka duži nego kod *daytime* *soapa* (premda je razlika u intenzitetu emitiranja postojala i unutar samog *daytime* *soapa*, u SAD-u su *daytime* sapunice emitirane pet, a u Britaniji dva do tri puta tjedno), što je dodatno problematizirano pojavom videa i sa tim mogućnosti, da sam gledatelj odredi vrijeme gledanja serije. Prevagu za opravdanost skupnog imenitelja, donijelo je saznanje, da kroz percepciju (na podsvjesnoj razini) stalnog, klasičnog gledatelja, vrijeme u sapunici i vrijeme između dva nastavka teče usporedo, kontinuirano sa našim životima. Istraživanja su pokazala da je među publikom *soapa* dominantno prisutan osjećaj da vrijeme u serijalima teče u kontinuitetu, čak i kada oni nisu neposredno prisutni kao svjedoci dešavanja, promatrači-gledatelji. Time se stvara iluzija, da skupina aktera *soapa* "nastavlja da komunicira međusobno čak i kada su kamere i mikrofoni isključeni. To je jedan od razloga zašto se je tako lako pretvarati da su protagonisti stvarni likovi".³ Istovremeno, za stalnu publiku *soap* opere je bitno precizno određeno vrijeme emitiranja serije, kako bi ona time postala stalni dio njihove svakodnevice, života. Publika *soapa* "cijeni saznanje da će *soap* opera biti tamo svaki dan u isto vrijeme, godine i godine".⁴

³Brown, 1994, 58.

⁴*Ibid.*, 85.

Možemo zaključiti da *The Family Ledjen* ne pripada niti jednoj od navedenih grupa ili tipova *soapa*, ali i da istovremeno sadrži neke od elemenata iz svake od spomenutih skupina. Već smo rekli da Ledenovi nemaju nikakav, ili skoro nikakav budžet. Sami, čak, donose svoje “kostime” i šminku za snimanje, uređuju se bez kostimografa i garderobera. To nas na simboličkoj razini može podsjetiti na niskoproračunski *The Bold and Beautiful*, dnevnu, tridesetominutnu, američku sapunicu iz 1987. godine. Premda niskobudžetna i neprofesionalno urađena, *Obitelj Ledjen* je emitirana u udarnom, večernjem terminu i doživjela je enormnu popularnost među domaćim stanovništvom, znači unutar tzv. “totalne publike”, što joj je, na lokalnoj razini, donijelo barem jednaku popularnost kao što su je imale *Dallas* i *Dynasty* na planetarnoj razini. Bila je maksimalno socijalno angažirana na lokalnom nivou, što znači bila je u potpunosti goraždanska, bez karakterističnih, iznenadnih obrata i senzacionalnih rješenja za sapunice. Bavila se problemima koji su poznati i stalno prisutni u životima Goraždana. Jednostavno, bila im je bliska. Prema tim karakteristikama, podsjeća na britanske “realistične” sapunice navezane na puku realnost, poput *EastEndersa*, koji je radnjom smješten u radničke četvrti istočnog Londona i u njima artikulira stvarnu, egzistencijalnu problematiku stanovništva sa dna društvene ljestvice.

S osvrtnom na raniju povijest žanra *soap opere* – radijske *soap opere*, uvidjet ćemo da je niskobudžetni proračun bio njihova stalna pratilja u prvih nekoliko decenija. Tek kada su pojedine industrijske grane, prvenstveno industrija sapuna, deterdženta i sličnih dezinfekcijskih produkata, čemu *soap opere* mogu zahvaliti i za svoji skupni imenski označitelj, shvatile promidžbene potencijale, što ih radijski *soap* nudi, a ciljajući time na pretežito konstantnu populaciju *soap* fanova – žene domaćice, oko sapunica se počinju vrtjeti veće količine novca (prvi takvi sponzori su bili *Proctor* i *Gamble* koji su, već 1939. godine, sponzorirali 22 radijska *soapa* u Americi). I pored toga, prijelaz iz niskobudžetnih ka visokobudžetnim *soap* operama, čak i u 50-im godinama 20. stoljeća, kada one mijenjaju radijski medij za televizijski, tekao je poprilično sporo (jedina američka radijska *soap* opera koja je uspješno ekranizirana, a preživjela je i do danas, jest *Guiding Light*. Nastala je 30-ih kao radijski *soap*, a ekranizirana 50-ih godina prošlog stoljeća). U početku je prijenos radijskih serijala na televiziju prouzrokovao brojne probleme. Niski budžeti su onemogućavali izvedbu velikih avantura i priča, te su limitirali scene na zatvorene prostore, interijere, najčešće dnevne sobe i kuhinje. Upravo je zajedničko za veliku većinu sapunica da naglašavaju obiteljsku atmos-

feru unutar doma (jedan od rijetkih, a poznatijih, izuzetaka je *Crossroads*, gdje je radnja fokusirana oko motela). Ta je činjenica pridonosila višestrukoj efektivnosti ovakvih serijala. Očigledno je da gledatelji žele biti što bliže, neposrednije akterima *soapa*, dijeleći sa njima na taj način intimnost banalne svakodnevice koju skrivaju zidovi. To su shvatili već i producenti *soap* opera iz 50-ih godina 20. stoljeća. Recimo Irna Phillips, scenaristica i producentica mnogih ranih radijskih i televizijskih *soap* serijala, taj fenomen je obrazložila sljedećim riječima: “Gledatelji žele biti uključeni u život drugih ljudi, oni ne gledaju sapunicu samo da bi slijedili fantastičnom zapletu ... oni žele iskusiti karaktere”.⁵

Dakle, ono što je u počecima *soapa* bilo nužda – interijerska zatvorenost, kasnije je postalo, i to je danas naročito očigledno u sestrinskom žanru *soap* opere – TV noveli, pravilo. Time je zatvoreni prostor dešavanja u sapunici, na neki način, postao komplementaran sa, u domu zatvorenim, obiteljskim svijetom stvarnih recipijenata serijala. Odnosno, sa pojavom *soapa* su lokacije, koje su se konvencionalno smatrale privatnim prostorom, kao što je dom, definitivno postale javna sfera. Na osnovu toga, kroz osjećaj intimnog kontakta sa serijom, naglašen je i ideološki konstrukt *soapa* – tendencija ka uvidu u privatnost drugoga, privatni život ponuđen vanjskom pogledu.

FIKTIVNA REALNOST SOAP OPERE I RAZLIČITI TEORIJSKI PRISTUPI OVOM FENOMENU

Naravno, da unutar žanra *soap* opere možemo govoriti, o njoj svojstvenom, obliku realizma, premda je ta forma realizma, izuzeta iz njene mikro ravni i postavljena u makro kontekst socijalne realnosti, potpuno irealno-fiktivna. Upravo, ta istančana doza “realizma” sapunici omogućava neposredniji kontakt sa publikom i otvara mogućnosti za njihovo potpunije uključivanje, saživljavanje sa *soapom*. Time raste osjećaj familijarnosti, u odnosu na sapunicu, a naviknutost na njene likove i prostorno okruženje daju potencijal za porast njenog kredibiliteta među gledateljima. Stvaranju takvog osjećaja familijarnosti u kontaktu sa sapunicom pogoduje i karakter televizijskog medija. Čini se, da u primjeru televizijskog medija možemo govoriti o svojevrsnoj interpelaciji (u izvornom, althusserovskom smislu te riječi) televizijskog gledatelja putem njegovog direktnog ili indirektnog oslovljavanja od strane subjekta televizijskog programskog sadržaja. Kao rezultat televizijske interpelacije, pojavljuje se moment identifikacije blizine ili

⁵Copeland, 1991, 9, 34.

otpora prema programskom sadržaju, u svakom slučaju, osjećaj “topline”, familiarnosti sa televizijskim sadržajem. U najkraćem, “subjekt interpeliran od strane TV-a, uvijek je već familijariziran”,⁶ što je, upravo i naročito, izraženo u televizijskim formama poput *soap opera*, TV-novela ili *sit com* serijala (situacijske komedije). Radi se o modelu interpelacije televizijskih gledatelja na primjeru navedenog tipa TV serijala, te aktualnih TV *reality show* emisija, čiji detaljan prikaz nudi Tony Wilson.⁷ Značajan doprinos proučavanjima, na temu familijarizacije gledateljstva sa televizijskim medijem, predstavlja i studija Jamesa Lulla.⁸

Fiktivni svijet *soapa* i “stvarni život”, naš opće prihvaćen koncept realnog, na neki način su komplementarni, a između njih nalazi se tanka crta, koja ih dijeli i koja, ukoliko je suptilnije i istančanije postavljena, čini sapunicu uspješnijom. Kulturna industrija je producirala produkte u kojima, riječima Martin-Berbera, “neobični i enigmatični događaji svakodnevnog života imaju centralno mjesto i imaginarnu fikciju u kojoj dominira realizam, a taj ‘realizam’, to jest, dominantna narativna konstrukcija realnosti u pisanoj fikciji, televiziji i filmu, jest više sadržana nego melodramatičan pogled na život”.⁹ *Soap opera* je tipičan produkt takvog tipa.

Tu se otvaraju i pitanja o televizijskom posredovanju u prezentaciji *soap* opere, što Jane Feuer aktualizira pomoću koncepta prepletanja onoga “uživo” putem televizijskog ekrana i ovog “stvarnog”. Drugim riječima, ako se nešto dešava, kao što to vidimo, to se “stvarno” mora desiti, jednako kao što se televizija čini “stvarnom” kroz osjećaj o dešavanju “jednog potpuno svakidašnjeg iskustva”.¹⁰ Prema mišljenju Tanie Modleski, upravo neke od tipičnih karakteristika *soap* opere, kao što su “intimnost i karakter”,¹¹ predstavljaju najznačajnije elemente tzv. televizijske estetike.

Pitanje o odnosu “realnog” i *soap* opere, odnosno “realizma” u sapunici, svakako je sa stanovišta teorije jedno od najzanimljivijih. Na tom mjestu, pojavljuju se i bitne razlike. Tzv. “empirička” definicija realizma *soap* opere se zasniva na jasnoj komparaciji tekstualne osnovice *soapa* sa vanjskim svijetom i njegovom

⁶ Feuer, 1993, 24.

⁷ Wilson, 1993.

⁸ Lulla, 1990.

⁹ Brown, 1994, 43.

¹⁰ Feuer, 1993.

¹¹ Modleski, 1982, 87.

realnošću. Neke *soap* opere djeluju na razini empiričkog realizma, tako da su njihovi junaci predstavljeni, na takav način, da žive u situacijama koje se mogu usporediti sa životnim situacijama najvećeg dijela njihovih gledatelja. Naime, mnogi gledatelji uspoređuju radnju *soapa* sa stvarnim dešavanjima iz vanjskog svijeta, svijeta u kojemu su oni, zajedno sa sapunicom i njenim akterima, smješteni. Ovakav pristup njeguje kritički dio *soap* auditorija, polazeći od saznanja da je mikro razina sapunice uvijek i bezrezervno smještena u širu makro razinu socijalnog okruženja. “Klasična” definicija *soap* realizma naglašava činjenicu da tekst, scenarij, može predstavljati iluziju realnosti kroz svoj vlastiti diskurs. Ova definicija stavlja naglasak na formalnu, a ne narativnu strukturu teksta. Premda se narativnost može činiti realno transparentnom, formalna produkcija samoga teksta, njegov živi, spontani nastanak, po zagovornicima ove teze, ima prednost. Treća, “emocionalna” definicija, smatra da se tekst *soapa* može čitati preko dva nivoa: denotativno označiteljskog, na ravni aktualne naracije (akcija, konverzacija), i konotativno sadržinskog, u asocijativno-figurativnom značenju, koje se odnosi na određene elemente teksta koji se čitatelju, odnosno gledatelju čine bitnim, te time postaju značajni. Na taj način tekst postaje polisemičan, a gledatelji su interpretatori tekstualne polisemantike. Sa stanovišta kulturalnih studija, ovakav je pristup blizak Fiskeovom razumijevanju kulture kao “rijeke diskursa”, što čini mogućom tekstualnu analizu koja je bazirana na različitim, i često rivalitetnim značenjima i diskursima.

Interesantno je, pritom, da se sve nabrojane teorije *soap* realizma, prvenstveno, zanimaju za tekstualnu razinu *soap* opere, što nam istovremeno direktno ukazuje na karakter i osnovicu *soapa*, a to je dijalog, diskurs između *soap* likova, a ne akcija u kadru (klasične sapunice su sastavljene od 90 % dijaloga i 10 % akcije) kroz izraz filmske kamere (što je u većini sapunica izvedeno amaterski neprofesionalno, ali njihovim obožavateljima, koji su usmjereni ka tekstu-scenariju, odnosno dijalogu, to ne predstavlja problem). Riječima Roberta Allena, “*soap* opera čini akcijske konsekvence važnijim od same akcije”.¹² Prema njegovom mišljenju, pozicija *soap* opere u diskursu određuje njeno značenje, odnosno, načini na koje su sapunice konstruirane u diskursu pružaju mogućnosti, kako estetiци, tako i društvenim i humanističkim znanostima, za čitav niz problemskih preispitivanja o *soapu*. Allen nam nudi tezu po kojoj su *soap* opere otvoreni tekstovi u kojima se efekti jednog čina ili emocije prepoznaju u velikom broju karak-

¹² Mumford, 1995, 73.

tera. Takav stav odgovara Fiskeovom promišljanju o *multiplativnoj* poziciji, sa koje publika *soapa* gleda na sam serijal i likove u njemu, a koji su, također, i sami multiplativni, o čemu nam, već nekoliko decenija, pripovijedaju različite postmodernističke i poststrukturalističke teorijske interpretacije. Ta multiplativna pozicija gledatelja sapunice i karakterna identitetska multiplativnost *soap* protagonista, omogućava publici lakši razgovor o seriji, te se, putem tog razgovora, *soap* opere integriraju u njihove živote. Teorijski poopćeno bi to značilo da su *soap* opere drame informacije, a ne akcije ili psihoanalitičkim diskursom rečeno: *ništa nije skriveno, jer ništa nije ostalo neizrečeno*. Patricia Meyer Spacks je proučavala srodan problem, fenomen trača u kontekstu relacije privatno-javno kroz primjere tabloida i žute štampe. Njen je zaključak da trač predstavlja svojevrstan zahtjev da bi stvari, koje pripadaju privatnoj sferi pojedinca, postale javno poznate, čime se direktno negira njihov privatni karakter. Slična se stvar dešava i u sapunici.¹³

“CASE STUDY” SOAP OPERE: “SLUČAJ LEĐENOVIH U GORAŽDU” I ESMERALDA/LETICIA U SLOVENIJI

Pristupimo sada analizi nekih konkretnih, zanimljivih i istovremeno grotesknih primjera *soap* operâ: već u uvodu spomenutoj goraždanskoj *Obitelji Leđen* i čuvenoj TV-noveli *Esmeralda*, provučenoj kroz prizmu njenog doživljaja, odnosno recepcije u Sloveniji.

U jednoj je epizodi Zembila (Vehbijina supruga, a Arifova majka u seriji, igrala ju je Elvira Aganović), nakon što je dobila posao na mjestu čistačice, zaradila i prvu platu. Sutradan, jutro nakon prikazivanja te epizode, Elviru je na ulici zastavio dječak i tražio da mu da jednu njemačku marku. Kada mu je odgovorila da nema, on joj je začuđeno rekao: “Kako bona Zembila nemaš, kad si sinoć primila platu”? Elvira je, mjesec dana prije toga, vodila goraždanski Festival zabavne muzike i dok je stajala ispred Kulturnog centra prišla joj je grupa djece, koja nisu imala ulaznice, i obratila joj se riječima: “Zembila, Arifa ti tvoga, uvedi nas unutra”. To nije bio kraj Elvirinim identitetskim mukama. Naime, kao Zembila je dobila ozbiljnu ljubavnu ponudu od strane jednog mladića, iz razloga što mu je njegova stara majka rekla da, s obzirom na to, da je jako tvrdoglav, njega bi u red mogla dovesti jedino Zembila (Zembila je u *Leđenovim* prikazana kao lik poštene provincijalke “oštrog jezika”). Međutim, ponuda je propala, jer je u sljedećoj epizodi Zembila pravila pиту, a jufke (prozirni, izuzetno tanki slojevi tijesta većih

¹³ Spacks, 1986.

dimenzija koji se koriste za pravljenje pite), koje je pritom razvijala, završile su izrupčane. Kada je nana vidjela kako je Zembila nesposobna domaćica, savjetovala je unuku da Zembilu/Elviru zaboravi. Slična iskustva imaju i drugi glumci *Obitelji Leđen*. Pravi provincijalni trač je izazvala epizoda u kojoj je Vehbija, inače siromašan kopač kanala, sakupio nešto novca i kupio sinu Arifu nov televizor. Dan poslije, vraćajući se sa posla, Hasan (inače tada televizijski, a danas radijski voditelj) je čuo komentar dvije susjede: "Vidi onog Vehbije što se pravi budala. Kobajagi tek sad kupio televizor, kao da niko ne zna koliko ih je 'zaholto' (nelegalno sakupio, op.a.) u ratu." Neki od Goraždana su tako realistično doživljavali identitetske konstrukcije likova *Leđenovih* u seriji, da su tražili od Elvire i Hasana razne vrste pomoći, koje su se svojim karakterom odnosile na dešavanja u seriji. Tako je jedan sugrađanin, nakon Vehbijinog famoznog i već spomenutog kupovanja televizora, nazvao Hasana, te ga pitao da li možda zna gdje se za televizor iste marke kao što je njegov/Vehbijin, može kupiti daljinski upravljač. Senada Karačić je u seriji igrala Fatu, komšinicu *Leđenovih*. To je lik kokete, ne pretjerano simpatične i pametne žene, čiji muž radi u Njemačkoj i šalje joj novac, koji ona potom razbacuje na gluposti. Zbog te uloge, Senada je dobila loš imidž u svome gradu. "Poslije prve dvije-tri epizode htjela sam odustati od daljeg učešća u seriji. Bilo je grozno proći čaršijom i preko mosta. Susretali su me na svakom koraku i govorili ružne stvari. Nedavno mi je jedan mladić rekao, *jel' de Fato, kod tebe se može dobiti i džaba!*? Ali, shvatila sam da smo taj lik sami proizveli i da ga trebamo nastaviti glumiti kao pravi profesionalac. To sam i uradila u nadi da će ljudi ipak razdvojiti iluziju od stvarnosti".¹⁴ No, Senadin optimizam je do kraja ostao samo optimizam, jer su Goraždani, sve do kraja prikazivanja *Leđenovih*, uporno i konstantno pomjerali granicu između fiktivnog i realnog, već po vlastitom osjećaju. Primjeri ove vrste su bezbrojni, dječak Nedim je, na primjer, u školi doživljavao provociranja tipa da je on Arif, Vehbijin sin, a ne stvarni Nedim, dijete svojih roditelja, čemu se suprotstavio na jedino moguće i bezbolan način, riječima: "Ja se na to ne obazirem, jer znam da niti sam Arif, a niti sam Vehbijin".¹⁵ Hasanu Gabeli je jednom prilikom prišla sugrađanka i rekla: "Moram Vam reći da me je sada zvao moj mali sin koji je otišao na ljetovanje u Španiju i prvo što me je pitao bilo je 'je li bio Vehbija na televiziji?'"¹⁶ Ovo je odličan primjer koji je karakteri-

¹⁴ Mulić, 1997, 59.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

stičan za tzv. prvu skupinu gledatelja *soapa*, a njega čine bliski prijatelji ili članovi obitelji koji gledaju isti serijal. Za njih je tipično da intenzivno razmjenjuju, u direktnom kontaktu ili putem telefona, informacije vezane za omiljenu im seriju, te da one gledatelje koji su eventualno preskočili gledanje neke od epizoda, blagovremeno obavijeste o događanjima u serijalu. Obično su gledatelji prve skupine žene i djevojke, rjeđe muškarci.

Publika *soap opera*, vrlo često i spontano prekoračuje granicu *realnosti soapa*, odnosno, činjenice o *soap* realnosti, koje postoje samo i jedino unutar same serije, čine, na neki način, konfuznom tanku granicu koja dijeli *soap* realitet i socijalnu realnost, tako da realne životne priče glumaca i glumica iz *soap opera* i televizijskih novela počinju tumačiti kroz likove koje oni igraju u serijalima. Magazini, tabloidi i raznorazna žuta štampa pridonose ovom trendu iz komercijalnih razloga, slijedeći i podizilazeći zanimanju gledalaca *soapa*, odnosno njihovih potencijalnih čitatelja. Poznat je slučaj Charlesa Dentona, programskog kontrolora kuće ATV, koji se našao u nemilosti gledatelja *Crossroadsa* nakon izjave u *Daily Mirroru* da će glumica Noel Gordon (igrala je lik Meg Mortimer) biti povučena iz serije. Odmah nakon toga magazin *Sun*, vidjevši u tome vlastiti poslovni interes, započinje kampanju simboličkog naziva: “Spasimo našu Meg”, što je rezultiralo krajnje emotivnom, bizarnom reakcijom obožavatelja-gledatelja ove serije, brojnim protestima i peticijama podrške za Meg. Slična reakcija dogodila se i sa glumicom Lindom Evans, koja je nakon porođaja Kristl, lika kojega je igrala u *Dinastiji*, dobila tisuće čestitki i poklona na svoju kućnu adresu. Ovakvoj irealno-realnoj konfuziji *soap* fanova pridonosi i snažna reklamna aktivnost producentskih kuća koje u svemu tome vide itekako isplativ financijski interes, što cijeloj stvari daje prepoznatljiv komercijalni pečat. Producenti *EastEndersa* lansirali su cijeli asortiman popratne robne ponude: *EastEnders* kalendare, čestitke i razglednice, majice sa likovima iz serije, video kasete, kompjuterske igrice, olovke..., dok zaposleni oko *Coronation Streeta* organiziraju prave turističke obilaske mjesta događanja iz te serije, uz mogućnost konzumiranja pića u popularnom “Rovers Return”, centralnoj lokaciji ovog serijala. Tokom emitiranja *Crossroadsa*, mnogi gledatelji su slali producentima serije molbe za zaposlenje u motelu, gdje se radnja ove sapunice dešava, ili su slali pisma sa željom da unajme sobu u njemu. Ukratko, gledatelji su potaknuti, da kroz *soap* dijele osjećaje pripadnosti sa događajima i likovima u seriji, a ne da ostanu pasivni promatrači dešavanja na ekranu. Kao što to primjećuje Buckingham: “Gledatelji su pozvani da uzmu uče-

šće na više različitih načina: sjećanje na protekle događaje koje su vidjeli; zamišljajući one koje nisu vidjeli; hipotezirajući o budućim dešavanjima; testirajući i adaptirajući ove hipoteze u svjetlu novih informacija; slažući mozaike, uglavnom o karakterima i njihovim fiktivnim svjetovima, te svijetu općenito. U svim ovim aspektima, gledatelj je pozicioniran kao aktivan učesnik u procesu 'davanja smisla' tekstu, kao partner u tekućoj debati kako će to biti razumljeno."¹⁷

Jednostavno, sapunice trebaju određenu dozu realizma, da bi ih, na taj način, gledatelji prihvatili i time postali sastavni dio njih. Elementi realizma koje *soap* preuzima iz socijalne realnosti (prije svega, spomenuto familijarno okruženje serijala koje je komplementarno zatvorenoj obiteljskoj ugodnosti gledatelja, te "autentičnost" karaktera protagonista *soapa* i njihovih svakidašnjih "problema") i na koje potom "kalemi" svoju priču, odnosno zaplet (najčešće su to ljubavni trokuti, spletke, prevare, velike ljubavi i razvodi, ubojstva, nasilje, silovanja, abortusi, itd.; što u stvari predstavlja okvir čitavog serijala), neophodni su, da bi serija uopće dospjela do gledatelja, te zatim pobudila njihov interes i na kraju stupila (napravila "upad") u prostor njihove stvarne realnosti, to jest fiktivna realnost *soapa* bi potom zauzela svoje mjesto u općem poretku stvarne, socijalne realnosti. Ili, još jednom rečeno, zajedno sa Buckinghamom, "familijarnost sa karakteristikama i lokacijom, takođe je od ključnog značaja".¹⁸ Ien Ang smatra, pozivajući se na ideje Pierra Bourdieua, da je za ugođaj mase značajna neposredna emocionalna, odnosno osjećajna povezanost sa objektom ugođaja (znači mogućnost poistovjećivanja), tako da je opći ugođaj najprije i prije svega ugođaj prepoznavanja.¹⁹ Taj osjećaj povezanosti i bliskosti sa serijom i njenim protagonistima, čini cijeli show stvarnijim. Istovremeno, kroz obostranu stereotipizaciju, identifikacija sa serijom i njenim likovima postaje lakša. Na drugoj strani, kritički nastrojen dio *soap* fanova najčešće upućuje kritiku realizmu *soapa*, smatrajući da mondenški, elitni stil života važi samo za izuzetno bogatu klasu privilegiranih, ali rijetkih stanovnika tzv. Prvog svijeta (to je, naročito, izraženo u američkim melodramatičnim sapunicama visokih budžeta i australijskim, tzv. prozaičnim *soap* serijalima, dok se manje odnosi na britanske, socijalno angažirane serije), te da njihovi problemi nemaju ništa zajedničko sa stvarnim problemima ogromnog broja ljudi koji su izloženi golom egzistencijalnom pritisku. Karakteri u sapunicama nisu

¹⁷ Buckingham, 1987, 49.

¹⁸ *Ibid.*, 17.

¹⁹ Ang, 1985.

doživljeni kroz njihovu izolaciju, već kroz relacije i interakcije sa drugim likovima. To je jedna od ključnih razlika između televizijskih novela, u kojima je naglasak na pojedincima i njihovim karakterima (uglavnom, ženske junakinje Marisol, Esmeralda, Roseanne i sl.) i koje imaju točno određen početak i kraj (najčešće između 50 i 150 epizoda), te *soap opera* koje više ističu jezik, gestikulacije i kroz to razmišljanja i interakcije između pojedinačnih karaktera, a trajanje im je često neograničeno i provlači se decenijama.

Leđenovi nisu imali mogućnosti izdržati pritisak (i)realnosti *soapa* po cijenu iredalizacije svojih stvarnih života, jer su bili svakodnevno, kroz stalne kontakte sa svojom malom sredinom, izloženi "shizofreničkom" cijepanju vlastitih identiteta. Na drugoj strani, jedan od ključnih preduvjeta za uspjeh televizijske sapunice je privid stvarnosti, realitet njenih likova za televizijski auditorij. Na taj način gledatelj, kroz prizmu realitetne prezentacije uspostavljenog *soap* karaktera, biva uključen u seriju i, na osnovu toga, predviđa njegova ponašanja i cjelokupna dešavanja u serijalu. Međutim, za razliku od navedenih primjera Noel Gordon (Meg Mortimer) i Linde Evans (Kristol Carrington), kao i svih ostalih zvijezda velikih *soap* uspješnica, koje imaju zaleđe distance, prostor uzmaca od svojih obožavatelja, te su tako tek posredno izloženi njihovim pritiscima, *Leđenovi* jednostavno nisu mogli ostvariti taj prostor distance u Goražđu. Bili su neposredno izloženi fantazmatskom imaginariju svojih sugrađana, a likovi koje su ostvarili u seriji, te njihovi međusobni suodnosi, stvorili su platformu za izopačeno razumijevanje stvarnosti na osnovama *soap* konstrukta. Otvorili su prostor u kojem je potom postala ugrožena njihova socijalna, svakidašnje životna, identitetska prezentacija.

I Ljubljana, odnosno cijela Slovenija, je u julu 1998. godine bila mjesto uprizorenja sapuničkog, iredalno-fiktivnog u realnom prostoru i vremenu. Govoreći činjenično, Sloveniju je u vremenu od 30. 6. do 8. 7. 1998. posjetila Leticia Calderon Lopez sa svojim suprugom, ali u kontekstu televizijske novele, te sudeći prema reakcijama onih koji su taj posjet pomno pratili, Ljubljanu i Sloveniju je posjetila *Esmeralda*, u to vrijeme kulturni lik nadaleko najpopularnije latinoameričke TV novele. U biti, cijeli događaj, svih osam dana njenog boravka u Sloveniji, predstavljalo je svojevrstnu sapunicu, upad fikcije televizijske novele u realno vrijeme i prostor. "Kada je 30-godišnja Leticia Calderon *alias* Esmeralda, nedavno došla u Sloveniju, prouzročila je tornado. Euforija, autogrami, fotografije. Masa fanica u Ljubljani, Mariboru, Moškanjcima ... Leticia im je mahala sa balkona, auta ... one su joj bacale medvjediće, rizling, torte ... Mnoge je dotakla. Uživo.

Niko nije rekao Leticia – sve su rekle Esmeralda. Između lika i glumice nije bilo nikakve razlike. Leticia ne igra Esmeraldu – Leticia je Esmeralda. Fikcija se produžila u realnost. Show je postao reality-show.”²⁰ Upravo tako. Bilo je zanimljivo pratiti ovu konfuznost i na individualnoj razini samog njenog lika i identiteta. Naime, desio se zanimljiv obrat. Čak i tada (a to nije obavezno), kada su je ljudi recipirali putem njenog stvarnog identiteta (Leticia), činili su to, svjesno ili nesvjesno, preko konstrukcije Esmeraldinog lika. Ona takav pristup, naravno, ne odbacuje, premda tvrdi: “Željela bih da me ljudi upoznaju, da uvide kakva sam u stvarnosti. Ja sam ja: Leticia Calderon Lopez. Sredinom jula ću biti stara trideset godina, kažu da imam velike zelene oči. Trepavice su prirodne, nokti umjetni. Slovence sam iznenadila kratkom kosom, ošišala sam se u novembru prošle godine ...”²¹ Dakle, premda bi ona željela da bi je ljudi prihvatili “onakvu kakva jest”, ona ipak nesvjesno upada u zamku vlastitog iskaza kada priznaje, “iznenadila sam Slovence kratkom kosom.” Drugim riječima, ošišala sam se, ali pitanje je tko se zapravo ošišao, Esmeralda ili Leticia, čija je kosa skraćena? Njeni su obožavatelji, naime, navikli na dugu – Esmeraldinu kosu. Time, ona zapravo kazuje: ovdje, uživo, nastupam pred vama kao Leticia, ali znam da me vidite, percipirate kroz iskonstruiran lik Esmeralde. Zbog toga vas moja kratka frizura Leticie Calderon Lopez iznenađuje. Takav upad u zamku vlastitog diskursa dešavao se svih osam dana, kako samoj Leticiji/Esmeraldi: “Stvarno je nevjerovatno da dođe toliko ljudi samo zbog televizijske serije”,²² tako i onima oko nje, prvenstveno novinarima: “Je li vaše društvo uistinu također tako patrijarhalno kao u seriji gdje dr. Malaver siluje Esmeraldu, a da nitko ne pomisli da bi ga prijavio policiji? ... Dakle, Esmeralda uopće nije tako bajkovit lik kao što smo si tu zamišljali ... (novi-narka Tina Horvat)”,²³ premda Leticia tvrdi da “za sada još dijeli igru od stvarnog života”.²⁴

EPILOG. KONFUZNOST PREPLETANJA PRIVATNOG I JAVNOG U SOAP OPERI
Charlotte Brunson govori o ideološkom problemu soap opere, o polju značenja koje soap proizvodi, a odnosi se na “privatni život”. To je prostor kroz koji se vri-

²⁰ Štefančič, 1998, 41.

²¹ Splichal, 1998, 12.

²² *Ibid.*, 30.

²³ *Ibid.*, 95, 98.

²⁴ *Ibid.*, 107.

jednosti privatne sfere reprezentiraju kao javni.²⁵ Soap opera, zapravo, redefinira oboje: i javnu i privatnu sferu, tako da se *sve svakoga dotiče*. Tajne nisu moguće, jer se “život” odvija na razini javnog. U sapunici se javno iznose privatni problemi, što se direktno suprotstavlja zapadno civilizacijskom kulturnom kontekstu u kome se njeguje svetost privatnosti i nužnost postojanja jasne distance između privatnog i javnog. No, taj prividni paradoks, razumljiv je preko saznanja, da sapuničko prizivanje nostalgije o stvarno izgubljenju toplini familijarnog kruga, u okruženju pitomog susjedstva maloga grada ili predgrađa (*Peyton Place*, npr.), odnosno prisutna ambicija tih serijala da se idealizira život provincijalne sredine (naravno, sa svim njenim negativnim pozadinskim karakteristikama: spletke, tračevi, podvale, raznorazne nastranosti i ekscentričnosti pojedinaca koji tu žive i slično), često, zapravo, odgovara malograđanskom mentalitetu i navikama stanovnika velikih urbanih mjesta. Goražde nije takav slučaj, jer se radi o sredini koja je, itekako, određena normama tradicijskog suživota, znači o prevagi kolektivnog nad individualnim socijalnim obrascem i životnim stilom. Kada se takva fiktivna slika *soapa* smjesti u sredinu koja svojim stvarnim karakterom i socijalnim karakteristikama odgovara iskonstruiranoj viziji sapunice, a Goražde je upravo takav primjer, potom lako dolazi do njihovog grotesknog ispreplitanja. U povijesti *soap* žanra nailazimo na brojne i poznate pokušaje da se okruženje pojedinačnih *soap* opera, sa njihovim akterima, smjesti kako unutar fiktivnog, tako i unutar “stvarnog svijeta”. No svi ti primjeri, čak i oni čije su se radnje događale u stvarnim mjestima (*Ryan’s Hope* u New York City-ju, *Generations* u Chicagu, *Santa Barbara*), pokazali su da su sapunice ostale, na neki način, mali, zatvoreni svjetovi, “distancirani od šireg svijeta naseljenog gledateljima”.²⁶ I u tom primjeru, Goražde i njegova sapunica predstavljaju iznimku. Najbližnje istraživanje ovoga tipa, komplementarno našem interesu za “goraždanski slučaj”, napravila je Dorothy Hobson, koja je na primjeru spomenutog serijala *Crossroads* pokazala kako fanovi *soapa* koriste dešavanja u operi, da bi prodiskutirali o temama iz svojih života, to jest zaplete u *soapu* su direktno povezivali sa svojim životnim pričama.²⁷

Emocionalna privatnost likova u sapunici je suspendirana, ukinuta. Odnosno, intimni prostor aktera *soap* serijala ili TV novele, ispostavljen je u prednji plan na način smještanja privatnih, emocionalnih pitanja (ljubavi, simpatije, tajne, fami-

²⁵ Brunsdon, 1983.

²⁶ Mumford, 1995, 134.

²⁷ Hobson, 1982.

lijarni problemi, itd.) u prostor javnog, sve uz pomoć *prostorne rekonfiguracije*, to znači njihovim izmještanjem na javnu lokaciju. Time, gledatelji postaju svojevrsni medijski voajeri. Gledatelji *soapa* nisu pasivni konzumenti *soap* zabave, već aktivni, putem razgovora, izraženih simpatija ili nesimpatija, komentara o likovima serijala i dešavanja u njima, participanti, suučesnici čitave priče. Specifičnost *soapa* je i u tome, da upravo gledatelji, za razliku od likova u seriji, imaju uvid u cjelokupna dešavanja u seriji, oni su dakle u superiornijoj poziciji, znaju “tajne” koje protagonistima *soapa* ostaju “skrivenne”, a sve to im omogućava hipotetičko slaganje čitave priče u perspektivi, čini ih koakterima cijeloga serijala. Taj produžetak *soap* naracije je omogućen faktorom očekivanja, onim što Roland Barthes imenuje *hermeneutičkim kodom teksta*, u ovom slučaju *soap* scenarija. Uz pomoć momenta interakcije sa serijom, gledatelji se zbližavaju i sa cijelim nizom glumaca. Nakon svega rečenog postaje jasnije da publika *soap* opere ima nešto drugačije prakse razumijevanja i percepcije, nego publika drugih radijskih ili televizijskih naracija. Oni se ne “identificiraju” sa fiktivnim karakterima sapunice i sa njenom naracijom na način, kako to očekuju i potiču druge narativne televizijske forme. Fanovi *soapa* se vrlo često jednostavno rečeno, zaista, identificiraju.

BIBLIOGRAFIJA

- ANG, I. (1985): *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*, London, Methuen, Routledge.
- BROWN, M. E. (1994): *Soap Opera and women's talk: The pleasure of resistance*, London, SAGE Publications.
- BRUNSDON, Ch. (1983): “Crossroads: Notes on Soap Opera”, u: KAPLAN, A. E., *Regarding Television: Critical Approaches-An Anthology*, Los Angeles, University Publications of America, American Film Institute.
- BUCKINGHAM, D. (1987): *Public Secrets: EastEnders And Its Audience*, London, B. F. I. Books.
- COPELAND, M. A. (1991): *Soap opera history*, Illinois, USA, Publications International Ltd.
- FEUER, J. (1993): “Narrative Form in American Network Television”, u: WILSON, T., *Watching Television: Hermeneutics, Reception, and Popular Culture*, Cambridge, UK, Polity Press.

- HOBSON, D. (1982): *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, London, Methuen.
- LULLA, J. (1990): *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*, London & New York, Routledge.
- MULIĆ, S. (1997): "Goražde između zbilje i sna: Nazovi glumca zbog daljinskog upravljača", *Dani*, 58, 58–59.
- MODLESKI, T. (1982): *Loving with a Vengeance: Mass – produced fantasies for women*, New York/London, Methuen.
- MUMFORD, L. S. (1995): *Love and Ideology in the Afternoon: Soap Opera, Women, and Television Genre*, Indiana, Indiana University Press.
- SPACKS, P. M. (1986): *Gossip*, Chicago, University of Chicago Press.
- SPLICHAL, U. (1998): *Esmeralda, kraljica slovenskih src*, Ljubljana, Založba Slon.
- ŠTEFANČIČ, M., jr. (1998): "Kult Esmeralde", *Mladina*, 29, 41–42.