

MILE VS TRANZICIJA: SITCOM, MILECOM I VIŠE OD TOGA

7.097
801.73
COBISS.SR-ID 83483657

Apstrakt

Televizijska serija *Mile vs tranzicija* predstavlja značajan iskorak u domaćoj produkciji tv serija koje se jasno opredeljuju da budu smešne. Ovaj iskorak se ogleda u izboru formata serije: sitkom, i u mnogobrojnim formalnim i estetskim elementima koji *Mile vs tranzicija* čine zanimljivom, duhovitom, i svežom, uprkos tome što je proteklo skoro dvadeset godina od prvog prikazivanja serije. Ono što ovu seriju izdvaja iz skupa ostalih, sličnih serija je činjenica da u svom postupku *Mile vs tranzicija* uspeva da prevaziđe okvire formata sitkoma te putem intertekstualnog povezivanja narativnih i ikonografskih elemenata kao svesne strategije autora postaje svojevrsni 'televizijski pastiš' televizijskih reprezentacija društvene stvarnosti čineći time upravo tu društvenu stvarnost lakom zabavom.

Ključne reči

Mile vs tranzicija, sitkom, tv pastiš, intertekstualnost, društvena stvarnost

Uvod

U fokusu promišljanja ovog rada je televizijska serija *Mile vs Tranzicija*. Seriju potpisuje autorski tim: Radivoje Raša Andrić, režija; i Srđan Anđelić, scenario; dok je u naslovnoj ulozi Zoran Cvijanović kao Mile. Seriju je producirala radio-televizija B92 i sačinjavaju je tri sezone tokom kojih je emitovano 42 epizode od po 15-ak minuta. Prva (15 epizoda) i druga (15 epizoda) sezona serije su bile u produkciji samo radio-televizije B92, a u trećoj sezoni (12 epizoda) kao producent se potpisuje i Yodi Movie Craftsman.² Naš osvrt će

1 maja.marsenic@gmail.com

2 Podaci koje navodimo su preuzeti sa stranice „Миле против транзиције”, *Wikipedia*. Većinu epizoda serije *Mile vs tranzicija* moguće je pogledati na platformi YouTube. U trećoj sezoni (emitovano posle pauze od nekoliko godina) uočljivo je da je serija 'prevazišla' okvir koji je bio prvobitno zamišljen (npr. promenjena je špica, uvedeni su novi likovi i songovi, proširen je

biti ograničen na prvu i drugu sezonu serije, emitovane tokom 2003. i 2004. godine, redom. Epizode su emitovane u večernjem terminu, u 23:00 na programu radio-televizije B92 koja je u to vreme imala ugled demokratski orijentisanog medija koji zastupa evropske građanske vrednosti (tj. vrednosti Evropske Unije).

Mile vs tranzicija u mnogim svojim elementima predstavlja zanimljiv i osvežavajući iskorak u odnosu na tada postojeću produkciju televizijskih serija.³ Pre bismo mogli reći, smeo 'eksperiment'. Danas, skoro dvadeset godina posle prikazivanja prve epizode, serija *Mile vs tranzicija* je izgubila na aktuelnosti u (skoro) svakom smislu, naročito onom koji intertekstualizuje tadašnju stvarnost. Međutim, njena ironijska oštrica i dalje ima izvesnu oštrinu, parodičnost s vremena na vreme izaziva smeh, satiričnost podseća na postojanje još uvek bolnih aspekata društva u beskonačnoj tranziciji⁴, dok je njena estetika i dalje više izuzetak nego pravilo. Ideja vodilja ovog kratkog rada nije da ulazi u duboku analizu svega što je serija donela (to zahteva mnogo obimniji tekst) već da osvetli neke od elemenata ovog ne baš potpuno zaboravljenog sitkoma tranzicije, danas – možda – vidljivijih nego u trenutku kada se serija prikazivala, te za koje možemo da kažemo da su promakli autorima retkih akademskih razmatranja ove serije.⁵

autorski tim, došlo je do usloznjavanja narativa itd.). Po sećanju ovog autora, treća sezona serije nije bile popularna kao prve dve i serija je završena trećom sezonom.

- 3 Navodimo samo nekoliko naslova iz tog perioda: *Porodično Blago* (RTS, Komuna 1998-2002), *Hotel sa 7 zvezdica* (Prizor, RTV Pink, 2002-2003.), *Crni Gruja* (BK Telekom, BS Group, 2003.), Naravno, treba imati u vidu da je pejzaž tada emitovanih serija uključivao i mnogobrojne reprize serija koje su snimljene ranije, pa čak i dosta ranije.
- 4 Reč *tranzicija* označava period u kome društvo prolazi kroz korenite promene u ekonomskom smislu. Vremenom, u svakodnevicu Srbije, reč je počela da označava sve moguće promene koje su bile nužna posledica napuštanja jednog ekonomskog uređenja (društveno samoupravljanje i centralno vođena ekonomska politika) i prihvatanje kapitalističkih modela zasnovanih na neprikosnovenosti privatne svojine, preduzimljivosti pojedinca, nemešanju države u tržišna kretanja, i privatizaciji javnih preduzeća i društvene imovine. Jedna od odlika tranzicije je agresivnost i brzina sprovođenja ovih promena. Usled načina sprovođenja ovih ekonomskih reformi i korišćenja pojma kao razloga i izgovora za sve što razjeda tkiva društva, reč *tranzicija* je poprimila konotacije nečega lošeg, negativnog, i, naročito, uperenog protiv običnog čoveka. Mada se više ne čuje toliko često, njeno iskrivljeno shvatanje je i danas veoma prisutno.
- 5 Videti: Trifunović, V. i Diković, J., 2014. „*Mile protiv tranzicije*”: *društvene promene i sukobi vrednosnih orijentacija kroz prizmu jedne televizijske serije*. Glasnik Etnografskog instituta, 62 (2), str. 141–153, kao i Zivkovic, M., 2007. 'Mile vs Transition'-a Perfect Informant in the Slushy Swamp of Serbian Politics? Social Identities, 13 (5), str. 597–610.

Mile vs tranzicija: sitcom

Iz osnovnih premisa serije:

- gledaoci Miletov otpor tranziciji prate u 15 + 15 epizoda od po 15 min;
- svaka od epizoda počinje u dnevnoj sobi Miletovog stana gde nas Mile iz svoje omiljene fotelje upoznaje sa novim problemom koji nameće tranzicija i koji se narativno ne nadovezuje na problem iz prethodne epizode;
- nakon toga, pratimo Mileta u nekom eksterijeru, obično to bude ulica u Miletovom susedstvu gde vidimo praktične implikacije tranzicije, bilo u životu samog Mileta ili na primeru nekoliko sugrađana koji mu, u zavisnosti od teme, ponekad pomažu da se suprotstavi tranziciji;
- Mile je ponovo u svom stanu, u svojoj dnevnoj sobi, u svojoj fotelji odakle komentariše razlog(e) neuspeha primenjenog rešenja;
- u sledećoj epizodi se ova 'formula' ponavlja na isti način.

Mile vs tranzicija je žanrovski moguće odrediti kao sitcom jer se radi o kratkoj (sa stanovišta trajanja epizode) narativnoj strukturi koja se ne razvija već je u svojoj osnovi ciklična što omogućava beskonačan niz ponavljanja istog u različitim tematskim pakovanjima. Ovo je jedno od osnovnih određenja sitkoma kao žanra, „[o]snovna fundamentalna situacija komedije situacije je da se stvari ne menjaju” (Grote u White i Mundy 2012: 107). Polazeći od Groto-
vog (David Grote) citata kao centralnog u svakom određenju sitkoma i sumirajući zapažanja Mekvina (David McQueen) i Klarka (Clark, V.) Voit-Virčov (Eckart Voigts-Virchow) daje pregledan grafički prikaz osnove narativne strukture televizijskog sitkoma⁶, (Voigt-Virchow 2005: 215) na osnovu koje je jasno da *Mile vs tranzicija* ne odstupa mnogo od ovih opšte-prihvaćenih konvencija, bar ne u meri koja ugrožava njegovu žanrovsku pripadnost sitkomu sa stanovišta narativne strukture.

6 Najveći deo zapažanja ovog modela nalazimo kao definišuće karakteristike konvencionalnog sitkoma i kod mnogobrojnih drugih autora i koje smo konsultovali u pisanju ovog rada.

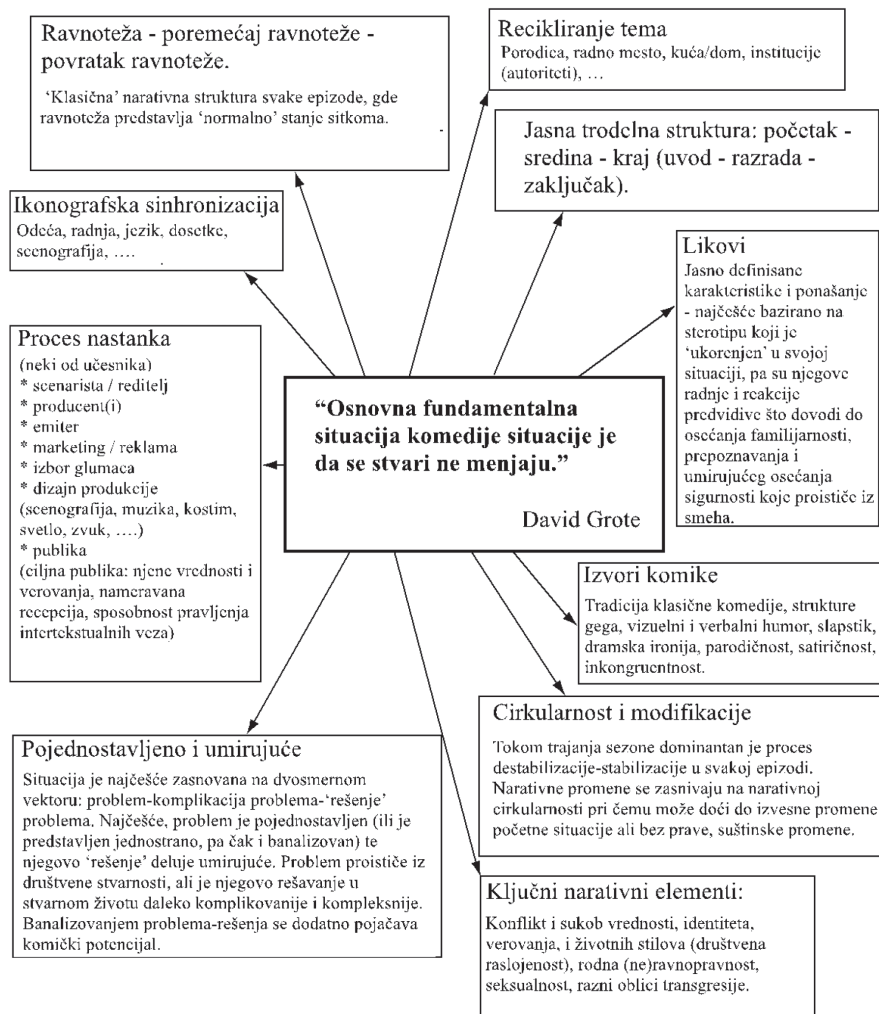


Tabela 1 Narativna struktura sitkoma (po Voigt-Virchow 2005: 215)

Prevod i adaptacija: autor

Bret Mils (Brett Mills) u uvodnom poglavlju studije posvećenoj sitkomu ističe da većina teoretičara sitkom smatra formatom/žanrom koji je manje-više samoočigledna kategorija. Ali, kako u svom preglednom radu pokazuje Mils, stvari postaju bitno otežane kada se upustimo u precizno određivanje onoga što je „očigledno sitkom“. Kao i svi drugi žanrovi, tako se i sitkom oslanja na mnogobrojne druge kulturološke činioce koji učestvuju u njegovom oblikovanju. „Praćenje različitih puteva razvoja sitkoma ukazuje da su žanrovi uvek

fleksibilne kategorije čije karakteristike nikada nisu stabilne ili konkretno definisane.” (Mills 2009: 3). Mils predlaže da je produktivnije poći od osnovne namere bilo kog sitkoma – a to je da bude smešan jer „sitkom ima smisla – i objašnjiv je kao žanr – ukoliko se razume njegova komična namera, to je ono što ga pokreće i definiše.” (Mills 2009: 5). Mada užitak u gledanju sitkoma može poticati i iz njegovih drugih osobina, i gledaoci u sitkomu mogu videti razne druge stvari – od društvenog komentara do otvorene kritike – upravo je „komični potencijal” (*comic impetus*) situacije od koje polazi sitkom ono što Mils smatra generičkim za svaki sitkom. Takođe, primećuje Mils, „sitkom postaje interesantan onda kada se bavi temama ili načinima reprezentacije koji se ne uklapaju u podrazumevani okvir.” (Mills 2009: 11–12).

Mile vs tranzicija: milecom

U centru serije je njen glavni (i jedini) lik Mile, „mali čovek, sa malom platom, malim sinom i punačkom ženom” (S01E01) koji se na samom početku XXI veka našao u nezavidnoj situaciji da čitav njegov život, pa i on sam, moraju da se menjaju usled nastupajućih (nametnutih) promena u društvenim, ekonomskim, političkim i kulturnim okolnostima njegove države koja je do trenutka prve epizode već bila prošla kroz niz (uglavnom nasilnih) promena po svim osama svog postojanja (raspad države, građanski ratovi, inflacija, ekonomska i politička neizvesnost, erozija kulturnih i moralnih vrednosti, NATO bombardovanje, „revolucionarni” 5. oktobar, ubistvo premijera Zorana Đinđića), i večito je na pragu stalno mu obećavanog „boljeg života” koji mu izmiče i za koji se ispostavlja da od njega zahteva (pre)velika odricanja i prilagođavanja. Za Mileta ove najnovije promene – tranzicija – otvoren su napad na sve ono što Mile smatra ne samo njegovim već i nečim što ga određuje kao građanina, pripadnika jednog naroda, muža, oca i radnika: zamena nemačkih maraka kao univerzalne valute 1990-tih u evre (S01E01), praznici poput 29. novembra, 22. decembra i 25. maja se ukidaju jer ta država više ne postoji (S01E07), piraterija stvarno postaje nelegalna (S01E10), zbog zavisnosti stanovništva ukida se mogućnost kupovine lekova za umirenje bez recepta (S01E12), ukida se obavezno služenje vojnog roka kao deo opšte reforme odbrambenog sistema države (S02E29), menjaju se saobraćajni propisi i uvodi se obaveza vezivanja sigurnosnog pojasa (S01E03) itd. Iz osećanja sveopšte ugroženosti sopstvenog identiteta kao ličnosti i građanina Mile pruža otpor promenama tj. tranziciji: organizuje napad na banku sa ciljem uništavanja evra, zahteva da mu se dodeli jedan dan kada će da obeležava sve svoje praznike, predlaže zadržavanje piraterije

kao simbola jedinstvenosti=originalnosti i slobode u Evropi, zalaže se za slobodnu prodaju *bensedina*⁷ u cilju zaštite mentalnog zdravlja i sprečavanja pojave crnog tržišta, protivi se neslužbenju vojnog roka jer obavezni vojni rok stvara prave, jake i patrijarhalne muškarce, organizuje uličnu prodaju majica/sakoa sa prišivenim sigurnosnim pojasevima da se ljudi ne bi osećali vezano itd.

U svom ponašanju Mile je bahat, verbalno agresivan, sklon izlivima psovki i psovanju.⁸ U svojim stavovima i razmišljanjima Mile je tvrdoglav, površan, sklon verovanju u teorije zavere, vođen cirkularnom logikom, nespeman i nevoljan da se promeni i prilagodi – ako ni iz jednog drugog razloga, onda iz čistog inata. U tome, on je domišljat, prinuđen da pronalazi rešenja koja ga čuvaju od tranzicije, pragmatičan i sklon lakoj zaradi kada se ukaže prilika. Njegova ikonografija (lični izgled, stan u kome živi, njegov automobil u raspadu itd.) jeste ona koja idealizuje period(e) „mračne prošlosti” i podseća ga da je „bilo bolje kada je bilo gore”. Mile daje prednost sujeverju i tradicionalnim narodnim artefaktima poput vezova crvenih paprika i belog luka okačenih svuda po stanu, svinčeta u ostavi, veša na terasi. „[T]elevizijski Mile u baroknom tumačenju Zorana Cvijanovića vazda je nešto isfrustriran, nervozan, razvikan, usamljen i neshvaćen, kao kakav Poslednji Mohikanac”, piše kolumnista Teofil Pančić i upoređuje ga sa drugim, konvencionalnije i kompleksnije zamišljenim likovima iz drugih tada aktuelnih televizijskih serija koje se, između ostalog, bave i mukama tranzicije, i zaključuje da je Mile „sav onako (anti)stilizovan i *preteran*, mnogo bliži 'realnom' fotorobotu Našeg Čoveka sada i ovde. Ne ličeći baš ni na koga pojedinačno [...] on, kroz ono o čemu govori i na šta ukazuje [...] postaje neizbrušeni srodnik „svih nas“, manje ili više.” (Pančić: 2005). Nije preterano reći da su u Miletu sabrani svi duboko prisutni stereotipi tipičnog građanina Srbije na početku XXI veka, te da je on u tom zbiru zaista „preteran” do mere koja ga gledaocima, bar prilikom prvog susreta, čini smešnim. „Već duboko utisnuti u širu kulturu, ovi stereotipi su korisni zbog njihove prepoznatljivosti. Tokom vremena [oni] se stapaju u karaktere [...] i imaju posebnu važnost u datoj kulturi [...] Postaju kodovi [...]” (Butsch 2005: 112).

Kao kod Mile je onaj o kome istovremeno ne znamo ništa i znamo sve. Takvo zapažanje je u skladu sa još jednom odrednicom sitkoma kao televizijskog formata koji je „nezainteresovan za istoriju svojih junaka”, i za koje postoji

7 Najpopularnije sredstvo za umirenje u Srbiji.

8 O značaju psovki i o samom činu psovanja videti u: Krstić, P., 2014. *O psovanju*. Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju.

samo sadašnje vreme (Allrath et al. 2005: 28–29). Drugim rečima, (ako ta istorija postoji) implicitno se podrazumeva da je utisnuta u kolektivno sećanje čitavog naroda, odnosno gledalaca serije (*ibid.*). U tom smislu, autori serije Andrić/Anđelić⁹ neštedljivo i na svaki način intertekstualizuju ne samo to kolektivno pamćenje (1945– 2003), već, posredno, i pojedinačna iskustva i pamćenja samih gledalaca o kojima oni kao autori ništa ne znaju. Niko od gledalaca *Mile vs tranzicija* ne može da kaže da mu nije jasno ko je Mile! Pančić, zaključuje, „Mile je i ponosni baštinik kulture svakodnevlja „samoupravnog socijalizma”, ali samo u onim njenim aspektima koji mu prijaju, koji imaju današnju „upotrebnu vrednost” (Pančić: 2005).

Jednako, Mile je pripadnik one (da li nepravedno?) prezrene radničke klase koja je tokom 1970/80-ih postala nova srednja klasa za čiji engleski ekvivalent, tj. nižu klasu, Buč (Richard Butsch) tvrdi da je omiljeni izvor karaktera/ likova sitkoma i da nikada nisu prikazani u pozitivnom svetlu (Butsch 2005: 113–114). Naprotiv! Njihova naglašena „inferiornost” u odnosu na nas gledaoce (tzv. druge i bolje) je upravo ono što njihovu situaciju (koja je prosto takva kakva je) čini komedijom situacije. Pančićevo zapažanje da je Mile „neizbrušeni srodnik svih nas” je nešto što ćemo kao gledaoci prećutati čak i sebi samima.

Mile vs tranzicija: više od sitkoma i milekoma

Osim Miletove stereotipnosti i drugih već pomenutih konvencionalnih odrednica sitkoma (većinu pronalazimo u *Mile vs tranzicija*), postoji još nešto što seriju *Mile vs tranzicija* određuje kao sitkom. To je njena naglašena/ neskrivena artifičijelnost. Teoretičari sitkoma često ističu da se artifičijelnost najviše ogleda u čulnom prisustvu smeha (bilu u vidu smejanja publike dok se epizoda snima i uživo prenosi – slučaj ranog sitkoma – ili, što je savremena praksa, da je ovaj smeh publike nasnimljen na pojedine delove epizode). Artifičijelnost *Mile vs tranzicija* nije u ovome. Radije, *Mile vs tranzicija* sledi zapažanje da „[i] na nivou izvedbe i na nivou narativne strukture, sitkom može da flertuje sa artifičijelnošću sopstvenih ograničenja,” tj. onoga čega se 'mora' pridržavati „kako bi ih upisao u realističan, uverljiv, društveno prepo-

9 Ovde je od koristi napomenuti da su pomenuti autori u vremenu rada na seriji već bili poznati javnosti kao *cool*, *underground* autori, skloni suvom, ciničnom i ironičnom humoru, ljubitelji nezavisnih filmskih autora poput Džarmuša (Jim Jarmusch), odrasli na „dijeti” *Letećeg cirkusa Montija Pajtona* (*Monty Python's Flying Circus*) i sličnih, *nemainstream* ostvarenja. Takođe, potpisnici su kultnog filma *Munje* (2001), dok je Andrić režirao zapažen film *Tri palme za dve bitange i ribicu* (1998) Obojica su bili aktivno uključeni u rad jedine „slobodne” radio-stanice tokom 1990-ih, radio B92.

znatljiv okvir.” (White i Mundy 2012: 106) Mile govori direktno u kameru, članovi snimateljske ekipe i delovi njihove opreme često „zalutaju” u kadar, Mile ponekad govori snimatelju kako da ga snimi („Ajde krupno sada”), a u trenucima Miletovog prevelikog uzbuđenja članovi ekipe priskaču Miletu u pomoć; Mile se gledaocima obraća „dragi gledaoci” i redovno ih „obaveštava” da je ono što gledaju fikcija (na kraju prve sezone Mile, u direktnom obraćanju, savetuje gledaoce da ne pokušavaju ovo – misleći na borbu protiv tranzicije – kod kuće).

Osim toga, tandem Andrić/Anđelić (potpomognuti glumačkim umećem Zorana Cvijanovića) putem mehanizama intertekstualnog povezivanja (jednako na nivou svesne strategije autora i nesvesnog interpretativnog angažmana gledaoca) i jasnog referisanja na sveopštu društvenu stvarnost uspevaju da prevaziđu sam format sitkoma dovodeći ga do svojevrsnog „televizijskog pastiša” (Meinhof i Smith 2000: 43–60), te iste stvarnosti u kome se različiti (uključujući tu i vesti) televizijski „formati asimiluju u laku zabavu. Ono što se dešava nije toliko da događaji, ličnosti ili procesi u svetu postaju predmet satire već [...] se parodiraju televizijski formati njihovih reprezentacija.” (*ibid.* 57)

U tome, oni se oslanjaju na metode parodičnih aluzija (Mile gleda vesti – „Dragi Mile, izvinite zbog prekida programa ...”, Mile je predmet novinarskog izveštavanja sa lica mesta, uputstvo tokom vesti da Mile uzme 2mg bensedina, motiv Miletove Internet stranice je Mile kao Sveti Đorđe koji ubija aždaju, u Miletovom slučaju koplje se zabada u dolare, ili – odlično montirana uvodna sekvenca 1. epizode druge sezone *Mile se vratio*), različitih aproprijacija (delovi suđenja Slobodanu Miloševiću u Hagu, Mile prima nagradu za najboljeg evropljanina, već pomenuti uvod u 1. epizodu 2. sezone gde je Mile tema govora Pape, Maradone itd.), aproprijacije drugih televizijskih formata (dokumentarističko *a la cinema verite* praćenje Mileta u njegovim akcijama protiv tranzicije, vesti, izveštavanje sa lica mesta, konferencija za štampu, pa čak i veoma popularni *talk-show* poznate voditeljke Olje Bečković *Utisak nedelje*). Takođe, ne možemo se oteti utisku da kroz seriju provejava estetika (koju smo već naveli u fusnoti broj 10) nezavisnih filmskih autora: *low-budget* izgled, snimano uz pomoć minimalne i jedva sastavljene opreme, žučkasti tonovi u enterijeru odaju utisak jeftinosti i trećerazrednosti, sklepanost dekora i rekvizite je više nego naglašena, dok su snimci pravljani u eksterijeru obojeni naglašenim sivilom, upadljivo odsustvo zahtevnog kadriranja i montaže; i *Letecig cirkusa Montija Pajtona*: uvodna špica svake epizode je poluanimirana kreacija u kojoj na plavoj pozadini (boja EU) uz zvuke trube (koja zvuči kao dečja igračka) i prepoznatljive tonove poslednjeg stava Betovenove IX sim-

fonije (himna Evropske Unije) Mileta napadaju žute zvezdice koje formiraju simbol EU; himna se ubrzo potpuno „raspada” u kakofoniju ne baš prijatnih zvukova električne gitare, trube, i bubnjeva; za to vreme, Mileta napadaju zvezdice koje izviru iz svih uglova ekrana u različitim formacijama dok Mile pokušava da se od njih odbrani uz pomoć prskalice, usisivača, pendreka, koplja, naravno, uvek neuspešno jer mu se poslednja zvezdica zabija u sredinu čela, on pada i epizoda počinje.

Nepotrebno je isticati da je svaka odluka autora u stvaranju serije *Mile vs tranzicija* više nego namerna i dobro promišljena. Oni koji su 2003/2004. uživali u gledanju ove serije, kao i oni koji to još uvek ponekad rade gledajući je putem neke Internet platforme ili zahvaljujući privatnoj arhivi, su jedan deo zadovoljstva pronalazili kako u prepoznavanju mnogobrojnih referenci na tadašnju društvenu stvarnost (lakši deo) i prepoznavanju stilskih alata koje su autori koristili i od kojih smo mi ovde pomenuli tek nekolicinu (teži deo). Drugim rečima, zadovoljstvo gledaoca je možda više poticalo iz „intertekstualnog prepoznavanja ‘života kako ga reprezentuje televizija’ nego iz napora da se prepozna satirični komentar” društvene stvarnosti (Meinhof i Smith 2000: 60).

Zaključak

Džensen i Sjenkijević (Jensen, P.K. i Sienkiewicz, M.) pišu:

Komedija bez milosti deli pojedince na osnovu toga da li imaju prethodno iskustvo potrebno da razumeju i uživaju u onome što sve druge zasmehava. Ovo je naročito važno na nivou nacije. Nacije su, bez obzira na to koliko sebe doživljavaju kao prirodne i večne, proizvodi društvenih konvencija i zahtevaju neprestano održavanje. [...] Komedija može imati važnu ulogu u ovom procesu [...] [tako što će] imati produktivan i umirujući efekat na gledaoce koji se suočavaju sa momentima društvenih i političkih previranja. (Jensen i Sienkiewicz 2018: 239, 11)

Zadirući u složena i teška pitanja identiteta i pripadanja serija *Mile vs tranzicija* je više okrenuta potvrđivanju 'ontološke sigurnosti' pojedinca kome su izmakli tlo pod nogama jer „[što] je veća referentnost u odnosu na društvenu stvarnost, to je 'subverzivnost' sitkoma manja” (Lovell u White i Mundy 2012: 106). U Miletovoj situaciji zaista nema puno toga smešnog, dok je sam Mile u zbiru svih svojih stereotipova više žalosna groteska nego bilo šta drugo. U tome je Mile dovoljno politički progresivan da nam onemogućí ozbiljnu

identifikaciju sa njim čime nam, zapravo, omogućava da (mu) se smejemo. Kako ističu Vajt i Mandi (Glyn White i John Mundy) „[k]ao narativi većina sitkoma ne donosi ništa subverzivno, ali zato mogu markirati polja društvenih tenzija time što će uključiti druge diskurse, doduše bez posledica za narativ (White i Mundy 2012: 107). Taj drugi diskurs u slučaju *Mile vs tranzicija* je diskurs same televizije i njenih reprezentacija društvene stvarnosti.

Literatura

- Allrath, G. i Gymnich, M. (eds.) (2005) *Narrative Strategies in Television Series*. Eastbourne: Palgrave Macmillan.
- Allrath, G., Gymnich, M. i Surkamp, C. (2005) “Introduction: Towards a Narratology of TV Series” in Allrath, G., Gymnich, M., (eds.) *Narrative Strategies in Television Series*. Eastbourne: Palgrave MacMillan. pp. 1–43.
- Aronson, L. (2000) *Television Writing: The Ground Rules of Series, Serials and Sitcom*. Australia: AFTRS.
- Benshoff, H. (2016) *Film and Television Analysis: An Introduction to Methods, Theories and Approaches*. London, New York: Routledge.
- Bönker, K., Grampp, S. i Obertreis, J. (eds.) (2016) *Television Beyond and Across the Iron Curtain*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Bratslavsky, L. (2020) “30 Rock and the Satirical Representation of the Television Industry” in Wasko, J., Meehen, E. R. (eds.) *A Companio To Television*. Hoboken, NJ: Wiley Blackwell. pp. 287–305.
- Butler, J. G. (2018) *Television: Visual Storytelling and Screen Culture*. London, New York: Routledge.
- Butsch, R. (2005) “Five Decades and Three Hundred Sitcoms About Class and Gender” in Edgerton, G. R., Rose, B. G. (eds.) *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Kentucky: University Press of Kentucky. pp. 111–135.
- Daković, N., Milovanović, A. (2015) „Socijalistički family sitcom: Pozorište u kući”, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* (27), str. 183–203.
- Edgerton, G. R i Rose, B. G. (2005) *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Fuller-Seeley, K. (2018) “Inventing the Situation Comedy: Jack Benny, the ‘Fall Guy’ and the Making of a Genre” in Marx, N., Sienkiewicz, M. (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 153–169.

- Hutcheon, L. (2018) "Irony's Edge" in Marx, N., Sienkiewicz, M., (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 104–111.
- Jensen, P. K. i Sienkiewicz, M. (2018) "Nation and Globalization: Introduction" in Marx, N., Sienkiewicz, M. (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 238–243.
- Klika, D. T. (2018) *Situation Comedy, Character and Psychoanalysis: On the Couch with Lucy, Basil, and Kimmie*. New York, London: Bloomsbury Academic.
- Kovačević, I. i Brujić, M., (eds.) (2013) *Antropologija TV serija - Nova srpska antropologija, knj. 10*. Beograd: Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Srpski genealoški centar.
- Kreuz, R. (2020) *Irony and Sarcasm*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Krstić, P. (2014) *O psovanju*. Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju.
- Marx, N. i Sienkiewicz, M. (eds.) (2018) *The Comedy Studies Reader*. First edition. ed. Austin, Texas: University of Texas Press.
- Marx, N. i Sienkiewicz, M. (2018) "Volume Introduction: Comedy as Theory, Industry, and Academic Discipline" in Marx, N., Sienkiewicz, M., ed. *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 1–16.
- McGowan, T. (2017) *Only a Joke Can Save Us: A Theory of Comedy*. Evanstone, Illinois: Northwestern University Press.
- Medhurst, A. (2018) "A National Joke" in Marx, N., Sienkiewicz, M., (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 243–251.
- Meinhof, U. H. i Smith, J. (2000) "Spitting Image: TV Genre and Intertextuality" in Meinhof, U. H., Smith, J. (eds.) *Intertextuality and the Media: From Genre to Everyday Life*. Manchester: Manchester University Press. pp. 43–60.
- Meinhof, U. H & Smith, J. (eds.) (2000) *Intertextuality and the Media: From Genre to Everyday Life*. Manchester: Manchester University Press.
- Mills, B. (2009) *The Sitcom*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Mills, B. (2018) "Comedy and the Nation in 'The Trip'" in Marx, N., Sienkiewicz, M., (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin Texas: University of Texas Press. pp. 267–278.
- Milosavljević, D. (n.d.) „Mile, Tranzicija, Manipulacija – Kriva Ogladala Teofila Pančića”, *Nova Srpska Politička Misao*, dostupno na: http://www.starisajt.nspm.rs/komentari2005/2005_dm_mile_1.htm [Pristupljeno 10. maja 2022].

- Momen, M. (2019) *Political Satire, Postmodern Reality, and the Trump Presidency: Who Are We Laughing At?* Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Neale, S. i Krutnik, F. (2018) "Popular Film and Television Comedy" in Marx, N., Sienkiewicz, M. (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 136–143.
- Pančić, T. (2004) „Mile sa Čubure u Vladi – Nuspojave”, *Vreme* (680), 15/01, dostupno na: <https://www.vreme.com/kolumna/mile-sa-cubure-u-vladi/> [Pristupljeno 15. juna 2022].
- Pančić, T. (2005) „Nacionalna klasa – Mile protiv tranzicije – koplje u trnje”, *Vreme* (734), 27/01, dostupno na: <https://www.vreme.com/vreme/nacionalna-klasa/> [Pristupljeno 15. juna 2022].
- Savorelli, A. (2010) *Beyond Sitcom: New Directions in American Television Comedy*. Jefferson: McFarland.
- Schulz, D. (2005) "Ellen Degenarrated: Breaking the Heteronormative Narrative Contract" in Allrath, G., Gymnich, M. (eds.) *Narrative Strategies in Television Series*. Eastbourne: Palgrave MacMillan. pp. 168–187.
- Thompson, E. (2018) "Comedy Verite? The Observational Documentary Meets the Televisual Sitcom" in Marx, N., Sienkiewicz, M. (eds.) *The Comedy Studies Reader*. Austin, Texas: University of Texas Press. pp. 143–153.
- Trifunović, V. i Diković, J. (2014) „Mile protiv tranzicije”: društvene promene i sukobi vrednosnih orijentacija kroz prizmu jedne televizijske serije. *Glasnik Etnografskog instituta*, 62 (2), str. 141–153.
- Trifunović, V. (2009) „Konceptualizacija gubitnika i dobitnika tranzicije u popularnoj kulturi”. *Etnoantropološki problemi*, 4 (1), str. 107–121.
- Voigt-Virchow, E. (2005) "History: The Sitcom, England: The Theme Park – Blackadder's Retrovisions as Historiographic Meta-TV" in Allrath, G., Gymnich, M., ed. *Narrative Strategies in Television Series*. Eastbourne: Palgrave Macmillan. pp. 211–228.
- Wasko, J. i Meehan, E. R. (eds.) (2020) *A Companion to Television*. Second edition ed. Hoboken, NJ: Wiley Blackwell.
- White, G & Mundy, J. (2012) *Laughing Matters: Understanding Film, Television and Radio Comedy*. Manchester: Manchester University Press.
- Zivkovic, M. (2011) *Serbian Dreambook: National Imaginary in the Time of Milošević*. Bloomington: Indiana University Press.
- Zivkovic, M. (2007) "‘Mile vs Transition’ – A Perfect Informant in the Slushy Swamp of Serbian Politics”. *Social Identities*, 13 (5), pp. 597–610.

MILE VS TRANSITION: SITCOM, MILECOM AND MORE

Abstract

Television series Mile vs Transition represents a significant break with the usual local production of TV series aiming to be funny. The break is, foremost, evident in the choice of the TV format: sitcom, as well as in numerous formal and aesthetic qualities – all of which make Mile vs Transition thought-provoking, amusing and fresh, despite the fact that it has been almost twenty years since the first broadcast of the series. What distinguishes this TV series from other similar series is best reflected in its method which relies on intertextual linking of narrative and iconographic elements as a conscious strategy of the authors. In this way, Mile vs Transition manages to transgress the frame and format of sitcom and becomes a 'television pastiche' of televisual representations of social reality thus making this very social reality a subject matter of light entertainment.

Keywords

Mile vs Transition, sitcom, TV pastiche, intertextuality, social reality

Primljeno: 12. 09. 2022.

Prihvaćeno: 27. 09. 2022.