

RAZRED V POPULARNIH TELEVIZIJSKIH ŽANRIH**

Povzetek. V članku bomo proučevali reprezentacije razreda v televizijskih zabavnih programih, pri čemer se bomo osredotočili na trenutno najbolj gledano situacijsko komedijo domače produkcije Lepo je biti sosed ter jo primerjali z nekaterimi drugimi televizijskimi serijami. Izhajamo iz predpostavke, da ima način, na katerega je razred medijsko okvirjen, pomembno vlogo pri dojemanju razrednosti in neenakosti pri gledalcih. Televizijski zabavni programi namreč ravno tako prispevajo k družbeni konstrukciji razreda ter k mitom in stereotipom o posameznih razredih. V članku se bomo še posebej osredotočili na premestitev razreda na druge kategorije, kot sta spol in narodnost, saj raziskovalci ugotavljajo, da je še posebej v situacijskih komedijah razred pogosto premeščen na druge označevalce razlik. Ključni pojmi: razred, okus, televizija, situacijska komedija

Uvod: razred in televizija

Televizijski zabavni program v tukajšnjem akademskem prostoru ni deležen pretirane pozornosti, še posebej ne v povezavi s klasičnimi socio-loškimi temami, kot je družbena stratifikacija. Ravno zato se v tem članku pri analizi reprezentacij razreda osredotočamo na ta zapostavljen, a kot bomo pokazali, za konstrukcijo dojemanja razrednih razlik zelo pomemben vidik. Kendall trdi, da ima način, na katerega je razred medijsko okvirjen, pomembno vlogo pri dojemanju neenakosti pri gledalcih. Kot pojasnjuje na primeru srednjega razreda, se večina ljudi v ZDA tudi zaradi medijskih reprezentacij srednjega razreda kot kategorije, s katero se lahko večina identificira, umešča v srednji razred,¹ čeprav je statistično nemogoče, da bi bili vsi del srednjega razreda (Kendall, 2005: 2).

* Dr. Dejan Jontes, asistent na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

** Izvirni znanstveni članek.

¹ Po podatkih novejšje slovenske raziskave (Luthar in drugi, 2001: 4) se v samo sredino družbe, v četrti predel od sedmih na grafični shemi, umešča 49,6 odstotka vprašanih, 18,3 odstotka se jih je samoumestilo v tretji razdelek in 21,6 odstotka v peti. V najvišji sloj družbe se od 820 anketirancev iz Ljubljane in Maribora ni umestil nihče, v najnižjega pa 1,7 odstotka.

Televizijski programi namreč pomembno prispevajo k družbeni konstrukciji razreda ter k mitom in stereotipom o posameznih razredih. V članku se bomo še posebej osredotočili na *premestitev* razreda na druge kategorije, kot sta spol, seksualnost in narodnost, saj raziskovalci ugotavljajo, da je še posebej v situacijskih komedijah razred pogosto premeščen na druge označevalce razlik. Aronowitz (1992: 195) v vplivnem eseju *Working-Class Culture in the Electronic Age* ugotavlja, da lahko elektronski mediji do neke mere določajo, kako je družbeno življenje reprezentirano, medtem ko pa ne morejo vplivati, ali bo neka družbena skupina sploh reprezentirana. Po njegovem mnenju tako ni mogoče, da bi bila posamezna skupina, denimo delavski razred, popolnoma izključena, vendar pa je prav tako malo verjetno, da bi te reprezentacije ostale neposredne, saj kulturne tradicije delavstva zasedajo vedno ožji družbeni prostor. Vendar pa ne gre zgolj za izključnost posameznih razredov oziroma premestitev označevanja razreda. Kot pri svoji obravnavi resničnostne televizije izpostavlja Morley (2009: 500), da je ključni problem nezmožnost reprezentacije sfere družbenega nasploh.

Kot smo že omenili, številni avtorji ugotavljajo, da je kategorija razreda odsotna oziroma v javnem diskurzu nadomeščena z drugimi označevalci, kot so spol, rasa in etničnost. Ortner (2006: 19) tako izpostavlja relativno odsotnost diskurza o razredu v dominantni ameriški kulturi. Ugotavlja, da drugi označevalci razlik zasedajo bistveno pomembnejše mesto kot razred, saj je razred umeščen v kulturno bolj opazne diskurze, predvsem spola in seksualnosti, kar ima predvsem dve implikaciji: »Po eni strani tako vidimo eno od mest, kjer se razred, v nekem smislu, diskurzivno skriva. Na drugi strani pa spoznamo, da če diskurzi in prakse spola in seksualnosti nosijo skrito težo razrednih pomenov, to prispeva k 'presežnemu antagonizmu' teh odnosov« (Ortner, 2006: 20).

V analizi se bomo osredotočili na televizijski zabavni program oziroma še ožje na žanr situacijske komedije, po našem mnenju ključen televizijski žanr, ko govorimo o reprezentacijah razreda. Situacijska komedija še posebej deluje kot mesto »pogajanja o kulturnih spremembah in razlikah« (Neale in Krutnik, 1990: 237) oziroma, kot temu pravi Coleman (2000: 4), »humor v situacijski komediji je odvisen od in je hkrati odgovor na vprašanja in probleme iz družbene strukture«. Situacijska komedija se mora torej, če hoče biti uspešna, venomer prilagajati² obstoječim družbenim odnosom, po drugi strani pa jih hkrati utrjuje oziroma lahko ima v posameznih primerih subverzivno funkcijo. Jhally in Lewis (1992: 143), avtorja ene izmed prvih raziskav občinstva situacijske komedije, opozarjata, da se diskusije

² Najbrž najbolj tipičen primer tega prilagajanja je koncept družine v tem žanru – od prevlade tradicionalne družine do konca osemdesetih let prejšnjega stoletja do pojava enostarševskih družin v devetdesetih letih in gejevskih in lezbičnih likov ter skupnosti ob prelomu stoletja.

o televizijskem vplivu preveč omejujejo na učinke seksualnosti in nasilja, premalo pa se ukvarjajo z vprašanjem, kakšna stališča kultivira »normalna«, vsakdanja televizija, katere primer je situacijska komedija.

Situacijska komedija je, gledano z vidika javnih diskurzov o razredu, eden ključnih televizijskih žanrov tako zaradi svoje popularnosti kot tudi njene zgodovine in same forme. Na vse te tri vidike se bomo v nadaljevanju tudi osredotočili. Gre za žanr, ki ima, kot temu pravi Hartley (2001: 65), neverjetno stabilno »semiotično zgodovino«, saj je migrirala iz radia na televizijo že popolnoma oblikovana, do danes pa je preživela brez večjih sprememb. Za naše naslovno vprašanje je še bolj pomembno, da je situacijska komedija skozi vso svojo zgodovino na različne načine tematizirala razred in pomembno prispevala k njegovi prevladujoči družbeni konstrukciji. V analizi se bomo osredotočili na peto sezono situacijske komedije domače produkcije³ *Lepo je biti sosed* (LBS), trenutno najbolj gledano igrano serijo na slovenski televiziji, ki se osredotoča na dva para oziroma družini delavskega razreda, zato nas bodo še posebej zanimala reprezentacije delavskega razreda.⁴ Trdili bomo, da velik del popularnosti omenjene serije izhaja ravno iz specifične (ne)reprezentacije delavskega razreda.

Razred v situacijski komediji skozi čas

Kot smo že omenili, je za situacijsko komedijo značilna trdna in dokaj konservativna forma,⁵ kar je žanru omogočilo, da je že od vsega začetka med najpopularnejšimi žanri televizijskega zabavnega programa, saj je se je v tem obdobju precej žanrov uveljavilo in tudi izginilo, situacijska komedija pa – kljub naglemu vzponu resničnostne televizije v zadnjih petnajstih letih – ostaja pomemben segment (predvsem) komercialnih televizij. Leta 1992 je bilo denimo kar sedem od desetih najbolj gledanih oddaj na ameriški televiziji situacijskih komedij (Henry, 2003: 263). Del njene priljubljenosti

³ *Ideja za serijo in scenariji za prve tri sezone sicer prihaja iz slovaške komercialne televizije, četrta in peta sezona pa sta bili posneti po izvirnih scenarijih.*

⁴ *O tem, kako se v pogovornih oddajah, kot je Spet doma, normalizira način življenja srednjega razreda in se ga definira za nacionalno normalno, glej Trdina (2010). Avtorica ugotavlja, da diskurzi o družbi in razlikah v družbi zamolčujejo koncept razreda in ga premeščajo, odsotnost koncepta razreda v javni govorici pa tako »zamolčuje strukturne pogoje posameznikovega obstoja in tako preprečuje uvideti, kako razred strukturira življenje« (prav tam).*

⁵ *Žanrsko gledano tako veliko več manevrskega prostora, ko govorimo o reprezentacijah razreda, ponujajo dramske serije. Tu velja morda izpostaviti večkrat nagrajeno angleško serijo Paula Abbota *Shameless*, ki so jo že priredili tudi za ameriško televizijo in je odlično sprejeta tako pri kritikih kot gledalcih. Kot ugotavljata tako Morley (2009) kot Jennings (2008), gre za enega redkih mainstream medijskih prikazov delavskega razreda, kjer v ospredju ni moraliziranje in individualiziranje, ampak strukturni pogoji, posredno krivi za neuspeh glavnih junakov. »V tej zgodbi so resnični zlobneži tisti, ki so odgovorni za razprodajo premoženja angleške industrije in posledično deindustrializacijo celotnih regij, ki je pripeljala do opustošenja zaradi dolgoročne medgeneracijske nezaposlenosti« (Morley, 2009: 502).*

vsaj v ZDA lahko povežemo tudi z ugotovitvijo Hamamota (1989: 153), da je situacijska komedija skozi naracije, ki povezujejo družbena nasprotja z vsakdanjimi izkušnjami, obstala kot trdoživ sociodramatičen model, ki ameriški družbi razlaga njo samo. Podobno lahko trdimo tudi za komedije slovenske produkcije, ki žanrsko gledano dokaj zvesto sledijo prevladujočemu ameriškemu modelu.

Kot ugotavlja Butsch (2008: 113), predstavljajo situacijske komedije primer dominantne kulture, saj so prezentirane največjemu občinstvu skozi daljše obdobje, na kar kaže predvsem prevlada situacijske komedije na televizijah v najbolj gledanih terminih skozi celo njeno zgodovino in njeni posledični visoki deleži televizijskega občinstva. Vseprisotne in vztrajne podobe se izoblikujejo kot kulturni tipi, znotraj tega konteksta pa se pojavljajo tudi alternativna in opozicijska branja. Posebej pomembni so tipi karakterjev, ki se ponavljajo skozi serije in čas, in kontrasti med njimi, slednji pa postanejo evidentni šele ko pogledamo na skupno panoramo teh serij.

Kot glavne žanrske značilnosti situacijske komedije prepoznamo: polurni format, dogajanje je postavljeno v dom ali delovno mesto, igralska zasedba je omejena, do komičnih situacij prihaja zaradi »tedenskega problema«, narava zgodb je epizodična, zgodbe pa so zakoreninjene v vsakdanjem izkustvu. Glede na razmerja med liki pa jih lahko razdelimo v tri skupine. V *sitcomu* z enim samim osrednjim likom se večina humornih situacij vrti okoli enega lika, kljub temu da je likov seveda več, a imajo izrazito podrejeno vlogo. V drugem tipu nastajajo komične situacije večinoma med dvema likoma, ki sta po navadi mož in žena, tretji tip pa so skupinske situacijske komedije, kjer ima pomembno vlogo cel ansambel, brez da bi kdo vidno izstopal.

Če govorimo o reprezentacijah razreda na popularni televiziji, zaseda žanr situacijske komedije⁶ gotovo posebno mesto. V želji, da bi pritegnile ameriški srednji sloj, so televizijske mreže nadaljevale s produkcijo situacijskih komedij, ki so se že pred tem uveljavile na radiu. Scena je bila vedno ista – dom srečne, bele družine srednjega sloja, kjer se ukvarjajo z »duhovitimi in blagimi problemi, ki jih je mogoče rešiti do zaključka 30-minutne oddaje« (Wilson, 1993: 244). Butsch ugotavlja, da so reprezentacije razreda v situacijskih komedijah v zadnjih šestih desetletjih presenetljivo konsistentne:

⁶ *Kljub vsemu velja v luči te razprave izpostaviti še resničnostno televizijo, ki po popularnosti dohiteva oziroma v nekaterih kulturnih okoljih že prehiteva situacijsko komedijo. Kot poudarja Morley (2009: 490), je glavni problem resničnostnih šovov psihologizacija in individualizacija odgovornosti za osebne in družinske usode, s tem pa ti šovi kljub neoliberalističnemu diskurzu izbire zakrivajo strukturne pogoje, ki generirajo neenake možnosti. »V tem procesu 'prenosa vzročnosti', v katerem so posamezniki prepoznani kot krivci za spodrsjlaje, ki so pogosti izven njihovega nadzora, strukturni dejavniki (kot je razred) izginejo.« (prav tam).*

Televizijske situacijske komedije so nadaljevale tradicijo predstavljanja skupin z nižjim statusom kot inferiornih. /.../ Eden najbolj presenetljivih vzorcev v petdesetih letih situacijske komedije je konsistentnost pri razvrednotenju moškosti moških delavskega razreda, s čimer se potrjuje ta razred kot zaslužen nižji status. Ta dramatični mehanizem je bil osrednji del televizijskih situacijskih komedij skozi njeno celotno zgodovino. Moški delavskega razreda so bili konsistentno reprezentirani kot norčki, moški srednjega razreda le redko. (Butsch, 2008: 112)

V situacijskih komedijah, ki portretirajo delavski razred, je po Butschevih ugotovitvah od leta 1950 dalje moški bolj ali manj predstavljen kot burkež (*angl. buffoon*), neumen, nekompetenten, nezrel. Njegova pozitivna plat, zaradi česar ga občinstvo še gleda, je njegovo dobro srce in skrb za družino. Sicer pa preprosto ni sposoben opravljati svoje vloge kot oče in mož. Humor je zgrajen okoli nekega vidika njegove nesposobnosti delovati kot moški (Butsch, 2008: 116). Kendall (2005: 160) temu pravi, karikaturno okvirjanje delavskega razreda, ki je tudi najbolj pogosto.

Na drugi strani so ženske delavskega razreda v situacijskih komedijah redkeje predstavljene na isti način, saj so bili »žene in otroci delavskega razreda tipično predstavljeni kot pametnejši, racionalnejši, odgovornejši in zrelejši od moških. /.../ Pogosto mu je žena pomagala iz zagate« (Butsch, 2008: 116). Otroci so bili pogosto pametnejši kot očetje, njihov uspeh pa je bil postavljen nasproti njegovemu neuspehu. V najboljšem primeru je bil oče neškodljiv, a podrejen, v najslabšem pa sramota.

Čeprav so običajno pametnejše od svojih mož, Kendall (2005: 164) opaža, da so pogosto predstavljene kot brez oziroma z manj okusa in sloga kot ženske srednjega razreda. Seveda pa so v *sitcomu* možne tudi subverzivne reprezentacije tako razrednosti kot moškosti/ženskosti. Tipičen primer slednje, torej subverzivne reprezentacije ženskosti, je lik neposlušne/neukrotljive ženske,⁷ ki jo pooseblja Roseanne Barr iz istoimenske serije *Roseanne*. Gre za lik, ki krši tako kode »meščanske spodobnosti kot tudi kode ženstvenosti« (Kendall, 2005: 164). Karlyn (2003: 253) poudarja, da je družbena moč neposlušne ženske nejasna, saj lahko utrjuje obstoječe strukture, vendar na drugi strani označuje »radikalni utopizem razgradnje vsakršne hierarhičnosti. Kot taka pa postane vir ogrožanja konceptualnih kategorij, ki urejajo naša življenja« (prav tam).

Na drugi strani so očetje iz srednjega razreda, ugotavlja Butsch (2008: 117), bolj kot običajno ljubeči in uspešni, s čimer so še poudarjali razlike od moških delavskega razreda. Glamurozni, prestižni poklici prevladujejo pred

⁷ Gre za temo oz. lik, ki ga kot prva omenja socialna zgodovinarica Natalie Zemon Davis (1975) v prelomnem delu *Society and Culture in Early Modern France*.

vsakdanjimi, na primer zvezdniki pred igralci s težavami, zdravniki pred sestrami, odvetniki pred računovodjami; znotraj danega poklica so junaki uspešni ali mladi z veliko obeti. Takšen poklicni uspeh potrjuje njihovo moškost, s čimer se še utrjuje njihov razredni status.

Najbolj znan primer takšne serije je *Cosby Show*,⁸ ki je z diskurzom ameriškega sna in udobno blaginjo, poosebljeno pri Huxtablovih, kot pravita Jhally in Lewis (1992: 142), uspešno zapeljala gledalce. V *Razsvetljenem rasizmu* zato ugotavljata, da odsotnost diskurza o razredu v tej seriji ohranja ameriški rasizem, čeprav mnogi afroameriški anketiranci iz njune raziskave menijo, da serija nasprotuje stereotipom o temnopoltih in zato v njej tudi uživajo, za skupino belopoltih gledalcev pa je bila serija dokaz, da imajo afroameričani enake možnosti za uspeh in so morebitno nedoseganje »ameriškega sna« pripisovali njihovim individualnim neuspehom (glej tudi Tulloch, 2000).

Razloge za negativne reprezentacije delavskega razreda na televiziji gre iskati tudi v širšem ameriškem kulturnem kontekstu. »Do obdobja, ko je prišla televizija, se je nekaj spremenilo v ameriškem kulturnem diskurzu. Od leta 1950 dalje je postopoma pričelo upadati občudovanje fizičnega dela« (Butsch, 2008: 113). Gradbeni delavci, jeklarji, rudarji in rokodelci niso bili več pozitivno reprezentirani. Fizično delo je namesto tega pomenilo neuspeh in neumnost, edina alternativa tistim, ki niso bili dovolj pametni za nefizične, miselne poklice. Od petdesetih let dalje so bili fizični delavci in še posebej belski moški delavskega razreda reprezentirani kot neotesanci s pivskim trebuhom, lenuhi, pretepači žen, tiha večina, rasisti in desničarji, pravi Butsch (prav tam).

Od sedemdesetih let prejšnjega stoletja dalje tako preprosto ni bilo več neposrednih reprezentacij moških delavskega razreda (še manj žensk), poudarja Aronowitz (1992: 204–5): »Reprezentacije so razkropljene na oglase za pivo (trideset sekundne podobe nogometnih igralcev, ki držijo v roki njihovo najljubšo znamko /.../) in policijske serije, kjer so značilnosti delavske kulture premeščene in rekontekstualizirane v policijski postaji, na ulici in v policijskih barih« (prav tam).

Kendall sicer poleg štirih negativnih prepozna tudi pozitivno okvirjanje delavskega razreda, in sicer ob dogodkih večjih razsežnosti, ko prihaja do t. i. herojskega okvirjanja. V ZDA se je to nazadnje zgodilo v primeru 11. septembra, ko so mediji poudarjali delavski izvor žrtev. »Medijsko okvirjanje v člankih o žrtvah terorističnih napadov se je osredotočalo na zgodbe ljudi vseh razredov, ki so v napadu izgubili življenja, vendar pa je bil delavski

⁸ Zanimiva je navedba J. Mayerle (1991: 71), da sta leta 1983 producenta Carsey in Werner ob snovanju likov za serijo zavrnila idejo Billa Cosbyja, da bi upodabljal hišnika, njegova žena pa bi bila gradbena delavka. Kot vemo, sta prevzela vlogi zdravnika/porodničarja in odvetnice s petimi otroki.

razred v šestih mesecih po tej krizi deležen najbolj pozitivnih medijskih reprezentacij v mnogih desetletjih» (Kendall, 2005: 154).

Lepo je biti preprost: razred v slovenski situacijski komediji

LBS je t. i. multikamerni⁹ *sitcom* slovenske produkcije in ena prvih¹⁰ zares uspešnih družinskih situacijskih komedij na slovenskih komercialnih televizijah, trdimo, da tudi zaradi osredotočanja na delavski razred in posledičnega uspešnega nagovarjanja okusa gledalcev z nižjo izobrazbo. Doslej so sicer pri domači produkciji prevladovale komedije, osredotočene na dogajanja v delovnem okolju, kot denimo TV dober dan in Naša mala klinika.¹¹ Serija razen dolžine ustreza vsem žanrskim značilnostim situacijske komedije: omejen nabor likov, v eni epizodi rešljiv zaplet, posnet smeh občinstva ... Podobno kot ostale komedije domače produkcije serija nekoliko izstopa pri dolžini samih epizod, saj so namesto 25 minutne približno 43 minutne, skupaj z oglasnimi bloki torej dovolj za zapolnitev ene ure programa. LBS je v analizirani peti sezoni dosegala 11-odstotno povprečno gledanost v skupini gledalcev med 18 in 49 let, delež gledalcev pa je bil 37-odstoten. Najbolj gledana epizoda je imela 16-odstotno gledanost in 45-odstotni delež med isto skupino gledalcev.

Dogajanje v seriji¹² je osredotočeno na družini Špeh in Sagadin in njuni sosednji stanovanji v bloku, občasno pa se scena preseli v klet, polno orodja in obveznim koledarjem s slečeno žensko na sredini kadra (pri čemer je razgaljena slika deloma zakrita z na sredini koledarja obešeno kapo), oziroma v lokal Vunder bar. Oprema v obeh stanovanjih je preprosta, vključno s sedežno garnituro iz poznih osemdesetih in čipkastim prtičkom na starejši televiziji, pogosti so tudi izdelki iz TV-prodaje. Čeprav so osrednji liki štirje, Beno in Branka (Žuža) Sagadin ter Ivo in Silvika Špeh, je glavni lik, ki je v ospredju domala vseh zgodb in zapletov, vseeno Beno,¹³ arhetip

⁹ Ena ključnih distinkcij znotraj žanra poteka po ločnici med enokamernimi in multikamernimi (ponavadi gre za štiri kamere) serijami. Za slednje je značilno, da so večinoma snemane pred občinstvom in se precej bolj držijo vnaprej pripravljenega scenarija kot enokamerni *sitcom*, kjer je v ospredju improvizacija, snemani pa so po pravilu brez občinstva. Kot primere enokamernih komičnih serij lahko izpostavimo kritiško izjemno dobro sprejete *Arrested Development* in *The Office*, med multikamernimi pa velja v zadnjem času izpostaviti predvsem serije producenta Chucka Lorra, kot so *Dva moža in pol* ter v ZDA trenutno zelo priljubljena *Mike & Molly*. Slovenski *sitcomi*, čeprav imajo posnet smeh oz. t. i. *laughing track*, zaradi specifičnosti produkcije niso snemani pred občinstvom.

¹⁰ Pred tem je bila sicer v letih 2002–4 relativno uspešna serija *Pod eno streho*, vendar ni dosegla gledanosti LBS.

¹¹ Za kritiko teh dveh serij glej Jontes, 2010.

¹² Peto sezono je režiral Ven Jemeršič, producent je družba Perfo, glavne like pa so upodobili Gorazd Žilavec (Beno), Alojz Svete (Ivo), Vesna Pernarčič Zunič (Silvika) in Maša Židanik (Žuža).

¹³ Uradni opis njegovega lika na DVDju pete sezone: »Beno je lovec – tu in tam – večinoma pa oskrbnik lovske hiše. Zato mora včasih ob čudnih urah od doma. Rad ima ženske, kar zelo skriva pred svojo

burkeža iz delavskega razreda. Ni težko najti podobnosti med njim in liki v podobnih ameriških situacijskih komedijah, denimo Freedom Flintstonom iz istoimenske risane serije ali Alom Bundyjem iz serije *Married with Children*, paradigmatičnima primeroma, ko govorimo o »karikaturnem okvirjanju« delavskega razreda. Beno, skoraj v vsaki epizodi vsaj en del večera oblečen samo v spodnjo majico, je nacionalist in seksist, pije pivo Patriot, ne mara Hrvatov in Romov, govori pa v štajerskem¹⁴ dialektu:

Beno: Žuža, ka si ti ja nor. Saj ne morš verjet. Spodaj pred blokom sem srečal enega cigoja.

Žuža: Beno, kako pa ti govoriš. Saj se ne reče tak, reče se Rom.

Beno: Aja, ja, no, pardon, skratka, pred vhomom sem srečal enega tega ciganskega Roma, ki je pregorele žarnice prodajal.

Žuža: Kdo bi pa kupil pregorelo žarnico?

Beno: Jaz sem ga tudi to vprašal, pa mi je rekel, saj jih lahko v službi zamenjaš.

Žuža: To pa niti ni tako neumno, samo ti nimaš službe. (S05E02 Študentka)

Stereotipna reprezentacija njegovega lika kot burkeža, infantilneža in neotesanca pride najbolj do izraza, če ga primerjamo z likom iz družinske komedije *Moji, tvoji, najini*, ki jo trenutno predvaja nacionalna televizija. Gre sicer za serijo, ki prav tako izrazito stereotipno prikazuje družino srednjega razreda in reproducira večino mitov, povezanih z njim. Glavna lika sta Blaž, direktor manjšega podjetja v krizi, in Polona, arhitekta, oba imata po dva otroka iz prejšnjega zakona, peti otrok pa je njun. Sta klasične primer »super staršev«,¹⁵ kot Butsch (2008) imenuje prevladujoče reprezentacije staršev srednjega razreda v situacijskih komedijah.

Branko, ki jo ljubkovalno kliče Žuža. Sicer jo ima rad, samo to je tako, kot da bi ves čas enega in istega jelena streljal, ta pa bi vedno znova oživel. Svoje ženičke sicer še nikoli ni prevaral, vendar se svojemu najboljšemu sosedu in prijatelju Ivu hvali, da jo je. Je bolj lene narave in ima vse rad tako, kot je. Televizija je njegova religija. Pa dobra 'papica' in pivo Patriot. Je dobrodušen in vedno pripravljen pomagati, samo če ni prenaporno.»

¹⁴ LBS pri dialektih likov sicer tudi eksperimentira, saj je Silvika Madžarka, ki »razume slovensko, vendar ne čisto vsega,« njena komičnost pa izhaja predvsem iz njene madžarske slovenščine, hkrati pa v seriji ne gre brez štajersčine pri osrednjih likih. Štajersčina se je sicer še posebej v zadnjih letih utrdila kot prevladujoči dialekt v komedijah domače produkcije (nanjo recimo stavi tudi Branko Đurić v seriji *Brat bratu*, neuspeli priredbi kulturne angleške komedije *Only fools and horses*). O zakoreninjenosti stereotipa, da je vse, »kar nekdo pove v tem dialektu, za neštajersko govoreče že vnaprej smešno,« sicer v kolumni piše tudi M. Crnkovič (2008).

¹⁵ Super starši so ena redkih stalnic pri reprezentacijah družin srednjega razreda v situacijski komediji, saj so se sprva stereotipno popolne družine od sedemdesetih let prejšnjega stoletja dalje zelo spremenile in so vključevale tudi nenavadne in disfunkcionalne karakterje (glej Butsch, 2008: 133–4).

Tudi sicer so za situacijske komedije, ki upodabljajo družine srednjega razreda, značilni predvsem zapleti, osredotočeni na odnos starši-otroci. Kot razbere Butsch iz analize več desetletij *sitcomov*, sta v večini serij, ki upodabljajo srednji razred, oba starša inteligentna, razumna in zrela. Sta mirna in ljubeča, v popolnem nasprotju s histerijo delavskih serij. »V teh oddajah se situacija največkrat nanaša na reševanje težav, povezanih s katerim od otrok. Starša, redko zbegana, vodita otroka do rešitve, med potjo pa poskrbita za moralni nauk zgodbe« (Butsch, 2008: 117). Z besedami S. Ortner, če lahko večino delavske kulture razumemo kot sklop diskurzov in praks, ki utelešajo ambivalentnosti mobilnosti navzgor, lahko večino kulture srednjega razreda razumemo kot sklop diskurzov in praks, ki utelešajo teror mobilnosti navzdol, ta pa se izraža predvsem pri odnosu do otrok in skrbi za njihovo prihodnost (Ortner, 2006: 31).

Čeprav se Beno in Žuža ne ukvarjata s strukturnimi vzroki, ki so (lahko) v ozadju njune brezposelnosti, je občasna tema izboljšanje njunega gmotnega položaja na hiter način. V drugem delu pete sezone tako denimo sumita, da je premožna teta slabega zdravja, ki ju je obiskala, prišla k njima umret, zato ji v upanju, da bosta dedovala, skušata čim bolj olajšati (in hkrati skrajšati) zadnje dni.

Večina razlik se kljub temu bolj kot po razredni liniji oblikuje predvsem okoli spola in seksualnosti. Beno je sicer ženskar, a je hkrati demaskuliniziran, kar se kaže predvsem v odnosu do žene, ki ji je v vseh vidikih podrejen, predvsem intelektualno. A. Press govori kar o »matriarhatu delavskega razreda« v situacijski komediji modrih ovratnikov (Press v Bettie, 1995: 129). Poglejmo značilen dialog:

Beno: Pa dobro no, saj sem bil na dela borzi.

Žuža: Ja? In je kaj?

Beno: Ja, je, ja. Samo nič ni za mojo stopnjo.

Žuža: Eh, s tvojo stopnjo bi bil lahko samo ležeči policaj.

Beno: Joj, Žužika, no, sej ni treba biti zdaj žaljiva in me obkladati s takimi zaimki. Nisem jaz kriv, če rabijo samo doktore, pa ekonomirane diplomiste pa kaj ti jaz vem kaj to sploh je ... (druga epizoda)

Njegova intelektualna inferiornost se kaže v tem, da pogosto napačno izgovarja besede oziroma besedne zveze, tudi če niso ravno zapletene, kot v zgornjem primeru »**ekonomiranih diplomistov**« ali pa »**dingitalne** fotografije«, **kon**dicije namesto koalicije (deseta epizoda) in **jonge** namesto joge (trinajsta epizoda). Walsh in drugi (2008: 124) pravijo temu »lepotica in zver« reprezentacija parov, značilna pa je predvsem za pare iz delavskega razreda v sodobnem *sitcomu*. Kot ugotavljata, cela vrsta situacijskih komedij upodablja inteligentne, duhovite in privlačne žene, poročene z nesposobnimi,

predebelimi in nezreliimi moškimi. Beno je sicer suh oziroma vsaj ni predebel, ostalim kriterijem pa več kot ustreza. Tekstualna struktura teh šovov, njihov humor im mit o »lepotici in zveri« delujejo skupaj pri »spodbujanju gledalcev, da sprejmejo patriarhat kot naravno moško značilnosti, seksizem pa je trivializiran kot stvar posmeha« (Walsh in drugi, 2008: 124). Poglejmo tipičen Benov seksističen komentar iz prve epizode pete sezone:

Beno: Kaj si ja nor. Ovi je imel prek tisoč bab pa niti enega aidsa ni fasal. Ivo, poslušaj to. Ovi Miki Jager, ka si ja nor, kolko bab je mel, mislim, jih še vedno ma. Pa kolk gnara ma. Pa je jager, tak kot jaz.

Ivo: Beno, če se že piše J-A-G-E-R, to še ne pomeni, da je tudi po poklicu jager.

...

Beno: Kolko gnara je v rokenrolu, stari moj. Če bi bil ti ta Miki Jager, bi lahko kaj drugega nadlegoval, ne pa tole struno. Saj veš, kaj mislim ...

...

Beno: Rokenrol, hlače dol, tiča na ramo pa gremo.

Walsh in drugi (2008: 131) ugotavljajo, da komedija v teh šovih izhaja iz premise, da možje počnejo bizarne, seksistične in neumne stvari, ki izhajajo iz njihove tradicionalne predstave o moškosti. Žene se kot odgovor iz tega norčujejo, da bi pokazale, da se motijo, da so neumni in seksistični. Vendar pa se zgodba vedno razvije na tak način, da se jim nikoli ni treba spremeniti, tudi ko priznajo svoje napake. »Njihovo razumevanje moškosti in vloge v družini ni nikoli postavljeno pod vprašaj, le njihovo čudaško in neznosno vedenje, ki ga reproducirajo vsak teden.« (prav tam).

Žuža se zato skozi vse epizode trudi, da bi spremenila Bena v »dostojnega« moškega, predvsem v epizodi, ko se ji obeta služba vodje prodaje v novem trgovskem centru, bodoči šef pa obišče vse potencialne kandidate na domu.

Žuža: Ja, Beno, gospod Novak je danes bolj važen kot ti. Dobro veš, da ga moram prepričati, da mi da službo.

Beno: Ja, da boš pol lahko vodja prodaje. Fajn. /.../

Žuža: Ti pa prosim lepo glej, da se ne boš zvečer neumno obnašal, ja?

Beno: Neumno obnašal? Kdaj sem se še jaz neumno obnašal?

Žuža: Poslušaj, ta večerja je zelo pomembna za tebe. Če nočeš delat, potem se vsaj lepo obnašaj. (Dvanajsta epizoda)

Pomemben del Benove identitete je nogomet. Kot ugotavlja tudi Aronowitz (1992: 199), je identiteta moških delavskega razreda pogosto *prestavljena* na druge, družbeno bolj mobilne poklice, kot so policisti, nogometni

igralci in druga mesta, kjer so tradicionalne moške vloge vseprisotne. Družini živita v stanovanjskem bloku na Ulici Srečka Katanca 2,¹⁶ Beno se včasih oblači v nogometne drese, celo osnovno šolo je treniral nogomet in pogosto uporablja nogometno (seksistične) prisposodbe kot denimo v zadnjem delu pete sezone, ko se Ana Marija ob novici, da je noseča, ukvarja z vprašanjem, kdo je oče:

Ana Marija: Trije so.

Beno: Trije? Trojčki? Se pravi, ko sta vidva iz ene enajstmetrovke trikrat gol dala?

Ana Marija: Ne, ne. Trije očetje so.

Beno: Aha, to se pravi, že vem. Trije so streljali enajstmetrovko, penal, saj veš, kaj mislim, pa ne veš, kateri je dal gol.

Drugi preostanek identitete delavskega razreda v seriji je povezan z barom, drugim najpomembnejšim krajem dogajanja. Bar »Vunder bar« je pričakovano večinoma rezerviran samo za moške in prsato natakario.

Za junake v LBS je značilno distanciranje od kakršnihkoli oblik visoke kulture oziroma kulturnih form, ki ne veljajo za nizke, razredne razlike pa se preigravajo tudi na področju hrane kot pomembnega indikatorja življenjskega sloga. Že opis likov na spletni strani napoveduje, da je Beno »preprost človek«, ki gre rad z ženo v opero, »še posebej če lahko med predstavo pobegne k vratarju spremljat nogomet na prenosnem televizorčku«. V prvem delu analizirane sezone, ko se z Ivom ob ustanavljanju glasbene skupine odločata, na katero glasbeno zvrst se bosta osredotočila, je izpostavljen prezir do jazza kot žanra z visokim statusom:

Ivo: Katero zvrst bova igrala? Jazz?

Beno: Ne, ne, jazz, lepo te prosim. To ni niti muzika, niti tekst niti nič.

To je izživljanje nad samim sabo, inštrumentom in poslušalstvom.

V trinajstem delu sezone, ko Žuža zaradi previsokega holesterola Benu predlaga oziroma predpiše dieto, ta izrazi svojo frustracijo z novim življenjskim slogom, ko pri sosedih na skrivaj zajtrkuje suho salamo z zaseko.

Ivo: Pa ja ne boš rekel, da živimo zdravo?

Beno: Zdravo, Ivo? Veš, kaj je najbolj zdravo? Takoj na prazen želodec en štamperlček šnopsa ruknit, pol si pa zdrav... (trinajsta epizoda)

¹⁶ V epizodi, v kateri razmišlja o kandidaturi za predsednika krajevne skupnosti, kot pomembno točko svojega programa vključi preimenovanje ulice v Ulico Matjaža Keka, trenutnega selektorja nogometne reprezentance. Nogomet je sicer v srednji šoli treniral tudi Ivo, vsaj »dokler ga ni zamenjal z dopolnilnim poukom za drugi tuji jezik« (sedma epizoda).

Zgornja primera, ki sta zgolj ilustraciji številnih podobnih sodb o okusu in »pravilnem« življenjskem slogu, nakazujeta na eno ključnih poant, namreč da razredne meje ne potekajo le po ekonomskih linijah, ampak predvsem po kulturnih. Bettie (1995: 141) poudarja, da razred ni le prepleten z raso in spolom, ampak je razumljen tudi v smislu hierarhične organiziranosti razlik v okusu, moralnem obnašanju, življenjskostilnih preferencah in inteligenci. Zato ni presenetljivo, da se nekateri gledalci (predvsem srednjega razreda) na že omenjeno serijo *Roseanne* odzivajo s posmehom oziroma celo z gnušom (prav tam; glej tudi Jhally in Lewis, 1992: 76–78). Tudi v našem primeru bi lahko rekli, da svet, govorica in življenjski slog Sagadinovih in Špehovich ne nagovarja oziroma morda celo odbija gledalce srednjega razreda, kar se zarisuje tudi v strukturi gledalcev. Rezultati raziskave (Luthar in drugi, 2011) namreč kažejo, da je LBS vseč oziroma zelo vseč predvsem gledalcem z osnovnošolsko in srednjo poklicno izobrazbo, že od splošne srednješolske izobrazbe pa se trend obrne. Če je LBS vseč oziroma zelo vseč 56 odstotkom polnoletnih gledalcev z osnovnošolsko izobrazbo in 38 odstotkom gledalcev s poklicno srednjo šolo, je ta odstotek le še 17 pri višje in visokošolsko izobraženih. Kljub vsemu lahko o odzivu posameznih občinstev na tej ravni analize zgolj sklepamo, saj bi morali za natančnejše ugotovitve opraviti kvalitativne raziskave odzivov občinstva.

Sklep

V članku smo se osredotočili na reprezentacije razreda v popularnih televizijskih žanrih, predvsem na trenutno najbolj gledano situacijsko komedijo domače produkcije *Lepo je biti sosed*, pri čemer smo skušali predvsem izpostaviti, da v popularni kulturi pogosto prihaja do *premestitev* razreda na druge kategorije, kot je denimo spol. Bettie na primeru situacijske komedije poudarja, da med parametre, ki pri občinstvih omejujejo razkodiranje teh tekstov, sodijo predvsem ideologije rase, spola in družine, ki jih je zlahka možno esencializirati oziroma privzeti kot fiksne. To pa onemogoča, da bi videli razredne razlike kot ključno kategorijo, ki vpliva na življenje ljudi, saj so razredne razlike zamaskirane s kategorijami rase in spola. »Medtem ko razred empirično ostaja pomemben dejavnik in strukturira življenje ljudi, je v ljudskem diskurzu pogosto konceptualno nadomeščen oziroma izražen skozi druge kategorije razlik, namesto da bi bil razumljen kot posredovan preko njih oziroma z njimi neločljivo prepleten« (Bettie, 1995: 143). Zato je toliko bolj pomemben poudarek Kendalllove (2005: 3), ko pravi, da bi morali okvirjanje razreda še posebej v televizijskih zabavnih programih in časopisih obravnavati kot samostojno obliko konstrukcije in vzdrževanja realnosti.

V tem kontekstu lahko beremo tudi analizirano situacijsko komedijo *Lepo je biti sosed*, ki je podobna situacijskim komedijam, osredotočenim

na srednji razred, saj teme, povezane z razredom, sploh niso artikulirane neposredno, čeprav osrednji liki, predvsem Benoit, ustrezajo prevladujočim reprezentacijam delavskega razreda znotraj žanra. Kot smo pokazali, se razredne razlike zarisujejo predvsem posredno, skozi razlike med spoloma in življenjskostilne izbire, kjer pride v ospredje Benoitova podrejenost in Žužine srednjerazredne inklinacije, ki se kažejo predvsem v njeni težnji, da bi svojega moža spremenila v »dostojnega moškega«. V nasprotju z denimo že omenjeno in tudi pri nas sodeč po številu predvajanj in ponovitev dokaj priljubljeno *Roseanne*, kjer je ekonomski boj in razredni položaj glavne junakinje tema v skoraj vsaki epizodi, v LBS kljub nezaposlenosti in slabemu finančnemu položaju osrednjih likov o tej ali povezanih temah ne razpravljajo. Razred je prikrit, reprezentacije situacij, ki bi nakazovale na strukturne vzroke neenakosti, so odsotne. K temu deloma prispeva sama narativna struktura situacijske komedije, ki teži k vzpostavitvi prvotnega stanja po koncu vsake epizode oziroma k temu, da »smo na koncu vsi enaki, ne glede na razred« (Bettie, 1995: 131).

Situacijska komedija zato pomembno prispeva h konstrukciji družbene realnosti o razredni strukturi družbe, čeprav je razred pogosto v ozadju in je tematiziran implicitno. Zato je toliko bolj pomembna dekonstrukcija in denaturalizacija na videz naravnih kategorij in identitet, ki imajo temelje v razrednih razlikah.

LITERATURA

- Aronowitz, Stanley (1992): *The Politics of Identity: Class, Culture, Social Movements*. London: Routledge.
- Bettie, Julie (1995): *Class Dismissed? Roseanne and the changing face of working-class iconography*. *Social Text* 14 (4): 125–149.
- Brook, Vincent (1999): *The Americanization of Molly: How Mid-Fifties TV Homogenized The Goldbergs (and Got »Berg-larized« in the Process)*. *Cinema Journal* 38 (4): 45–67.
- Butsch, Richard (2008): *Five Decades and Three Hundred Sitcoms about Class and Gender*. V G. R. Edgerton in B. G. Rose (ur.), *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*, 111–135. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Claessens, Natalie in Alexander Dhoest (2010): *Comedy Taste: Highbrow/lowbrow comedy and cultural capital*. *Participations* 7 (1): 49–72.
- Coleman, Robin R. Means (2000): *African American Viewers and the Black Situation Comedy: Situating Racial Humor*. New York: Garland Publishing.
- Crnković, Marko (2008): *Samo štajerski bedaki in bosanski konji*. *Dnevnik*, 11. oktober.
- Hamamoto, Darrell Y. (1989): *Nervous Laughter: Television Situation Comedy and Liberal Democratic Ideology*. New York: Praeger.

- Hartley, John (2001): *Situation Comedy, Part 1*. V G. Creeber (ur.), *The Television Genre Book*, 65–67. London: BFI.
- Henry, Matthew (2003): *The Triumph of Popular Culture: Situation Comedy, Postmodernism and the Simpson*. V J. Morreale (ur.), *Critiquing the Sitcom*, 262–273. Syracuse: Syracuse University Press.
- Hurd, Robert (2006): *Taking Seinfeld Seriously: Modernism in Popular Culture*. *New Literary History* 37 (4): 761–776.
- Jennings, Tom (2008): *Shameless by Paul Abbott: Television Review*. Dostopno na <http://libcom.org/library/shameless-paul-abbott-series-1-2-channel-420034-television>, 10. 7. 2010.
- Jhally, Sut in Justin Lewis (1992): *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences, and the Myth of the American Dream*. Boulder: Westview Press.
- Jontes, Dejan (2010): *Slovenian sitcom and the construction of otherness*. *Cultural Studies* 24 (5): 716–728.
- Karlyn, Kathleen Rowe (2003): *Roseanne: Unruly Woman as Domestic Goddess*. V J. Morreale (ur.), *Critiquing the Sitcom*, 251–261. Syracuse: Syracuse University Press.
- Kendall, Diana (2005): *Framing Class: Media Representations of Wealth and Poverty in America*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Lipsitz, George (1986): *The Meaning of Memory: Family, Class, and Ethnicity in Early Network Television Programs*. *Cultural Anthropology* 1 (4): 355–387.
- Luthar, Breda, Kurdija, Slavko, Jontes, Dejan, Malnar, Brina, Tivadar, Blanka, Kamin, Tanja in Oblak, Tanja (2011): *Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija: končno raziskovalno poročilo s sumarnikom*. Ljubljana: FDV.
- Mayerle, Judine (1991): *Roseanne – How Did You Get Inside My House? A Case Study of a Hit Blue-Collar Situation Comedy*. *Journal of popular culture* 24 (4): 71–88.
- Morley, David (2009): *Mediated class-ifications: Representations of class and culture in contemporary British television*. *European journal of cultural studies* 12 (4): 487–508.
- Neale, Steve in Frank Krutnik (1990): *Popular Film and Television Comedy*. London: Routledge.
- Ortner, Sherry B. (2006): *Anthropology and Social Theory: Culture, Power and the Acting Subject*. Durham: Duke University Press.
- Pop TV (2010): *Lepo je biti sosed, peta sezona*. Ljubljana: Perfo.
- Trdina, Andreja (2010): *Spet doma: zamolčevanje razrednih razlik v konstrukciji slovenske običajnosti*. *Medijska preža* 38: 34–35.
- Tulloch, John (2000): *Watching Television Audiences: Cultural Theories and Methods*. London: Arnold.
- Walsh, Kimberly R., Fürsich, Elfriede in Bonnie S. Jefferson (2008): *Beauty and the Patriarchal Beast: Gender Role Portrayals in Sitcoms Featuring Mismatched Couples*. *Journal of Popular Film and Television* 36 (3): 123–132.
- Wilson, Stan Le Roy (1993): *Mass Media/Mass Culture*. McGraw-Hill, New York.
- Zemon Davis, Natalie (1975): *Society and Culture in Early Modern France: Eight Essays*. Stanford: Stanford University Press.