

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Anzeljc

Televizijski okus in situacijska komedija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maja Anzeljc

Mentor: doc. dr. Dejan Jontes

Televizijski okus in situacijska komedija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

Televizijski okus in situacijska komedija

Danes se zdi, kot da nas popularna kultura spremlja vsepovsod. Televizija kot del te kulture in predvsem televizijski programi nam nudijo veliko različnih možnosti, od nas pa je odvisno, kaj bomo izbrali. V diplomskem delu bom govorila o situacijskih komedijah. Le te uvrščamo med popularno kulturo, vseeno pa znotraj žanra obstajajo razlike, saj lahko govorimo tako o nizki kot o visoki situacijski komediji. Na kakšen način bomo izbrali oziroma kaj bomo spremljali, je v veliki meri odvisno od našega znanja, naših izkušenj, naše razredne pripadnosti, torej našega kulturnega kapitala. Bourdieu pravi, da naš kulturni kapital določa kaj smo in med katere vrste ljudi spadamo. Določa nam, kaj želimo. In tako je tudi pri izbiri situacijskih komedij. Od našega kulturnega kapitala je odvisno, katere situacijske komedije bomo spremljali oziroma katere nam bodo bolj všeč in katere manj. Poskušala bom dokazati povezavo med izbiro situacijske komedije in stopnjo kulturnega kapitala oziroma razreda, kateremu pripadamo.

KLJUČNE BESEDE: situacijska komedija, razred, kulturni kapital

Television taste and sitcom

Nowadays, it seems that popular culture is everywhere around us. As a part of this culture, television and especially television programmes offer several options but it is up to an individual to make his choice. In my thesis I will talk about sitcoms, which is accepted as a part of popular culture. When discussing sitcoms as genre, we can speak about lowbrow and highbrow sitcom. How we choose and what we watch depends on our own knowledge and experience, social class that we belong to, so to cut the long story short - on our cultural capital. According to Bourdieu, our cultural capital defines who we are and where we belong. It also determines our choice of sitcom. It is our cultural capital that shows us which sitcoms we prefer, which ones we like and which ones we dislike. I will try to show the connection between choosing the sitcom and our cultural capital or social class, which we are a part of.

KEY WORDS: sitcom, social class, cultural capital

KAZALO

1 UVOD	5
2 SITUACIJSKA KOMEDIJA	7
2.1 RAZDELITEV NA VISOKO IN NIZKO TELEVIZIJSKO SITUACIJSKO KOMEDIJO	9
3 KULTURNI OKUS	11
4 ANALIZA	13
5 ZAKLJUČEK	26
6 LITERATURA	27

1 UVOD

Danes lahko trdimo, da je popularna kultura zelo prisotna v našem življenju. Najdemo jo na vsakem koraku in jo izberemo, ko se želimo razvedriti in sprostiti. Za sodobne zahodne družbe celo velja, »da je prišlo do vseprisotnosti popularne kulture in do izrazite notranje diferenciacije popularne kulture na množično "nizko" kulturo, ki vključuje komercialno sredinsko kulturo ali pop diskurz ter komercialni narodnjaški/ljudski diskurz in "visoko" popularno kulturo (ali umetnostni diskurz)« (Luthar in Kurdija 2011, 1000).

Zagotovo pri vseprisotnosti popularne kulture govorimo tudi o televiziji, ki si je izborila dominantno pozicijo. »Televizija je izredno sodelujoč medij. /.../ V televizijskih pogojih je skupni cilj privabljanje največjega občinstva« (Kohl 2005, 227). Ko govorimo o televiziji, moramo vedeti, da je v današnjem času zelo pomemben medij in dejavnik preživljanja prostega časa, in sicer »televizija igra prevladujočo vlogo v življenjih večine Američanov, družine se organizirajo okrog televizijskega sprejemnika v njihovih dnevni sobah, ljudje prilagajajo urnike njihovim najljubšim serijam in navdušenci diskutirajo in analizirajo, kaj je se zgodilo v sinočnji epizodi« (Todd 2011, 855). Zdi se, da je v Sloveniji situacija drugačna, saj t. i. prime-time ne zasedajo le serije ali resničnostne oddaje, kot lahko to na primer vidimo v ZDA, ampak takrat na sporedu najdemo tudi pogovorne in informativne oddaje ter filme. O situacijskih komedijah ni bilo veliko raziskanega, saj celoten žanr velja za nizkega in popularnega. Kot pravita Claessensova in Dhoest, se je »televizijska komedija mogoče razvila iz "nevredne" forme kulture do akademsko bolj uglednega objekta raziskovanja, a vseeno ostala kar nizko na moralni hierarhiji televizijskih programov« (2010, 49).

Henry pravi, da so »situacijske komedije postale najbolj priljubljena oblika televizije; so najbolj prodorna, vplivna in cenjena forma medijske produkcije« (Henry 2003, 263), dodaja pa še, da je bilo leta 1992 kar 7 od 10 najbolj gledanih oddaj situacijskih komedij. Za situacijsko komedijo v celoti velja, da spada med nizko, tako imenovano popularno kulturo, a vseeno lahko govorimo o razliki med visokim in nizkim kulturnim okusom znotraj popularne kulture. Razlika je v tem, da »lahko ljudje gledajo iste stvari, do katerih imajo enak dostop, ampak žal nimajo znanja, da bi sploh lahko uživali. Nekaj obstaja v visokih komedijah, kar povzroči, da ljudje, ne le manj izobraženi, ampak tudi velik del visoko izobraženih, izgubi interes. Ne le zato, ker humor vsebuje reference, ki bi jih ljudje lahko spregledali, ampak ker nimajo izkušenosti, da bi lahko sporočilo dekodirali« (Kuipers 2006, 371).

Zagotovo sta z nizkim ali visokim okusom povezana kulturni okus oziroma naše izbire. »Izbire so vedno omejene s krutimi realnostmi, ki strukturirajo življenjske možnosti, vendar pa je kultura stvar našega samooblikovanja kot članov skupine, ki poteka znotraj specifičnih okoliščin in specifičnih odnosov z drugimi« (Bennett in drugi 2011a, 266). O kulturi in kulturnem kapitalu je govoril Pierre Bourdieu v svojem delu *Distinction*, ki je govoril o estetski dispoziciji in popularni estetiki. Raziskoval je, kako je kultura diferencialno razporejena in kakšne statistične značilnosti lahko v tej porazdelitvi opazimo (Bennett in drugi 2011a, 266). O tem je govoril tudi Bennett, ne smemo pa pozabiti Petersona, ki je s svojim modelom obrnjene piramide kulturne potrošnje pripomogel k drugačnemu razumevanju uporabe več žanrov. »Peterson in njegovi sodelavci trdijo, da ljudje z visokim statusom svojih kulturnih okusov in praks ne omejujejo več na tradicionalne ali elitne umetniške forme, ampak imajo dosti širši repertoar kulturnih interesov, svoj prestiž pa deloma pridobijo iz svojega poznavanja raznolikih kulturnih praks in udeleževanja v njih« (Bennett in drugi 2011b, 298). Velja torej, da se elita najde tako v elitnih kot v popularnih vsebinah in tako torej svoj okus in znanje razširja in ga ne omejuje več le na elitnega.

Razumeti moramo, da model potrošnje, »ki je strukturiran na osnovi razlikovanja med omnivornimi potrošniki z visokim kulturnim kapitalom in statusom ter univornimi potrošniki z malo kulturnega kapitala in z nizkim statusom, ki so izrazito bolj enostavni v svoji kulturni potrošnji in konzumirajo predvsem komercialno popularno kulturo« (Luthar in Kurdija 2011, 990), predpostavlja drugačno konzumiranje kulture kot ga predpostavlja Pierre Bourdieu.

V diplomskem delu bom raziskovala razmerje med okusom in kulturnim kapitalom. Najprej bom natančneje opredelila, kaj je situacijska komedija in kako se deli, definirala visoko, nizko in srednjo situacijsko komedijo, razložila, kaj je kulturni okus in kako je definiran. Moje raziskovalno vprašanje se bo glasilo: **Ali kulturni okus res vpliva na izbor situacijskih komedij in če da, v kakšni meri vpliva?**

S pomočjo ankete, ki sem jo izvedla na 150 naključnih anketirancih, bom poskušala zavreči ali potrditi hipotezi, ki se glasita: **Ljudje z višjim kulturnim kapitalom spremljajo predvsem višje situacijske komedije, poznajo in imajo mnenje pa tudi o nižjih, medtem ko ljudje z nizkim kulturnim kapitalom spremljajo le nižje situacijske komedije, nimajo pa mnenja oziroma ne poznajo višjih situacijskih komedij.**

2 SITUACIJSKA KOMEDIJA

Ko govorimo o situacijski komediji, moramo vedeti, da je za »situacijsko komedijo značilna trdna in dokaj konservativna forma, kar je žanru omogočilo, da je že od vsega začetka med najpopularnejšimi žanri televizijskega zabavnega programa« (Jontes 2011, 970). Situacijska komedija se ni razvila na televiziji, ampak je svoj začetek doživela že veliko prej, svoje oblike pa ni veliko spreminjala. Kot pravi Jontes, je situacijska komedija »eden ključnih televizijskih žanrov tako zaradi svoje popularnosti kot tudi njene zgodovine in same forme /.../ saj je migrirala z radia na televizijo že popolnoma oblikovana, do danes pa je preživela brez večjih sprememb« (Jontes 2011, 970).

Situacijske komedije so torej na televizijske zaslone prišle iz radia, vendar pa se razvoj ni začel tam. »Kot veliko drugih karakteristik in forme oddaj, situacijska komedija ni bila rojena z radiem, ampak je bila prilagojena iz zabavnih oblik, ki so obstajale že prej« (Neale in Krutnik 1990, 227). Za situacijsko komedijo kot žanr veljajo neke določene značilnosti in sicer »polurni format, dogajanje je postavljeno v dom ali na delovno mesto, igralska zasedba je omejena, do komičnih situacij prihaja zaradi "tedenskega problema", narava zgodb je epizodična, zgodbe so zakoreninjene v vsakdanjem izkustvu« (Jontes 2011, 971). Situacijske komedije lahko delimo tudi glede na razmerja likov, in sicer poznamo tri skupine. »V sitcomu z enim samim osrednjim likom se večina humorističnih 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 ponavadi mož in žena, tretji tip pa so skupinske situacijske komedije, kjer ima pomembno vlogo cel ansambel, brez da bi kdo vidno izstopal« (Jontes 2011, 971). Ločimo tudi dve glavni vrsti situacijskih komedij, in sicer družinske situacijske komedije in situacijske komedije na delovnem mestu.¹

»Družinska situacijska komedija se je specializirala v drami družinskega vedenja. Od serij in dram so se razlikovale zaradi fokusa na vloge znotraj družine, ponavadi otroke, starše ali sorodnike« (Hartley 2001, 66). V družinskih situacijskih komedijah je bila tradicija, da so bile družine definirane kot srednji razred. Še več, »tradicionalne družinske situacijske komedije so vzpostavile in za vedno ohranjale mit srečne družine. Ne glede na konflikt je bila rešitev in vrnitev sreče zagotovljena: vsak teden bi se zgodba vrnila h karakterjem in isti

¹ Avtor navaja family in workplace sitcom

situaciji ter uokvirjala misli, s katerimi so začeli – ne bi se naučili ničesar novega, prav tako pa se ne bi nikoli spremenili ali zrastle« (Henry 2003, 264).

Vse to se je spremenilo v 70-ih, ko so srednje razrede v situacijskih komedijah nadomestili delavski razredi. V 90ih je vse več situacijskih komedij temeljijo na delavskih razredih. Velja, da »so bile najbolj popularne serije desetletja Roseanne, Poročen z otroci in Simpsonovi« (Henry 2003, 266), vsem pa je skupno prav to, da so temeljile na delavskih razredih. Kot pravi Butsch, je moški v situacijskih komedijah, ki temeljijo na delavskem razredu prikazan kor neumen, nezrel, vendar je njegova največja želja še vedno skrb za družino, žene pa so bile pokazane kot pametnejše, bolj racionalne in zrele (Butsch v Jontes 2011, 972). Vseeno so imele situacijske komedije z delavskim razredom prednost, saj »dovoljujejo identifikacijo s karakterji, ki so nekako realni in katerih življenja so bolj podobna tistim, ki jih živijo gledalci« (Henry 2003, 264). Družinske situacijske komedije so bile »trdna podlaga televizijskega oddajanja. Bile so tisto, ob čemer smo odraščali, nežno in humorno so nas naučile dveh pomembnih veščin: kako gledati televizijo in kako živeti v družinah z tolerantnim skupnim prilagajanjem, govoriti, ne se prepirati« (Hartley 2001, 66).

Situacijsko komedijo lahko torej poleg na družinsko delimo tudi na situacijsko komedijo na delovnem mestu. Feurerjeva pravi, da se »situacijske komedije izmenjujejo med domom in pisarno« (2001, 67). Situacijske komedije na delovnih mestih so ponavadi osredotočene na druge vrednote in odnose. Izhajajo iz dejstva, da so »seksualni partnerji pogosto izbrani med sodelavci, situacijske komedije na delovnih mestih pa pogosto temeljijo na seksualni kemiji bolj kot na poklicni specifikih« (Hartley 2001, 67).

Kot že prej omenjeno, je situacijska komedija na televizijske zaslone prišla iz radijskih sprejemnikov in če pregledamo zgodovino, »najdemo le malo razvoja ali inovacij. Situacije so bile vedno enostavne in ponovljive, na njih lahko obesimo improvizirane šale, enobesedne govore, tople momente, naravne komedije in ideološke konflikte« (Feuer 2001, 70). Vse te žanrske značilnosti pomagajo medijskim hišam in snemalcem, ki na tak način »privlačijo in obdržijo stalno občinstvo« (Neale in Krutnik 1990, 233). Situacijske komedije delimo tudi na druge načine, in sicer eden izmed njih je glede na njihovo zahtevnost oziroma njihove značilnosti. Delimo jih na nizko, srednjo in visoko situacijsko komedijo.

2.1 RAZDELITEV NA VISOKO IN NIZKO TELEVIZIJSKO SITUACIJSKO KOMEDIJO

Avtorja Claessens in Dhoest situacijske komedije delita na nizko, srednjo in visoko situacijsko komedijo.² Nizka situacijska komedija temelji na stereotipih in pretiravanju, »zgodba je enostavna in predvidljiva, zaključena s srečnim koncem, medtem ko je humor nekompliciran, uporabljen stereotipno, s smešnimi kostumi in zvoki, pretiravanjem in mehničnim smehom« (Kuipers v Claessens in Dhoest 2010, 53). Za razliko od nizke je visoka situacijska komedija težja, hitrejša in bolj ambivalentna, večkrat vsebuje absurdne situacije. Visoka situacijska komedija je »definirana kot satirična, ironična, manj živahna in bolj avantgardna« (Claessens in Dhoest 2010, 53). Kuipersova pravi, da je »humor pogosto mešan z neprijetnimi čustvi kot so gnus, žalost ali jeza« (Kuipers 2006, 365). Razlika med nizko in visoko situacijsko komedijo je v tem, da »lahko priključijo gnus, dolgčas, vznemirjanje, ampak nikoli nerazumevanje in pomanjkanja interesa, ki ga težko izrazimo v besedah. V nizkem humorju vsak vidi nekaj, o čemer je upravičen imeti mnenje« (Kuipers 2006, 376). Srednja situacijska komedija je med tema dvema ekstremoma. Srednje situacijske komedije so »manj eksperimentalne in absurdne kot visoke komedije, ampak bolj hibridne in intertekstualne kot klasične situacijske komedije« (Claessens in Dhoest 2010, 55).

V anketi sem izbrala 15 situacijskih komedij, ki se ali pa so se pred kratkim predvajale na slovenskih televizijskih postajah, tako na komercialnih kot nacionalni televiziji. Izbrala sem največ nizkih situacijskih komedij. Med nizkimi situacijskimi komedijami so: Vsi županovi možje, Pa me ustrelj, Prijatelji, Dva moža in pol, Moji, tvoji, najini, Trdoglavci, Lepo je biti sosed, Alo alo, Roseanne in Will & Grace. Za vse naštetje situacijske komedije velja, da so stereotipne, enostavne, predvidljive, polne pretiravanja in lahko razumljivega humorja. Med srednje situacijske komedije štejemo Ime mi je Earl, Sodobna družina, Seinfeld, Veliki pokovci in Pisarna. V vseh naštetih najdemo več sarkazma in ironičnosti, so hitrejše, situacije so bolj zapletene, humor pa malo težji.

Ena izmed nizkih situacijskih komedij je Vsi županovi možje, ki govori o županu New Yorka in njegovih kolegih v pisarni. Glavni lik je podžupan Mike, ki ga igra Michael J. Fox. Situacijska komedija se torej vrti okoli njegove podžupanske službe in zasebnega življenja, v

² Avtorja navajata izraz lowbrow, middlebrow in highbrow, kar bom prevajala kot nizko, srednjo in visoko situacijsko komedijo.

katerem se ne znajde prav dobro. Zagotovo lahko govorimo o situacijski komediji, v kateri se vse vrte okoli enega lika, vsi ostali liki pa imajo izrazito podrejeno vlogo (Jontes 2011, 970). Situacije v komediji so enostavne, humoristične, vsaka težava se reši do konca predvajane epizode, torej ima t. i. "tedenski problem". Situacijsko komedijo zato uvrščamo med nizke situacijske komedije. Tja lahko uvrstimo tudi situacijsko komedijo Pa me ustrelj, Dva moža in pol ter tudi vse tri slovenske situacijske komedije, ki sem jih uvrstila v seznam, to so Moji, tvoji, najini, Trdoglavci in pa Lepo je biti sosed. Lepo je biti sosed je edina izmed naštetih, ki se v času pisanja ni več predvajala na slovenskih televizijskih programih, vendar je vključena, saj kot pravi Jontes, gre za eno »prvih 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« (Jontes 2011, 974).

Med srednje situacijske komedije bi lahko uvrstili Ime mi je Earl, Sodobno družino in Velike pokovce. Tukaj se že vidi, da situacije niso vedno enostavne, predvsem v Velikih pokovcih je prisotno zelo veliko sarkazma in ironičnosti. Komedije nimajo več iskrenega in enostavnega humorja. Med visoke situacijske komedije med naštetimi ne moremo umestiti nobene.

Visoke situacijske komedije so bolj zahtevne, hitrejše in bolj ambivalentne, pričakujejo pa, da bodo ljudje z višjih kulturnim okusom uporabili svojo estetsko dispozicijo, se odmaknili od same vsebine in poskušali razumeti, kaj jim poskuša povedati na višjem nivoju in bodo torej zanemarili takojšnji užitek in zabavo, ki jo za razliko ponuja nizka situacijska komedija (Claessens in Dhoest 2010, 53). Zanimivo je, da je večino izbranih situacijskih komedij starih in se v ZDA že dolgo ne snemajo več. Razen nekaterih, kot so Dva moža in pol, Veliki pokovci in pa Sodobna družina, vse situacijske komedije v ZDA niso več v predvajanju oziroma nimajo več svojega prostora v t.i. "prime-time-u". Na slovenskih televizijskih postajah torej vidimo serije, ki se ne predvajajo več, pri serijah, ki so na sporedu tudi v ZDA, pa zaostajamo najmanj za sezono, če ne še kaj več.

Razlika med tem, kdo raje gleda nizko in kdo visoko situacijsko komedijo, je odvisna od tega, kakšen kulturni okus ima posameznik. Indikatorji kažejo, da je »visoki okus ekskluziven: izobraženi ljudje ne odobravajo nizkih komedij, medtem ko manj izobraženi ljudje ne poznajo visokih komedij in jih tako niti ne morejo odobravati ali jih oceniti« (Kuipers 2006, 365).

Ko govorimo o kulturnem okusu, ne moremo mimo Pierra Bourdiueja in njegovega najvplivnejšega dela na področju hierarhije okusov, Distinction. V delu pokaže »razmerje

med okusom, ekonomskim kapitalom in kulturnim kapitalom« (Kuipers 2006, 359). »Televizijska komedija je v resnici družbena komedija, ki se sooča s socialnimi normami in konvencijami, kar pove, zakaj je razred tako pomembna tema v humorju« (Woollacott in drugi v Claessens in Dhoest 2010, 49).

3 KULTURNI OKUS

»Zveza med razredom in kulturo ter vprašanje kulturnega kapitala v družbenem razlikovanju je danes eno pomembnih vprašanj v proučevanju družbene neenakosti« (Luthar in Kurdija 2011, 982). »Hierarhija okusa je preslikana na hierarhijo družbenega razreda in prva se uporablja za legitimiranje druge« (Storey 2011, 335). Okus se torej kaže skozi hierarhijo družbenega razreda in človekovega kulturnega kapitala. Nižji razredi oziroma tisti z najnižjim kulturnim kapitalom legitimiziranja kulture po Bourdieju niso sposobni. Kot pravi, je videti, kot »da bi "popularna estetika" temeljila na potrjevanju kontinuitete umetnosti in življenja, kjer je oblika podrejena funkciji ali, če hočete, na zavračanju zavračanja, ki je izvor estetike, se pravi jasne reza med navadno dispozicijo in med samo estetsko dispozicijo. Sovražnost nižjega razreda in delov srednjega razreda z najnižjim kulturnim kapitalom do kakršnegakoli eksperimentiranja z obliko se potrjuje tako v gledališču kot v slikarstvu /.../ Občinstvo navadno uživa v zapletih, ki se logično in kronološko razpletajo proti srečnemu koncu, ter se bolj "identificira" z enostavno začrtanimi položaji in junaki kot z nejasnimi ali simboličnimi liki in dejanji« (Bourdieu 2011, 229). Težava pri Bourdieju je, da odseva svet v 60. letih že tako ali tako hierarhične Francije in kot pravi Bennett: »Popularni kulturi, še posebej pa množično posredovani kulturi ne namenja veliko pozornosti: o televiziji je komaj kaj govora« (Bennett in drugi 2011a, 269).

Bourdieu kapital razdeli v tri sklope, in sicer ekonomski, socialni in kulturni kapital. Kulturni kapital, ki določa okus in naše preference, je »diferencialno oblikoval v skladu z različnimi izkušnjami in pogoji eksistence različnih družbenih razredov« (Bennett in drugi 2011a, 268). Bennett dodaja, da nas kulturne izbire pozicionirajo: »nam in drugim povedo, kdo smo, in za nas in druge opredelijo, kdo nismo. Razporedi nas med "vrste" ljudi. In čeprav se vse te vrste kažejo kot nekaj "naravnega", pa imajo v celoti opraviti z organizacijo družbenega« (2011, 266). Kot pravi Bourdieu, »kulturni kapital lahko pridobimo v različni meri glede na obdobje, družbo, družbeni razred in ob odsotnosti vsakega premišljenega

vcepljanja v glavo in zato precej nezavedno« (2004, 314). Glede na kulturni kapital lahko tudi razumemo in razberemo stvari, ki so nam podane. »Ljudje z višjo izobrazbo imajo generalno pridobljen bolj družbeno priznan legitimni okus, kulturni kapital, ki definira njihov kulturni okus« (Bourdieu v Claessens in Dhoest 2010, 50). Kulturni okus ima več stopenj in sicer ekstrema sta višji in nižji okus. Prvi in sicer »legitimni, višji okus je okus višje izobraženih, ki dajejo prioriteto estetski dispoziciji forme pred vsebino« (Claessens in Dhoest 2019, 50). Estetska dispozicija je »edini način, ki je družbeno sprejet kot "primeren", ko gre za obravnavo objektov, ki so družbeno označeni kot umetniška dela in kot taka zahtevajo ter si zaslužijo, da jih obravnavamo s posebno estetsko intenco« (Bourdieu 2011, 224). Popularni oziroma nizki okus na drugi strani je »pogost za ljudi z nižjo stopnjo izobrazbe, ki daje prioriteto praktičnemu pred estetskemu« (Claessens in Dhoest 2010, 50). Bourdieu pravi, da je »popularni okus definiran kot preferenca za logično, kronološko zgodbo s srečnim koncem, preprostimi karakterji in situacijami za razliko od dvoumnih, simboličnih in skrivnostnih problemov, formalnih eksperimentov ali inovacij - vse karakteristike popularnega okusa« (Bourdieu v Claessens in Dhoest 2010, 51). Bourdieu sicer govori o visokem in nizkem okusu, a vendar predpostavlja, da ljudje z višjim okusom sledijo, spremljajo in uporabljajo le stvari, ki so del visoke kulture, saj pravi, da so življenjski stili ena najmočnejših ovir med razredi in posledično okusi. Pravi: »Najbolj nevzdržno za tiste, ki se imajo za lastnike legitimnega okusa, pa je svetoskrunsko mešanje okusov, ki bi morali biti po zapovedih ločeni« (2011, 258). S tem se ne strinjata Peterson in Simkus, ki pravita, da je »vedno več dokazov, da visokostatusne skupine ne le participirajo v visoko statusnih aktivnostih v večji meri kot ostali, ampak tudi težijo k pogostejšemu participiranju v večini pristočasnih dejavnosti« (Peterson in Simkus v Bennett in drugi 2011b, 308). To imenuje kot omnivorne in univorne vzorce potrošnje. Primerjamo ju lahko z dvema obrnjenima piramidama, kjer je ena izmed njiju obrnjena na glavo: »V prvi, ki reprezentira kulture okusa, je na vrhu ena elitna kultura okusa, ki konstituira kulturni kapital družbe, pod njo pa imamo ob pomikanju navzdol po statusni piramidi vedno številčnejše specifične kulture okusa. V obrnjeni piramidi, ki reprezentira konkretne posameznike ali skupine, imamo na vrhu omnivora, ki razpolaga s statusom prek izkazovanja kateregakoli izmed vrste okusov, ki jih lahko zahteva situacija. Na dnu pa imamo univora, ki lahko izkazuje le en specifičen okus« (Peterson v Bennett in drugi 2011b, 309). Pristop o omnivornosti in univornosti je »torej najbolj zastopan v sociologiji kulture in stratifikacijskih študijah ter predstavlja trenutno najbolj vseprisotno obravnavo strukturiranosti kulturnih praks v kvantitativnem empiričnem raziskovanju« (Luthar in

Kurdija 2011, 983). Velja, da status in višji okus torej ni definiran le s poznavanjem in cenjenjem visoke kulture, ampak s poznavanjem in participacijo v vseh formah. Kot pravi Kuipersova: »Visokostatusni okus kulture ni le okus, ki si ga delijo ljudje višjega družbenega statusa, razlika v statusu je ponavadi omejena v okusu samem, ki je manj dostopen, težji in dražji kot nizek ali normalen okus« (2006, 362). V Bourdieujevem času je veljalo, da je visoki okus standard za dober okus in kvaliteto, ter da »ljudje na vrhu družbene lestvice gledajo navzdol na nizek okus« (Kuipers 2006, 362), danes pa velja, da so »visokostatusne skupine postale omnivorne, katerih okus vključuje tako ekskluziven okus in dele nizkega okusa« (Peterson in Kern v Kuipers 2006, 362).

Kot dodaja Kuipersova je bila hierarhija okusov pri televiziji nepričakovana in sicer zaradi tega, ker je televizija zelo dostopna, razdrobljena in namenjena predvsem popularni kulturi. Kar poskuša avtorica povedati je, da »čeprav je visoka komedija popularna kultura, ima ekskluzivo in habitus visoke kulture. Uživanje v televizijski komediji, vsake vrste, zahteva veliko znanja: znanje, da vidiš nekaj tam, to prepoznaš kot humor in v tem uživaš« (Kuipers 2006, 376). Ekskluzivnost visokega okusa je v tem, da »se manj izobraženi ljudje ne zavedajo obstoja takšnega stila komedije« (Kuipers 2006, 366), dodaja pa še, da »je izobrazba pogoj, da prepoznaš visok humor, z zadostno izobrazbo se lahko ljudje odločijo, ali jim je všeč ali ne« (369). Kulturni okus je po mnenju Henniona »performans, nekaj, kar pokažeš, da si del neke določene skupine« (Hennion v Kuipers 2006, 374). Zato pravi Kuipersova, da imajo visoko izobraženi moč, da sodijo, »čutijo, da morajo imeti mnenje« (2006, 373).

4 ANALIZA

Kot že omenjeno, je bila metodologija mojega empiričnega dela anketa. Anketa je kvantitativna metoda zbiranja podatkov, s pomočjo katere lahko pridemo do osebnih mnenj anketirancev. Ko govorimo o metodologiji, je anketa največkrat uporabljena metoda pridobivanja podatkov v družbenih vedah. Svojo anketo sem razdelila 150-im naključnim anketirancem, pri čemer noben izmed njihovih demografskih podatkov takrat ni bil relevanten. Po uspešnem zaključku anketiranja sem podatke analizirala v SPSS-u.

Najprej sem vzela tri situacijske komedije, in sicer dve nizki in eno srednjo situacijsko komedijo. Glede na rezultate, sem za analizo izbrala Roseanne in Dva moža in pol, obe nizki situacijski komediji in pa Pisarno, ki je srednja situacijska komedija. Te tri situacijske

komedije sem analizirala glede na spol, zaključeno izobrazbo in razred, kjer se je moral vsak anketiranec sam opredeliti, v kateri razred se mu zdi, da spada. Pri tem nisem upoštevala tistih anketirancev, ki situacijskih komedij niso poznali in tistih, ki se niso želeli opredeliti ali niso vedeli, v kateri razred spadajo. Anketiranec nižjega razreda, samo en izmed vseh se je opredelil kot pripadnik nižjega razreda, je obe nizki, torej Roseanne in Dva moža in pol, ocenil s 5.0, kar pomeni, zelo mi je všeč, Pisarno pa je ocenil z 2.0, kar pomeni ni mi všeč. Anketiranci delavskega razreda so ocenili nizke situacijske komedije z visokimi ocenami, in sicer Roseanne s 5.0 in Dva moža in pol s 4.6, medtem ko so Pisarno ocenili z 1. Anketiranci nižjega srednjega razreda so situacijsko komedijo Dva moža in pol ocenili slabše kot oba razreda pred njimi, in sicer s povprečno oceno 4.25, Roseanne s povprečno oceno 3.25, Pisarno pa z malce višjo oceno kot oba razreda prej, in sicer z 2.13. Anketiranci srednjega razreda, ki jih je bilo številčno največ, so Pisarno ocenili najboljše od vseh, in sicer z 2.7, Dva moža in pol s 3.71, Roseanne pa s 3.26. Višji srednji razred je Roseanne ocenil s 3.09, kar je bila najmanjša povprečna ocena, Dva moža in pol s kar 4.08, Pisarno pa z 2.18. Le en anketiranec se je opredelil kot višji razred in je za obe nižji situacijski komediji označil, da sta mu všeč – s številko 4, Pisarne pa ni poznal. Vidimo lahko, da se povprečje pri srednji situacijski komediji najprej zvišuje, pri višjem srednjem razredu pa spet malo upade, medtem ko za Roseanne vidimo, da vsak višji razred to situacijsko komedijo oceni slabše. To pomeni, da višji razredi ocenjujejo nižje situacijske komedije slabše kot nižji razredi, hkrati pa tudi nižji razredi ocenjujejo srednje situacijske komedije slabše kot višji razredi.

TABELA 4.1: OCENJEVANJE GLEDE NA RAZRED

RAZRED	PISARNA	DVA MOŽA IN POL	ROSEANNE
nižji razred	2	5	5
delavski razred	1	4.6	5
nižji srednji razred	2.13	4.25	3.25
srednji razred	2.7	3.71	3.26
višji srednji razred	2.18	4.08	3.09
višji razred	ne pozna	4	4

Pri analizi glede na spol so moški, ki jih je bilo le 31 %, Roseanne ocenili s 3.03, ženske pa s 3.07. Moški anketiranci so situacijsko komedijo Dva moža in pol ocenili s 4, ženske pa s 3.93. Pri srednji situacijski komediji so moški anketiranci Pisarno ocenili z 2.5, ženske pa s 2.54.

TABELA 4.2: OCENJEVANJE GLEDE NA SPOL

SPOL	PISARNA	DVA MOŽA IN POL	ROSEANNE
Moški	2.5	4	3.03
Ženski	2.54	3.93	3.07

Pri analizi glede na izobrazbo sem pri situacijski komediji Roseanne opazila razlike v oceni. Anketiranec z nepopolno šolsko izobrazbo Roseanne ni poznal, anketiranci z osnovnošolsko izobrazbo so situacijsko komedijo ocenili s 3.66, anketiranci z nižjo ali srednjo poklicno izobrazbo so situacijsko komedijo ocenili s 3.75, anketiranci s srednjo strokovno izobrazbo s 3.56, anketiranci s srednjo splošno izobrazbo z 3.42, anketiranci z višjo strokovno izobrazbo s 3.33, anketiranci z visokošolsko strokovno izobrazbo s 3.0, prav tako anketiranci s visokošolsko univerzitetno izobrazbo, anketiranci z magisterijem pa so Roseanne ocenili s 2.0. Vidimo torej, da ocena glede na izobrazbo pada, in sicer bolj izobraženi so nizko situacijsko komedijo ocenili slabše kot anketiranci z nižjo izobrazbo.

Malo drugačni rezultati so pri situacijski komediji Dva moža in pol, in sicer anketiranci z osnovnošolsko izobrazbo so situacijsko komedijo ocenili s 4.0, anketiranci z nižjo ali srednjo poklicno izobrazbo s 4.5, anketiranci s srednjo strokovno izobrazbo s 4.09, anketiranci s srednjo splošno izobrazbo s 3.91. Razlika je bila pri anketirancih z višjo strokovno izobrazbo, saj so situacijsko komedijo ocenili s 4.88. Nato je ocena spet padla, in sicer anketiranci z visokošolsko strokovno izobrazbo so jo ocenili s 3.33, anketiranci z visokošolsko univerzitetno izobrazbo so jo ocenili s 3.61, kar je več kot tisti z visokošolsko strokovno izobrazbo, anketiranci z magisterijem pa so situacijsko komedijo ocenili s 3.0.

Pri srednji situacijski komediji Pisarna je anketiranec z nepopolno osnovnošolsko izobrazbo komedijo ocenil s 2, anketiranci z osnovnošolsko izobrazbo so jo ocenili s 3.5, anketiranci z nižjo poklicno izobrazbo so jo ocenili s 2.0, anketiranci s srednjo strokovno izobrazbo so jo ocenili s 2.38, anketiranci z srednjo splošno izobrazbo so jo ocenili s 2.4, anketiranci z višjo strokovno izobrazbo s 2.43, anketiranci z visokošolsko strokovno izobrazbo s 3.33, anketiranci z višjimi končanimi izobrazbami pa zopet slabše, in sicer tisti z visokošolsko univerzitetno izobrazbo s 2.46 in tisti z magisterijem s 2.33.

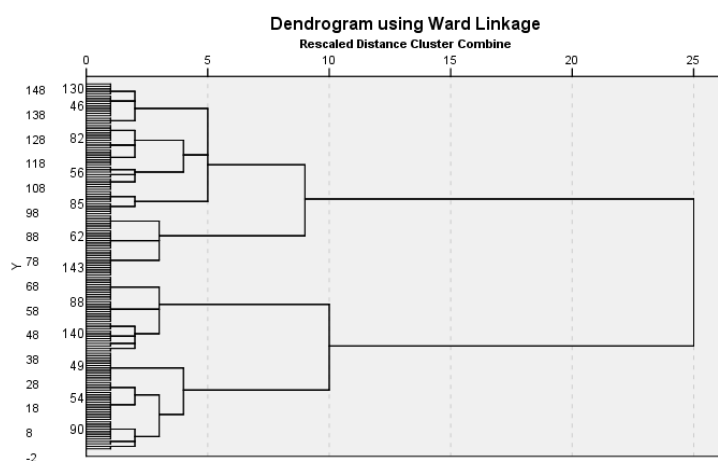
TABELA 4.3: OCENJEVANJE GLEDE NA IZOBRAZBO

RAZRED	PISARNA	DVA MOŽA IN POL	ROSEANNE
Nepopolna šolska izobrazba	2	ne pozna	ne pozna
Osnovnošolska izobrazba	3.5	4	3.66
Nižja poklicna izobrazba	2	4.5	3.75
Srednja strokovna izobrazba	2.38	4.09	3.56
Srednja splošna izobrazba	2.4	3.91	3.42
Višja strokovna izobrazba	2.43	4.88	3.33
Visokošolska strokovna izobrazba	3.33	3.33	3
Visokošolska univerzitetna izobrazba	2.46	3.61	3
Magisterij	2.33	3	2

Na podlagi referenc do določenih situacijskih komedij sem s pomočjo metode združevanja oziroma K- means clustering-a dobila dva izrazita razreda. Postopek sem naredila tudi po Wardovi metodi, ki v splošnem »generira zelo razvleče skupine /.../ Wardova metoda teži k skupinam, ki imajo primerljivo variabilnost« (Košmerlj in Breskvar Žaucer 2006, 305). Kot nadaljujeta avtorici: »Wardova metoda in metoda voditeljev se dopolnjujeta; če uporabljamo kvadrat Evklidske razdalje, optimirata isto kriterijsko funkcijo. Najbolje je, da najprej uporabimo Wardovo metodo, iz dendrograma ugotovimo najbolj smiselno število

skupin in nato uporabimo metodo voditeljev« (prav tam). Tudi moja analiza je bila po Wardovi in K-means metodi identična, zato sem se morala odločiti za eno in celotno nadaljnjo analizo izvajala skozi metodo združevanja. Kot že omenjeno, sta se izoblikovali dve izraziti skupini.

SLIKA 4.1: RAZRED PO WARDOVI METODI



Skupina 1 vsebuje 57 ljudi, kar je le 38 odstotkov vseh anketirancev, med njimi je bilo 77 % žensk in 23 % moških, povprečna starost pa je bila 33.61 let. Od tega jih ima 47 % končano strokovno ali srednjo splošno izobrazbo, 42 % pa višjo, visokošolsko ali univerzitetno izobrazbo. V skupini 1 je le nekdo izmed anketirancev magister ali doktor. Na vprašanje, v kateri družbeni razred bi se uvrstili, je v skupini 1 kar 56.1 % anketirancev odgovorilo, da bi se uvrstili v nižji srednji ali srednji razred, 24.6 % v višji srednji razred, 17 % pa jih je na vprašanje odgovorilo, da se ne želijo opredeliti oziroma ne vedo, v kateri razred bi se uvrstili. Le en v skupini 1 se je uvrstil v nižji ali delavski razred, medtem ko se nihče ni uvrstil v višji razred. Na vprašanje, kje živijo, je 26 % anketirancev v skupini 1 odgovorilo, da v centru mesta ali na obrobju le-tega, 22 % jih živi v predmestju, skoraj 25 % jih živi na vasi, 7 % pa na samem, izven naselja ali na kmetiji. Na vprašanje, kje bi živeli, če ne bi imeli ekonomskih in drugih zadržkov, bi se jih kar 33 % odločilo za center, 28 % za predmestje, 19 % za vas in pa 19 % bi jih živel na samem. Tukaj se vidi, da bi velik odstotek ljudi raje živel v predmestju, na obrobju ali v centru mesta, nekaj bi jih živel na samem. Kar se tiče vasi, bi le 19 % ljudi živel na vasi, medtem ko jih v resničnem življenju tam živi skoraj 6 % več. V skupini 1 se kar 49 % ljudi ni želelo politično opredeliti, medtem ko jih je malo več kot 33 % dejalo, da bi se opredelili kot liberalni. 12.3 % bi se jih opredelilo kot sredinski, le trije v skupini 1 pa bi se opredelili kot konservativni.

V skupini 2 je kar 36 več ljudi, kar pomeni, da skupina 2 vsebuje 93 ljudi. Med njimi je 63.4 % žensk in 36.6 % moških, povprečna starost pa je 31,20 let. Od tega jih ima skoraj 55 % končano le strokovno ali splošno srednjo izobrazbo, 37.6 % višjo, visokošolsko ali univerzitetno izobrazbo in 4 imajo magisterij ali doktorat. V skupini 2 bi se kar 75.3 % uvrstilo v nižji srednji ali srednji razred, 4.3 % v nižji razred, 10.8 % v višji srednji razred in le 1 bi se uvrstil v visoki razred. Na vprašanje, kje bi živijo, jih kar 43 % živi v centru ali na obrobju mesta, 35.5 % v predmestju, 20.4 % na vasi in 1 anketiranec živi na samem ali na kmetiji. Če ne bi bilo ekonomskih ali drugih omejitev, bi jih kar 70 % izbralo center, obrobje mesta ali predmestje, medtem ko bi jih 16.1 % živel na vasi. Pri politični opredelitvi jih 40 % na vprašanje ni želelo odgovoriti, 34.4 % bi se jih opredelilo kot liberalnih, 21.5 % kot sredinskih in 3.2 % bi se jih opredelilo kot konservativni.

SLIKA 4.2: Izobrazba skupine 1

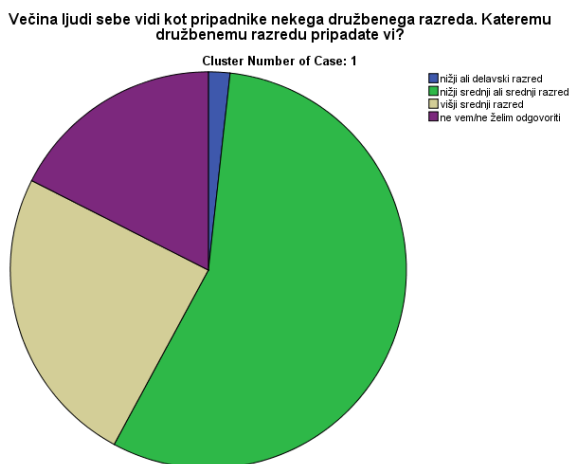


SLIKA 4.3: Izobrazba skupine 2

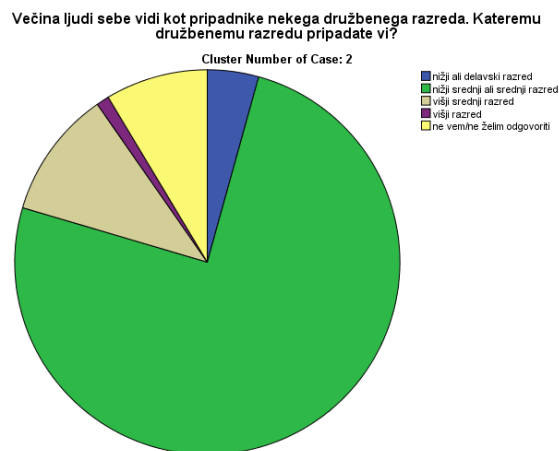


Med skupinama se največja razlika kaže med opredelitvijo v družbeni razred in sicer v skupini 1 se jih je 24,6 % opredelilo za višji srednji razred, medtem ko se jih je v skupini 2 za to opredelilo le 10,8 %. Le en izmed vseh 150 anketirancev se je opredelil v višji razred in sicer anketiranec skupine 2. Razlika je bila tudi v politični opredelitvi, saj se skoraj 10 % več anketirancev ni želelo politično opredeliti, medtem ko je bilo številko tistih, ki bi se opredelili enako, v vsaki skupini bi se tako opredelili trije anketiranci. V skupini 2 je tudi manj žensk, kar za 13 %, izobrazba pa je v povprečju nižja od tiste v skupini 1. Na podlagi vseh teh podatkov sem določila, da je skupina 1 elitna skupina, skupina 2 pa popularna skupina.

SLIKA 4.4: Družbeni razred 1



SLIKA 4.5: Družbeni razred 2



Pri elitni skupini sem pri analizi ugotovila, da anketiranci sploh niso poznali situacijskih komedij. V povprečju skoraj 60 % anketirancev ni poznalo situacijskih komedij. Izjema sta bili dve situacijski komediji, in sicer Prijatelji in Lepo je biti sosed, poznalo ju je več kot 80 % ljudi. Situacijske komedije Vsi županovi možje ni poznalo več kot 73 % anketirancev elitne skupine, ostali pa so situacijsko komedijo ocenili s povprečno oceno 2.9. Situacijske komedije Pa me ustrelj, ki prav tako spada med nizke komedije, ni poznalo skoraj 88 % anketirancev, ostali pa so situacijsko komedijo ocenili s povprečno 2.42. Prav tako nihče od anketirancev te situacijske komedije ni ocenil z zelo mi je všeč. To je bila najslabše ocenjena situacijska komedija v elitni skupini, prav tako povprečno oceno pa je dobila tudi situacijska komedija Roseanne. Poleg že prej omenjenih dveh situacijskih komedij je bil odstotek tistih, ki ne poznajo visoke situacijske komedije Pisarna, veliko manjši od povprečja, saj je ni poznalo 67 % ljudi. Pri situacijski komediji Ime mi je Earl je bila povprečna ocena 2.6, situacijske komedije pa ni poznalo več kot 82 % anketirancev. Situacijsko komedijo Prijatelji so anketiranci elitne skupine ocenili s povprečno oceno 3.9, situacijske komedije pa ni poznalo 22,8 % anketirancev, kar je najmanj izmed vseh petnajstih situacijskih komedij, ki so jih anketiranci ocenjevali. Pri situacijski komediji Dva moža in pol je bila povprečna ocena 3.06, situacijske komedije pa ni poznalo 72 % anketirancev. Pri slovenskih situacijskih komedijah je bila v elitni skupini najbolje ocenjena situacijska komedija Moji, tvoji, najini, in sicer so jo tisti, ki so situacijsko komedijo poznali, ocenili s povprečno oceno 3.12, situacijske komedije pa ni poznalo malo več kot 45 % anketirancev. Pri Trdoglavcih je bil ta odstotek še višji, in sicer situacijske komedije ni poznalo kar 63 % vseh anketirancev, ostali, ki pa so jo poznali, so jo ocenili z 2.7. Lepo je biti sosed je bila med tremi slovenskimi situacijskimi komedijami ocenjena najslabše, in sicer z 2.65, poznalo pa je ni skoraj 30 % anketirancev v višjem razredu. Pri situacijski komediji Sodobna družina, ki se na slovenskih televizijskih programih predvaja najmanj časa, je kar 80 % anketirancev dejalo, da situacijske komedije ne pozna, ostali pa jo ocenili s povprečno oceno 3.6. Pri tej situacijski komediji nihče izmed anketirancev ni dejal, da mu situacijska komedija sploh ni všeč. Situacijsko komedijo Veliki pokovci je 6 izmed 57 anketirancev ocenilo s 4 ali manj, 8 anketirancev pa je dejalo, da jim je situacijska komedija zelo všeč. Povprečna ocena je bila tako 4.0, 75 % anketirancev pa situacijske komedije ni poznalo. Najvišjo oceno izmed vseh naštetih situacijskih komedij je prejela situacijska komedija Alo, alo in sicer kar 23 izmed 57 anketirancev je dejalo, da jim je situacijska komedija zelo všeč oziroma kar 40.4 % vseh anketirancev elitne skupine. Povprečna ocena vseh, ki situacijsko komedijo poznajo, je bila zato kar 4.25, vseeno pa

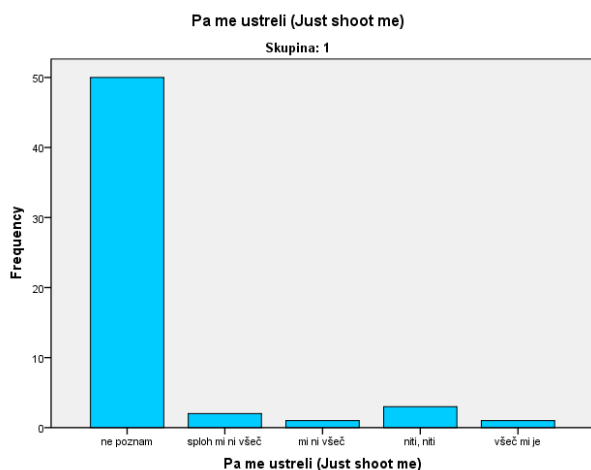
situacijske komedije ni poznalo 38.6 % anketirancev. Več kot polovica anketirancev tudi ni poznala situacijske komedije Seinfeld, povprečna ocena pa je bila 3.2. Pri zadnji naštetih situacijski komediji, Will & Grace se je izkazalo, da situacijske komedije ne pozna 44 % anketirancev, povprečna ocena pa je bila 3.4.

Pri drugi skupini, torej popularni skupini, je bilo število anketirancev večje, in sicer je bilo število vseh anketirancev 93. Le 2 izmed vseh anketirancev nista poznala situacijske komedije Vsi županovi možje, več kot 50 % anketirancev pa je situacijsko komedijo ocenilo s 4 ali 5. Povprečna ocena je bila tako 3.7. Podobno povprečno oceno je dobila tudi situacijska komedija Pa me ustrelili in sicer 3.6, vseeno pa situacijske komedije ni poznalo skoraj 23 % anketirancev. Na splošno so anketiranci popularne skupine poznali večino situacijskih komedij. Višji odstotek tistih, ki situacijske komedije niso poznali, je bil pri situacijski komediji Ime mi je Earl, saj je ni poznalo skoraj 30 % anketirancev, povprečna ocena pa je bila 3.05. Še malo višji odstotek je bil pri situacijski komediji Pisarna, saj kar 31 % anketirancev situacijske komedije ni poznalo, ostali pa so jo ocenili s povprečno oceno 2.53. Prijatelji so bili ocenjeni najbolje, in sicer več kot 50 % anketirancev je situacijsko komedijo ocenili z zelo mi je všeč, nihče pa ni rekel, da mu sploh ni všeč. Povprečna ocena je bila tako 4.4, le 6 izmed 93 anketirancev pa Prijateljev ni poznalo. Pri situacijski komediji Dva moža in pol je kar 41 % odgovorilo, da jim je situacijska komedija zelo všeč, poznalo pa je ni 7,5 % anketirancev. Povprečna ocena je bila 3.9. Pri slovenskih situacijskih komedijah je bilo nepoznavanje kar veliko, in sicer več kot 45 % anketirancev v popularni skupini situacijske komedije Moji, tvoji, najini sploh ni poznalo, vsi ostali pa so jo ocenili s povprečno oceno 3.23. Trdoglavcev ni poznalo 40 % anketirancev, povprečna ocena pa je bila le 2.65. Tudi zadnja, najbolj uspešna slovenska situacijska komedija, je bila ocenjena z 2.67, ne pozna pa je 20 anketirancev v nižjem razredu. Največje nepoznavanje se je pokazalo pri situacijski komediji Sodobna družina, saj skoraj 54 % anketirancev situacijske komedije ne pozna. Izmed vseh, ki jo poznajo, pa je bila povprečna ocena 3.4. Pri situacijski komediji Veliki pokovci nihče v popularni skupini ni dejal, da mu situacijska komedija sploh ni všeč, je pa bilo 37.6 % takih, ki je niso poznali. Povprečna ocena situacijske komedije je bila 3.9. Situacijska komedija Alo alo je bila povprečno ocenjena s kar 4.19, 12.9 % anketirancev pa situacijske komedije ni poznalo. Malo manj kot 10 % anketirancev popularne skupine ni poznalo situacijske komedije Roseanne, povprečna ocena ostalih pa je bila 3.4. Kar 66 % anketirancev je odgovorilo, da jim je všeč ali pa zelo všeč situacijska komedija Seinfeld, ki je imela povprečno oceno 3.9, le 3 anketiranci pa je niso poznali. Ravno toliko anketirancev ni

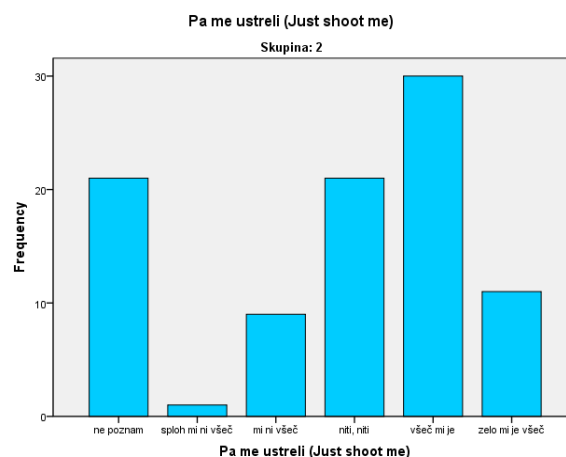
poznalo situacijske komedije Will & Grace, z vseh mi je ali zelo mi je vseh, pa jih je odgovorilo nekaj več kot 58 %. Povprečna ocena je bila 3.8.

Iz analize ankete lahko razberemo, da razlike med skupinama obstajajo. Le te so največje pri nizki situacijski komediji Pa me ustrelj, kjer je bila razlika več kot 1, in sicer so jo anketiranci elitne skupine ocenili najslabše s 2.42, prav tako je bilo prisotno najvišje nepoznavanje situacijske komedije, anketiranci popularne skupine, ki pa so situacijsko komedijo poznali, so jo ocenili s povprečno oceno 3.6.

SLIKA 4.6: Ocene Pa me ustrelj skupine 1

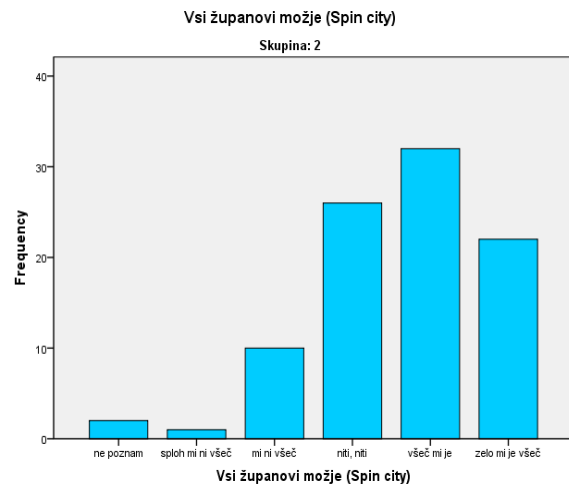
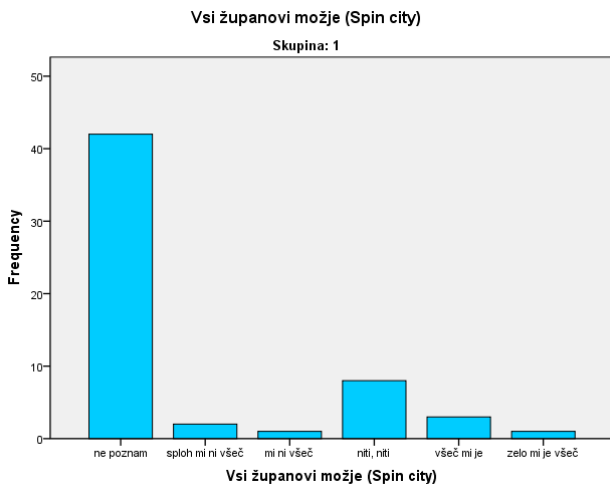


SLIKA 4.7: Ocene Pa me ustrelj skupine 2



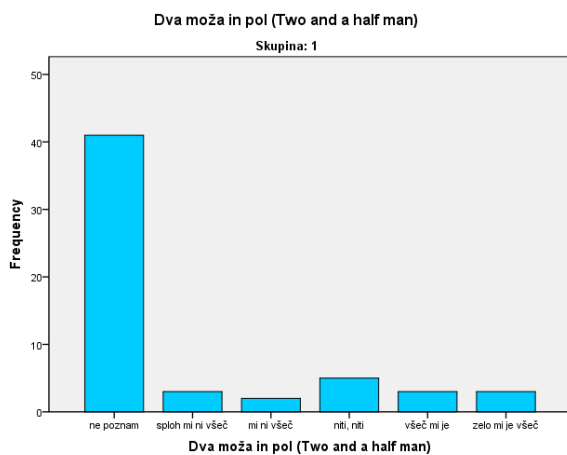
Razlika je bila prav tako pri situacijski komediji Vsi županovi možje, kjer v popularni skupini le 2 anketiranca nista poznala te situacijske komedije, v elitni skupini pa je bil ta odstotek malo manj kot 74. Prav tako so anketiranci elitne skupine nizko situacijsko komedijo ocenili s 2.9, anketiranci popularne skupine pa s 3.7.

SLIKA 4.8: Ocene Vsi župani možje skupine 1 SLIKA 4.9: Vsi županovi možje skupine 2

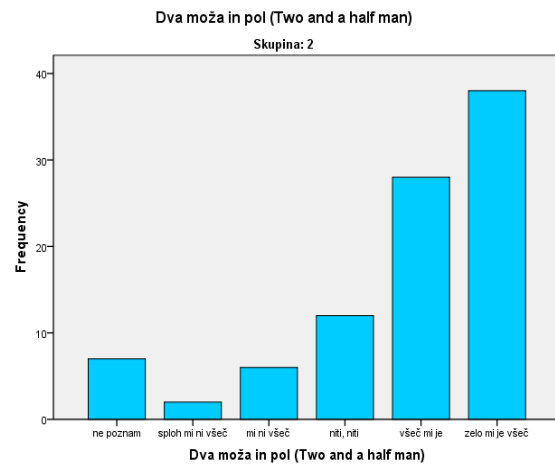


Razlika je bila tudi pri tretji nizki situacijski komediji Dva moža in pol, kjer je bila razlika skoraj za 1, in sicer so jo anketiranci elitne skupine ocenili s 3.06, anketiranci popularne skupine pa s 3.9.

SLIKA 4.10: Ocene Dva moža in pol skupine 1



SLIKA 4.11: Ocene Dva moža in pol skupine 2



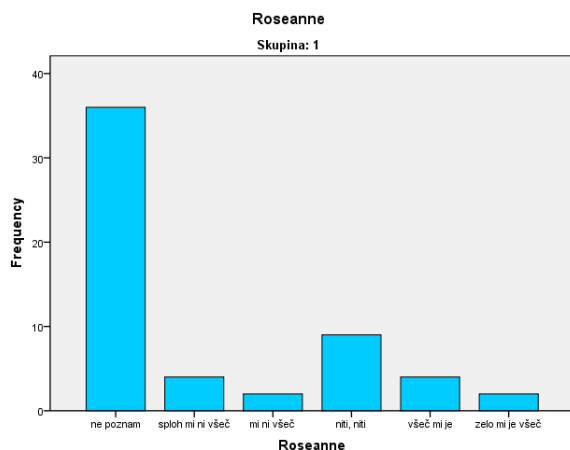
Minimalna, a presenetljiva razlika se je pokazala pri slovenskih situacijskih komedijah, ki jih predvaja komercialna televizija Pop Tv, saj sta bili obe situacijski komediji, tako Trdoglavci kot Lepo je biti sosed, bolje ocenjeni s strani elitne skupine. Razlika je bila sicer minimalna, a je obstajala.

Prav tako je bila razlika pri srednji situacijski komediji Sodobna družina. Ne le, da je bil odstotek tistih, ki situacijske komedije ne poznajo, med vsemi v popularni skupini najvišji, tudi povprečna ocena je bila nižja. Prav tako je bila nižja povprečna ocena popularne skupine

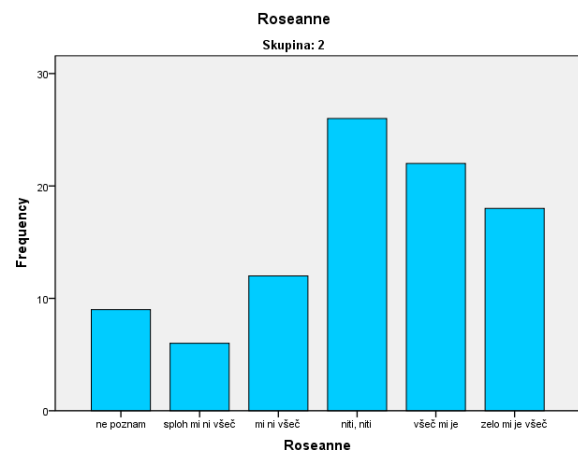
pri še eni srednji situacijski komediji Veliki pokovci, kar dokazuje, da nižji razredi preferirajo nizke situacijske komedije, medtem ko višji razred daje prednost srednjim ali visokim situacijskim komedijam.

To dokazuje tudi situacijska komedija Roseanne, za katero sem že prej dejala, da je bila bolj namenjena delavskemu razredu in je bila med prvimi, v kateri so bili tudi igralci del delavskega razreda, ne pa bogate manjšine, kjer denar nikoli ni bil težava. Situacijsko komedijo Roseanne so anketiranci elitne skupine ocenili s povprečno oceno 2.4, več kot 60 % pa situacijske komedije ni poznalo. Anketiranci popularne skupine so situacijsko komedijo Roseanne ocenili s 3.4, kar je za eno oceno več.

SLIKA 4.12: Ocene Roseanne skupine 1



SLIKA 4.13: Ocene Roseanne skupine 2



Razlike so bile tudi v drugih televizijskih žanrih, največja pri filmih, kjer so anketiranci popularne skupine filme ocenili s povprečno oceno 4.49, anketiranci elitne skupine pa s 4.0. Majhne razlike so bile pri dokumentarnem programu, informativnih oddajah, kvizih in kulturi, saj so anketiranci popularne skupine višje ocenili vse naštetu. Glede na dosedanjo analizo lahko ocenimo, da je temu tako, ker je veliko anketirancev elitne skupine odgovorilo, da določenega žanra ne spremlja. Malo večja razlika je bila pri spremljanju telenovel, kjer so anketiranci elitne skupine telenovele ocenili z 1.4, anketiranci popularne skupine pa z 2.2.

Razlike so bile tudi v tem, da se večina popularne skupine strinja s tem, da se ob situacijskih komedijah predvsem sprostijo in nasmejijo, saj je bila povprečna ocena kar 4.58 in torej najbližje trditvi zagotovo se strinjam. Tega je bilo malo manj v elitni skupini, in sicer je bila povprečna ocena 4.0. Anketiranci popularne skupine se tudi bolj strinjajo z trditvijo, da

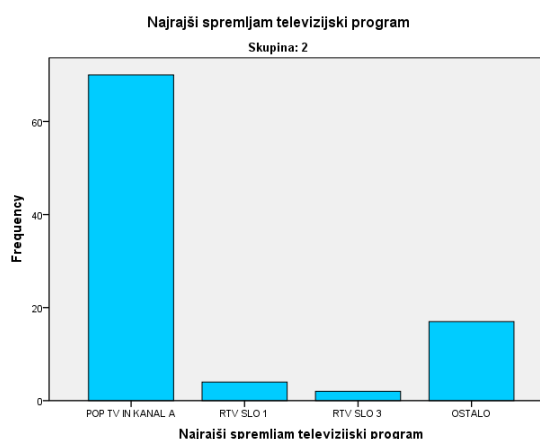
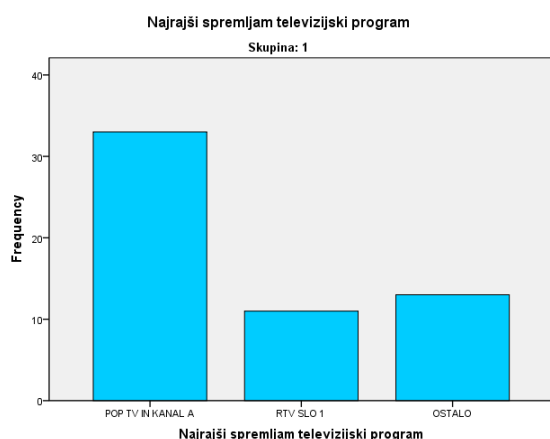
so danes resničnostne oddaje popularnejše od situacijskih komedij, se pa skoraj nihče ne strinja, da danes situacijskih komedij ne gleda skoraj nihče več, saj so anketiranci elitne skupine to trditev ocenili z 1.7, anketiranci popularne skupine pa s 1.8.

Anketirance sem spraševala tudi po določenih oddajah in vse oddaje, razen visoke oddaje Knjiga mene briga, so dobile boljšo oceno pri anketirancih popularne skupine. Razlika je bila najvišja pri seriji Razočarane gospodinje, saj so jo anketiranci elitne skupine ocenili z 2.2, anketiranci popularne skupine pa z 3.18. Prav tako veliko razlika se je pokazala pri seriji Na kraju zločina, kjer so serijo anketiranci popularne skupine ocenili s povprečno oceno 3.83, anketiranci elitne skupine pa z 2.9. Razlika je bila velika tudi pri resničnostnem šovu Big brother Slavnih, saj je bila povprečna ocena v elitni skupini 1.5, v popularni pa 1.85. Tudi pri slovenski oddaji Pogledi Slovenije je bila razlika med popularno skupino, ki je ocenila oddajo s povprečno oceno 2.26 in elitno, ki jo je ocenila z 1.9.

Kot sta dejala Claessensova in Dhoest, je jasno, da »nižje izobraženi pogosteje izbirajo komercialne televizijske programe kot višje izobraženi« (2010, 58). To se jasno pokaže tudi pri vprašanju, kateri televizijski program najrajši spremljate, saj je v elitni skupini 57.9 % anketirancev odgovorilo, da najraje spremljajo Pop Tv in Kanal A, malo manj kot 20 % RTV SLO 1, skoraj 23 % pa rajši spremlja ostale programe. Pri popularni skupini pa kar 75.3 % anketirancev najraje gleda Pop Tv in Kanal A, 4.3 % RTV SLO 1 In 2.2, % RTV SLO 3, odstotek tistih, ki radi gledajo ostale programe pa je malo več kot 18.

Med odgovori, katere ostale televizijske programe spremljajo, sta zelo prevladovala Discovery Channel in pa Fox life. Prvi ima na programu predvsem dokumentarne oddaje, znanstvene, potovalne oddaje, medtem ko je program Fox life sestavljen iz serij, tako situacijskih komedij kot dram in znanstvenih fantastik, ki se vrtijo na ameriških televizijskih programih.

SLIKA 4.14: Ocena televizijski program skupine 1 SLIKA 4.15: Ocene televizijski program skupine 2



Torej, če povzamemo celotno analizo, lahko trdimo, da razlike med skupinama obstajajo, da pa skupini nista tako izraziti, kot bi morda morala biti. Razlike obstajajo, visoke ali srednje situacijske komedije so dobile višjo oceno pri anketirancih elitne skupine, medtem ko so nizke situacijske komedije dobile višje ocene pri anketirancih popularne skupine. Tako lahko trdimo, da kulturni okus vpliva na razumevanje situacijskih komedij, vendar se je pri anketirancih obeh skupin izkazalo, da ni razlika velika. Manj ljudi nižjega razreda je poznalo srednje ali visoke situacijske komedije kot nizke situacijske komedije, vendar niti za eno ne moremo trditi, da je anketiranci nižjega razreda niso razumeli v celoti.

Prav tako ne morem potrditi ali zavreči hipoteze, ki pravi, da ljudje z višjim kulturnim kapitalom spremljajo predvsem višje situacijske komedije, poznajo in imajo mnenje pa tudi o nižjih, medtem ko ljudje z nizkim kulturnim okusom spremljajo le nižje situacijske komedije, nimajo pa mnenja oziroma ne poznajo višjih situacijskih komedij. Hipoteza predpostavlja omnivornost in univornost kulturne potrošnje, ki se je v mojem primeru izkazala za neresnično. Nekatere nizke situacijske komedije, kot so Prijatelji, so na slovenskih televizijskih programih pustile tak pečat, da jih je spremljalo veliko anketirancev, predvsem v ZDA je bil finale situacijske komedije pravi medijski dogodek, saj je bil za zveste gledalce zadnji del »razpotegnjen ritual poslavljanja navdušencev, ki so gledali karakterje, ki so se poslavljal med seboj in od občinstva tedne« (Todd 2011, 858). In medtem ko je pri Prijateljih šlo za prepoznavnost zaradi ponavljanja in časovne razpotegnjenosti serije same, gre pri drugih serijah, ki so bile po mnenj strokovnjakov ikonične v 90ih letih, kot je na primer Roseanne, za veliko neznanje oziroma nepoznavanje elitne skupine. Govorimo lahko o tem, da elitna skupina rajši kot situacijske komedije spremlja oziroma jim je zelo všeč

dokumentarni program, kot je Discovery channel, Animal channel in da ljudje na televiziji iščejo bolj informacije in na splošno višjo kulturo, kot je situacijska komedija sama.

5 ZAKLJUČEK

Situacijske komedije so sicer v celoti del popularne kulture in se lahko tudi znotraj le te deli na višjo ali nižjo, vseeno pa velja, da višji razred rajši spremlja bolj informativne oddaje in programe na televiziji, ki je tudi sama po sebi del popularne kulture. Čeprav se zdi, kot da v primeru situacijskih komedij ne moremo govoriti o omnivornosti in univornosti, pa je pojem razreda oziroma človekovega habitusa še kako aktualen. »Posameznikova pripadnost določenemu razredu zanj vzpostavlja določene pogoje eksistence, ki oblikujejo njegove individualne dispozicije, ki jih Bourdieu označuje s svojim osrednjim pojmom "habitus"« (Škrlep 1998,31). Ljudje se ravnaajo po nekih pravilih, nekih pogojih, ki se jih mogoče sami niti ne zavedajo. So pripadniki določenega razreda, z določeno mero tako formalne kot neformalne izobrazbe in preferirajo, ne da bi se morda sploh zavedali, zakaj je temu tako. Spadajo v neko skupino ljudi, ki ima podobne izkušnje, podobne razmere. »Ker so si v situacijah, v katerih pridobivajo izkustva posamezniki istega družbenega razreda ali stanu podobni /.../ govori Bourdieu o "razrednem habitusu", ki se, kot pravi, v družbenem življenju pojavlja kot "razredni etos" oz. kot "razredna morala"« (Škrlep 1998, 37). Ljudje torej izbirajo in gledajo glede na izkušnje, razumevanje, zato velja, da ljudje z višjo izobrazbo lahko izberejo, kaj bodo gledali in česa ne, saj imajo moč, da razumejo vse in se samostojno odločajo, kaj jim je všeč in kaj ne. Ljudje z nižjim kulturnim kapitalom tako rajši spremljajo tisto, kar jim je znano. Tako jim na primer višje situacijske komedije niso všeč oziroma jih ne spremljajo, ker so jim tuje, večina situacij pa jim ni smešnih, saj je humor bolj zahteven in specifičen. Hipoteza pravi, da ljudje z višjim kulturnim kapitalom spremljajo višje situacijske komedije, poznajo pa tudi nižje situacijske komedije. V diplomskem delu pa se je izkazalo ravno nasprotno. Ljudje z višjim kulturnim kapitalom so spremljali višje situacijske komedije in jih ocenjevali bolje kot ljudje z nižjim kulturnim kapitalom, vendar pa lahko govorimo o tem, da so situacijske komedije v Sloveniji kar nepoznane. Zaradi vsega torej hipoteze ne morem potrditi, saj ne gre za omnivornost in poznavanje situacijskih komedij pri višjem razredu, gre za veliko nepoznavanje vseh situacijskih komedij na splošno, kar lahko privede do zaključka, da v slovenski družbi pri gledanju situacijskih komedij ne gre za omnivornost, ampak morda za »zastarele« Bourdiejevski način in hierarhijo televizijskega programa.

6 LITERATURA

- Bennett, Tony, Michael Emmison in John Frow. 2011a. Teoretiziranje kultur. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 265–287. Ljubljana: FDV.
- 2011b. Glasbeni okusi in glasbena vrednost. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 287–323. Ljubljana: FDV.
- Bourdieu, Pierre. 2004. Oblike kapitala. V *Kompandij socioloških teorij*, ur. Adam Frane in Matevž Tomšič, 311–322. Ljubljana: Študentska založba.
- 2011. Družbena kritika razsojanja o okusu V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 205–265. Ljubljana: FDV.
- Claessens, Nahtalie in Alexander Dhoest. 2010. Comedy taste: Highbrow/lowbrow comedy and cultural capital. *Journal of Audience & Reception Studies* 7 (1): 49–72.
- Feuer, Jane. 2001. Situation Comedy, Part 2. V *Television genre book*, ur. Glen Creeber, 67–70. London: British Film Institute.
- Hartley, John. 2001. Situation Comedy, Part 1. V *Television genre book*, ur. Creeber Glen, 65–67. London: British Film Institute.
- Henry, Matthew. 2003. The triumph of Popular Culture. V *Critiquing the Sitcom*, ur. Joanne Morreale, 262–273. New York: Syracuse University Press.
- Jontes, Dejan. 2011. Razred v popularnih televizijskih žanrih. *Teorija in praksa* 48 (4): 968–981
- Kohl, Paul. R. 2005. Who's in Charge Here? V *The sitcom reader*, ur. Mary M. Dalton in Laura R. Linder, 227–238. New York: State University of New York Press.

- Košmerlj, Katarina in Lidija Breskvar Žaucer. 2006. Metode za razvrščanje enot v skupine; osnove in primer. *Acta agriculturae Slovenica* 87 (2): 299–310.
- Kuipers, Giseline. 2006. Television and taste hierarchy: The case of Dutch television comedy. *Media, Culture & Society* 28 (3): 359–378.
- Luthar, Breda in Slavko Kurdija. 2011. Razred in kulturne distinkcije. *Teorija in praksa* 48 (4): 982–1002.
- Neale, Steve in Frank Krutnik. 1990. *Popular Film and Television Comedy*. New York: Routledge.
- Storey, John. 2011. Popularna kultura kot »drugi« visoke kulture. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes, 323–341. Ljubljana: FDV.
- Šklep, Andrej. 1998. Razred in okus-Bourdijejev pojem habitusa. *Časopis za kritiko znanosti* 26 (189): 31–46.
- Todd, Anne Marie. 2011. Saying Goodbye to Friends: Fan culture as Lived Experience. *The Journal of Popular Culture* 44 (4): 854–871.