

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tjaša Golobič Jesenšek

Satirične TV oddaje in družbena kritika: študija primera

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tjaša Golobič Jesenšek

Mentorica: red. prof. dr. Breda Luthar

Satirične TV oddaje in družbena kritika: študija primera

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

Satirične TV oddaje in družbena kritika: študija primera

Diplomsko delo se ukvarja s televizijskim žanrom politične satire, bolj natančno s podžanrom ti. psevdo novic. Za ta žanr je značilna satirična obravnava aktualnih novic, ki se v določenih žanrskih elementih naslanja na običajne televizijske novice. Satirične novice so doživele razcvet na začetku tega tisočletja in njihova popularnost je prispevala k razvoju številnih formatov takšnih oddaj po vsem svetu. Njihova kredibilnost kot vir političnih informacij se krepi, medtem ko tradicionalni informativni mediji izgubljajo zaupanje in zanimanje gledalcev, predvsem zaradi njihove komercialne motivacije in nasploh podpiranja korporativnih interesov na račun informiranja državljanov in kritike oblasti. Izhodišče naloge je vprašanje, kako satirične oddaje s svojimi komunikacijskimi strategijami proizvajajo družbeni komentar ali kritiko. To vprašanje si zastavljamo skozi celotno delo, tako teoretični del kot tudi analizo dveh oddaj formata psevdo novic. Z analizo dveh konkretnih formatov oddaj Ta teden z Juretom Godlerjem in Prejšnji teden: Nocoj z John Oliverjem ugotovljamo pomen in lastnosti kritične satirične interpretacije novic. Potencial oddaj za spreminjanje politik ali spodbujanje družbenega delovanja je močno odvisen od omejitev produkcije, časa, ki ga namenjajo predstavitvi in analizi, uporabljenih kredibilnih virov in akcij, izvedenih v okviru oddaje, saj so produkcijsko bolj bogate oddaje, ki več časa posvetijo določeni temi, bolj uspešne pri ustvarjanju kritike.

KLJUČNE BESEDE: satirične oddaje, družbeni komentar, politični humor, psevdo novice.

Satire TV shows and social commentary: Case study

The diploma thesis deals with the television genre of political satire, more precisely with the subgenre of pseudo news. This genre is characterized by satirical treatment of topical news that relies on ordinary television news in certain genre elements. Satirical news has flourished at the beginning of this millennium and their popularity has contributed to the development of many formats of such broadcasts around the world. Their credibility as a source of political information is increasing, while traditional informational media are losing the confidence and interest of viewers, primarily because of their commercial motivation and in general the promotion of corporate interests at the expense of informing citizens and criticizing the authorities. The starting point of the diploma is the question of how satirical shows produce social comment or criticism through their communication strategies. We ask this question throughout the work, both the theoretical part and the analysis of two broadcasts of the pseudo-news format. By analyzing two specific broadcasts formats This week with Jure Godler and Last week Tonight with John Oliver, we are finding out the significance and characteristics of the critical satirical interpretation of the news. The potential of broadcasts for changing policies or promoting social action is strongly dependent on the limitations of production, the time they spend on presentation and analysis, the credible sources and actions taken in the context of the broadcast, as production-intensive programs that devote more time to a particular topic are more successful in creating critique.

KEY WORDS: satirical shows, social commentary, political humor, pseudo news.

KAZALO

1	UVOD.....	5
2	HUMOR.....	7
2.1	DEFINICIJE IN TEORETIČNA IZHODIŠČA.....	7
2.2	FUNKCIJE HUMORJA IN POMEN SATIRE.....	9
3	HUMOR IN POLITIKA.....	11
3.1	RAZVOJ SATIRIČNIH PROGRAMOV NA TELEVIZIJI.....	11
3.2	SATIRIČNE ODDAJE IN NJIHOV POMEN.....	14
3.3	VODITELJI SATIRIČNIH ODDAJ KOT DVORNI NORCI.....	15
3.4	OBČINSTVO.....	15
3.5	KRITIKA ODDAJ.....	16
4	ŠTUDIJA PRIMERA.....	18
4.1	SVOBODA PRI PRODUKCIJI IN FORMATU.....	18
4.2	SATIRIK KOT OSREDNJI DEL ODDAJE.....	19
4.3	MANJ TEM, VEČ KONTEKSTA.....	20
4.4	KRITIZERSTVO NASPROTI KRITIKI.....	22
5	SKLEP.....	25
6	LITERATURA.....	27

1 UVOD

Satira je močno orodje, s katerim na posmehljiv in oster način prikažemo resničnost in življenje. Izvor satire sega že v starogrške čase, kjer se je pojavila v literarnih delih in v govorih takratnih mislecev, danes pa jo poznamo kot žanr, ki se uporablja v mnogih medijskih tekstih in medijih, tudi na televiziji. V svoji diplomski nalogi se bom ukvarjala s politično satiro na televiziji, ki se pojavlja v oddajah psevdo novic, ki obravnavajo aktualne novice na satiričen način. Televizijske oddaje, ki uporabljajo satiro za upovedovanje političnih tem, so večkrat opisane z različnimi izrazi in so terminološko torej ohlapno opredeljene. Zanje uporabljajo izraze kot lažne novice, psevdo novice, satirične novice, parodije na novice ter zabavni politični programi, poznovečerni programi, zabavni šovi. Sama bom v namene diplomskega dela uporabljala izraz satirične novice ali psevdo novice, saj menim, da je izraz lažne novice neprimeren, ker se uporablja za opis novic, ki so napisane za propagandne namene ali širjenje dezinformacij. Satirične novice so doživele razcvet na začetku tega tisočletja in njihova popularnost je prispevala k razvoju številnih formatov takšnih oddaj po vsem svetu. Do nedavnega so se politični humor in satirične vsebine obravnavali kot nekaj, kar ima le omejen vpliv na resničen svet politike, vendar pa se je hkrati z večanjem popularnosti le-teh večala tudi njihova legitimnost kot vir informacij o javnih zadevah in raziskovalci so začeli pospešeno priznavati možne vplive takšnih vsebin na javno percepcijo politike (Balmas 2014). Njihova kredibilnost kot vir političnih informacij se krepi, medtem ko tradicionalni informativni mediji izgubljajo zaupanje in zanimanje gledalcev s svojim namenom ustvarjanja dobička in ščitenju korporativnih interesov namesto informiranja državljanov in držanju oblasti odgovorne za svoje delovanje. Medtem ko je pomembnost informativnih medijev za politiko široko priznana, je to relativno novo za zabavne medije, kar kaže na to, da je odnos med politiko in zabavno popularno kulturo kompleksen (Street, Inthon in Scott 2012). Tako moramo večjo pozornost nameniti novejšim medijem, kot so blogi, družabna omrežja, virtualne skupnosti na internetu ter zabavnim programom, ki uporabljajo humor za obravnavo političnih tem. Zdi se, da ljudje iščejo politične informacije tam, kjer govor ni podrejen številnim normam, politični korektnosti ter je bolj podoben vsakdanji interakciji, ki so jo navajeni. Kar državljanji vedo o politiki, je ključnega pomena za demokratično družbo, saj njihovo poznavanje aktualnih tem vpliva na njihova politična stališča, na zaupanje v politični sistem in na politično participacijo (Roth in drugi 2014). Politika ni daleč od našega vsakdanjega življenja, naših interesov in želja, zato se je politično komuniciranje v medijih približalo vsakdanji interakciji in vključilo naravna človeška čustva in kreativno izražanje. V svetu skeč komedije (npr. Saturday Night Live),

številnih komikov, satiričnih oddaj in političnih risanih serij (npr. The Simpsons, South Park) ali filmov, lahko z lahkoto opazujemo, kako politični humor vstopa v medije (LaMarre in drugi 2014).

V svojem diplomskem delu pa se bom osredotočila na upovedovanje političnih tem skozi oddaje psevdo novic ter raziskovanju možnega pomembnega vpliva satiričnih oddaj na občinstvo na ravni vsebine teh oddaj. Moje raziskovanje se osredotoča na vprašanje ali satirične oddaje s svojimi komunikacijskimi strategijami (z uporabo humorja oziroma satire) uspešno proizvajajo družbeni komentar ali kritiko. Moja hipoteza je, da satirične oddaje s svojo vsebino uspešno informirajo gledalce o določeni novici, jo postavijo v širši kontekst ter izsvežejo družbeni komentar. V teoretičnem delu se bom posvetila teorijam humorja in teoretičnemu okvirju oziroma konceptov za kasnejšo analizo, funkciji humorja in njegovemu pomenu, pri čem bom največ pozornosti namenila satiri in parodiji, ki sta največkrat uporabljeni obliki humorja pri političnih temah. Dotaknila se bom tudi teme o izginjanju meja med informativnimi in zabavnimi programi ter sami umestitvi, razvoju in pomenu politične satire kot žanra na televiziji. Opisala bom značilnosti teh oddaj, vlogo voditelja, raziskave občinstva oddaj in kritike oddaj. V empiričnem delu diplomske naloge se bom posvetila vsebinski analizi dveh novejših formatov satiričnih novic, in sicer Prejšnji teden: Nocoj z Johnom Oliverjem in Ta teden z Juretom Godlerjem. Za potrebe svoje diplomske naloge sem kvalitativno analizirala tri oddaje Ta teden z Juretom Godlerjem iz tretje sezone in sicer prvo, sedmo ter sedemnajsto epizodo. Analizirala bom tudi tri oddaje Prejšnji teden: Nocoj z Johnom Oliverjem, in sicer prvo, štirinajsto ter dvajseto epizodo tretje sezone. Pri analizi bom pozornost posvetila formatu oddaje, lastnostim voditelja psevdo novic in njegovega govora, temam v oddaji ter njihovo upovedovanje na izbranih primerih, podane kritike in komentarje, pozorna pa bom tudi na pozive k delovanju v oddajah. Na podlagi analiziranih primerov bom poudarila ključne ugotovitve analize in primernost uvrstitve oddaje v žanr satiričnih oddaj formata psevdo novic. V zaključku diplomske naloge pa bom poudarila ključne ugotovitve in jih povezala s teoretičnim delom diplomske naloge.

2 HUMOR

2.1 DEFINICIJE IN TEORETIČNA IZHODIŠČA

Skozi zgodovino so se oblikovale številne teorije humorja, vendar pa bom za potrebe svoje diplomske naloge omenila le tri ključne podskupine teh teorij, ki temeljijo na naravi in funkciji humorja. Prva teorija je teorija superiornosti, ki velja za eno izmed prvih teorij humorja, saj njene korenine ležijo že v grški filozofiji in je povezana s socialnim kontekstom. Teorija superiornosti ali interpersonalna teorija tako trdi, da je humor manifestacija občutka superiornosti, ki ga čutimo nad drugimi, oziroma, da je namen humorja v povzdigovanju samega sebe skozi ponižanje drugega s posmehom ali smešenjem (Kutz-Flamenbaum 2014, 295). Tu ima humor primarno emocionalno funkcijo grajenja samozavesti in samospoštovanja. Afektivna ali sprostitvena teorija pa je umestila humor kot fizični pojav, ki je manj povezan z človeškim razmišljanjem ter bolj s fizičnimi reakcijami (Kutz-Flamenbaum 2014). Freud je tako zagovarjal humor kot družbeno sprejemljiv sprostitveni mehanizem odvečne zatre energije, ki se kopiči in mora biti osvobodjena, da se ponovno izpostavi psihološko ravnovesje (Billig, Freud in Morreall v Kutz-Flamenbaum 2014, 295). Ta proces je podrejen načelu ugodja in neugodja, kjer humor sprošča energijo, ki varuje prepovedane občutke ugodja. Teorija neskladja ali kognitivna teorija pa se osredotoča na sam objekt oziroma vir humorja, na samo interpretacijo in obravnava humor kot pomemben in centralen del vsakdanjega in političnega življenja (Kutz-Flamenbaum 2014). Humor (in smeh) je posledica dveh nasprotnih ali nekonsistentnih idej, ki sta predstavljeni. Teorija humorja je multifunkcionalna, multidimenzionalna in predstavlja interdisciplinarno prepletanje večih področij. Humor je univerzalen fenomen in oblika komuniciranja, ki je uporabljena s strani večine kultur in se največkrat ima za neko delovanje, ki vzbudi smeh in zabavo pri drugih. Ni jasne in splošne definicije humorja, lahko pa rečemo, da je humor vsaka komunikacija, ki generira pozitiven (ali tudi negativen) kognitiven ali čustveni odziv občinstva. Humor se pojavlja v številnih oblikah in zvrsteh: ironija, parodija, sarkazem, satira, burleska, šala, humoreska, aforizem, pamflet, komedija, humoristična povest. Humor je namenjen zabavi in smeju, medtem ko je satira v osnovi prikazovanje življenjskih situacij na oster način s čimer izziva posmeh in napada določene ideje ter jih razvrednoti. Satira in humor sta različna fenomena, ker komično (humor) lahko obstaja izven dosega satire, satira pa ne more obstajati izven konteksta komičnega, saj mora le-ta biti smešna in igriva, da izzove svojo družbeno funkcijo in pravičen odziv občinstva (Propp 2009). Kritika je ključni element satire, po kateri se ločuje od humorja in tako združuje

zabavo in angažirane prvine, ki izzovejo določena čustva in posmeh. Smeh je tako forma upora proti oblasti in parodija kritično orodje spopadanja z diskurzi avtoritet (Bakhtin 1986).

Žanr opredeljuje skupne značilnosti večjega števila konkretnih del (medijskih tekstov) in skozi sistem norm, konvencij, tematskih in formalnih zakonitosti omogoča tipološko kategorizacijo le-teh (Kavčič in Vrdlovec 1999). Je torej nekakšna ustaljena forma komunikacije, ki jo izberemo v določeni govorni situaciji, da nazorno predstavimo svoje ideje in nas poslušalec razume. Satira je žanr, ki ga najdemo v vseh medijih, od literature do slikarske umetnosti. Satira kot žanr imitira druge žanre, jim jemlje stilistične elemente, definira pa se skozi njen namen (funkcijo) v dani retorični situaciji, ki pa je podajanje konstruktivne družbene kritike skozi humor in ima možnost izzivati določeno delovanje občinstva (Hannah 2013). Satira z imitiranjem drugih žanrov daje občinstvu možnost prepoznavne in drugačnega branja teh žanrov. Prav zaradi te ohlapne definicije in pomanjkanje značilnih elementov žanra je Knight dojemal satiro kot pred-žanr ("pre-genre"), ki ni vezan na kulturne prakse in je bolj nekakšna mentalna pozicija, ki skozi posnemanje drugih žanrov izrazi svoje ideje (Knight 2004). Politična satira je podžanr satire, ki politične teme izrablja za informiranje in hkrati za zabavanje občinstva. Politična satira je specifično retorična forma žanra, saj išče odziv občinstva (Hannah 2013) in tudi neke spremembe v prihodnosti. Izraz televizijski format pa se za razliko od žanra uporablja za opis splošnih karakteristik neke oddaje oziroma splošnega koncepta programa. Tako kot satira temelji na posnemanju drugih žanrov, tudi televizijski format psevdo novic nosi številne elemente sposojene iz drugih formatov (npr. informativnih oddaj, večernih šovov, situacijske komedije).

V namene diplomske naloge bom poudarila tudi dva Bakhtinova koncepta, in sicer koncepta izjave in karnevala. Bakhtin izjavo opisuje kot najmanjšo enoto pomena oziroma govora, ki je grajena na podlagi izjav drugih ter pričakuje določen odziv poslušalcev, in jo uporablja v namene raziskovanja govornih žanrov (Bakhtin 1986). Značilnost televizijskega formata psevdo novic je monolog voditelja, razdeljen na posamezne segmente, in ti segmenti oziroma posamezne šale, satirične opazke, aforizmi predstavljajo značilne izjave. Tudi celoten monolog v oddaji lahko dojemamo kot posamezno izjavo voditelja, ki v govoru uporablja različne pozicije (pozicija državljana, učitelja, prijatelja) in glasove. Z opisovanjem epizode satiričnega programa kot kompilacijo izjav lahko vidimo, kako so posamezni segmenti oddaje v dialogu z ostalimi segmenti (dogodki, novicami) (Hannah 2013). Oddaja temelji na izjavah drugih in ustvarjanje novih izjav na podlagi le-teh in to se najbolje vidi pri prikazovanju posnetkov ter drugih virov iz različnih medijev v oddaji, pri katerih izjave kasneje služijo za gradivo pri

ustvarjanju lastnih izjav. Bakhtin je v svojih delih opisoval srednjeveški festival kot čas, kjer je skoraj vse dovoljeno, in kot alternativni družbeni prostor prežet s svobodo in enakostjo (Bakhtin 1984). V času festivala tako ni bilo razlik med navadnimi ljudmi in vladajočimi, uslišani so bili vsi glasovi in izoblikoval se je dialog, ki je prinesel nove ideje v javni diskurz. Festival kot specifična oblika predstave tako uporablja satiro, parodijo, grotesko, ironijo in druge oblike humorja kot formo komunikacije, ki v tistem času ni sankcionirana. Koncept festivala lahko prenesemo na vse družbene situacije, kjer je jezik avtoritete izzvan s strani navzočih glasov drugih. Satirične novice lahko obravnavamo kot legitimno sodobno obliko festivala, ki izziva tradicionalne medije kot centre diskurza ter podaja kritiko skozi smeh (Meddaugh 2010). Psevdo novice so tako pomembne za ustvarjanje časa in kraja, kjer se lahko občinstvo (ali voditelj z različnimi glasovi oziroma pozicijami) vključi v dialog in skozi humor opazuje in podaja kritiko glede delovanja oblasti, medijev in družbe. Pomembno ogledalo dajejo tudi informativnim programom (npr. večerne novice) z vključitvijo občinstva, saj tako zavračajo vertikalnost in linearnost novic oziroma njihovo temeljno predpostavko, da novice z višje pozicije govorijo navzdol poslušalcem, ki imajo zgolj vlogo pasivnih prejemnikov njihove resnice (Hoffman in Young 2011).

2.2 FUNKCIJE HUMORJA IN POMEN SATIRE

Humor ima neko družbeno funkcijo in dimenzijo. Uporabljamo ga v številne namene in določamo mu številne funkcije. Uporabo humorja kot komunikacijsko strategijo najdemo na skoraj vsakem koraku (v oglaševanju, družbenem aktivizmu, umetnosti). Humor ni pomemben samo za konstruiranje individualne identitete, ampak izraža tudi pripadnost množici, ustvarja zaupanje in ima pomembno psihološko funkcijo, ki nam pomaga osmisliti življenje in naše odnose z drugimi (Lampret 2012, 70). Ima terapevtske učinke, saj nam lahko pomaga zmanjšati stres in strah. Humor je tudi komunikacijsko sredstvo, s katerim se pogovarjamo in namiguje mo na manj zaželeno teme oziroma tabuje. Humor ponuja udoben način komuniciranja za ljudi, da se pogovarjajo o neprijetnih zadevah (Harrington 2012). Humorja torej ne uporabljamo samo za sproščanje in zabavo. Kot komunikacijska strategija ali orodje ima pomembno vlogo pri sporočanju informacij, idej, mnenj ali kritike. Humor je torej ekspresivna in instrumentalna strategija in je lahko uporabljen za izražanje številnih čustev in tudi intelektualne kritike (Kutz-Flamenbaum 2014). Dober in subverzivni humor, ki se največkrat kaže prav v obliki satire in parodije, ima moč ustvarjanja neke družbene kritike. Subverzivni humor kritično poudarja represivna dejanja, družbene strukture, sisteme, stališča in tako spreminja situacijo ter nam hkrati poda neko kritiko kakšni smo in kakšen je prostor v katerem živimo ter kako lahko to

spremenimo (Critchley 2002). Uporabljamo ga za razkrivanje družbenih anomalij. Humor kot sredstvo lahko pomaga pri odpiranju možnosti, širjenju aktivizma, medijski atraktivnosti in spreminjanju javnega mnenja (Kutz-Flamenbaum 2014, 294). Poznamo tudi slab humor oziroma humor, ki utrjuje status quo, razmerja moči v družbi in širi družbene stereotipe. Satira je torej med humornimi oblikami najbolj neposredno povezana s politiko in največkrat uporabljena za izražanje neke družbene kritike oziroma komentarja. Relevantnost satiričnih tekstov se kaže skozi zgodovino preko univerzalnih vrednot in problemov, ki presegajo vsako kulturo (Feinberg v LaMarre in drugi 2014, 401). Korenine politične satire so tradicionalno povezane s Juvenalom in Horacom, dvema rimskima pisateljema, ki sta uporabljala oster smisel za humor za razkrivanje zla in šibkosti tistih na oblasti (Boler 2008). Tudi v primeru visoko fiktivne parodije (satire), ki ne temelji na realnosti (realnih dogodkih in primerih) in ima elemente pravljice, je občinstvu podana možnost refleksije globokega kulturnega vprašanja, saj nas absurdnost in konvencije lahko pripravijo do kritičnega razmišljanja o resničnem svetu (Harrington 2012). Za primer takšnih parodij lahko izpostavimo številne animirane programe v slogu animirane serije Planet Express. Funkcija politične satire je, da izrazi tisto, kar drugače ni povedano znotraj dane politične klime in to združuje z občutki ljudi, da niso slišani ter tako izpolnjuje dve funkciji: pove, kar ni povedano in to pove za publiko, ki ni slišana (Boler in Turpin v Boler 2008, 393). Satira naredi svoje bistvo z uporabo humorja. Sposobnost napadanja moči in podajanje kritike o močnih akterjih skozi igriv in zabaven način naredi satiro še posebej močno in atraktivno obliko politične komunikacije (Day in Thompson 2012). Veliko raziskav in literature priznava in raziskuje številne funkcije, vplive in pomene uporabe satire, parodije ali humorja splošno, vendar pa se le malo pozornosti posveča določanjem nekaterih uspešnih praks za strateško uporabo satire. Premalo se v razprave vključuje tudi same komike, satirike in producente zabavnih političnih vsebin. Zapisnik simpozija ustvarjalcev in raziskovalcev satire iz leta 2012 je uspel izrisati nekaj uspešnih praks, ki pomagajo pri ustvarjanju uspešne politične satire:

- Rekonceptualizacija učinkov: pozornost moramo usmeriti na učinke satiričnih vsebin in sicer a) na deljenje teh vsebin prek družabnih omrežij, kar označuje socialno dimenzijo in konstrukcijo identitete, b) na igro, čustva in smeh kot afektivno dimenzijo delovanja ter na c) ustvarjanje skupne izkušnje popularne politične kulture,
- preglednost in verodostojnost poveča kredibilnost: tu je osvetljen odnos med komiki in občinstvom, ki temelji na zaupanju občinstva v verodostojnost in kredibilnost komikov,

- zmanjšanje omejitev produkcije za kreativno ekipo oziroma spodbujanje kreativnosti, ki ga omogoča satira,

-pozivanje ljudi k dejanju, kadar je to možno,

-poznavanje omejitev uporabe politične satire in parodije (Young, Holbert in Hall Jamieson 2014, 1111-1130).

3 HUMOR IN POLITIKA

Sodobno družbo zaznamuje prenasičenost z informacijami in ta obremenjenost vpliva na pomanjkanje pozornosti, zato občinstva iščejo programe, ki ponujajo tako informacije kot tudi zabavo (Laban 2007). Politična zabava je v veliki večini definirana s strani različnih medijskih formatov, med katere štejemo zabavne pogovorne oddaje, intervjuje s politiki, 'soft' novice in popularnost teh formatov je izpostavila zastarelost strogega ločevanja med zabavnimi in informativnimi formati (Roth in drugi 2014, 380). Pojavila se je potreba po tem, da se premaknemo preko dihotomne delitve na zabavo in informacijo. Zabavni mediji imajo veliko občinstvo in te znajo izrabiti tudi politiki za doseganje svojih volivcev (npr. predsednik Borut Pahor kot gost v zabavni oddaji Na žaru) in zato morajo biti raziskovalci bolj pozorni na vplive teh novih formatov političnih medijev in na dinamiko med državljani in političnimi akterji v tem hitro spreminjajočem se komunikacijskem okolju (Kim in Vishak 2008). Pri sporočanju informacij občinstvu preko novih medijev se moramo torej osredotočiti na stil kot tudi na vsebino. Satira se kot žanr pojavlja v številnih oblikah in v vseh vrstah množičnih medijev, v naslednjih poglavjih pa se bom osredotočila na pojav satire na televiziji. Zabavni politični programi so sedaj integralna komponenta ameriške politične kulture in so celo vključeni v formalni politični proces kot sredstvo, ki omogoča politikom, da se predstavijo (v luči navadnega človeka) in hkrati predstavljajo svoje politike množicam (Jones 2010). Bogata zgodovina in tradicija uporabe humorja in satire v politične namene v ameriški kulturi je torej pripomogla k izginjanju mej med zabavo in politiko oziroma med zabavnimi in informativnimi oddajami.

3.1 RAZVOJ SATIRIČNIH PROGRAMOV NA TELEVIZIJI

Same začetke satiričnih oddaj, ki parodirajo novice, oziroma žanr psevdo novic najdemo v Združenih državah Amerike in vzpon tega žanra pogosto pripisujemo prav uspešnosti poznovečerne oddaje Saturday Night Live, ki je začela s svojim oddajanjem leta 1975. Oddaja temelji na komedijskih skečih, med katere so vključili tudi redno 'rubriko' Weekend Update, ki

parodira novice, bolj specifično, v večini parodira novice, ki jih pri tradicionalnih medijih najdemo pod rubriko zanimivosti. Prva uspešna različica žanra psevdo novic je torej v znanstvenih vodah obveljala samo kot nekakšno vozilo komičnih osebnosti in ne toliko kot platforma za politično ali medijsko kritiko (Day in Thompson 2012, 171). Vzpostavila pa je ključne značilnosti žanra in norme za uporabo humorja za politični diskurz, za katere je postalo dovezno celotno občinstvo. Weekend Update formatu so tako sledile oddaje The Daily Show in The Colbert Report, ki predstavljajo mejnik v zgodovini satiričnih oddaj in veljajo za vzorne primere sodobnega žanra psevdo novic in opredelitve le-tega. Žanr psevdo novic tako danes reprezentira satirične oddaje, kjer je večji del posvečen politični satiri za razkrivanje dvoličnosti političnih akterjev in medijev in kjer je politika primarni subjekt vsake epizode (Holbert v Balmas 2014, 432). Satirične oddaje so tako doživele razcvet na začetku tega tisočletja. Vsakodnevna izpostavljenost ljudi političnemu in medijskemu spektaklu, ki sledi trendu družbe spektakla, pa je pripomogla k ciničnemu odnosu ljudi do politike in je sprožila splošno nezaupanje v medije in porast medijske kritike ter vzponu oddaj žanra psevdo novic. Danes se je na medijskem trgu pojavil širok spekter izbire med seboj različnih satiričnih oddaj, ki parodirajo novice. Posebne razlike v formatih oddaj, ki so produkt postmodernega trenda infotainment formatov, hibridizacije formatov novinarskega poročanja in zabavnih televizijskih oddaj, se pojavljajo zaradi delitve v smislu relativnih investicij v uporabo parodije, satirične kritike in komične persone same oddaje ter v kreativnosti uporabe številnih strategij za proizvodnjo uspešne politične satire (Day in Thompson 2012). To pomeni, da format krši pravila tako zabavnih kot tudi informativnih oddaj in nosi primesi različnih formatov: od političnih pogovornih oddaj do animiranih serij. Širok spekter novih satiričnih oddaj, ki se med seboj lahko močno razlikujejo, pa je ustvaril problem razvrščanja teh oddaj v žanr in samemu poimenovanju oddaj. Vsaka oddaja je namreč hibrid več žanrov in vsebinsko vključuje tako zabavo kot tudi informiranje. Tudi vsak satirik (voditelj) ima svoj slog in način uporabe satire in humorja. Teme satiričnih oddaj so pogosto aktualna družbeno-politična dogajanja in tako lahko rečemo, da je politična satira na televiziji močno povezana s samim novinarskim poročanjem. Oddaje namreč predmete svojih vsebin ocenjujejo, vrednotijo, pojasnjujejo, analizirajo in razlagajo ozadje aktualnega dogodka (Košir 1988, 83) in dajejo neko sodbo in oceno. Oddaje pa lahko nosijo tudi prvine analitične vrste, če posredujejo vsebino z ideološko in politično orientacijo novinarja (oziroma voditelja, produkcije) in tudi prvine raziskovalnega novinarstva. Satiro lahko tudi uvrstimo med novinarstvo in literaturo oziroma med novinarsko-literarne zvrsti, saj besedilo hkrati informira in ponuja estetski užitek, značilen za umetniška besedila (Merljak 2008). Satirične novice kot format so torej podobne formatov tradicionalnih

televizijskih novic pri čemer se lahko vprašamo, če so jim podobne tudi v vplivu. Tehnike iz žanrov novic, komedije in pogovornih oddaj, ki so uporabljene v namene satiričnega poročanja o aktualnih zadevah, skupaj ustvarjajo nekakšen eksperiment v novinarstvu, ki bi lahko ustvaril napredni model kritičnega novinarstva.

V globalizirani dobi je lahko ameriški format psevdo novic uspešno prilagojen lokalnemu političnemu, kulturnemu in novinarskemu kontekstu (Kleinen-von Königslöw in Keel 2012), kar je dokazal razcvet takšnih oddaj po celem svetu. Za Slovenijo bi lahko rekli, da so takšni in podobni formati doživeli razcvet na začetku tega tisočletja in sicer z satirično oddajo TV Poper, ki je bila najprej za občinstvo dosegljiva samo na zamejski televiziji TV Koper, nato pa so jo zaradi zanimanja prestavili na nacionalno televizijo, kjer se je predvajala med leti 2000 in 2001. Oddaja je temeljila predvsem na zabavnih parodičnih skečih z različnimi in dodelanimi karakterji, ki temeljijo na slovenskih stereotipih. Najbolj pa je k slovenski kulturi uporabe satire in humorja v političnih zadevah prispeval Sašo Hribar s svojim delovanjem na radiu in televiziji. Njegova sobotna televizijska satirična oddaja je vključevala pogovore o globokih političnih vprašanjih na satiričen način, vključevala je tudi animirane satirične skeče, ki temeljijo na govornih imitacijah znanih slovenskih osebnosti in se pojavljajo v različnih (nadrealističnih) situacijah kot karikirani liki. Na teh animiranih skečih temelji tudi 20 minutna animirana satirična oddaja Bučke. Zaradi globokih tem in visokih nadrealističnih situacij, katerih branje zahteva dobro poznavanje politike, so te oddaje bile namenjene bolj izobraženemu občinstvu. V zabavni oddaji As ti tud not padu?!, ki je bila predvajana na slovenski komercialni televiziji, od leta 2007 do leta 2009 pa je bila prisotna prva konkretna rubrika v oddaji, ki je parodirala novice. Poleg rubrike Večernik je oddaja vključevala številne skeče in gostila znane slovenske politike ter združila humor in politične teme ter se tako prva približala ameriški sobotni oddaji Saturday Night Live. Temu trendu sledi tudi slovenski igralec, komik, in voditelj Jure Godler, ki je kot satirik začel delovati že v oddaji Hri-bar in nato kot sovoditelj v satirični oddaji Poldnevnik, ki pa se je kmalu ukinila. Format te oddaje se je nato iz nacionalne televizije prestavil na komercialno, kjer je prvič doživel uspeh in priljubljenost pri slovenskem občinstvu. Slovenija pa je tako dobila svojo prvo različico satirične oddaje formata psevdo novic, kot ga poznajo na ameriškem trgu, šele leta 2015 s predvajanjem oddaje Ta teden z Juretom Godlerjem, ki je nekakšna adaptacija The Daily Show-a, ki se uspešno integrirala v slovensko programsko shemo na televiziji. Predvaja se namreč že peta sezona. Omeniti pa je treba tudi kvalitetno in največkrat premalo prepoznavno oddajo na

TV SLO 3 Satirično oko, ki je posvečena satiričnemu komentiranju aktualnih novic v strogi novinarski drži voditelja.

3.2 SATIRIČNE ODDAJE IN NJIHOV POMEN

Satirične psevdo novice dajejo izziv tradicionalnim novicam z razpravljanjem o dogodkih v širšem kontekstu, kar primanjkuje tradicionalnim dnevno-informativnim programom (Campbell, Martin in Fabos 2014, 215). Ti programi analizirajo politiko, razkrivajo politične agende zadaj političnih govorov in poudarjajo probleme, ki so premalo medijsko pokriti in pogosto prevzamejo zelo vidno pozicijo o problemu in, bolj pomembno, prikažejo, kaj so alternative problemu in namigujejo proti želeni razrešitvi namesto zaključka ali umika (Day in Thompson 2012). Med tem, ko se tipični informativni programi držijo poročanja dejstev v hitrem nizanju brez ali z malo kontekstualizacije, psevdo novice uvrstijo novico v širši kontekst in pogosto ponudijo ozadje in izrišejo zgodovinske povezave (Baym v Marchi 2012, 254). Pogosto podajo tudi informacije in razlage političnega sistema oziroma političnih in institucionalnih procesov, ki so redko razloženi v tradicionalnih medijih. Ta format popularnih satiričnih novic uporablja prave posnetke mainstream medijev, voditeljeve satirične in ironične komentarje o medijski reprezentaciji in delovanju politikov (Boler 2008). Politična satira vsebuje mešanico novic, humorja in komentiranja in je tako nekakšen proti-ustanovni žanr, ki se norčuje iz avtoritete in elitne dvoličnosti (Forgette 2015, 4). Daje torej ogledalo oblasti in jo drži odgovorno za dejanja. Satirične psevdo novice delujejo pomembno v smeri uporabe alternativnega jezika za političen diskurz o subjektih, pomembnih za uspešno delovanje demokracije, in od vprašanj, ki zadevajo prihodnost do problemov, povezanih z etičnim delovanjem korporacij in političnih institucij (Reilly 2013). Pomen satiričnih oddaj se torej kaže v njihovi funkciji podajanja kritike medijev, političnih akterjev, sistema in družbe. Politično zabavni mediji ustvarjajo individualen politični pogled na svet in makrosocialno stopnjo politične zavesti (Young, Holbert in Hall Jamieson 2014, 1127). Programi psevdo novic pogosto z uporabo parodije napadajo tudi različne medijske tekste oziroma produkte, pogosto jih uporabljajo tudi za samo referiranje. Potencialni pomen programov psevdo novic kot meta-tekstov lahko vidimo v tem, da so to pomembni teksti za samovrednotenje popularne kulture, ki omogočajo popularni kulturi razpravljanje o sami produkciji popularnih tekstov (McKee v Harrington 2012, 39).

3.3 VODITELJI SATIRIČNIH ODDAJ KOT DVORNI NORCI

Pametni bedak ali dvorni norček je pogosto figura, ki govori resnico oblasti v tradiciji politične satire (Boler in Turpin v Boler 2008, 391). V primeru satiričnih oddaj to vlogo prevzamejo voditelji (satiriki). Voditelj prevzame vlogo lažnega novinarja, ki podaja humorne komentarje na resnične novice, torej: novice so resnične, poročanje je lažno (Boler 2008). Ti karakterji so skrbno dodelani in pogosto uporabljajo tehnike, ki jim pomagajo pri temu, da se občinstvu kar najbolj približajo. Uporabljajo širok spekter verbalne kot tudi neverbalne komunikacije. Lažni pripovedovalec novic razstavi veliko večji razpon čustev kot tradicionalni voditelji in se postavlja hkrati v različne pozicije oziroma glasove. Pogosto dramatizirajo svoje reakcije na novice na način, kot se pričakuje od navadnih državljanov oziroma občinstva. Njihov govor bi lahko opisali kot poenostavljen, zapakiran v vsakodnevni govor. Njihovo obnašanje je avtentično in sproščeno. Voditelji igrajo vlogo nekakšnega zaskrbljenega so-državljana in s tem pri gledalcih zbuja nekakšno zaupanje v njihovo verodostojnost in odkritost. Globoka iskrenost satirikov se kaže z konsistentnimi vrednotami, ki se dosežejo s kritiko medijskega in političnega spektakla, in ki odprto kličejo demokracijo, pravico, poštenost v reprezentaciji in odgovornost medijev in politikov javnosti. K ugledu voditelja in posledično tudi satirične oddaje tako veliko prispeva tudi njegovo javno delovanje izven oddaje. Vsak satirik tako uporablja različne prakse in strategije s katerimi komunicira s svojim občinstvom. Več študij je pokazalo, da na primer Stephen Colbert uporablja kompleksno formo satire, kar povzroča probleme občinstvu pri uspešni interpretaciji pomena (LaMarre in drugi 2014). Spet drugi uporabljajo satiro v bolj poenostavljeni obliki ali pa pomagajo občinstvu pri interpretaciji z različnimi dodatnimi namigi.

3.4 OBČINSTVO

Kot sem že omenila, se je popularnost in razcvet teh oddaj začela na začetku 21. stoletja. Z večanjem kritike tradicionalnim medijev se je hkrati večalo tudi občinstvo satiričnim oddajam. Delni vzrok za popularnost teh oddaj je torej pomanjkanje zaupanja ljudi v mainstream medije in uporabljena komedija oziroma humor, ki potrjuje to nezaupanje skozi smešenje in kritiko (Boler 2008). Te oddaje so veljale za nekakšen magnet za cinično občinstvo. Nekateri zato krivijo te oddaje za cinizem med ameriški volivci, spet drugi so mnenja, da se smejimo na poti do sodnega dne in uporabljamo ironijo kot terapijo za vse grozote na svetu (Boler 2008, 23). Popularnost teh oddaj je pripeljalo tudi do povečanega števila opravljenih raziskav med občinstvom takšnih programov. Raziskave so se osredotočale predvsem na raziskovanje

dojemanja oddaj občinstva oziroma ali jih gledajo za zabavo ali za informiranje. Ključnega pomena za mojo diplomsko raziskavo, ki so preučevale učinke oddaj na občinstvu v smislu ali spodbujajo politično participacijo ali politični cinizem. Študije so pokazale, da ljudje konzumirajo oddaje formata soft news ali politične komedije primarno bolj za zabavo kot vir informiranja, saj oddaje niso narejene za informiranje ampak za zabavo, kot zatrjujejo tudi voditelji in producenti teh (Cao in Brewer 2008). Vendar to še ne pomeni, da se pri tem ne informirajo o različnih (političnih) zadevah. Prav tako pa gledanje informativnih oddaj ne pomeni, da gledalci ne morejo najti zabavnih elementov v njih. Občinstvo lahko gleda televizijske novice za zabavne namene in politične satirične oddaje za informativne namene. Satirične oddaje lahko z uporabo humorja pri sporočanju informacij in idej pozitivno vplivajo na posameznikovo dojemanje politike. Izpostavljenost satiričnim oddajam poveča politično participacijo z zviševanjem ravni notranjepolitične učinkovitosti oziroma zaupanja posameznika v lastno kompetenco, da razume in učinkovito sodeluje v politiki (Niemi, Craig in Mattei v Cao in Brewer 2008, 91). Satira namreč zahteva povezovanje starih in novih političnih informacij, kar širi trenutne sheme o političnih temah, gledalec pa se lahko potem počuti bolj kompetenten glede svojega razumevanja politike. Oddaje lahko povečajo politično participacijo z grajenjem imaginarne skupnosti občinstva in s tem naredijo politiko bolj prijetno, saj množični mediji povzročajo percepcije kolektivne izkušnje oziroma kolektivni spomin (Cao in Brewer 2008). Ta občutek pripadnosti lahko spodbudi delovanje v političnem procesu. Negativne informacije ali kritiziranje oziroma cinizem, ki se pojavlja v takšnih programih, lahko sproži anksioznost glede trenutnega političnega sistema, vendar ne odvrča same participacije (Cao in Brewer 2008). Poleg tega lahko rečemo, da psevdonovice učinkovito delujejo že pri samem informiranju gledalcev o političnih temah. Gledalci *The Daily Show* in *The Colbert Report* so bili uvrščeni med najbolj informirano ameriško javnost o tekočih ali novejših dogodkih (New York Times v Boler 2008, 22).

3.5 KRITIKA ODDAJ

S pojavom satiričnih oddaj se je hkrati pojavila tudi kritika takšnih formatov oddaj. Te kritike pogosto navajajo, da uporaba humorja in satire za politično komuniciranje in negativno vrednotenje politikov ter političnega sistema, spodbuja cinizem in politično odtujitev pri gledalcih in jim daje občutek nemoči in frustracije. Takšne kritike se zavračajo in se upirajo na dejstvo, da "se posamezniki zavedajo humorja v programih psevdonovic ter dejstva, da je nemogoče, da so vsi politiki vedno nezanesljivi, nemoralni, brez kompetenc in zmožnosti vodenja" (Balmas 2014, 446). Ključnega pomena je torej posameznikovo poznavanje satire

kot žanra in pravilno branje satiričnih tekstov. Psevdo novice vsebinsko obravnavajo politične teme in podajajo mnenje o političnih problemih, zato lahko rečemo, da gre za namensko komuniciranje o politiki oziroma politično komuniciranje (Ferfila in Kos 2002). In kadar ljudje komuniciramo o političnih temah, skozi izjave podajamo svoja stališča in težko ostanemo neopredeljeni ali objektivni. Kljub temu, da se voditelji satiričnih oddaj in programov psevdo novic načeloma politično ne opredeljujejo, "kažejo večjo podporo liberalnemu etosu" (Cosentino 2012, 53). Največkrat se to pokaže pri temah kot so pravice gejev, splavu, migrantski krizi. Podporniki drugačnega pogleda so tako negativno zaznamovani, v oddajah pa se ne predstavljajo njihove vrednote. Nekateri formati psevdo novic vsebujejo tudi goste v oddaji, ki pa so večinoma politični ali drugi javni akterji z določenimi političnimi preferencami, ki jih v oddajah promovirajo, in tu se pojavi vprašanje ali imajo psevdo novice svojo politično agendo, ki jo postavljajo s selekcijo gostov. Konservativni pogledi in politiki so pogosto zasmehovani v satiričnih oddajah, medtem ko so gostje v oddajah predvsem politiki, ki zagovarjajo progresivne politike. Na medijskem trgu tako ne najdemo programa psevdo novic, ki bi bile konservativne narave. Satirične oddaje imajo moč, da odločijo, katere novice bodo izpostavile in te predstavijo v duhu liberalizma. Strateška uporaba političnega jezika vsebuje argumentacijo in prepričevanje, identifikacijo oziroma poistovetenje z gledalci (govor, vedenje), krepitve prepričanj in inokulacijo, polarizacijo, etiketiranje, izraznost, moč (argumentov) in dramatičnost (Ferfila in Kos 2002). Satirične oddaje imajo s svojim komentiranjem in predstavljanjem dogodkov skozi uporabo političnega jezika veliko prepričevalno moč in so orodje (liberalne) propagande. Voditelji satiričnih oddaj so v času ameriške kampanje za predsednika države leta 2016 močno kritizirali Donalda Trumpa ter izvajali različne akcije za zmanjšanje njegove popularnosti, vendar niso preprečili njegove izvolitve. Nekateri so v svojih govorih celo pozivali k državljanski nepokorščini in prispevali svoj del pri protestih po demokratičnih volitvah ter tako imeli negativen učinek na demokracijo. Če nekatere oblike satire zmanjšujejo motivacijo javnosti, njihovo zmožnost razmišljanja o problemih in oceniti podane argumente, potem vstopamo v svet, kjer ima mnenje, sarkazem, namigovanje, parodija in satira več vpliva na našo demokracijo kot dejstva in relevantne resnice in zato postaja humor resen posel (LaMarre in drugi 2014). Satirične novice tako igrajo tudi ekonomsko funkcijo in sicer v smislu privabljanja in ustvarjanja rednih gledalcev, znamčenju in ugledu medijske hiše ter ustvarjanju dobička. Strmijo torej k čim večji gledanosti, kar pa v določeni meri vpliva tudi na samo produkcijo teh oddaj, še posebej pri izbiri tem in gostov.

4 ŠTUDIJA PRIMERA

4.1 SVOBODA PRI PRODUKCIJI IN FORMATU

Satirična oddaja *Ta teden z Juretom Godlerjem* se je začela predvajati marca 2015 na komercialni televiziji Planet TV in je dolga 20 minut oziroma pol ure skupaj z oglasi. Oddaja je osvojila Viktorja za najboljšo zabavno televizijsko oddajo leta 2016 in leta 2017. Scenarij za posamezno epizodo oddaje pripravlja Jure Godler skupaj s štirimi pisci, ki so neimenovani. Produkcija je finančno omejena in zato prikrajšana za morebitne kreativne projekte. Ker se oddaja predvaja na komercialni televiziji, spremljajo gledanost posameznih tem in se na podlagi rezultatov izogibajo tem, ki so manj priljubljene pri gledalcih (npr. novice iz sveta). Prejšnji teden: *Nocoj z Johnom Oliverjem* je 30 minutna (redko tudi 40 minutna) satirična oddaja, ki se je začela predvajati aprila 2014 na plačljivi televiziji HBO. Oddaja je prejela več nagrad, med njimi bi poudarila Emmy nagrade za izjemno pogovorno serijo, interaktivni program in za izjemno pisanje za pogovorno oddajo. Oddajo ustvarja več kot 50 ljudi, produkcija pa ni (močno) omejena s proračunom in časom, kar pomeni večjo kreativnost, ki dovoljuje spreminjanje formata oddaje v smislu vključevanja novih segmentov (npr. intervjuja, daljših obravnavanj posameznih tem, posnetkov lastne produkcije). Prednost plačljivega kanala, na katerem se oddaja predvaja, je tudi odsotnost premorov za oglase in obremenjevanje z gledanostjo posameznih tem. Obe oddaji imata tudi svojo Facebook in Twitter stran.

Format oddaje *Ta teden* sledi formatom psevdo novic, saj vsebuje tedenski pregled večjega števila aktualnih novic s kratkimi satiričnimi komentarji. Oddajo sestavlja uvod, krajši segmenti ter zaključek. Format oddaje *Prejšni teden* pa odstopa od tipičnega formata psevdo novic, saj je posamezna epizoda posvečena določeni temi. Vsaka epizoda je sestavljena iz nekaj manjših segmentov ter enega daljšega, ki pokriva glavno temo oddaje. V tej oddaji se pojavlja tudi redna rubrika *In sedaj*, ki vključuje video material v katerem so predstavljene novinarske napake iz ameriških informativnih ali pogovornih oddaj. Oba formata vsebujeta lastnosti informativnih oddaj, in sicer studio, uporabo grafike, špice ter poročanje o aktualnih novicah. Pri obeh oddajah je studio opremljen z mizo in modrim ozadjem na katerem najdemo podobe znamenitosti. Pri slovenski različici formata te podobe predstavljajo slovensko in evropsko identiteto (Ljubljanski zmaj, Eifflov stolp), pri ameriškem formatu pa najdemo podobe znamenitosti iz sveta in tudi znamenitosti iz (fikcijskih) medijskih produktov (Dragonstone iz *Igre prestolov*). Začetne špice vključujejo tematsko glasbo in uvodni posnetek, ki predstavi voditelja in identiteto oddaje (Godler z globusom v roki, Oliver ob slikah s popačenimi latinskimi opisi). V

studiu so prisotni gledalci, kar je tipično za oddaje formata psevdo novic, njihove reakcije pa slišimo med samo oddajo in s tem nosijo funkcijo potrjevanja pravilne interpretacije in čustev, ki se sprožajo ob satirčni obdelavi aktualnih tem. V oddaji so uporabljene grafike in različne vizualizacije ter dodatni vizualni materiali, ki sledijo vzoru informativnih oddaj. Grafiko najdemo v levem kotu zgoraj in ima funkcijo informiranja gledalcev, pritegovanja pozornosti in humorno funkcijo. V primeru analiziranega ameriškega formata so grafike uporabljene večinoma za dokazovanje in potrjevanje resničnosti dejstev, ki so v oddaji predstavljene. Posnetki so največkrat v obliki izrezov iz informativnih oddaj, ki služijo za uvod v temo ali osvetlitev problema ter parodij, ki so ustvarjene v lastni produkciji. Oddaje ne gostijo znanih gostov iz sveta politike ali zabave, kot je to značilno za večino večernih satiričnih oddaj, in s tem dodatno utemljuje žanrsko umestitev v psevdo novice.

4.2 SATIRIK KOT OSREDNJI DEL ODDAJE

Voditelj oddaje in soustvarjalec je Jure Godler, slovenski igralec, komik in televizijski voditelj. Leta 2006 je prejel Viktorja za obetavno medijsko osebnost in danes je poznan slovenskim gledalcem s svojim ustvarjanjem humorja in satire na televiziji ter radiu (Radio Ga-Ga, Hri-bar, Poldnevnik...). Dolgoletne izkušnje na področju satire in dobra medijska prepoznavnost mu je leta 2015 prinesla samostojno kariero voditelja in soavtorja oddaje Ta teden. Voditelj oddaje Prejšnji teden je Emmy in Writer's Guild nagrajenec John Oliver, britanski igralec, politični komentator in komik. Svojo kariero je začel kot politični stand-up komik na britanskih televizijah, večjo prepoznavnost pa je doživel s samostojnim nastopom na Edinburškem festivalu po katerem je začel delovati tudi v ZDA. Po 8 tedenskemu uspešnemu vodenju oddaje The Daily Show leta 2013 mu je bila ponujena samostojna oddaja Prejšnji teden. Voditelja psevdo novic zavzemata pozicijo novinarja, njun način upovedovanja novic in neverbalno obnašanje pa krši pravila novinarskega profesionalizma. Drža voditelja je sproščena, naravna in tako gradi nekakšen enakopravni odnos z občinstvom, domačnost, na katerem gradi zaupanje le-teh. Poudarjene kretnje z rokami, dvigovanje glasu in izrazita mimika obraza voditelja so ključni element psevdo novic in usmerjajo (učijo) občinstvo, kako mora reagirati ob satiričnem upovedovanju aktualnih novic. John Oliverjev karakter je zaznamovan z njegovim britanskim poreklom, kar mu daje možnost odmaknjenega kritičnega pogleda na ameriški politični sistem in kulturo.

Vsebinsko oddaje predstavlja monolog voditelja, ki je občasno prekinjen z video vložki in ter premorom za oglase v primeru slovenskega formata. Pogosto uporabljajo kratke duhovite

opazke, pretiravanje, ironijo in posmehovanje. Godler v svojem nastopu uporablja pogovorno slovenščino in sleng mladih, v svoj govor pogosto vključuje moderne fraze, popularne angleške ali nemške besede, izumlja pa tudi svoje tvorjenke in uporablja svoja imenovanja za splošne stvari in politike (npr. Cerarja je poimenoval Cmerar in ta izraz vztrajno uporablja skozi svoje oddaje), kar pa pogosto ustvari problem nerazumevanja določenih sporočil tistih, ki oddaje ne gledajo redno. Oliverjev govor zaznamuje njegovo britansko poreklo, saj oddajo vodi s sofisticiranim britanskim naglasom in uporabo britanskih kletvic in izrazov. V svojem dovršenem nastopu z bolj resnim tonom predstavlja problematike, jih analizira in postavlja v širši kontekst. Za lažje razumevanje kompleksnih problemov uporablja humorne prisprodebe in pogoste povezave na popularno kulturo. Za predstavljanje svojih komentarjev in kritik pa satirične prvine, najpogosteje v obliki ironije, karikiranja in parodije. Ostre kritike in komentarje pa pogosto izrazi tudi na posreden način, pri katerem ni možnih drugih interpretacij.

4.3 MANJ TEM, VEČ KONTEKSTA

John Oliver se v svojih oddajah posveča izključno relevantnim temam, večinoma problemom v ameriškem političnem sistemu in družbi. V oddajah se večkrat posveti tudi svetovnim temam, kot so begunska kriza, Putin, Dalai Lama, nevtralnost interneta, terorističnim napadom v Evropi in jih predstavi v smislu, da so to teme, pomembne za vsakogar. V posamezni epizodi se posveti le dvema ali trem temam, kar mu omogoča, da jih lahko podrobno analizira in umesti v širši družbeni kontekst, jih kritizira in poda morebitne rešitve problema. V oddaji tako po navadi obravnava eno ali dve temi oziroma novici, ki sta bili aktualni in medijsko pokrivani v preteklem tednu, nato pa se osredotoči na medijsko manj pokrivano temo in ji tako poda pomembnost za umestitev na medijski agendo in javno debato o njej. V manj kot 21 minutah je tako uspel razložiti, analizirati in jasno podati komentar glede problematike o dolgovih. Pri tem se je zanašal na vire, kot so raziskave, časopise in druge medijske hiše, pri katerih si je posodil podatke in primere, s katerimi je potrjeval svoj govor. Probleme osvetljuje torej s pomočjo analiz dokumentov, raziskav in drugih virih, kar kaže, da mora v produkciji potekati delo, ki se močno povezuje z (raziskovalnim) novinarskim delom. Ob razlaganju problema je preskakoval med resnim tonom ter podajanjem informacij in satiričnim komentiranjem podanih informacij, ki so služile za podajanje kritike ali pa s humornimi vložki, ki služijo za sprostitev od resne teme. V oddaji poleg podrobne predstavitve problema in komentiranje delovanja političnih akterjev, zasledimo tudi jasne rešitve ali pa izraz pomembnosti teh problemov in iskanja rešitev zanje. V oddaji večkrat naslovi gledalce ali določen del gledalcev (volivce, republikance, tiste, ki gledajo oddajo na YouTubu) k premisleku in jim poda informacije, ki izpodbijajo njihova

prepričanja ali kritizirajo njihova dejanja. Redno uporablja Twitter zaznamke (heštage) in tako poziva gledalce k javni debati o dani problematiki preko družabnih omrežij. V analiziranih oddajah pa je problematiko industrije dolgov jasno izpostavil z akcijo, v kateri je ustanovil podjetje, kupil dolgove ter jih v oddaji odpustil in tako dokazal preohlapne zakone, ki premalo omejujejo takšno industrijo. S takšnimi akcijami dodatno pripomore k medijskemu pokrivanju tega problema in splošni prepoznavnosti oddaje.

Oddaja Ta teden temelji večinoma na političnih temah, vendar pa sloni večinoma na novicah, ki jih najdemo pod zabavnimi rubrikami, ki jih le bežno poveže s politično temo. Zabavne teme služijo tudi za sproščen uvod v oddajo in teme in zaključek. Nепolitične teme včasih služijo za kritiko, največkrat za uvod v prisodobo ali metaforo, ki jo kasneje uporabi za opisovanje situacij. Tako je pri novici o izlegu novih človeških ribic hkrati namigoval na Pahorja: "Ali ste vi vedeli, da imamo pri nas nekaj svetovno znanega, nekaj v kar so uprte vse oči, nekaj posebnega, edinstvenega, nekaj kar najdete samo v Sloveniji?". Namigovanje je poudaril še s prikazovanjem slike Pahorja, ki jo je kasneje zamenjala človeška ribica. Oddaja temelji na dogajanju na slovenski politični sceni. Malo je govora o evropskih zadevah, o politiki Evropske unije ter o dogodkih iz sveta. Zelo malo je tudi razlag oziroma nič o političnem sistemu in postopkih. Od gledalcev pa se tudi pričakuje splošno poznavanje preteklih in zgodovinskih škandalov (v oddaji jih pogosto našteva in opisuje), vplivnih oseb (slika Mihe Jazbinška brez navedbe imena) in same oddaje, saj voditelj pogosto naslanja na pretekle oddaje in uporablja interne (oddajne) šale. Oddaja tako vsebuje večinoma tematike iz področja politike, vendar pa se v podrobnejše analize in komentiranja le redko spušča. Oddaja temelji na pregledu novic preteklega tedna in pogosto vsebuje več kot 8 različnih tem v posamezni epizodi, kar prinese bistveno manj časa za orisovanje in analiziranje problemov in podajanje zaključkov. Se pa najdejo nekatere izjeme skozi sezone oddaje in to so teme, ki so bile bolj podrobno predstavljene, analizirane in komentirane. Jure Godler se je na primer bolj podrobneje lotil naslednjih tem: Vse polomije Slovenske vojske, Begunska kriza za telebane ter Denar: Saga o treh luknjah. Tem temam je v oddaji namenil več časa, in sicer od 10 do 12 minut. V analizirani oddaji se je podrobneje osredotočil na temo Desusa in Karla Erjavca. Bistvo tega segmenta je bila predstavitev (osebnih) interesov, ki stojijo za izjavami politika in njegovo željo po oblasti. Godler je v svoji izjavi o temi uporabljal argumente, ki jih je skopo pojasnil ali postavil problem v širši kontekst. Prav to pomanjkanje širše osvetlitve problema in definiranje problema (dvoličnosti politikov, njihovi rabi jezika za prikrivanje resničnih interesov, manipulaciji z javno podobo in mnenjem) ter osredotočenost na enega politika, naredi oddajo manj pomembno

v smislu možnosti spreminjanja stanja in ponujanju rešitev. Video izrezke in dodaten grafičen material je uporabljal za argumentiranje svoje pozicije in kot vir izjav na podlagi katerih je začel/ nadaljeval svoj govor. Pri argumentiranju ni uporabil kredibilnih virov iz različnih dokumentov (razen iz informativne oddaje). Prav tako pa ne moremo govoriti o preseganju oddaje v smislu javnega pozivanja državljanov k delovanju. V oddaji nam tudi niso ponujene rešitve za probleme, če pa so, se kažejo v kratkih komentarjih. Pri temi ustanovitve Nacionalne garde na primer komentira, da bi bilo namesto ustanovitve garde boljše opremiti policijo in vojsko.

4.4 KRITIZERSTVO NASPROTI KRITIKI

V oddaji Ta teden lahko prepoznamo kritike in komentarje na politični sistem, institucije, akterje, kot tudi na medije in samo družbo. Vendar pa je oddaja bolj posvečena sami zabavi in humorju na račun znanih in je manjši del oddaje posvečen odpiranju diskurzov o določenih problematikah in podajanju relevantnih informacij. V oddaji tako lahko zasledimo veliko kritik posameznih političnih akterjev, največ tistih, ki zasedajo visoke položaje. V vseh treh oddajah se je veliko časa namenilo prav Karlu Erjavcu, Borutu Pahorju, Janezu Janši ter Miro Cerarju, ki so trenutno najbolj vidni akterji na slovenski politični sceni. Največkrat se norčuje iz njihovih vizualnih podob, govornih nastopov ali govorjenja in dejanj za humorni učinek (npr. predvajanje in komentiranje posnetka na katerem se Kučan usede na napačno stran avta). Razkriva tudi njihovo dvoličnost, v oddaji na primer izpostavi Ljudmilo Novak ("pred kamerami največja svetnica, v zakulisju pa se reži propadu naše države"). Razkriva tudi odnose med politikami, na primer pokaže video posnetek na katerem se Pahor in Jelenčič ignorirata in si ne podata roke. Prav tako bi lahko rekli, da je večji del oddaje posvečen smešenju in kritiziranju ali komentiranju desničarskih strank in akterjev, vendar pa moramo tu upoštevati, da se v oddaji kažejo vrednote, ki sledijo ameriškim liberalnim vzgibom in najbolj vidne v analiziranih oddajah so bile: enakost vseh (tudi gejev, kar je bilo prikazano pod temo Gibanja za otroke in družine) ter svoboda govora in medijev. V oddaji je podal jasne kritike politične kulture ("država propada ta tepca pa se pričkata za oslovo senco in to na televiziji!", "sta se režala, kako dobro sta odvrnila pozornost od resnih problemov v naši državi"). Prav tako reprezentira slovensko politično kulturo kot nekakšen 'večni' boj med levimi in desnimi, med Janšo in Kučanom, med krščani in komunisti, kjer se preveč časa namenja temu boju in zgodovini, kot pa aktualnim težavam v vodenju in delovanju države. Kritika političnega sistema pa se najbolj kaže v primeru, ko je predstavil sistem javnega zdravstva skozi metaforo: "Dejte si predstavljat, da je zdravstvo burek, vi minister, ga naročite, burekdzinica vam ga speče, ampak petkrat dražje

kot tisti na drugi strani ceste, sam je to kul, ker je lastnik vaš frend, pa še ni vaš denar, pek bo v burek zmetal najslabšo robo in bo za kozlat, ampak tudi to je kul, ker burek itak ni za vas ampak za narod". Pri temi davčnih blagajn je poudaril, da "Cmerar in Mramor finančno pravo spreminjata v Loterijo Slovenije" in s tem kritiziral, da se državni sistemi ne smejo uporabljati za nagradne igre in da politika ne sme promovirati igre na srečo. Parlament poimenuje "roparlament" s čimer jasno kritizira korupcijo v slovenski politiki. Kritike na medije se kažejo tako v parodiji (npr. v parodiji na dokumentarec Planica, parodija na posnetke izza odra, kjer nobeden ne daje pozornosti Godlerju), kot tudi v obliki hudomušnih pripomb (npr. "naša televizija je o napadu poročala prva, še preden se je zgodil") in v primeru poročanja o banalnih temah (Panika in strah zaradi želve v Mariboru) ter v prikazu medijskih škandalov (posnetek žene mariborskega župana ob nacistični pustni maski). Je pa v sedmi oddaji ostro obsodil pritiske nad mediji in novinarji, ki jih izvaja Janša (in drugi): "Janša kot predsednik slovenske demokratske stranke kurca novinarje, ki se ne strinjajo z njimi, zelo demokratično". Poudaril pa je tudi dejstvo, da so novinarji temelj demokracije, poleg seveda volitev in "večnega Karla Erjavca". Kar se tiče kritike družbe, se ta največkrat izpostavlja pri omenjanju slovenskih stereotipov, in sicer stereotip, da smo Slovenci pijanci, da radi zatožimo. Temu je namenil precejšno pozornost pri temi Planica, kjer je v video prispevku tudi prikazal številne posnetke pijanih ljudi s prireditve in se ponorčeval iz slovenske kulture. Redko pa zasledimo konstruktivno podrobno kritiko in mogoče rešitve za probleme ali delovanje, ki bi spodbudilo državljane k participaciji ali spodbudilo politične odločitve k rešitvi problema. Lahko bi rekli, da se v oddaji pojavlja kritizerstvo, ki ne podaja neke konstruktivne kritike na podlagi kredibilnih argumentov, in se oddaja bolj posveča k smešenju politikov kot pa kritiki različnih politik.

Skozi oddajo Prejšnji teden lahko slišimo veliko kritik glede medijev, političnega sistema, politikov in družbe skozi satirične komentarje, včasih pa je kritika izražena tudi (dodatno) na neposreden način. Oddaja je v veliki meri posvečena razkrivanju neprofesionalnosti medijev ter jih redno kritizira v vsaki oddaji. Hkrati pa redno izpostavlja tudi pomembnost medijev in profesionalnega dela novinarjev in s tem povečuje obveščenost ljudi o tem, kaj je kvalitetno novinarstvo in hkrati povečuje njihovo željo po le-tem. V večji meri pa skozi oddajo sledimo kritikam politikov in političnih sistemov. Skozi navajanje dejstev in satiričnega komentarja osvetljuje osebnosti političnih karakterjev, še posebej njihovo (ne)etično in (ne)moralno držo, po navadi s predstavljanjem njihov izjav in spodrivanjem le-teh preko njihovih dejanj. Skozi prvo oddajo se uspešno kritiziral in dokazal dvoličnost konservativnega politika Mitch

McConela, in sicer na primeru nenapisanega pravila o imenovanju vrhovnih sodnikov, ki "je očitno kot nekakšen bog: ko grejo stvari dobro, ga ne omenjaš, ko pa gredo slabo, je vse o čemur govoriš" ter poudari dejstvo, da McConel zavlačuje stvari v svoj prid, tudi sodiščna obravnavanja zakonodaje. Zasedimo lahko tudi pozitivno vrednotenje politike in politikov. V oddaji pogosto izpostavi države, politike, organizacije sisteme, ki uspešno opravljajo svoje delo in se trudijo k izboljšanju državnih sistemov in politik. V oddaji najdemo tudi kritike glede družbe in navad ljudi. Verigo hitre prehrane imenuje "druga velika ameriška institucija" oziroma "ameriška preferenca za odvajalo", s čimer kritizira veliko potrošnje hitre prehrane v Ameriki in slabe higijenske navade. Skozi satiro močno kritizira tudi moralno izprijenost ljudi (npr. tistih, ki nekorektno pobirajo dolgove). Posmehuje se tudi družbi spektakla, kar se vidi skozi satirično komentiranje slovesnega odprtja olimpijskih iger ter s samim ustvarjanjem spektakla v šovu, kjer uporabi vse od konfetov, balonov, osvetljave, zbora, maskot, transparentov, velikega rdečega gumba. Za nastanek krize novinarstva in časopisov okrivi tudi družbo oziroma nas, gledalce, in sicer našo nepripravljenost plačevanja takšnih storitev. Oddaja ima tudi bistveno večji pomen pri podajanju rešitev za probleme, John Oliver pogosto napada sam ameriški politični sistem in zakonodajo in jasno izpostavlja, kaj se lahko spremeni. Oddaja ponuja tudi številna delovanja, ki pripomorejo ali k osvetlitvi problema in izpostavitvi pomembnosti ali k spreminjanju politik. Oddaja je postala prepoznavna pri svojem vplivu na spreminjanje politik in osvetljevanju problemov, o njej so pisali številni priznani ameriški in internacionalni mediji. Oddaja je uspešno osvetlila številne teme in imela vpliv na spreminjanje politik ali pa so spodbudile družbeno akcijo, kar so mediji opisali kot "Efekt John Oliverja" (Luckerson 2015). Največji vpliv so imele epizode, ki so izpostavile teme nepristranskosti interneta, tekmovanje Miss America, civilna kazen, FIFA in tema varščine.

5 SKLEP

V diplomski nalogi sem obravnavala satirične televizijske oddaje, ki so nekakšno stičišče zabave in informiranja, hkrati pa tudi odgovor na prenasičenost ljudi z informacijami in pomanjkanje smiselnih interpretacij le-teh.. Psevdo novice uspešno uporabljajo humor in satiro za komuniciranje o političnih zadevah in tako na zabaven način informirajo gledalce o aktualnih temah, hkrati pa ponujajo interpretacijo dogajanja in opredeljevanje do družbenih problemov. Humor se je tako izkazal za učinkovito komunikacijsko sredstvo za pogovor o manj zaželenih temah, saj zmanjšuje stres in ohranja zanimanje. Satirične oddaje formata psevdo novic, ki parodirajo tradicionalne novice, uporabljajo humor in satiro pri upovedovanju aktualnih tem, podajanju kritike in pozivanju k družbeni akciji ali spreminjanju politik. Skozi razvoj satiričnih oddaj na televiziji sem tematizirala nastanek in vzpon takšnih oddaj v kontekstu naraščajočega nezaupanja v tradicionalne medije, njihovo uporabo elementov novinarskega dela ter prilagoditev in umestitev tega formata v lokalni politični in kulturni kontekst. Pozornost sem posvetila tudi voditeljem satiričnih oddaj, ki prevzemajo vlogo mnenjskih voditeljev skozi podajanje komentarjev. Dotaknila sem se tudi kritik satiričnih oddaj, ki pravijo, da lahko oddaje spodbujajo cinizem in občutek nemoči pri gledalcih, hkrati pa so močno orožje politične propagande, še posebej za progresivno politiko. Ker se oddaje identificirajo kot zabavni program, voditelji pa kot komedijanti, lahko zaobidejo moralne in etične obveze tradicionalnih novinarjev, kar pa omogoča uporabo slabega humorja, ki smeši navadne ljudi, spodbuja širjenje stereotipov in blatenje določenih političnih akterjev brez trdne podlage in to spodbuja kritizerstvo brez utemeljenih predstavitev argumentov. Študija primera v diplomski nalogi je dokazala, da oddaje formata psevdo novic uspešno informirajo občinstvo o aktualnih ali pomembnih temah in skozi uporabo satire podajajo kritiko medijev, politikov, političnega sistema in družbe. Potencial oddaj za spreminjanje politik ali spodbujanje družbenega delovanja pa je močno odvisen od omejitev produkcije, časa, ki ga namenjajo predstavitvi in analizi, uporabljenih kredibilnih virov in akcij izvedenih v okviru oddaje. Pri tem se je izkazalo, da ima oddaja Prejšnji teden: Nocoj z John Oliverjem, bistveno večje prednosti oziroma manjše omejitve produkcije in tako potrjen vpliv z uporabo kredibilnih virov v oddaji in podrobne analize določene teme. Oddaja Ta teden z Juretom Godlerjem pri obravnavi določenih novic pa ne uspe vedno teme zaradi časovne omejitve podrobno predstaviti, osvetliti problem in ga postaviti v širši družbeni kontekst, hkrati pa humor oddaje bolj temelji na smešenju političnih akterjev na podlagi njihovih govornih napak ali nerodnih dejanj in ne na njihovem političnem delovanju, kar močno spominja na tabloidni diskurz. Takšno kritizerstvo zavira ustvarjanje

okolja za razpravo o problemih in jih lahko celo postavi v ozadje ter tako onemogoči oblikovanje prave kritike ali reševanje problema. Analiza obeh oddaj je tako delno potrdila hipotezo, da satirične oddaje formata psevdo novic gledalce uspešno informirajo o določeni novici, jo postavijo v širši družbeni kontekst ter izzovejo družbeni komentar ali kritiko. Razumevanje podane kritike je močno odvisno od razumevanja problema gledalcev, zato mora biti problem v oddajah predstavljen tako, da uspe odgovoriti na bistvena vprašanja in podučiti gledalce o delovanju in pomenu političnih sistemov. Njihov namen, da osvetlujejo probleme in spodbujajo delovanje državljanov, je pozitivno sprejet s strani tako publike kot tudi medijev. Prav to pozivanje državljanov k delovanju je ena izmed najbolj vidnih in pomembnih elementov satiričnih oddaj, ki primankuje običajnim televizijskim novicam. John Oliver je uspel s svojo oddajo dokazati, da lahko s podrobnejšo analizo problema in predstavitvijo možnega (alternativnega) delovanja državljanom, le-te angažiraš za (hitrejše) reševanje problemov. Oddaje so tudi odlični zapisovalci neke politične in družbene klime v danem trenutku. Raziskave satiričnih oddaj bi se morale v prihodnosti osredotočiti tudi na morebitni vzpon uporabe satire in humorja kot komunikacijske strategije pri političnem sporočanju pod vplivom konservativnih vrednot in patriotizma, saj lahko v času begunske krize, terorističnih napadov in delovanja LGBT-a na spletu zasledimo porast humorja na račun 'lahkomiselnih' liberalistov. Več pozornosti se mora posvetiti tudi trendu uporabi humorja pri politikih in njihovim nastopom v zabavnih programih.

6 LITERATURA

1. Bakhtin, Mikhail. 1984. *Rabelais and his World*. USA: Indiana University Press.
2. --- 1986. *Speech Genres and other Late Essays*. USA: University of Texas Press.
3. Balmas, Meital. 2014. When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research* 41(3): 430–454.
4. Boler, Megan. 2008. *Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times*. London: the MIT Press.
5. Campbell, Richard, Christopher R. Martin in Bettina Fabos. 2014. *Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age*. Boston: Bedford/St.Martin's.
6. Critchley, Simon. 2002. *On humour*. London: Routledge.
7. Cao, Xiaoxia in Paul R. Brewer. 2008. Political Comedy Shows and Public Participation in Politics. *International Journal of Public Opinion Research* 20 (1): 90–99.
8. Cosentino, Gabriele. 2012. The Comical Inquisition: Striscia la Notizia and the Politics of Fake News on Italian Television. *Popular Communication* 10 (1–2): 52–65.
9. Day, Amber in Ethan Thompson. 2012. Live From New York, It's the Fake News! Saturday Night Live and the (Non)Politics of Parody. *Popular Communication* 10: 170–182.
10. Ferfila, Bogomil in Marta Kos. 2002. *Politično komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
11. Forgette, Richard. 2015. *Is the Joke On Congress? Satirical News, Selective Exposure, and Political Cynicism*. Dostopno prek: <http://eds.a.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=f0370eb0-0d49-4b60-9562-de69cff87307%40sessionmgr4007> (21. avgust 2017).
12. Hannah, Kimberley. 2013. *Genre Theory and Satire: A Rhetorical Analysis of Political Satire on Television*. *Seminar in Rhetoric: Genre Theory by dr. Melanie Kill*. Dostopno prek: http://www.academia.edu/10809355/Genre_Theory_and_Satire_A_Rhetorical_Analysis_of_Political_Satire_on_Television (21. avgust 2017).
13. Harrington, Stephen. 2012. From the "Little Aussie Bleeder" to Newstopia: (Really) Fake News in Australia. *Popular Communication* 10: 27–39.

14. HBO. 2016a. *Last Week Tonight With John Oliver: season 3, epizode 1*. New York, 14. februar 2016.
15. --- 2016b. *Last Week Tonight With John Oliver: season 3, epizode 14*. New York, 5. junij 2016.
16. --- 2016c. *Last Week Tonight With John Oliver: season 3, epizode 20*. New York, 7. avgust 2016.
17. Hoffman, H. Lindsay in Dannagal G. Young. 2011. Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation. *Communication Research Reports* 28 (2): 159–168.
18. Jones, Jeffrey P. 2010. *Entertaining Politics*. UK: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
19. Kavčič, Bojan in Zdenko Vrdlovec. 1999. *Filmski leksikon*. Ljubljana: Modrijan.
20. Knight, A. Charles. 2004. *The Literature of Satire*. Cambridge: Cambridge University Press.
21. Kim, Young Mie in John Vishak. 2008. Just Laugh! You Don't Need to Remember: The Effects of Entertainment Media on Political Information Acquisition and Information Processing in Political Judgment. *Journal of Communication* 58: 338–360.
22. Kleinen-von Königslöw, Katharina in Guido Keel. 2012. Localizing The Daily Show: The heute show in Germany. *Popular Communication* 10: 66–79.
23. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založna Slovenije.
24. Kutz-Flamenbaum, Rachel V. 2014. Humor and Social Movements. *Sociology Compass* 8/3: 294–304.
25. Laban, Vesna. 2007. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
26. LaMarre, Heather L., Kristen D. Landreville, Dannagal Young in Nathan Gilkerson. 2014. Humor Works in Funny Ways: Examining Satirical Tone as a Key Determinant in Political Humor Message Processing. *Mass Communication and Society* 17: 400–423.
27. Lampret, Ana. 2012. Rdeči noski: Vključenost humorja v slovenski zdravstveni sistem (zlasti na pediatrični kliniki v Ljubljani). *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 249: 67–81.

28. Luckerson, Victor. 2015. *How the 'John oliver Effect' Is Having a Real-Life Impact*. *TIME*. Dostopno prek: <http://time.com/3674807/john-oliver-net-neutrality-civil-forfeiture-miss-america/> (5.maj 2017).
29. Marchi, Regina. 2012. With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic "Objectivity". *Journal of Communication Inquiry* 36 (3): 246–262.
30. Meddaugh, Marie Priscilla. 2010. Bakhtin, Colbert, and the Center of Discourse: Is There No "Truthiness" in Humor? *Critical Studies in Media Communication* 27 (4): 376–390.
31. Merljak, Sonja. 2008. *Literarno novinarstvo: pojav in raba sodobne pripovedne novinarske vrste v Zda in Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
32. Propp, Vladimir. 2009. *On the comic and laughter*. Canada: University of Toronto Press Incorporated.
33. Roth, Franziska S., Carina Weinmann, Frank M. Schneider, Frederic R. Hopp in Peter Vorderer. 2014. Seriously Entertained: Antecedents and Consequences of Hedonic and Eudaimonic Entertainment Experiences With Political Talk Shows on TV. *Mass Communication and Society* 17: 379–399.
34. Street, John, Sanna Inthorn in Martin Scott. 2012. Playing at Politics? Popular Culture as Political Engagement. *Parliamentary Affairs* 65: 338–358.
35. Young, Dannagal G., Holbert, R.Lance in Kathleen Hall Jamieson. Successful Practices for the Strategic Use of Political Parody and Satire: Lessons From the P6 Symposium and the 2012 Election Campaign. *American Behavioral Scientist* 58 (9): 1111–1130.
36. Planet TV. 2016a. *Ta teden z Juretom Godlerjem: sezona 3, del 1*. Ljubljana, februar 2016.
37. --- 2016b. *Ta teden z Juretom Godlerjem: sezona 3, del 7*. Ljubljana, marec 2016.
38. --- 2016c. *Ta teden z Juretom Godlerjem: sezona 3, del 17*. Ljubljana, junij 2016.