

Žanr za hec

Od sitcoma h komediji vérité
Ivana Novak

Ne tako živahno

Ob koncu 90. let, manj očitno pa še nekoliko prej, ko je *sitcom* žanr začel kazati znake počasnega in mučnega propadanja, se je marsikdo v televizijskem poslu spraševal, ali smrt *sitcoma* v resnici pomeni smrt (televizijske) komedije. Vodstva TV hiš so se ubadala z vprašanjem, kako aktualizirati in pridobiti občinstvo za enega od vodilnih TV žanrov. Odgovor najdejo v rekonstrukciji, ki attribute žanra v zatonu ohrani v zadostni meri, da bo zadovoljeno enako številno občinstvo, hkrati pa ga poizkuša tudi revolucionalizirati, saj so se pozni *sitcomi* pokazali kot neučinkoviti. Pri žanru TV komedije, vsaj kolikor je ta prisotna v klasični obliki *sitcoma*, je pač vedno šlo za ugajanje občinstvu, pa čeprav so nekateri primerki proizvedli nezanemarljive presežke – na misel prideta *Frasier* (1993–2004) in *Seinfeld* (1990–1998), da ne govorimo o britanski konkurenci. Propad žanra, denimo, prerokujejo že zadnje sezone serije *Prijatelji* (*Friends*, 1994–2004), ki za *sitcom* nemara ni pomenila ravno presežka, vseeno pa ne moremo mimo njene priljubljenosti. Sezonam, v katerih so prijateljski odnosi prinašali izključno komične učinke, so sledile sezone, katerih glavni predmet so bili očitno le še odnosi, in tako je nanizanka postala še ena žajfnica. Ameriški *sitcom* je pozabil na prvino lastne forme: ta izgleda utrujena le, če se sprijazni s svojo gostjostjo.

Novi žanr je v študiji primera BBC-jeve serije *Pisarna* (*The Office*, 2001–2003) poimenoval Brett Mills: govori o novem žanru *komedije vérité* (*comedy vérité*), ki jo od predhodnice prvenstveno ločuje parodična vsebina in šaljiva raba oblike do-

kumentaristične, resničnostne televizije. Od izida teksta leta 2004 se je žanr razmnožil, obenem se je rodil tudi novi *sitcom*, ki je bolj podoben *komediji vérité* kot staremu predhodniku.

Ustvarjalci novim serijam odtegnejo bistvene strukturne značilnosti *sitcoma*. Žanr, ki z nasnetim smehom in s tehniko več kamer – to predpostavlja prisotnost občinstva kot četrtega zidu v stalni prostorski konstelaciji stanovanja, pisarne ali bara – opozarja na svoj izvorno gledališki značaj, preide v žanr, ki je navidezno bolj »filmski«. Medtem ko se v teoretskih razpravah o televiziji vrstijo spori o filmskih atributih, ki naj bi ali naj ne bi bili poglobitveni atributi sodobne televizijske pripovedi (prvo velja zlasti za proizvode v sklopu fenomena »kvalitetne televizije«, denimo za *Oglaševalce* [*Mad Men*]), pa nas konkretni poskusi oživljanja *sitcoma* večinoma zapeljujejo ravno s televizijsko kvaliteto, s svojo serialno naravo. Opazk, kot sta ti, da so *sitcomi* sedaj bolj »filmski«, kot so bili prej, in da se sodobna produkcija TV komedije pridružuje fenomenu kvalitetne televizije, kjer se kakovost meri po kriterijih dobrega holivudskega filma (tu gre tako za tehnične kvalitete, kot sta hitra montaža in kompleksnost scenarija, kot za pomembno simbolno mesto serije v popularni kulturi novega tisočletja), se je zatorej mogoče otresti s sklicevanjem na kvalitete serialnosti. To, da televizija dandanes zavzema nekoliko bolj osrednje mesto v vsakdanjem življenju kot film, ne pomeni, da se je nujno navzela njegovih kvalitet. Prav tako je pri obravnavi novih žanrov, kot sta *komedija vérité* in novi *sitcom*, potrebna določena mera previdnosti, da o novi komediji ne

govorimo, kot da gre za povsem nov žanr. Čeprav so *sitcomi* na slovenske ekrane prišli razmeroma pozno, so ti v Ameriki del uveljavljenega kánona. Struktura prejšnjega in sedanjega žanra je praviloma enaka in v samo jedro strukture humoriistične nanizanke je zapisana neka ideologija.

To je pomembno zlasti zato, ker prenova žanra ne pomeni nujno tudi revolucije, pa čeprav serije, kot so *Pisarna*, *Ne tako živahno* (Curb Your Enthusiasm, 2000–), *30 Rock* (2006–) in *Minljiva slava* (Eastbound & Down, 2009–), z elaborirano, tudi eksplicitno obravnavo sodobne družbene problematike namigujejo na to, da bi jih lahko uvrstili med subverzivnejše izdelke sodobne popkulture. Ali torej novi žanr prinaša takšne novosti, ki so specifične za to tisočletje, in kaj je razen opaznih tehničnih sprememb še drugače na ravni vsebine?

Videti je, da se ustvarjalci nove TV komedije na vso moč trudijo, da bi bili njihovi proizvodi smešni na »nov« način. Humor v klasičnem *sitcomu*, s pomembnimi izjemami seveda, v glavnem ni izviral iz komične obravnave nezaslišanega, pač pa je promoviral uveljavljene obrazce družine, prijateljstva, ljubezni. Igral je na karto humorističnega zapleta nekega obrazca in njegovega razpleta, ki je bil redko prežet s humorjem. Obrazec je vsakokrat bolj ali manj sentimentalno pomiril napetost. Vsaka epizoda je bila sestavljena iz *reseta* prejšnje situacije, *déjà vuja* motnje, zaključek pa je pogosto ponovno uveljavil nulto točko. Že sama struktura *sitcoma* je formularna, ima strukturo ideologije: samo sebe mora reproducirati, njen status je *status quo*. Mills tako opazi, da je *sitcom* v zgodovini komedije z anarhično družbeno vlogo prva oblika komedije, ki je povsem antianarhična.

Nova TV-komedija je v glavnem ujeta v isti obrazec, čeprav so mnoge serije privzele strukturo nadaljevanke, ki dogajanje v vsaki novi epizodi le do določene mere *resetira*, medtem ko sezono kot rdeča nit osmišlja daljnosežnejša zgodba. Razlika je v predmetu in vsebini serije: ustvarjalci sodobne komedije dajejo videz, da se ne bojijo nezaslišanega. Če obstaja kaj specifičnega za komedijo novega stoletja, kar je poprej ni obremenjevalo, je to njena reakcija na razmnožene diskurze, ki agresivno določajo naš vsakdan. Gre, denimo, za diskurz politične korektnosti. Lep primer tega je prizor v seriji *30 Rock*: na republikanski konferenci se z namenom, da bi vsak povedal nekaj iskrenega in razkril svojo travmatično skrivnost, javljajo prisotni konservativci: »*Sem homoseksualec*«, »*Varam svojo ženo*«, itd. V zaključku prizora vstane še Afroameričan in razkrije svojo skrivnost: »*Jaz sem črn*«. Razkritje očitne črnsko-sti je smešno le danes, medtem ko točno ta šala pred nekaj desetletji ne bi imela enakega učinka. Podoben učinek je, denimo, imela Lubitscheva šala v *Biti ali ne biti* (To Be or Not to Be, 1942) o koncentracijskih taboriščih: »... *We do the concentrating and Poles do the camping*.«

Velik del komedije črpa iz preigravanja tega diskurza. Humor se napaja iz črnskih (ne afroameriških) mestnih sosesk, iz

revnih belih smeti (ne ekonomsko prikrajšanih), iz vročih bejb (ne iz enakopravnega spola), iz snifanja (ne zlorabljanja prepovedanih trdih drog), iz fafanja (ne oralne spolnosti), iz ljubiteljev otroške spolnosti in partnerstva z japonskimi blazinami s poševnookimi dekleti (ne pedofilije in spolnih preferenc). Ime *komedije vérité* nam pove več kot le to, da je posneta v dokumentarističnem slogu (kamera iz roke) ali celo je polavtobiografska (primer Larryja Davida v *Ne tako živahno*). Vizualni slog je prej logična posledica prenovljenih vsebinskih nastavkov. V »resničnosti« pravzaprav tiči prava uganka žanra: kadar ta šokira (s tem, da izigrava korektnost, krši pravila



govorice sodobne korektnosti, čistunske kulture), želi nadomestiti umetno realnost s »pravo« realnostjo, »reči bobu bob«, denimo, s subjekta postgrgati navlako korektnosti. Drznost, s katero suvereno operira, utegne marsikoga prepričati, da bo žanru preuranjeno čestital za to, da mu je odprl oči ali da se je jasno zoperstavil politiki sodobnih norm.

Sodobna TV-komedija je operacija »bolj za hec, bolj zares« (formulacijo dolgujem Jeli Krečič). Ponovno rojstvo anarhične plati pride skupaj s togo formo, ki je v zgodovini televizije zavezana množičnemu občinstvu, imperativu kapitala, pomirjanju ideoloških napetosti. Če vemo, da so danes družbenokritične vsebine bodisi potisnjene na margino bodisi nazadnjaške in le lansirane kot kritične, potem zasede TV-komedija vroče mesto v popularni kulturi na splošno. A ravno zato, ker je tako priljubljena – pač zato, ker je inteligentno smešna in posredovana v prikupni obliki – je njena dinamika med kritiko in šalo toliko bolj problematična. Bolj kot je smešna, bolj dreza v realnost; bolj kot skuša biti realna in posega izven žanra, manj je smešna. Na površini se ukvarja z zgodbo; na drugem nivoju se dela norca iz njene ideološke strukture, oblike *sitcoma*, popularne kulture; nato šaljivo dreza v *status quo*, družbeno hierarhijo, razrede, kapitalizem; nazadnje se s tem povsem poistoveti in proizvede enega od klasičnih komičnih učinkov. Cel žanr je presežek starega in nadaljevanje še starejše zvrsti, v kolikor se s svojim predmetom vedno spoprijema vsaj v dveh nivojih, medtem ko je bil *sitcom* v glavnem komedija enega nivoja. Zdi se, da je zadrega zatorej le kritička: znotraj medija dosega mesto nespornega zmagovalca.