



Hrvatsko sociološko društvo
Croatian Sociological Association



Hrvatsko sociološko društvo, podružnica u Splitu
Predavanje u sklopu ciklusa „Sociološki razgovori“

Turske sapunice u Hrvatskoj: kulturna bliskost ili medijska pismenost?

Mirko Petrić (Odjel za sociologiju, Sveučilište u Zadru)

Četvrtak 7. 11. 2019. godine
Zagrebačka 3 u 18.00h (Predavaonica Umjetničke
akademije, Sveučilište u Splitu)

Veselimo se Vašem dolasku!

Najava izlaganja:

Unatoč tomu što su turske televizijske serije globalno uspješan izvozni proizvod, tzv. „balkanska pomama za turskim sapunicama“ u medijskom se diskursu često tumači specifičnom, povijesno nastalom „kulturnom bliskošću“ Turske i zemalja jugoistočne Europe. Izlaganje, na predlošku empirijske građe prikupljene u Hrvatskoj, pokušava ocrtati različite sastavnice sklonosti (prvenstveno ženske) publike ovakvim serijama te naznačiti relativnu važnost navodne „kulturne bliskosti“ među njima. Pozornost će se uvodno posvetiti objašnjavanju pojmova „dopustivosti publike“ (engl. *audience affordances*), „kulturne bliskosti“ (engl. *cultural proximity*) i „kulturne djeljivosti“ (engl. *cultural shareability*). Zatim će se prezentirati sekvencijalni nacrt provedenog istraživanja, kojim se – između ostaloga – na metodološkoj razini željela pokazati upotrebljivost i korisnost kvantitativnog pristupa u području kulturne sociologije. Analizirana kvalitativna građa upućuje na znatno kompleksniju sliku razloga uspješnosti turskih sapunica u Hrvatskoj od one koju sugerira postavka o „kulturnoj bliskosti“: pokazuje se, naime, da u toj slici preteže njihova medijska atraktivnost, u kojoj stanovitu ulogu igra i „kulturna udaljenost“ (engl. *cultural distance*) od u njima prikazanog svijeta. Postoje također naznake da bi učinak prepoznavanja – kao eventualnu sastavnicu „dopustivosti publike“ – valjalo tražiti na dubljim strukturnim razinama.

Ovaj je rad financirala Hrvatska zaklada za znanost projektom HRZZ-IP-2016-6-6010.