

Društvene upotrebe humora u svakodnevnom životu

Mikić, Ana-Tadijana

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:163347>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Diplomski studij sociologije i engleskog jezika i književnosti

Ana-Tadijana Mikić

Društvene upotrebe humora u svakodnevnom životu

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Mateo Žanić

Sumentor: izv. prof. dr. sc. Željko Pavić

Osijek, 2022.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Katedra za sociologiju

Diplomski studij sociologije i engleskog jezika i književnosti

Ana-Tadijana Mikić

Društvene upotrebe humora u svakodnevnom životu

Diplomski rad

Područje društvene znanosti, polje sociologija, grana posebne sociologije

Mentor: doc. dr. sc. Mateo Žanić

Sumentor: izv. prof. dr. sc. Željko Pavić

Osijek, 2022.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napisao/napisala te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s navođenjem izvora odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan/suglasna da Filozofski fakultet u Osijeku trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, 13. 9. 2022.

Ana-Tadijana Mikic', 0122226078

Ime i prezime studenta, JMBAG

Sažetak

Cilj je ovoga rada kroz izlaganje bitnih socioloških i psiholoških teorijskih okvira i istraživanja ukazati na važnost humora kao društvenog fenomena koji je dio svakodnevice većine ljudi, ali i društva u cjelini. Zatim, rad opisuje rezultate i analizu podataka iz istraživanja kojim smo htjeli promotriti vezu između kulturnog kapitala, odnosno različitih preferencija humora i samoprocjene sreće pojedinaca. Podaci su prikupljeni u anketnom istraživanju na uzorku od 611 studenata s četiri filozofska fakulteta. Faktore koji su mjerili produkciju i upotrebu humora s jedne strane i preferenciju *highbrow* humora s druge povezali smo s faktorom osjećaja sreće sudionika. Rezultati pokazuju značajnu pozitivnu korelaciju između upotrebe humora u svakodnevici kako bi se nasmijalo okolinu i osjećaja sreće, a značajnu negativnu korelaciju između preferencije *highbrow* humora i osjećaja sreće.

Ključne riječi: humor, kulturni kapital, *highbrow*, *lowbrow*, sreća

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Sociološke teorije i perspektive	3
2.1. Tri klasične teorije humora	3
2.2. Strategije sociološkog proučavanja humora svakodnevice	4
3. Ismijavanje svakodnevice	7
3.1. Karnevali	7
3.2. Humor u doba pandemije Covid-19	8
4. Istraživanja humora	10
4.1. Sociološka istraživanja preferencija humora	10
4.2. Istraživanja psiholoških dobrobiti humora	13
5. Povezanost upotrebe i preferencije humora s osjećajem sreće	17
5.1. Provedeno istraživanje i uzorak	17
5.2. Istraživačko pitanje i hipoteza	18
5.3. Metodologija	18
5.4. Rezultati istraživanja	21
5.5. Rasprava rezultata	26
5.5.1. Ograničenja istraživanja	26
5.5.2. Prijedlozi za buduća istraživanja	27
6. Zaključak	29
7. Literatura	30

1. Uvod

Tema humora u sociologiji još uvijek nije zaživjela kao vrijedna ozbiljnog istraživanja i dubljeg razgovora. O dimenzijama i važnosti humora počinje se razgovarati tek krajem prošloga stoljeća u Americi, ali u najvećoj mjeri u poljima lingvistike i psihologije. Dok se lingvistika humorom bavila kroz njegove semantičke dimenzije i povezanosti različitih dobnih skupina i spola s upotrebom različitih šala, psihologija istražuje važnost humora za čovjekovu dobrobit i blagostanje te kako upotreba humora olakšava suočavanje sa svakodnevnim životnim izazovima, predstavljajući tako jednu vrstu obrambenog mehanizma. Sociologija se tek počinje ozbiljnije baviti pitanjem humora kao važnim društvenim fenomenom. Budući da je sociologija disciplina koja nastoji prodrijeti u društveni život od makrorazine odnosno institucija i države, pa sve do mikrorazine na kojoj se odvijaju i najbezazlenije društvene interakcije, postavlja se pitanje zašto se tema humora tako teško probijala u ovoj disciplini i zašto joj se teško priznaje status sociološkog pitanja.

Sama definicija humor opisuje kao „zajednički naziv za pisane, crtane i verbalno iznesene sadržaje koji izazivaju smijeh i veselje” (Hrvatska enciklopedija). U svome preglednom članku, Davis (1995) postavlja moguće razloge zbog kojih sociologija i slične društvene znanosti ne prihvaćaju humor kao ozbiljnu istraživačku temu jer je suviše spontana i individualna pojava u čiju se srž ne može znanstveno doprijeti i objektivno ga opisati u nekoliko stavki. Sociologija je društvena znanost zastupničke prirode (Davis, 1995), u kojoj se najbrže razvijaju pitanja rodne ili etničke nejednakosti, manjina ili migracija, moralnih vrijednosti različitih društvenih skupina, religioznosti i politike. Pored navedenih problematika, tema humora doima se suviše trivijalnom i subjektivnom kako bi joj se posvetilo previše pažnje i vremena. Cilj ovog rada jest pokazati kako je humor tema ipak vrijedna sociološkog istraživanja. Samim time što predstavlja pojavu koja je uvriježena u svakodnevicu svakoga čovjeka pa i društva u cjelini, humor se ne bi trebao ostaviti po strani i zanemariti, jer nam svojim dimenzijama i sadržajem može otkriti mnoštvo naizgled neprimjetnih činjenica o društvenoj strukturi i načinima na koje funkcionira naša svakodnevica.

Prvi dio rada opisivat će važnost humora za društveni život kroz pregled najvažnijih socioloških perspektiva koje opisuju njegove dimenzije, ali i različite poglede na ono što nam se njime otkriva o društvenom životu i svakodnevici. Potom ćemo ukratko opisati ulogu humora u ismijavanju svakodnevica, konkretnije, kako se na razini šireg društva kroz događaj karnevala eksplicitno ismijavaju političke i kulturne nedosljednosti društvene strukture, ali i kakvu je

humor ulogu igrao na globalnoj razini kada se društvo kolektivno suočilo s pandemijom. Zatim, slijedit će pregled provedenih socioloških istraživanja humora i upotrebe i preferencije humora od strane različitih društvenih skupina i klasa, a potom i psihološka istraživanja o važnosti humora za dobrobit i sreću čovjeka. Drugi će dio rada biti empirijske prirode, a iznijet će naše vlastite nalaze o povezanosti osjećaja sreće kod pojedinca i njegove preferencije prema *highbrow* ili *lowbrow* humoru. Nakon izvještaja i predstavljanja rezultata, raspravit ćemo o njihovim mogućim implikacijama i ponuditi ideje za potencijalna buduća istraživanja, a potom i izvesti zaključak.

2. Sociološke teorije i perspektive

2.1. Tri klasične teorije humora

Tri teorije kojima se humor najčešće opisuje nazivaju se klasičnim teorijama, a to su teorija nadmoći, teorija opuštanja i teorija nesklada (Kuipers, 2008).

Teorija nadmoći najočitije je povezana s društvenim vezama. Prema njoj, humor i smijeh izraz su nadmoći u nekoj društvenoj vezi. Dakle, nadmoćnog u nekom odnosu možemo prepoznati po tome zbija li šale i smije li se. Tako je, primjerice, Coser (1960) u svome promatranju smijeha i šala u društvenim odnosima u bolničkom okruženju primijetila obrazac prema kojemu se šale zbijaju „prema dolje”, odnosno na račun nižih položaja. Drugim riječima, doktori, koji su na najvišem položaju u tom okruženju, češće se smiju od specijalizanata, a specijalizanti se češće smiju od medicinskih sestara. Ova je teorija problematična jer je osjećaj nadmoći većinski individualan (Kuipers, 2008), a varijable hijerarhije, moći i konflikta kao društvenih pokazatelja nadmoći nisu u potpunosti uzete u obzir. Teorija opuštanja na humor i smijeh gleda kao na otpuštanje napetosti i stresa kada niti jedan drugi način za to ne postoji. Ova funkcija humora značajno se očituje u svakoj društvenoj grupi koja ima zajednički cilj, a u kojoj je izrazito važan timski rad. Dopuštanje povremenih sukoba u takvim je grupama od krucijalne važnosti za svakodnevno uspostavljanje ravnoteže, ali i zato što je svaki manji sukob moguće razriješiti zajedničkim humorom i otpuštanjem negativnih osjećaja. Gušenje svakog manjeg unutargrupnog sukoba može dovesti do nepovratno oštećenih odnosa, u kojima humor više nije niti koristan niti poželjan. Teorija nesklada kaže da humor nastaje kada članovi društva percipiraju i prepoznaju nastanak nesklada u svakodnevici i društvenoj strukturi. Percepcija nesklada u najvećoj je mjeri određena društvenim i kulturnim kontekstom nekog društva (Kuipers, 2008). Humor u ovom slučaju služi kao alat kojim se na smiješan način ukazuje na nastalu nepravilnost. Drugim riječima, u kontekstu u kojemu se nalazimo, naš um percipira određena stanja i događaje u svakodnevici kao normalne i skladne, a svakoga od nas određuje veći broj naših društvenih uloga u skladu s kojima je očekivano da djelujemo i ponašamo se. Kada se dogodi odstupanje, često ga percipiramo humorističnim. Primjerice, ako bismo uzeli ulogu policajca, koja je definirana brigom za sigurnost građana i uspostavljanjem reda, bilo bi izrazito čudno kada bismo čuli da je upravo neki policajac uhićen radi brze vožnje ili krađe. Najčešće se to čuđenje pretvori u ismijavanje takve osobe, čime se ukazuje na problem u sistemu i nužnost pronalaska uzroka tom neskladu.

Navedene tri teorije nastojat ćemo proširiti pregledom socioloških strategija u sljedećem odlomku.

2.2. Strategije sociološkog proučavanja humora svakodnevice

Postoji nekoliko strategija i pristupa za predstavljanje intelektualnog potencijala teme humora u sociologiji. Najbitnije među njima su strukturalna, funkcionalistička, konfliktna, simboličko-interakcionistička te fenomenološka strategija (Davis, 1995; Kuipers, 2008).

Strukturalna se strategija bavi upotrebom humora unutar glavnih društvenih kategorija poput dobi, spola, etničke pripadnosti i ruralne i urbane okoline te glavnih društvenih institucija poput obitelji, religije i politike. Ona implicira da dominantni tip humora unutar određene društvene kategorije ili institucije zapravo otkriva što su njihove glavne društvene napetosti (Davis, 1995). Dakle, članovi određene društvene skupine nastoje razriješiti napetost, napadajući njen izvor humorom. Tako će, na primjer, adolescenti zbijati šale na račun zajedničkog autoriteta, a žene će ismijavati dominaciju muškaraca. Strukturalna nam strategija, dakle, nastoji pokazati da se opažanjem humora neke društvene skupine može nešto zaključiti o društvenom životu unutar nje. Humor postoji zbog nastale „šale” u sistemu. Takav humor smiješan je svim članovima neke skupine jer dijele apsurdnosti i nedosljednosti društvenog i institucionalnog života, a u šali prepoznaju svoju svakodnevicu (Tavory, 2014).

Funkcionalistička strategija nastoji objasniti koju funkciju humor vrši u društvenim grupama i unutargrupnim vezama. Bit ovog pristupa jest da je glavna funkcija humora otpuštanje tenzija unutar društvenih veza te ponovno uspostavljanje reda u društvenoj strukturi (Kuipers, 2008). Svaka društvena grupa njeguje svoju grupnu kulturu odnosno *idiokulturu* – „sustav znanja, uvjerenja, ponašanja i običaja grupe koji članovima grupe služe kao oslonac za daljnju interakciju” (Fine, 1979, str. 734). Drugim riječima, članovi određene društvene skupine dijele barem djelomično svoja životna iskustva, što kod njih stvara očekivanja da će ih ostali članovi razumjeti u svakoj interakciji. Humor ovdje igra bitnu ulogu jer omogućuje da se određeni sadržaj kojega je teško prepričati na drugačiji način prenosi među članovima unutar grupe. Zajedničkim iskustvima stvara se ono što Coser (1959) naziva *grupnom kohezijom*. U ukupnost grupne kohezije spada upravo i zajednički humor, odnosno razumijevanje međusobnog zadirkivanja, zbijanja šala na račun druge grupe te crnog humora. Upravo se zajedničkim humorom izražava pripadnost određenoj društvenoj grupi, a njegovim razumijevanjem pokazujemo drugim članovima da u nas mogu imati povjerenja. Osim humora koji obnavlja grupnu koheziju, intenzivnijom upotrebom humora stvaraju se *odnosi temeljeni na humoru* (Fine, 1983). Ovakvi odnosi od izuzetne su važnosti za jednakost sudionika u društvenoj grupi jer se tako indirektno govori o problemima i tabuu temama, a ponekad mogu postati i ritual. Dakle, može se reći da je humor jedna dimenzija *kulturnog kapitala* (Bourdieu, 1979) određene

društvene grupe, a osobe izvan te grupe ili oni koji neko vrijeme nisu provodili u njoj te nemaju odgovarajući kapital teško razumiju interne šale. Svaki oblik humora ima ograničeni doseg (Tavory, 2014), što znači da će određeni tip humora ili specifične šale shvaćati samo oni koji čine dio neke društvene grupe. Primjerice, šale o Karlu Marxu doprijet će do onih koji su s njegovim radom upoznati, ali ne i svih članova društva. Svoje razumijevanje humora društvene grupe kojoj pripadamo najčešće izražavamo smijehom. Uwanamodo (2019) ukazuje na to da humor i smijeh ne moraju nužno ići jedno uz drugo, te razlučuje pojmove *pravog* i *lažnog smijeha*. Pravi smijeh ima važnu društvenu funkciju jer razotkriva nečiji smisao za humor, a u velikoj mjeri i informacije o njegovim iskustvima i osjećaju pripadnosti nekoj grupi ili instituciji te vrijednostima koje njeguje. Kada pojedinac procijeni da postoji određena vrijednost ili korist od članstva u određenoj društvenoj grupi, ponekad će se koristiti lažnim smijehom iako ne razumije humor među njezinim članovima.

Ovdje se funkcionalistička strategija isprepliće sa simboličko-interakcionističkom strategijom, budući da je vidljiva manipulacija predstavljanja sebe u svakodnevnom životu kroz upotrebu humora u prednjem planu (Goffman, 1986). Može se zaključiti kako i humor predstavlja jednu od Durkheimovih (1995) društvenih činjenica koja djeluje na pojedinca izvana i predstavlja društvenu normu kojom pojedinac izražava pripadnost. Od pojedinca, kao člana društvene skupine, očekuje se svakodnevno poštivanje grupnih normi i vrijednosti. U rutinama i svakodnevicu svake društvene grupe ponekad se događaju određene anomalije od „normalnog” u obliku nečijeg ponašanja ili nekog neželjenog događaja. Takve pojave ukazuju na nesavršenosti sustava i društvene grupe, a prema Bergsonu (1911), u takvim je situacijama potreban instantni *korektiv* – ismijavanje i humor – koji ima funkciju omalovažavanja neželjenog ponašanja i njegovog označavanja kao nečega što se ne smije više ponavljati.

Konfliktna strategija proučavanja humora u velikoj se mjeri temelji na političkom humoru (Kuipers, 2008). Sličnost između ove strategije i funkcionalističke jest u tome da je i ovdje predmet proučavanja izražavanje nesklada, ali u obliku konflikata, problema određenih društvenih skupina i međusobnih antagonizama. Dakle, humor, prema konfliktnom pristupu, služi kao alat za napad i obranu unutar neke društvene strukture. Tako će se, primjerice, društvo neke države ujediniti u ismijavanju političkih opcija ili onih na vlasti kako bi humorom ukazali na problematičnost njihova vodstva i donesenih odluka. Unutar političkih krugova, desnica će humorom ismijavati stavove ljevice, a ljevici će humor služiti kao alat ismijavanja privilegiranih društvenih skupina (Davis, 1995). Prema tome, stil humora koji je zastupljen unutar društvene strukture neke države, a koji ju svojim sadržajem podržava ili napada, u velikoj mjeri otkriva

zadovoljstvo ili nezadovoljstvo životnim standardom i vrijednostima koje se promiču. Nadalje, ono što se može iščitati promatranjem humora unutar nekog društva jesu i njegovi stavovi o manje privilegiranim skupinama društva. Tako se, primjerice, po uvriježenim šalama na račun žena i feminizma može zaključiti da postoji manjak potpore prema njima, odnosno humor na račun određene etničke skupine može biti dokaz perpetuiranja stereotipa. Iz toga jasno vidimo da humor nije uvijek samo površan fenomen, nego često i „izražava neprijateljstvo i agresiju, socijalne i psihološke potrebe te individualne i kolektivne interese.” (Zijderveld, 1983, str. 6). Ne samo da privilegirane skupine zbijanjem šala i promicanjem stereotipa izražavaju antagonizam, nego su stereotipi tako „prihvaćeni od strane njihovih meta u vlastitom opisivanju sebe, a onda, trijumfalno, usvojeni od žrtava u stereotipiziranju sebe samih” (Boskin i Dorinson, 1985, str. 81). Stoga, poigravanje riječima kroz humor najčešće se shvaća kao igra, no „nikada se ne smiju podcijeniti one ozbiljne strane igre” (Zijderveld, 1983, str. 6).

Kao i prema svim dimenzijama života, fenomenološka se strategija i prema humoru odnosi kao prema percepciji svijeta. Svaka društvena grupa stvara svoju realnost, a društveni se život u različitim grupama sastoji od višestrukih realnosti (Davis, 1995). Kao što funkcionalistička perspektiva govori da društveni sustav teži harmoniji i ravnoteži, tako i u fenomenološkoj perspektivi postoji termin *ozbiljan način rada* – „stanje percepcije svijeta u kojem je sustav u stalnoj potrazi za konzistencijom, u preplašenosti od dvosmislenosti, paradoksa i kontradikcija” (Davis, 1995, str. 333). Tome suprotna percepcija jest *humorističan način rada* – „stanje koje potiče višestruke interpretacije i dvosmislenosti, a paradokse i kontradikcije smatra datostima” (Davis, 1995, str. 333). Iako su oprečna stanja, mogu se ispreplitati zajedničkim konsenzusom, tako da se u ozbiljnoj situaciji verbalnim ili neverbalnim signalima humora unutar grupe daje do znanja kako se percepcija situacije može slobodno promijeniti i prijeći na humorističnu. Tako se članovi društva igraju sa značenjima, što je esencijalno za percepciju svijeta jer omogućuje eksperimentiranje i nagodbu (Zijderveld, 1982). Budući da svako društvo u cjelini teži za bijegom iz ozbiljnog načina rada i stanja percepcije, često se dogovorom svakodnevnica pretvara u ismijavanje i degradaciju stvarnosti. Jedan su od oblika takvog izražaja karnevali, koji su kao fenomen pobliže opisani u sljedećem poglavlju.

3. Ismijavanje svakodnevice

3.1. Karnevali

Kao što je spomenuto, članovi društva ili društvene grupe kojoj pripadaju uviđaju manjkavosti i kontradikcije sistema i svakodnevnog života, što onda dovodi do ismijavanja i humora koji služe kao alat za korekciju neželjenih zbivanja. Međutim, na razini šireg društva utemeljili su se običaji – karnevali – koji su kalendarski određeni, a služe upravo kao simbolična kolektivna spoznaja nedostataka društva koji se izriču kroz kaotične nastupe.

Termin *karneval* razradio je Bakhtin (1987), za koga je ono značilo „isticanje kriza svakodnevnog života, koje se očituju kroz negaciju i afirmaciju, porugu i pobjedu” (Lachmann i sur., 1988-9., str. 124). Kroz groteskne slike i prikaz tijela kao necjelovitog, kolektivni karnevalski smijeh koji se čuje na ulicama grada odraz je poruge na račun autoriteta i moći (Taylor, 1995). Na taj se način u ograničenom periodu stvara kontrakultura, pomoću koje se razotkriva izvještačenost naizgled prirodne društvene strukture i kulture. Karneval je, dakle, „planirani politički događaj, godišnje temeljito čišćenje društva, katarza koja omogućuje novi početak” (Lozica, 2007, str. 73). Ono je prilika za prozivanje imena, ukazivanje na red i nered u kulturi sadašnjosti, kao i za njezino komentiranje i kritiziranje (Supek, 1993). Karnevalski se nastupi doimaju eksplicitnim i izvan kontrole u svojoj kritici svakodnevice, a prema Fiskeu (1989), bilo što izvan kontrole može predstavljati potencijalnu prijetnju, što prestravljuje one koji imaju moć i vlast jer pokazuje koliko su društvena kontrola i red zapravo krhki te, barem trenutačno, proizvodi osjećaj slobode.

Tjelesnost je od samih početaka karnevala imala značajnu ulogu u ismijavanju i protivljenju dominantnim silama. Naime, procesima industrijalizacije i urbanizacije, klasne su se razlike sve više ispoljavale na površinu pa su se dominantne društvene klase služile represivnim zakonima kako bi uspostavile vlast i kontrolu nad slobodnim vremenom podređenih, a među kojima je „vulgarna” i nekontrolirana razonoda označena kao ona koja će biti disciplinirana. Stoga su ona kontinuirano transformirana u prihvatljivije kulturne oblike poput krvavih sportova i karnevala (Fiske, 1989). Iako se tijelo doima kao materijal po kojemu se izražava individualnost svakoga od nas, „ono je materijal naše klase, rase i roda, a borba za kontrolu nad značenjima, užiticima i ponašanjima tijela ključna je jer se u njemu politika najbolje predstavlja pod krinkom ljudskosti” (Fiske, 1989, str. 70). Stoga su se karnevalske predstave služile „lošim ukusom i uvrjedljivim sadržajem” (Fiske, 1989, str. 81). u svome izlaganju tjelesnosti.

Bakhtinova *karnevaleska* zahtjev je podređenih prema dominantnima i njihova potraga za vlastitim mjestom u kulturi (Fiske, 1989).

3.2. Humor u doba pandemije Covid-19

Iako nas funkcionalistička perspektiva uči da je humor svake društvene grupe u velikoj mjeri specifičan za nju samu i da je teško sudjelovati u izmjenjivanju šala ako nismo barem djelomično proizvod nekog društvenog konteksta, posljednjih smo se godina suočili s globalnom situacijom koja gotovo sva društva u svijetu ujedinjuje u načinu provođenja svakodnevice pa i u humoru. Govorimo, naravno, o pandemiji koronavirusa koja je stil života velikog broja ljudi na svijetu učinila vrlo sličnom.

Ono po čemu se ova pandemija razlikuje od prošlih jest činjenica da se odvija baš u digitalnom dobu, kada većina svjetskog stanovništva dio svoje svakodnevice provodi upravo u virtualnom prostoru gdje je protok informacija brži nego ikada. Internet je postao glavnim alatom za distribuciju humora, a humor kao kulturalna forma otkriva mnoštvo o našim pogledima na stvari i kulturnim shvaćanjima (Lemish i Elias, 2020). Početni strah i neizvjesnost društva u prvim danima pandemije polako su zamijenili humor i ismijavanje „novog normalnog”. *Zna li netko je li nam se sada dozvoljeno tuširati ili još uvijek moramo samo ruke prati?* (Lemish i Elias, 2020, str. 5261) jedna je od takvih šala kojom se ismijava glavna preporuka stručnjaka u doba pandemije. Iako se radi o velikoj globalnoj krizi, ljudima su dane u izolaciji olakšavali humoristični sadržaji koje susreću online, a iz kojih su mogli iščitati da nisu sami u onome što proživljavaju. Korisnici su društvenih mreža dijelili *memeove* i vlastita iskustva, doživljaje s članovima obitelji i života s djecom u izolaciji, probleme *remote* načina rada i školovanja itd. Na ovaj način je, primjerice, roditeljima koji su osim vlastitog posla u izolaciji morali voditi brigu o djeci i njihovu školovanju, barem djelomično olakšan teret takve svakodnevice, što zbog humora, što zbog smanjenja osjećaja usamljenosti radi dijeljenja sličnog iskustva s drugima: *Jedna dobra stvar toga što sam zaglavila kod kuće s djecom jest da se više ne bojim smrti* (Lemish i Elias, 2020, str. 5268), humoristična je ispovijest jednog roditelja na društvenim mrežama. Osim u hrvatskom društvu, u kojem je humor na račun odluka kriznog stožera i vladinih mjera postao svakodnevna pojava i gdje je uzrečica s početka pandemije „Sljedeća dva tjedna su ključna” postala alat za opisivanje svake suviše dugotrajne situacije, i u ostalim je zemljama svijeta ismijavanje „besmislenih i ludih” odluka vladajućih, teorija zavjera, a ponekad čak i „neškodljive” prirode virusa bilo prilično uobičajeno (Chłopicki i Brzozowska,

2021). Tako su se, primjerice, internetom širili *memeovi* koji su prikazivali pojedince s različitim neuobičajenim tjelesnim osobinama, a čiji su opisi bili *Ja, nakon što sam primio cjepivo, ismijavajući tako teorije zavjere o cjepivima protiv virusa.*

Iako je pandemija, nažalost, donijela brojne probleme i dovela do podjela, građane je svijeta ujediniła barem u zbijanju šala na račun vlastite situacije.

4. Istraživanja humora

4.1. Sociološka istraživanja preferencija humora

Jedno od najpoznatijih socioloških istraživanja preferencija humora različitih društvenih grupa objavila je Giseline Kuipers (2006), a provela ga je među nizozemskom te kasnije i američkom populacijom. Konkretnije, Kuipers je istraživala preferencije humora među višim i nižim klasama, dobnim skupinama i rodovima. Osim nalaza istraživanja koji pokazuju kako se preferencije razlikuju među mlađima i starijima što je ishod generacijskog jaza te kako su muškarci skloniji šalama od žena, ono što okupira pažnju jesu nalazi o razlikama među klasama. Stupanj obrazovanja služio je kao kriterij za određivanje klase sudionika, stoga su visoko obrazovani sudionici predstavljali višu klasu. Nalazi ovog istraživanja primarno otkrivaju kako preferencija šala i humora značajno varira kada uspoređujemo višu i nižu klasu. Visoko su obrazovani sudionici imali izrazito negativan stav prema šalama kao žanru humora, smatrajući da je takva vrsta humora suviše predvidiva i problematična, a niže su obrazovani sudionici cijenili šalu kao žanr zbog njezine društvene i zabavne komponente, bez obzira ne mogući predvidivost ili neoriginalnost. Nadalje, između klasa ispoljavaju se razlike u preferenciji takozvanog *highbrow*, odnosno *lowbrow* humora. *Highbrow* humor višedimenzionalan je i slojevit, najčešće predstavlja oblik društvene kritike te je intelektualno izazovan, a *lowbrow* je humor vrlo izravan i sadrži samo zabavnu i opuštajuću dimenziju (Pavić i sur., 2020). Rezultati pokazuju da sudionici koji su pripadali višoj klasi preferiraju *highbrow* humor, više cijene kada je humor kompliciran, težak, dvosmislen i u službi prenošenja ozbiljne poante, a ne samo kako bi trenutno zabavio. Sukladno tome, pripadnici niže klase, odnosno manje obrazovani, preferiraju *lowbrow* vrstu humora, koji je lako razumljiv i zabavan, bez obzira sadrži li poantu ili ne.

Slične nalaze iznosi Friedman (2014) u svom istraživanju humora među britanskom populacijom. Naime, Friedman je nastojao povezati Bourdieuvu (1979) teoriju o vrstama kapitala s temom humora, a promatrao je razlike u preferencijama humora između sudionika s visokim stupnjem kulturnog kapitala i onih s nižim stupnjem kulturnog kapitala. Podsjetimo se, ono što smatramo visokim kulturnim kapitalom pojedinca jest poznavanje visoke, odnosno elitne kulture i umjetničkih dijela, ali i osobni stil pojedinca, od odijevanja do vokabulara i načina ophođenja. Kao i Kuipers, Friedman je zaključio da razlike u preferencijama vrste humora među pojedincima koji posjeduju visoki kulturni kapital te onih koji posjeduju niski kulturni kapital postoje. Sudionici visokog kulturnog kapitala preferiraju pametnu i dosjetljivu komediju, sofisticiran i kompleksan sadržaj čija je poanta pamtljiva. Nasuprot njima, sudionici nižeg kulturnog kapitala više uživaju u humoru jednostavnog tipa, koji će poslužiti za trenutačnu

zabavu, smijeh i opuštanje, a čiji sadržaj ne mora imati dublji smisao niti poantu jer je bitnija sama prezentacija. Shodno tome, sudionici višeg kulturnog kapitala ne cijene humor na račun deprivilegiranih društvenih skupina, odnosno preziru politički nekorektan humor, a sudionici nižeg kulturnog kapitala nisu izrazito protiv uvredljivog humora. Ovo nije potpuno iznenađujući nalaz jer se humor osoba nižeg kulturnog kapitala, a konkretnije radničke klase, gotovo uvijek i ističe kao uvredljiv i nekorektan prema određenim skupinama. Iako ne mora značiti kako je humor radničke klase uvijek homofoban, seksistički ili pun nekih drugih predrasuda, on nam u velikoj mjeri otkriva o vrijednostima koje se unutar klase prenose socijalizacijom (Attardo, 2010). Dakle, učenje o tome što je prihvatljivo reći, kome i kada, a što je sramotno i nekorektno uvelike se razlikuje u okruženju viših, srednjih i nižih klasa. Ovo služi kao potpora Bourdieuovom (1977) konceptu *habitusa*, za kojeg kaže da je „sustav internaliziranih struktura, percepcija, predodžbi i ponašanja koja su zajednička svim članovima neke grupe ili klase” (str. 86) i koji određuje način života unutar nje. Stoga i ne čudi što su vrednovanje i ukusi prema komediji tako snažno povezani sa stupnjem obrazovanja (Claessens i Dhoest, 2010) kojim podižemo razinu svijesti o problemima različitih društvenih skupina i klasom kojoj pripadamo.

Slijedi nekoliko izvadaka iz Friedmanovih (2014) intervjua s osobama čija je preferencija izrazito *highbrow* humor.

Ne razumijem zašto ljudi žele da sve bude tako lako, pa da razumiju svaku šalu, da ne bude niti jedna poveznica koju ne razumiju. Ako gledam komediju i dogodi se poveznica koju ne shvaćam, odem kući i guglam. Možda kupim i knjigu, znate. Prošle je godine Robin Ince pola svoga nastupa održao o Carlu Saganu. Nikada niti nisam čula za njega. Osjećala sam se pomalo izostavljeno. Pa sam otišla i kupila Cosmos. I bilo je to genijalno. To me dovelo do nečega što me izazvalo. Odlično. Želim da mi ljudi predstavljaju nove stvari (sudionik Dale, str. 89).

Ali ne želim da [komedija] bude o svakidašnjim stvarima. Želim da bude o činjenici da sam rođen, da živim i da ću umrijeti, želim da bude o velikim stvarima, činjenici da su moji roditelji religiozni, a ja ne, da bude o tom dijelu moga života. O mojim nadama i snovima. Ne samo o općenitim zamornim stvarima koje se događaju. (sudionik Trever, str. 91)

Zanimljivo je što su sudionici nižeg kulturnog kapitala kao zabavno isticali baš ismijavanje svakodnevnih pojava, odnosno isticanje očitog:

Mislim da je isticanje onoga što ljudi rade najsmješnija stvar na svijetu. Promatranje što drugi rade. Kada se moj brat i ja sastanemo, samo promatramo ljude i stvari i tako se humor stvara. Ili kada komičar kaže nešto i ti pomisliš to je to, to i ja radim (sudionik Finn, str. 101).

Postoji neki skeč gdje je [ona] u supermarketu i ponaša se nasilno. Znači, radila sam na blagajni i stvarno dolaze takvi ljudi, zato mi je i smiješno. Smiješno je jer možeš zamisliti da se to stvarno događa. (sudionik Dan, str. 102.)

Ono što je također zanimljivo uočiti u intervjuima sa sudionicima istraživanja jest da, kod svojih obrazloženja o vlastitim preferencijama određene vrste humora, sudionici višeg kulturnog kapitala naglašavaju granice klasnog i kulturnog identiteta, osnažuju vlastiti identitet odnosno svoje posjedovanje visokog kulturnog kapitala izravnim odbacivanjem *lowbrow* humora. S druge strane, sudionici su nižeg kulturnog kapitala postavljali manje granica na primjerenost i korektnost humora i *lowbrow* humor nisu držali superiornijim od *highbrow* humora, no smatraju da radnička klasa ima bolji smisao za humor od obrazovane srednje klase.

Dakle, oba navedena istraživanja pokazala su da je ukus za komediju specifičan za svaku društvenu klasu. Ukusi i preferencije srednje i više srednje klase smatraju se legitimnim za razliku od ukusa nižih klasa, a njegovom primjenom „signalizira se pripadnost grupi visokog statusa i postavlja se simbolička granica od onih izvana” (Friedman i Kuipers, 2013, str. 3). Drugim riječima, više klase humor nižih klasa najčešće odbacuju i etiketiraju kao moralno pogrešan, a niže su klase u isto vrijeme prema *highbrow* humoru prilično ambivalentne.

Istraživanje koje je također nastojalo povezati ideju kulturnog kapitala i preferencija i ukusa prema humorističnim sadržajima proveli su Claessens i Dhoest (2010) na manjem uzorku Flandrijske populacije. Nalazi se u velikoj mjeri podudaraju s onima koje su predstavili Kuipers (2006) i Friedman (2014). Sudionici nižeg stupnja obrazovanja odnosno nižeg kulturnog kapitala preferirali su „jednostavan humor, njegovu prepoznatljivu prirodu i stereotipne likove *lowbrow* komedije, fokusirajući se njegove opuštajuće kvalitete” (Claessens i Dhoest, 2010, str. 67).

Također, pokazivali su visoko poznavanje *lowbrow* humora i komedije, no njihovo je znanje i razumijevanje *middlebrow* i *highbrow* komedije bilo uvelike ograničeno, a njihovo vrednovanje negativno. S druge strane, sudionici s većim stupnjem obrazovanja očekivano su preferirali „kompliciraniji i suptilniji *middle* i *highbrow* humor kao i njihovu apsurdnu, smjelu i iznenađujuću prirodu” (Claessens i Dhoest, 2010, str. 67). Ono što je zanimljivo jest da su ispitanici višeg kulturnog kapitala ipak konzumirali sadržaje *lowbrow* humora, ali ju svejedno označavaju samo kao puku zabavu bez posebne vrijednosti.

Nešto drugačije istraživanje humora proveli su Pavić i Krivokapić (2020), ispitujući postojanje stereotipnih stavova među balkanskom populacijom prema stilovima humora naroda bivše Jugoslavije. Naime, rezultati pokazuju jasnu prisutnost stereotipa, među kojima su Bosanci okarakterizirani kao najhumorističniji i najsmješniji narod, a Hrvati i Slovenci kao najmanje smiješni. Za ove su nalaze Pavić i suradnici (2020) nastojali pronaći temelje u realnosti te ispitati ima li kulturni kapital, odnosno moguće razlike u preferenciji *highbrow* humora među narodima, utjecaj na perpetuiranje takvih stereotipa. Drugim riječima, nije sasvim jasno jesu li, primjerice, hrvatski humoristični sadržaji jednostavno loše kvalitete, stoga i manje smiješni, ili odražavaju preferenciju naroda prema *highbrow* stilu humora koji nije uobičajen za balkanski prostor, što onda dovodi do kulturalnih nesporazuma i nerazumijevanja. Analiza podataka ovog istraživanja pokazala je da niti jedna od ispitivanih subskala, uključujući i preferenciju prema *highbrow* humoru, nije signifikantan prediktor stereotipiziranja humora Hrvata. Dakle, iako su stereotipi vezani uz humor država bivše Jugoslavije uvelike prisutni, nije u potpunosti jasan njihov izvor, budući da uzorak ovog istraživanja nije pokazao značajno različite preferencije prema stilovima humora.

4.2. Istraživanja psiholoških dobrobiti humora

U svakodnevnom životu i interakcijama, najčešće sretnim ljudima percipiramo one koji imaju dobar smisao za humor i čiji se smijeh najčešće čuje. I iako je krivo donositi zaključke samo na temelju opažanja, brojni su slučajevi zabilježeni kada je upravo humor igrao važnu ulogu u poboljšanju fizičkog (opisano u Morreal, 2008), ali i psihičkog zdravlja ljudi.

Primjerice, njegova se važna uloga pokazuje i u suočavanju s negativnim emocijama koje donose životne situacije. Tako su, na primjer, Lund i sur. (2008) proveli istraživanje među pojedincima koji su zbog smrti izgubili svoga partnera ili partnericu, kojim su promatrali kolika je važnost humora za njihovo emocionalno stanje u njihovom svakodnevnom životu. Otkrili su

da nedavno ožalošćeni supružnici veliku važnost pridaju humoru i sreći u svakodnevici, ali i da se kod sudionika koji su u istraživanju klasificirani kao oni koji na svakodnevnoj bazi doživljavaju visok stupanj pozitivnih emocija, često smijanje i humor u puno manjoj mjeri ispoljava negativno psihičko stanje, anksioznost i depresija. No, s druge strane, oni koji se ne koriste humorom i ne smiju se često, iskazuju teško suočavanje sa situacijom, a kod nekih su vidljivi znakovi i kliničke depresije.

Naravno, potrebno je još dublje istraživati humor u odnosu sa psihičkim i fizičkim zdravljem čovjeka kako bismo donijeli konkretne zaključke. Primjerice, drugo istraživanje (Celso i sur., 2003) ispitalo je postoji li veza između humora, zdravstvenog stanja i zadovoljstva životom među ispitanicima koji se nalaze u domovima za nemoćne. Rezultati podupiru hipotezu da se ispitanici humorom služe kako bi umanjili stresove koji dolaze sa starenjem, no hipoteza kojom se pretpostavlja kako je humor alat za suočavanje s nestajućim zdravljem čime raste zadovoljstvo životom nije potvrđena u ovome uzorku.

Iako jasni razlozi pozitivnog utjecaja humora i smijeha na fizičko zdravlje još nisu definitivno utvrđeni, Martin (2008) je teorijski opisao nekoliko mehanizama putem kojih bi humor mogao pozitivno djelovati na psihi i tijelo čovjeka. Prvo, kaže da zdravstvene koristi potencijalno rezultiraju od respiratornih, vokalnih i kardiovaskularnih aktivnosti koje su povezane sa smijanjem. Sugerira se kako smijanje od srca može sniziti krvni tlak i imati sličan efekt na kardiovaskularni sustav i biokemijske tjelesne procese kao lagana tjelovježba te tako podizati kvalitetu fizičkog i psihičkog zdravlja. Ovdje je bitno ukazati na važnost smijanja kao komponente humora, jer su sve opisane koristi upravo rezultat njega, no za humor sam po sebi ne mogu se utvrditi direktni utjecaji. Također, koristi humora za fizičko i psihičko zdravlje mogu se ostvariti kroz društvene i interpersonalne mehanizme, tako što povećavaju razinu čovjekove društvene podrške. Pojedinci koji su sposobni efektivno se koristiti humorom kako bi izbjegli međusobne konflikte i tenzije te potaknuli pozitivne osjećaje kod drugih vjerojatno posljedično uživaju brojnije i više zadovoljavajuće društvene odnose.

Međutim, postoje različiti stilovi humora čiji sadržaji ne moraju nužno podupirati kvalitetne društvene odnose. Martin (2003) razlikuje pozitivne stilove humora – *afilijativni* i *samoosnažujući* humor u jednu ruku i negativne stilove – *agresivni* i *samoporažavajući* humor u drugu. Kao što im govore nazivi, funkcija afilijativnog i samoosnažujućeg humora je stvarati kvalitetne društvene odnose s drugima te na vedar način kod samoga sebe kontinuirano graditi pozitivnu sliku o vlastitom identitetu. Suprotno tome, agresivni i samoporažavajući stilovi

humora izuzetno su štetni po društvene odnose jer služe namjernom umanjivanju vrijednosti tuđih i vlastitih sposobnosti i mogućnosti.

Provedena su brojna istraživanja koja ispituju razinu sreće između ljudi koji se na svakodnevnoj bazi koriste afilijativnim i samoosnažujućim humorom i onih koji se služe agresivnim i samoporažavajućim humorom. Njihovi nalazi konzistentno pokazuju pozitivnu korelaciju između afilijativnog i samoosnažujućeg humora i sreće te pozitivnih osobina poput samopouzdanja, ali i pozitivnu korelaciju između agresivnog i samoporažavajućeg humora i negativnih emocija poput depresije i tjeskobe (Yue i sur., 2010; Kuiper i sur., 2004). Ove nalaze potvrđuje i istraživanje koje su proveli Ford i suradnici (2014), a kojim su također pokazali da ljudi koji se služe pozitivnim stilovima humora razvijaju korisne i adaptivne strategije njegova korištenja. S druge strane, oni kod kojih je dominantan stil humora negativan razvijaju samodestruktivne strategije njegova korištenja. Ovo je istraživanje također opisalo medijsku vezu između pozitivnog stila i sreće, pokazujući da su ljudi sretni baš zato što se koriste samoosnažujućim humorom na svakodnevnoj bazi, a čime analogno razvijaju i svoj pozitivan pogled na svijet te se smanjuje razina stresa.

Navedena su četiri stila humora pridonijela i istraživanjima povezanosti emocionalne inteligencije i društvenih kompetencija te smisla za humor. Naime, istraživanje Yipa i Martina (2005) pokazalo je postojanje povezanosti između emocionalne inteligencije i samoosnažujućeg humora, ali i negativnu korelaciju između nje i agresivnog i samoporažavajućeg humora, što nam sugerira da ova dva negativna stila humora uključuju poteškoće u procjeni emocija sebe i drugih. Drugim riječima, ljudi koji ne mogu percipirati svoje ili tuđe emocionalno stanje, često se koriste neprimjerenim humorom ili kako bi zadirkivali druge, ili kako bi prekomjerno omalovažavali sebe i sakrili prave osjećaje.

Zanimljivo je istraživanje koje su proveli Hauck i Thomas (1972), a kojim su htjeli ispitati odnos humora i inteligencije, kreativnosti te namjernog i usputnog učenja. Njihovi nalazi pokazali su pozitivnu povezanost humora i usputnog učenja, ali ne i namjernog, pa se ustaljeno vjerovanje da je za učenje potrebna i doza humora ovdje nije potvrdila. Iako je povezanost kreativnosti i inteligencije potvrđena malom korelacijom u ovome istraživanju, korelacija između humora i inteligencije te humora i kreativnosti pozitivna je i značajna u oba slučaja.

Nakon pregleda raznolikih efekata humora na čovjekovu socijalnu i društvenu dimenziju i svakodnevni život, jasnije je zašto se humor u društvenim znanostima ne bi trebao odbacivati kao trivijalna tema pored ostalih pitanja. Iako još uvijek nisu brojna, provedena istraživanja odnosa humora s ostalim ljudskim i društvenim osobinama daje nam ipak malo bolji uvid u funkcioniranje pojedinca i društvene cjeline. Dakle, osim što znamo da je humor vrlo bitna stavka u suočavanju s bilo kakvom vrstom nedaće, saznajemo i koliko je zapravo slojevit fenomen. Razina kulturnog kapitala, primjerice, određuje preferenciju humora neke društvene klase, a to služi li se netko pozitivnim ili negativnim stilom humora štošta nam govori o razini sreće te osobe. Međutim, promatrajući dva navedena koncepta i njihov odnos s humorom, postavlja se pitanje koje istraživanja do ovog trenutka nisu sasvim pokrila. Naime, nameće se razmišljanje o tome ima li preferencija prema *highbrow* ili *lowbrow* humoru ikakvu poveznicu s osjećajem sreće pojedinaca? Drugim riječima, utječe li vrsta humora kojom se služimo na našu sreću, odnosno jesmo li sretniji kada nam humor ispunjava svakodnevnicu ili kada je alat za njezino kritiziranje? Sljedeće poglavlje donosi analizu podataka kojom nastojimo odgovoriti na ovo pitanje.

5. Povezanost upotrebe i preferencije humora s osjećajem sreće

5.1. Provedeno istraživanje i uzorak

Za ispitivanje povezanosti upotrebe i preferencije različitih vrsta humora u svakodnevnom životu i osobnog osjećaja sreće poslužili su nam prikupljeni podaci iz ranije navedenih istraživanja Pavić i Krivokapić (2020) i Pavić i sur. (2020).

Kao što je spomenuto, istraživanja su ispitivala postojanje zajedničkih stereotipa među četiri države bivše Jugoslavije (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija i Crna Gora) u pogledu produkcije humora, upotrebe humora i vrednovanja humora. Uzorak se sastojao od 611 nasumično odabranih studenata s četiri filozofska fakulteta iz četiri navedene države. Rezultati, prema kojima se Hrvati i Slovenci percipiraju kao najmanje smiješni i oni koji humor najmanje vrednuju kao alat za nasmijavanje i opuštanje, a Bosanci viđeni kao najsmješniji i najopušteniji, potvrđuju postojanje međusobnog stereotipiziranja među četiri države. Pavić i Krivokapić (2020) ponudili su moguće odgovore na pitanje što je izvor ovim stereotipima. Prvo je objašnjenje upravo klasična podjela na Istok i Zapad, prema kojoj Hrvati i Slovenci kako geografski tako i kulturno naginju prema Zapadu, a teže i odmicanju od balkanskih shvaćanja, načina života i mentaliteta, koji najčešće podrazumijeva opuštenost i hedonizam. Drugo, poštovanje prema bosanskom humoru među ostalim narodima Balkana počinje još 80-ih godina u Jugoslaviji začetkom novih popularnih pokreta i humorističnih sadržaja, čija se poanta ne usuglašava sa sadržajima hrvatske televizije i filmskog humora. Drugim riječima, komedije ostalih naroda često su vulgarne i šokantne, a hrvatske su komedije rjeđe granične, no češće moralnog i društvenog prizvuka s pozitivnim pogledom na loše situacije.

Sljedeći je korak bio ispitati utemeljenost postojećih stereotipa u realnosti, odnosno povezati humor s teorijom kulturnog kapitala. Kao što smo opisali u pregledu prethodnih istraživanja, nije sasvim jasno jesu li, primjerice, hrvatski humoristični sadržaji jednostavno loše kvalitete, stoga i manje smiješni, ili odražavaju preferenciju naroda prema *highbrow* stilu humora koji nije uobičajen za balkanski prostor, što onda dovodi do kulturalnih nesporazuma i nerazumijevanja. Pavić i sur. (2020) zaključili su da stereotipi nisu povezani s različitim preferencijama prema humoru među različitim državama, jer značajnih razlika niti nema.

Podatke koji su prikupljeni u svrhu navedenih istraživanja iskoristit ćemo kako bismo ispitili povezanost preferencije humora i procjene vlastite razine sreće na višem nivou, odnosno ne obazirući se na nacionalnost ispitanika. Osim toga, pokušali smo povezati preferenciju određene vrste humora s manje pozitivnim osjećajima poput nervoze i napetosti, pa vidjeti

opisuju li se sudionici s preferencijom prema, primjerice, *highbrow* humoru samo manje sretnima ili su osim toga skloniji i negativnim osjećajima.

5.2. Istraživačko pitanje i hipoteza

Istraživačka pitanja koja smo postavili prije analize podataka glase:

- 1) Procjenjuju li se osobe koje preferiraju *highbrow* humor u svakodnevnom životu manje sretnima od onih kojima je humor alat za nasmijavanje drugih i suočavanje sa svakodnevicom?
- 2) Ako se osobe koje preferiraju *highbrow* humor procjenjuju manje sretnima, osjećaju li i negativne emocije poput nervoze i napetosti?

Na temelju istraživačkog pitanja postavili smo sljedeće hipoteze:

H1: Osobe koje preferiraju *highbrow* humor u svakodnevnom životu osjećaju se manje sretnima u odnosu na osobe koje se humorom koriste za nasmijavanje i zabavu.

H2: Osobe s preferencijom prema *highbrow* humoru češće se osjećaju nervoznima i napetima.

5.3. Metodologija

Kao što je navedeno, preuzeti uzorak iz opisanih istraživanja sastoji se od 611 studenata s četiri filozofska fakulteta, slučajno odabranih s popisa različitih studijskih grupa. Uzorak čini 73 posto ženskih i 27 posto muških sudionika koji su upitnik ispunjavali bez intervencije istraživača. Kada je u pitanju mjerenje produkcije i upotrebe humora, u ovome je istraživanju upotrijebljena *multidimenzionalna skala humora* (Thorson i Powell, 1993), a sastoji se od četiri komponente – *društvena produkcija i upotreba humora*, *adaptivni humor*, *uvažavanje humora kod drugih* i *stavovi prema humoru*. Skala sadrži ukupno 24 čestice kojima su ispitivane navedene komponente. *Društvena produkcija i upotreba humora* odnosi se na pojedinčevu sposobnost da se humorom koristi kreativno i u društvene svrhe, odnosno kako bi nasmijao i zabavio druge. *Adaptivni humor* vrsta je humora koji nam pomaže u suočavanju s određenim poteškoćama i nošenju sa stresnim situacijama. *Uvažavanje humora* komponenta je koja opisuje stavove ispitanika prema humorističnim osobama i njihovom smislu za humor, odnosno vrednuju li ga pozitivno ili negativno, a komponenta *stavovi prema humoru* opisuje ispitanikovo

općenito vrednovanje humora. Čestice za svaku pojedinu komponentu *multidimenzionalne skale* nalaze se u sljedećoj tablici:

Tablica 1.

Čestice koje mjere pojedince komponente multidimenzionalne skale humora

Društvena produkcija i upotreba humora	Adaptivni humor
1. Prijatelji me smatraju duhovitim/duhovitom.	1. Humor mi pomaže da se nosim sa svakodnevnicom.
2. Mogu reći stvari na takav način da se ljudi nasmiju.	2. Upotreba humora pomaže mi da savladam teške situacije.
3. Moje duhovite izreke često zabavljaju druge.	3. Upotreba humora opušta me.
4. Ljudi od mene očekuju da ću reći nešto zabavno i duhovito.	4. Upotreba humora dobar je način savladavanja svakodnevnih izazova.
5. Upotrebljavam humor kako bi zabavio svoje prijatelje.	5. Mogu upotrijebiti svoju duhovitost kako bih se prilagodio/la životnim situacijama.
6. Siguran sam da mogu nasmijati ljude ako želim.	6. Humor je loš mehanizam za rješavanje životnih problema.
7. Ljudi mi često kažu da sam duhovit/a.	7. Glupo je pokušavati savladati teške situacije pomoću humora.
8. Često smišljam šale i smiješne stvari kako bi ih ispričao/la drugima.	
9. Ljude često mogu navesti da „umru od smijeha“ zbog stvari koje kažem.	
10. Često mogu olakšati nezgodne situacije tako da kažem nešto smiješno.	
11. Humorom mogu kontrolirati ljude i grupe ljudi.	
Uvažavanje humora	Stavovi prema humoru
1. Ne volim komičare	1. Volim dobru šalu.
2. Ljudi koji pričaju šale i viceve jako su napomi.	2. Nazvati nekoga „komičarem“ predstavlja pravu uvredu.
3. Cijenim ljude koji se vole šaliti.	3. Osjećam se neugodno kada netko priča viceve.

Nadalje, ispitanici su istim vrijednostima označavali slaganje na skali preferencije *highbrow* humora (Pavić i Krivokapić, 2020), koja se sastojala od sljedećih čestica:

- 1) Od humora prije svega očekujem da me zabavi i opusti.
- 2) Volim humor koji se može shvatiti odmah i koji ne zahtijeva previše razmišljanja („filozofiranja“).
- 3) Od humora prije svega očekujem da bude kritika društva u kojem živim.
- 4) Ne volim humor koji je previše kompliciran.
- 5) Kada su u pitanju filmovi i televizijske serije, najviše volim crne komedije.
- 6) Volim humor koji je provokativan i koji ismijava pojedine ljude i društvene grupe.

Za ispitivanje navedenih hipoteza, iz upitnika (Pavić i Krivokapić, 2020) izdvojili smo skupine čestica koje ispituju preferenciju prema *highbrow* humoru i produkciju i upotrebu humora te ih povezali s trećom i četvrtom česticom upitnika:

3. Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim? (uvijek, često, ponekad, rijetko, nikad)

4. Jeste li sretna osoba? (uvijek, često, ponekad, rijetko, nikad)

Dakle, objektivna mjerila i definicija sreće nisu određena, nego su ispitanici na osnovu vlastitih vrijednosti procjenjivali razinu svoje sreće. Pearsonovom korelacijom ispitali smo postoji li veza između ovih skupina čestica i samoprocijenjenog osjećaja sreće, nervoze i napetosti. Potom smo multiplom linearnom regresijom pobliže istražili statistički signifikantne povezanosti.

5.4. Rezultati istraživanja

Tablica 2.

Pearsonova korelacija produkcije i upotrebe humora i čestice *Jeste li sretna osoba?*

		Correlations						
		Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Jeste li sretna osoba?	Produkcija i upotreba humora	Adaptivna upotreba humora	Negativan stav prema humoru	Uvažavanje humora	Preferencija highbrow humora
Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Pearson Correlation	1	-,380**	,057	,028	-,068	,048	-,141**
	Sig. (2-tailed)		,000	,159	,485	,092	,238	,000
	N	611	610	611	611	611	611	609
Jeste li sretna osoba?	Pearson Correlation	-,380**	1	-,234**	-,120**	,088*	-,140**	,240**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,030	,001	,000
	N	610	610	610	610	610	610	608
Produkcija i upotreba humora	Pearson Correlation	,057	-,234**	1	,538**	-,234**	,387**	,041
	Sig. (2-tailed)	,159	,000		,000	,000	,000	,307
	N	611	610	611	611	611	611	609
Adaptivna upotreba humora	Pearson Correlation	,028	-,120**	,538**	1	-,335**	,605**	,113**
	Sig. (2-tailed)	,485	,003	,000		,000	,000	,005
	N	611	610	611	611	611	611	609
Negativan stav prema humoru	Pearson Correlation	-,068	,088*	-,234**	-,335**	1	-,357**	,059
	Sig. (2-tailed)	,092	,030	,000	,000		,000	,148
	N	611	610	611	611	611	611	609
Uvažavanje humora	Pearson Correlation	,048	-,140**	,387**	,605**	-,357**	1	-,040
	Sig. (2-tailed)	,238	,001	,000	,000	,000		,319
	N	611	610	611	611	611	611	609
Preferencija highbrow humora	Pearson Correlation	-,141**	,240**	,041	,113**	,059	-,040	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,307	,005	,148	,319	
	N	609	608	609	609	609	609	609

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Ako promotrimo korelaciju između čestice *Jeste li sretna osoba?* i grupne skale koja mjeri upotrebu i produkciju humora (Tablica 2), odnosno svakodnevnu upotrebu humora za opuštanje i nasmijavanje okoline, vidimo statistički signifikantnu vezu koja iznosi -0,234. Važno je napomenuti da je osjećaj sreće u ovom upitniku mjereno na skali od 1 do 5, ali je najmanja vrijednost 1 zapravo predstavljala „uvijek”, a najveća vrijednost 5 „nikad”. Stoga, ispitanici koji su izražavali visoke vrijednosti na skali upotrebe i produkcije humora, odabirali su niže vrijednosti kod samoprocjene vlastite sreće. Zbog toga, koeficijent korelacije je negativan. Ono što iz toga možemo zaključiti jest da što je opušteniji pogled na humor i njegova upotreba češća, to se osobe procjenjuju sretnijima.

Tablica 3.

Pearsonova korelacija preferencije *highbrow* humora i čestice *Jeste li sretna osoba?*

		Correlations						
		Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Jeste li sretna osoba?	Produkcija i upotreba humora	Adaptivna upotreba humora	Negativan stav prema humoru	Uvažavanje humora	Preferencija highbrow humora
Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 611	-.380** .000 610	.057 .159 611	.028 .485 611	-.068 .092 611	.048 .238 611	-.141** .000 609
Jeste li sretna osoba?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.380** .000 610	1 610	-.234** .000 610	-.120** .003 610	.088* .030 610	-.140** .001 610	.240** .000 608
Produkcija i upotreba humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.057 .159 611	-.234** .000 610	1 611	.538** .000 611	-.234** .000 611	.387** .000 611	.041 .307 609
Adaptivna upotreba humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.028 .485 611	-.120** .003 610	.538** .000 611	1 611	-.335** .000 611	.605** .000 611	.113** .005 609
Negativan stav prema humoru	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.068 .092 611	.088* .030 610	-.234** .000 611	-.335** .000 611	1 611	-.357** .000 611	.059 .148 609
Uvažavanje humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.048 .238 611	-.140** .001 610	.387** .000 611	.605** .000 611	-.357** .000 611	1 611	-.040 .319 609
Preferencija highbrow humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.141** .000 609	.240** .000 608	.041 .307 609	.113** .005 609	.059 .148 609	-.040 .319 609	1 609

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kada pogledamo korelaciju između grupe čestica koje mjere preferenciju prema *highbrow* humoru i čestice *Jeste li sretna osoba?* (Tablica 3), njezin je koeficijent značajan, a iznosi 0,240. Ovdje se također radi o negativnom odnosu, iako je koeficijent pozitivne vrijednosti. Dakle, što je veća preferencija prema *highbrow* humoru, osobe se procjenjuju manje sretnima.

Tablica 4 .

Pearsonova korelacija preferencije *highbrow* humora i čestice *Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?*

		Correlations						
		Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Jeste li sretna osoba?	Produkcija i upotreba humora	Adaptivna upotreba humora	Negativan stav prema humoru	Uvažavanje humora	Preferencija highbrow humora
Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 611	-.380** .000 610	.057 .159 611	.028 .485 611	-.068 .092 611	.048 .238 611	-.141** .000 609
Jeste li sretna osoba?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.380** .000 610	1 610	-.234** .000 610	-.120** .003 610	.088* .030 610	-.140** .001 610	.240** .000 608
Produkcija i upotreba humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.057 .159 611	-.234** .000 610	1 611	.538** .000 611	-.234** .000 611	.387** .000 611	.041 .307 609
Adaptivna upotreba humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.028 .485 611	-.120** .003 610	.538** .000 611	1 611	-.335** .000 611	.605** .000 611	.113** .005 609
Negativan stav prema humoru	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.068 .092 611	.088* .030 610	-.234** .000 611	-.335** .000 611	1 611	-.357** .000 611	.059 .148 609
Uvažavanje humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.048 .238 611	-.140** .001 610	.387** .000 611	.605** .000 611	-.357** .000 611	1 611	-.040 .319 609
Preferencija highbrow humora	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.141** .000 609	.240** .000 608	.041 .307 609	.113** .005 609	.059 .148 609	-.040 .319 609	1 609

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Preferenciju prema *highbrow* humoru isto smo tako htjeli dovesti u vezu s negativnim osjećajima napetosti i nervoze (Tablica 4), a koeficijent korelacije s česticom *Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?* iznosi -0,141. Ovaj rezultat ruši primarnu pretpostavku da se osobe s jakim preferencijom prema *highbrow* humoru, osim manje sretnima, osjećaju napetije i nervoznije. Štoviše, korelacija je ovdje signifikantna, što nam zapravo govori da s rastom preferencije prema *highbrow* humoru opadaju osjećaji nervoze i napetosti. Zanimljivo je usporediti ovaj koeficijent s koeficijentom korelacije između upotrebe i produkcije humora i iste čestice *Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?*. Uočavamo da koeficijent iznosi 0,058, ali nije statistički signifikantan. Dakle, iako se osobe kojima je humor svakodnevni dio života procjenjuju sretnijima, negativniji osjećaji kod njih nisu nužno u opadanju.

Tablica 5 .

Ostale signifikantne korelacije

		Correlations						
		Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Jeste li sretna osoba?	Produkcija i upotreba humora	Adaptivna upotreba humora	Negativan stav prema humoru	Uvažavanje humora	Preferencija highbrow humora
Koliko se često osjećate nervoznim ili napetim?	Pearson Correlation	1	-.380**	,057	,028	-.068	,048	-.141**
	Sig. (2-tailed)		,000	,159	,485	,092	,238	,000
	N	611	610	611	611	611	611	609
Jeste li sretna osoba?	Pearson Correlation	-.380**	1	-.234**	-.120**	,088*	-.140**	,240**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,030	,001	,000
	N	610	610	610	610	610	610	608
Produkcija i upotreba humora	Pearson Correlation	,057	-.234**	1	,538**	-.234**	,387**	,041
	Sig. (2-tailed)	,159	,000		,000	,000	,000	,307
	N	611	610	611	611	611	611	609
Adaptivna upotreba humora	Pearson Correlation	,028	-.120**	,538**	1	-.335**	,605**	-.113**
	Sig. (2-tailed)	,485	,003	,000		,000	,000	,005
	N	611	610	611	611	611	611	609
Negativan stav prema humoru	Pearson Correlation	-.068	,088*	-.234**	-.335**	1	-.357**	,059
	Sig. (2-tailed)	,092	,030	,000	,000		,000	,148
	N	611	610	611	611	611	611	609
Uvažavanje humora	Pearson Correlation	,048	-.140**	,387**	,605**	-.357**	1	-.040
	Sig. (2-tailed)	,238	,001	,000	,000	,000		,319
	N	611	610	611	611	611	611	609
Preferencija highbrow humora	Pearson Correlation	-.141**	,240**	,041	,113**	,059	-.040	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,307	,005	,148	,319	
	N	609	608	609	609	609	609	609

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Osim navedenih rezultata kojima smo ispitivali postavljene hipoteze, zanimljivo je promotriti još neke od signifikantnih koeficijenata korelacije (Tablica 5). Primjerice, koeficijent korelacije između faktora produkcije i upotrebe humora i faktora adaptivnog humora pozitivan je i statistički signifikantan te iznosi 0,538, a faktor preferencije *highbrow* humora isto je tako u pozitivnoj korelaciji 0,113 s faktorom adaptivnog humora. Skala adaptivnog humora sastoji se od čestica koje ispituju upotrebu humora za suočavanje sa svakodnevnim izazovima i problemima. Dakle, i osobe koje humor upotrebljavaju za zabavu i nasmijavanje i osobe s

preferencijom prema *highbrow* humoru cijene humor u službi prilagodbe različitim životnim situacijama, izazovima i problemima. Nadalje, primjećujemo značajni negativni koeficijent korelacije između faktora produkcije i upotrebe humora i faktora negativnog stava prema humoru koji iznosi -0,234 s jedne strane, a značajni pozitivni koeficijent korelacije između produkcije i upotrebe humora i uvažavanja humora u iznosu od 0,387. Ovo nije iznenađujuće jer upravo naznačuje da što je češća upotreba humora za zabavu u svakodnevicu, to je kod osoba pozitivniji stav prema humoru i u većoj mjeri ga cijene. Pogledamo li koeficijente korelacije između faktora preferencije *highbrow* humora i ista dva faktora, vidimo da povezanosti nisu statistički značajne. Dakle, možemo zaključiti da, dok osobe koje se humorom zabavljaju imaju prema njemu izrazito pozitivan stav i uvažavaju ga, preferencija prema *highbrow* humoru nije, kako bismo možda očekivali, signifikantan prediktor negativnog stava i neuvažavanja humora. Drugim riječima, preferencija *highbrow* humora ovdje znači i indiferentnost prema svakodnevnom humoru.

Kako bismo dobili bolji uvid u ustanovljene veze između faktora produkcije i upotrebe humora i osjećaja sreće te faktora preferencije *highbrow* humora i osjećaja sreće, proveli smo multiplu linearnu regresiju s kontrolnim varijablama spola i nacionalnosti, te zavisnom varijablom *Jeste li sretna osoba?*

Tablica 6.

Sažeti prikaz rezultata linearne regresije

Model Summary ^a										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,221 ^a	,049	,042	,804	,049	7,708	4	601	,000	
2	,380 ^b	,144	,131	,765	,096	13,317	5	596	,000	2,000

a. Predictors: (Constant), Srbija, Spol, Bosna, Crna Gora

b. Predictors: (Constant), Srbija, Spol, Bosna, Crna Gora, Negativan stav prema humoru, Produkcija i upotreba humora, Preferencija *highbrow* humora, Uvažavanje humora, Adaptivna upotreba humora

c. Dependent Variable: Jeste li sretna osoba?

Tablica 7.

Linearna regresija

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,585	,150		17,187	,000					
	Spol	-,223	,074	-,121	-2,999	,003	-,090	-,121	-,119	,976	1,025
	Crna Gora	-,456	,094	-,240	-4,859	,000	-,168	-,194	-,193	,651	1,537
	Bosna	-,204	,092	-,109	-2,219	,027	-,009	-,090	-,088	,660	1,515
	Srbija	-,112	,093	-,059	-1,203	,229	,056	-,049	-,048	,663	1,507
2	(Constant)	2,973	,389		7,649	,000					
	Spol	-,122	,073	-,066	-1,669	,096	-,090	-,068	-,063	,915	1,093
	Crna Gora	-,348	,094	-,183	-3,714	,000	-,168	-,150	-,141	,592	1,688
	Bosna	-,117	,089	-,062	-1,315	,189	-,009	-,054	-,050	,642	1,558
	Srbija	-,039	,090	-,020	-,434	,664	,056	-,018	-,016	,647	1,545
	Produkcija i upotreba humora	-,020	,005	-,194	-4,215	,000	-,236	-,170	-,160	,675	1,481
	Adaptivna upotreba humora	-,001	,009	-,007	-,139	,889	-,120	-,006	-,005	,498	2,007
	Negativan stav prema humoru	,002	,013	,006	,147	,884	,091	,006	,006	,837	1,194
	Uvažavanje humora	-,034	,024	-,071	-1,427	,154	-,140	-,058	-,054	,578	1,731
	Preferencija highbrow humora	,047	,009	,214	5,311	,000	,239	,213	,201	,888	1,126

a. Dependent Variable: Jeste li sretna osoba?

U tablici 6 prikazan je prilagođeni koeficijent determinacije (*Adjusted R Square*) za nezavisne varijable spola i nacionalnosti koji iznosi 0,042, odnosno 4,2% varijance varijable *Jeste li sretna osoba?* objašnjeno je njezinom povezanošću sa spolom ili nacionalnošću. Primjećujemo da s povećanjem broja nezavisnih varijabla, odnosno uključivanjem komponenata *multidimenzionalne skale humora* i skale preferencije highbrow humora prilagođeni koeficijent raste na 13,1%. U tablici 7 uočavamo da za svako povećanje preferencije *highbrow* humora za 1, osjećaj vlastite sreće opada za 0,047 ($\beta = 0,214$)¹. Također, za svako povećanje od 1 na skali produkcije i upotrebe humora, osjećaj sreće raste za 0,02 ($\beta = -0,194$)². Obje su povezanosti statistički značajne. Signifikantne koeficijente nalazimo i kod varijabli nacionalnosti i spola. Kod nominalne varijable nacionalnosti, referentna su skupina ispitanici iz Hrvatske, a koeficijent -0,456 ($\beta = -0,240$) za Crnu Goru te -0,204 ($\beta = -0,109$) za Bosnu uz signifikantne t-vrijednosti otkrivaju nam da se ispitanici iz te dvije zemlje procjenjuju sretnijima od ispitanika iz Hrvatske. Kod varijable spola, uočavamo da žene imaju za -0,233 ($\beta = -0,121$) manji rezultat na zavisnoj varijabli od muškaraca³, čime zaključujemo da se od njih procjenjuju sretnijima.⁴

¹ koeficijent pozitivan zbog načina mjerenja sreće (veća vrijednost označava manji stupanj sreće)

² koeficijent negativan zbog načina mjerenja sreće (manja vrijednost označava veći stupanj sreće)

³ U analizi podataka, muškarci su kodirani vrijednošću 1, a žene vrijednošću 2.

⁴ Za sve navedene koeficijente nacionalnosti i spola također treba uzeti u obzir način mjerenja sreće (najmanja vrijednost označava najveći stupanj sreće), što koeficijentima mijenja predznak

5.5. Rasprava rezultata

Analizom dobivenih rezultata utvrdili smo pozitivnu korelaciju između osjećaja sreće i upotrebe humora u svakodnevici kako bi se nasmejalo okolinu, a negativnu korelaciju između preferencije *highbrow* humora i osjećaja sreće. Budući da je ono što određuje *highbrow* humor upravo uočavanje i kritiziranje društvenog nesklada i problema te propitivanje stanja društva, pretpostavljamo da su osobe koje preferiraju takav stil humora umjesto svakodnevnog opuštenog humora svjesnije negativnih aspekata društvenog života, što posljedično utječe i na razinu njihove sreće. Sukladno, osobe kojima humor ne služi kao kritika društva, nego kao nešto čime će opustiti sebe i nasmejati okolinu, vjerojatno se u svojoj svakodnevici manje opterećuju širom slikom i negativnim stranama društvene strukture, pa se stoga i procjenjuju sretnijima. Ovime je naša prva hipoteza potvrđena. Naši nalazi u skladu su s već spomenutim psihološkim istraživanjima dobrobiti humora koja su demonstrirala upravo razlike u zadovoljstvu i sreći između onih koji se humorom svakodnevno služe kako bi prebrodili teške situacije i onih koji to ne čine (Lund i sur., 2008) te koliko pozitivnije samoosnažujuća i afilijativna dimenzija humora utječe na čovjekovu samopercepciju i njegove društvene odnose od agresivnog i samodestruktivnog humora (Yue i sur., 2010; Kuiper i sur., 2004).

Nadalje, drugom smo hipotezom pretpostavili da se osobe s jačom preferencijom prema *highbrow* humoru osjećaju nervoznije i napetije od onih koji preferiraju zabavnu dimenziju humora. Ova pretpostavka nije se potvrdila jer nam koeficijenti korelacije zapravo otkrivaju značajnu negativnu povezanost između faktora preferencije *highbrow* humora i osjećaja napetosti i nervoze što znači da se ove negativne emocije pojavljuju manje što osoba više preferira *highbrow* humor. Zanimljivo je kako povezanost između istih emocija i faktora produkcije i upotrebe humora nije značajna, što otkriva da korištenje humora kao zabavnog alata nije nužno i prediktor smanjenja negativnih emocija.

5.5.1. Ograničenja istraživanja

Vodič za postavljanje druge hipoteze bila je upravo i prva hipoteza, odnosno pretpostavka da su manje sretni oni pojedinci koji uočavaju nepravilnosti i apsurdnosti društvene strukture, a što posljedično dovodi i do stvaranja napetosti ili nervoze u samom pojedincu. Iako rezultati pokazuju potvrdu prve hipoteze, manjak sreće u ovom uzorku ne znači nužno i prisutnost drugih emocija. Moguće je da objašnjenje ovakvih povezanosti na ovome uzorku leži u društvenoj pozadini ili socioekonomskom statusu sudionika. Naime, u teorijskom pregledu teme, spomenuli smo da su pojedinci višeg stupnja obrazovanja često i višeg kulturnog kapitala, što kod njih

stvara specifičniji ukus i preferenciju prema nesvakidašnjim oblicima zabave, uključujući i humora. Međutim, naš su uzorak činili studenti s filozofskih fakulteta, čiji se stupnjevi obrazovanja ne razlikuju drastično, ali nam i njihov status studenta ne govori puno o raznolikosti njihovih društvenih pozicija. U potencijalnim budućim istraživanjima, valjalo bi istražiti i ekonomski status sudionika različitih društvenih skupina, dakle ne isključivo studente, i osim s humorom, povezati ga s određenim pozitivnim i negativnim emocijama. Moguće je, dakle, da upravo društvena i ekonomska stabilnost umanjuju negativne emocije poput nervoze i napetosti kod naših sudionika, ali u isto vrijeme ne nude i osjećaj većeg zadovoljstva i sreće. S druge strane, sudionici koji su sretniji i koji su izrazili preferenciju prema zabavnim komponentama humora, moguće imaju slabiju ekonomsku stabilnost što ipak stvara osjećaj nesigurnosti.

Zanimljivo je da su neka od istraživanja (Gertham i Johannesson, 1997; van Landeghem i Vandeplas, 2017) pokazala pozitivnu korelaciju između percipiranog osjećaja sreće i obrazovanja odnosno socioekonomskog statusa pojedinca. Drugim riječima, srednji do viši stupanj obrazovanja često je prediktor jačeg osjećaja sreće i životnog zadovoljstva pojedinca, kao i zaposlenje i viši društveni status. Sukladno tomu, ako pojedinci višeg statusa i stupnja obrazovanja u većoj mjeri preferiraju *highbrow* humor što su istraživanja i pokazala, zapravo bi logično bilo pretpostaviti ono suprotno od naših hipoteza, a to je da su osobe s izraženijom preferencijom *highbrow* humora sretniji od osoba kojima je humor svakodnevna pojava. Međutim, upravo zbog kritičke dimenzije *highbrow* humora koja naglašava negativnije strane i problematike društvenog poretka, pretpostavili smo da i sama preferencija prema njemu umanjuje percepciju vlastite sreće i zadovoljstva, što se na našem uzorku studenata i potvrdilo.

5.5.2. Prijedlozi za buduća istraživanja

Budući da nam navedena istraživanja demonstriraju pozitivno proporcionalnu vezu između sreće i obrazovnog i socioekonomskog statusa, te visokog kulturnog kapitala i preferencije prema *highbrow* humoru, a naša nam analiza sugerira da je veza između preferencije *highbrow* humora i sreće negativna, ovo može biti temelj za dublje analize i istraživanja ovih povezanosti na nešto reprezentativnijem uzorku od studentske populacije, kako bismo s većom sigurnošću mogli utvrditi uzročno posljedične odnose među navedenim varijablama. Ono što se iz našega uzorka i analize zasigurno može zaključiti jest da se među populacijom koju po društvenom statusu i obrazovanju čine relativno slično pozicionirani ispitanici, u našem slučaju studenti, ipak može potvrditi naša početna teza o različitoj percepciji vlastite sreće s obzirom na

preferenciju i stil humora u svakodnevici. Ispitati ovaj odnos na sudionicima različitih društvenih skupina i položaja u društvenoj strukturi predlažemo za neko od budućih istraživanja.

U teorijskom smo pregledu teme humora kao sociološkog fenomena ukratko opisali i stavove različitih društvenih klasa prema politički nekorektnim šalama i govoru, odnosno perpetuiranju stereotipa na račun manjinskih etničkih skupina, žena i ostalih deprivilegiranih društvenih zajednica. Obrazovaniji pojedinci visokog kulturnog kapitala takav humor odbacuju s prezirom, označavajući ga kao moralno pogrešan i pogrđan, no niže obrazovani pojedinci i radnička klasa ne vide nužno ništa sporno u zbijanju takvih šala (Friedman, 2014). Zanimljivo bi bilo provesti etnometodološko istraživanje humora, provodeći vrijeme na radnim mjestima osoba različitog društvenog statusa i obrazovanja i promatrati tijek interakcije, stilove humora te sadržaje o kojima se kroz humor razgovara. Dakle, koje bi se konkretne razlike u humoru mogle uočiti i opisati promatrajući radne i društvene odnose u nekom uredu ili školskoj zbornici, odnosno u automehaničarskoj radnji ili na gradilištu? Zanimljivo je pitanje, također, i koje se funkcije humora najviše ispoljavaju u određenom okruženju, odnosno koja od klasičnih teorija humora i socioloških strategija najbolje opisuju konkretna radna mjesta? Drugim riječima, koji konteksti rada potiču humor koji će reflektirati hijerarhijske odnose i nečiju nadmoć, u kojima je glavna zadaća humora otpuštanje tenzija kako bi se održali ravnoteža i red, na koji način se događa prelazak iz *ozbiljnog* u *humorističan način rada* (Davis, 1995), te u kojoj se mjeri u pojedinim radnim okruženjima humorom koristi kao *korektivom* (Bergson, 1911) za greške i neprimjereno djelovanje? Nalazi koji bi odgovorili na navedena pitanja dali bi dublji uvid u razlike upotrebe i preferencije humora od strane društvenih skupina koje svoju svakodnevicu provode na drugačije načine, što bi potencijalno moglo biti pokazatelj vrijednosti koje se njeguju unutar njih. Također, valjalo bi ispitati i pojavu četiri stila humora – *afilijativni*, *samoosnažujući*, *samoporažavajući* i *agresivni* (Martin, 2003) – odnosno njihovu učestalost u društvenim odnosima na tim radnim mjestima. Budući da su istraživanja (Yue i sur., 2010; Kuiper i sur., 2004; Ford i sur., 2014) demonstrirala značajne razlike među onima koji se koriste afilijativnim i samoosnažujućim humorom u jednu ruku te onih koji se koriste agresivnim i samoporažavajućim humorom u drugu, čini se da bi od velike koristi bilo istražiti svakodnevne upotrebe ovih stilova humora i u izvanrednim situacijama poput, primjerice, pandemije koronavirusa. Dotaknuli smo se ukratko važnosti humora na razini čitavog društva u tome razdoblju i njegovih pozitivnih utjecaja, no vrlo je šturi istraživački uvid u njegove negativne utjecaje na čovjekovo stanje i sposobnost nošenja s navedenim okolnostima.

6. Zaključak

Budući da je humor smatran nedovoljno ozbiljnim predmetom istraživanja koji je suviše spontana i individualna pojava u čiju se srž ne može znanstveno doprijeti, često je zanemarivan od strane društvenih znanosti. U sociologiji, najbrže se razvijaju pitanja rodne ili etničke nejednakosti, manjina ili migracija, moralnih vrijednosti različitih društvenih skupina, religioznosti i politike. Pored navedenih problematika, tema humora doima se suviše trivijalnom i subjektivnom kako bi joj se posvetilo previše pažnje i vremena. No, samim time što predstavlja pojavu koja je uvriježena u svakodnevicu svakoga čovjeka pa i društva u cjelini, humor se ne bi trebao ostaviti po strani i zanemariti, jer nam svojim dimenzijama i sadržajem može otkriti mnoštvo naizgled neprimjetnih činjenica o društvenoj strukturi i načinima na koje funkcionira naša svakodnevica. Zbog toga se humor polako nastoji opisati kao važan društveni fenomen pomoću teorijskih okvira i empirijskih istraživanja.

Osim tri klasične teorije humora – teorija nadmoći, teorija opuštanja i teorija nesklada – postoji nekoliko socioloških teorijskih okvira za predstavljanje intelektualnog potencijala teme humora. Najbitnije među njima su strukturalna, funkcionalistička, konfliktna, simboličko-interakcionistička te fenomenološka strategija. Strukturalna se strategija bavi upotrebom humora unutar glavnih društvenih kategorija poput dobi, spola, etničke pripadnosti i ruralne i urbane okoline te glavnih društvenih institucija poput obitelji, religije i politike. Ona implicira da dominantni tip humora unutar određene društvene kategorije ili institucije zapravo otkriva što su njihove glavne društvene napetosti. Funkcionalistička strategija nastoji objasniti koju funkciju humor vrši u društvenim grupama i unutargrupnim vezama. Bit ovog pristupa jest da je glavna funkcija humora otpuštanje tenzija unutar društvenih veza te ponovno uspostavljanje reda u društvenoj strukturi. Ova se perspektiva u određenim situacijama isprepliće sa simboličko-interakcionističkom perspektivom, budući da pojedinci svoje preferencije i stil humora mogu prilagoditi određenim društvenim skupinama, ako procijene da je biti njezinim članom vrijedno toga. Konfliktna strategija proučavanja humora u velikoj se mjeri temelji na političkom humoru. Sličnost između ove strategije i funkcionalističke jest u tome da je i ovdje predmet proučavanja izražavanje nesklada, ali u obliku konflikata, problema određenih društvenih skupina i međusobnih antagonizama. Dakle, humor, prema konfliktnom pristupu, služi kao alat za napad i obranu unutar neke društvene strukture. Fenomenološka perspektiva objašnjava važnost humora u prelasku iz ozbiljnog u opušteni način rada u svakodnevici, što održava ravnotežu u društvenom životu.

Sociološka su se istraživanja humora uvelike bavila njegovom povezanošću s kulturnim kapitalom i društvenim klasama, odnosno različitostima u preferenciji humora i šala među osobama različitog stupnja obrazovanja. Kontinuirano se potvrđuje pozitivna veza između višeg kulturnog kapitala i preferencije prema *highbrow* humoru s jedne strane, te između nižeg kulturnog kapitala i preferencije prema *lowbrow* humoru s druge. *Highbrow* humor određuje kritička dimenzija, propitivanje trenutnog društvenog stanja i ukazivanje na aktualne problematike, a *lowbrow* humor jednostavne je prirode čija je svrha nasmijati pojedinca i stvoriti dobru zabavu. Psihološka istraživanja humora ukazuju na njegove blagodati kada su u pitanju sreća i zadovoljstvo te pozitivan pogled na svaku situaciju, ali i njegovu pozitivnu povezanost s učenjem, kreativnošću i inteligencijom.

U našem istraživanju, nastojali smo istražiti povezanost između kulturnog kapitala, odnosno preferencije prema *highbrow* ili *lowbrow* humoru s osjećajem sreće pojedinca. Pretpostavili smo da se osobe koje preferiraju *highbrow* humor u svakodnevnom životu osjećaju manje sretnima u odnosu na osobe koje se humorom koriste za nasmijavanje i zabavu. Također, pretpostavili smo da se osobe s preferencijom prema *highbrow* humoru češće osjećaju nervoznima i napetima. Analizom podataka utvrdili smo pozitivnu korelaciju između osjećaja sreće i upotrebe humora u svakodnevici kako bi se nasmijalo okolinu, a negativnu korelaciju između preferencije *highbrow* humora i osjećaja sreće te tako potvrdili prvu hipotezu. Druga hipoteza nije potvrđena jer nam koeficijenti korelacije zapravo otkrivaju značajnu negativnu povezanost između faktora preferencije *highbrow* humora i osjećaja napetosti i nervoze što znači da se ove negativne emocije pojavljuju manje što osoba više preferira *highbrow* humor. Povezanost između istih emocija i faktora produkcije i upotrebe humora nije značajna, što otkriva da korištenje humora kao zabavnog alata nije nužno i prediktor smanjenja negativnih emocija.

Glavni je cilj ovoga rada predstavljanjem teorijskih opisa i empirijskih istraživanja pokazati višestrukost i dimenzionalnost humora kao fenomena i očitovanje različitih društvenih specifičnosti upravo kroz njegovu produkciju i izražavanje preferencije. Humor je dio svakodnevice svakog člana društva, no često pojednostavljujemo njegovu kompleksnost i zanemarujemo ono što nam se njime otkriva u svakoj našoj interakciji s drugima. Opažanje vlastitog smisla za humor i upotrebe humora društvenih grupa kojih smo članovi može nam proširiti svijest o našim stavovima o svijetu i odnosima s drugima, onome što pozitivno vrednujemo, a što preziremo. Humor je, dakle, igra riječi koja nam, ako smo ga spremni pobliže promotriti, može otkriti mnoštvo o tome kako funkcioniramo u svakodnevici.

7. Literatura

- 1) Attardo, S. (2010). Working class humor. *Humor*, 23(2), 121–126.
<https://doi.org/10.1515/humr.2010.006>
- 2) Bourdieu, P., i Nice, R. (1977). *Outline of a theory of practice*. London: Cambridge University Press.
- 3) Bourdieu, Pierre. (1979). *La Distinction: Critique Sociale Du Judgement*. SubStance. Vol.12. Paris: Editions de minuit. <https://doi.org/10.2307/3684493>.
- 4) Bakhtin, M. M., i Emerson, C. (1984). *Problems of Dostoevsky's poetics*. (ACLS Humanities E-Book.) Minneapolis: University of Minnesota Press.
- 5) Bergson, H. (1911). *Laughter: An essay on the meaning of the comic*. London: Macmillan.
- 6) Boskin, J. i Dorinson, J. (1985). Ethnic Humor: Subversion and Survival. *American Quarterly*, 37(1), 81–97. <https://doi.org/10.2307/2712764>
- 7) Celso, B.G., Ebener, D. J. i Burkhead, E. J. (2003). Humor coping, health status, and life satisfaction among older adults residing in assisted living facilities. *Aging and Mental Health*, 7(6), 438–445. [doi: 10.1080/13607860310001594691](https://doi.org/10.1080/13607860310001594691)
- 8) Chłopicki, W. i Brzozowska, D. (2021). Sophisticated humor against COVID-19: the Polish case. *Humor*, 34(2), 201–227. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0015>
- 9) Claessens, N. i Dhoest, A. (2010). Comedy taste: Highbrow/lowbrow comedy and cultural capital. *Journal of Audience and Reception Studies*, 7(1), 49–72.
- 10) Coser, R. (1959). Some social functions of laughter: A study of humor in a hospital setting. *Human Relations*, 12(2): 171–182.
- 11) Coser, R. (1960). Laughter among colleagues: A study of the social functions of humor among the staff of a mental hospital. *Psychiatry*, 23(1), 81–95.
- 11) Davis, M.S. (1995). Review: The Sociology of Humor: A Stillborn field?. *Sociological Forum*, 10(2), 327–339.
- 12) Durkheim, E. (1995). *The Elementary Forms of Religious Life*. New York: The Free Press.

- 13) Fine, G. A. (1979) Small groups and culture creation: The idioculture of Little League baseball teams. *American Sociological Review*, 44, 733–745.
- 14) Fine, G.A. (1983). Sociological Approaches to the Study of Humor. U: McGhee, P.E., Goldstein, J.H. (eds) Handbook of Humor Research. Springer, New York, NY.
https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7_8
- 15) Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. Boston: Unwin Hyman.
- 16) Friedman, S. i Kuipers, G. (2013). The Divisive Power of Humour: Comedy, Taste and Symbolic Boundaries. *Cultural Sociology*, doi: [10.1177/1749975513477405](https://doi.org/10.1177/1749975513477405)
- 17) Friedman, S. (2014). *Comedy and distinction: the cultural currency of a 'good' sense of humour*, Abingdon, Oxon: Routledge. Dostupno na <http://eprints.lse.ac.uk/59932/>
- 18) Gertham, U. i Johannesson, M. (1997). The relationship between happiness, health and socio-economic factors: results based on Swedish micro data. *Working Paper Series in Economics and Finance*, 207, 1–27. [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(01\)00118-4](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(01)00118-4)
- 19) Goffman, Erving (1974) *Frame Analysis: An Essay in the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press. Dostupno na https://urup.or.id/wp-content/uploads/2020/07/Erving_Goffman_Bennett_Berger_Frame_Analysis_BookFi.pdf
- 20) Hauck, W.E. i Thomas, J.W. (1972). The Relationship of Humor to Intelligence, Creativity, and Intentional and Incidental Learning. *The Journal of Experimental Education*, 40(4), 52–55.
- 21) humor, *Hrvatska enciklopedija* (n.d.). Hrvatska enciklopedija, Pristupljeno 16.7.2020. Dostupno na <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=26678>
- 22) Kuiper, N. A., Grimshaw, M., Leite, C., i Kirsh, G. (2004). Humor is not always the best medicine: Specific components of sense of humor and psychological well-being. *Humor: International Journal of Humor Research*, 17(1–2), 135–168. <https://doi.org/10.1515/humr.2004.002>

- 23) Kuipers, G. (2006). *Good humor, bad taste: A sociology of the joke*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- 24) Kuipers, G. (2008) *The Sociology of Humor*. U: Raskin, V. (ed.) *The Primer of Humor Research*. Mouton de Gruyter, Berlin. Dostupno na https://www.academia.edu/6196205/The_Primer_of_Humor_Research_Edited_by_Victor_Raskin
- 25) Lachmann, R., Echelman, R. i Davis, M. (1988). Bakhtin and Carnival: Culture as Counter-Culture. *Cultural Critique*, 11, 115–152. <https://doi.org/10.2307/1354246>
- 26) Lemish, D. i Elias, N. (2020). We Decided We Don't Want Children. We Will Let Them Know Tonight: Parental Humor on Social Media in a Time of Coronavirus Pandemic. *International Journal of Communication*, 14, 5261–5287.
- 27) Lozica, I. (2007). Carnival: A Short History of Carnival Customs and Their Social Function. *Nar.umjet.*, 44(1), 71–92. <https://hrcak.srce.hr/file/36632>
- 28) Lund, D.A., Utz, R., Caserta, M.S. i de Vries, B. (2008). Humor, Laughter and Happiness in the Daily Lives of Recently Bereaved Spouses. *Omega (Westport)*, 58(2), 87–105.
doi: [10.2190/om.58.2.a](https://doi.org/10.2190/om.58.2.a)
- 29) Martin, R.A. (2008) *Humor and Health*. U: Raskin, V. (ed.) *The Primer of Humor Research*. Mouton de Gruyter, Berlin. Dostupno na https://www.academia.edu/6196205/The_Primer_of_Humor_Research_Edited_by_Victor_Raskin
- 30) Pavić, Ž. i Krivokapić, N. (2020). Humour and ex-Yugoslav nations: is there any truth in the stereotypes?. *The European Journal of Humour Research*, 8(1), 112–129.
<http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2020.8.1.pavic>
- 31) Pavić, Ž., Krivokapić, N. i Kovačević, E. (2021). Cultural Capital, Education and Humor Use. U: Pavić, Ž., Šundalić, A., Zmaić, K., Sudarić, T., Stefani, C., Białous, M. i Janković, D. (eds.) *Global Challenges and Regional Specificities*. Filozofski fakultet, Osijek.

- 32) Supek, O. (1983). The Meaning of Carnival in Croatia. *Anthropological Quarterly*, 56(2), 90–94.
- 33) Tavory, I. (2014). The Situations of Culture: Humor and the Limits of Measurability. *Theoretical Sociology*, 43, 275–289. doi: [10.1007/s11186-014-9222-7](https://doi.org/10.1007/s11186-014-9222-7).
- 34) Taylor, B. (1995). Bakhtin, Carnival and the Comic Theory [doctoral thesis, Nottingham University]. <https://eprints.nottingham.ac.uk/11052/1/307809.pdf>
- 35) Thorson, J. A. i Powell, F. C. (1993). Development and validation of a multidimensional sense of humor scale. *Journal of Clinical Psychology*, 49(1), 13–23.
- 36) Uwanamodo, D. (2019). Sociology of Laughter and Humor. *The Rice Examiner*, 2(1), 149–167. <https://doi.org/10.25611/9hmg-fncc>.
- 37) van Landeghem, B. i Vandeplass, A. (2017). The Relationship between Status and Happiness: Evidence from the Caste System in Rural India. *Discussion Papers*, 11099, 1–23. Dostupno na: <http://hdl.handle.net/10419/174009>.
- 38) Yue, X., Hao, X., i Goldman, G. (2010). Humor styles, dispositional optimism, and mental health among undergraduates in Hong Kong and China. *Journal of Psychology in Chinese Societies*, 11, 173–188.
- 39) Yip, J.A. i Martin, R.A. (2005). Sense of humor, emotional intelligence, and social competence. *Journal of Research in Personality*, 40, 1202–1208. doi:[10.1016/j.jrp.2005.08.005](https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.08.005).
- 40) Zijderveld, A.C. (1982). *Reality in a Looking-glass: Rationality through an Analysis of Traditional Folly*. London: Routledge and Kegan Paul.
- 41) Zijderveld, A.C. (1983). Introduction: The Sociology of Laughter and Humor – an Outstanding Debt. *Current Sociology*, 31(1), 1–6. doi: [10.1177/001139283031003003](https://doi.org/10.1177/001139283031003003).