

Reality TV – próba analizy

EWA MAZIERSKA

Programy takie jak *Big Brother*, *Survivor*, *Popstars* czy *Castaway* należą do telewizyjnego gatunku, który najczęściej jest określany, również w Polsce, jako *reality television*, czyli „prawdziwa telewizja” albo „żywa telewizja”. Istnieją także nazwy próbujące dokładniej określić jego specyfikę, na przykład *surveillance television* (telewizja inwigilująca). Interesuje mnie to zjawisko zarówno samo w sobie, jak i jako przedmiot krytyki w mediach.

W celu uchwycenia różnych aspektów *reality shows*, zdecydowałam się zrezygnować ze spójnej metodologii na rzecz podejścia eklektycznego i skoncentrować na tym, co łączy poszczególne programy, czyli na *reality television* jako gatunku telewizyjnym, a nie na specyfice poszczególnych programów. Tym ostatnim problemem będę się zajmować jedynie w celu uchwycenia różnorodności tego gatunku i określenia jego parametrów granicznych.

Prekursorzy i krewni

Programy, których tytuły wymieniłam, są dyskutowane głównie w kontekście ich nowości, a nawet futuryzmu i są powody, by traktować je jako zjawisko nowe. Równocześnie jednak można odnaleźć znaczne pokrewieństwa między nimi, a „daniami”, które telewizje na całym świecie serwują swym odbiorcom już od wielu lat. Jednym z ich krewnych są teleturnieje (*game shows* i *quiz shows*), gdyż w większości przypadków programy *reality* są konkursami, w których chodzi o wygraną nagrody. Sam *Big Brother* bliski jest szczególnie gatunkowi *quiz show*, w którym chodzi raczej o wiedzę ludzką czy społeczną niż dotyczącą faktów, gdzie zwycięzcą zostaje najprzeciętniejszy, a nie najbardziej wybitny uczestnik, czego przykładem amerykański *Family Feud*¹. Z kolei agresywny *Survivor* ma, moim zdaniem, bliskiego krewnego w *Gladiators*, emitowanego do niedawna przez brytyjską stację ITV. Wynika to z faktu, że *Gladiators*, w którym zwykli ludzie biją się z zawodowymi zapaśnikami (*gladiators*), jest bardziej dynamiczny niż reszta brytyjskich teleturniejów, jak również ze swoistego rozszczepienia uczestników na prywatne osoby i postaci wykreowane przez telewizję na jej potrzeby. Inną wspólną cechą *quiz shows* i *reality tv* jest to, że jak zauważa John Fiske, producenci tych pierwszych wprost wychodzą z siebie, by stworzyć wrażenie, że emitowane są one na żywo, a ich uczestnicy nie mają pojęcia, jaki będzie ich przebieg i wynik². Równocześnie, w porównaniu z *Big Brother* czy *Survivor*, tradycyjne teleturnieje (nawet *Gladiators*) są dość statyczne, gdyż odbywają się w jednym pomieszczeniu studia telewizyjnego. Trwają też krócej i są nieciągłe: po kilkudziesięciu minutach uczestnicy opuszczają sztuczne

warunki studia (a przynajmniej każą nam w to wierzyć ich autorzy) i powracają do własnych domów.

Drugim wcześniej istniejącym gatunkiem, z którego *reality tv* wypożycza tematy i środki stylistyczne, są *talk shows*. Główna idea *talk show* polega na tym, że jego uczestnicy dzielą się własnymi problemami z innymi gośćmi programu i widzami. W założeniu taka spowiedź działa kataraktycznie na tych, którzy się zwierniają, ich bliskich, jak i tych spośród widzów, którzy mają podobne problemy (co w praktyce często prowadzi to do załamania psychicznych i ataków agresji). Analogicznie, dla rozbitków-ochotników czy pensjonariuszy domu Wielkiego Brata, przebywanie pośród ludzi, których wcześniej nie znali, i psychiczne wywnętrzanie się przed nimi i milionami widzów ma być formą terapii. Taką rolę – zdaniem apologetów – ma pełnić w życiu odbiorców także *reality tv*.

Z *Big Brotherem* i jego młodszymi braćmi spokrewniona jest też opera mydlana. Podobieństwo polega w tym przypadku głównie na ograniczonej przestrzeni, na której rozgrywają się wydarzenia. W *Coronation Street*, *Brookside* czy *EastEnders* jest to jedna ulica lub osiedle, w *reality shows* – duży dom z obejściem albo bezлюдna wyspa, którą zaludniono uczestnikami *show*. Ponadto w obu przypadkach jest filmowana przeważnie domowa codzienność (wyjątek stanowi *Survivor*, gdzie nacisk jest położony na zdarzenia niezwykle): urządzenie mieszkania, przygotowywanie posiłków, karmienie zwierząt domowych i rozmowy o tym, „co się czuje w środku”. Niektórzy dziennikarze brytyjscy tłumaczą fenomen popularności *Big Brother* tak, jak wcześniej sukces oper mydlanych, argumentując, że jego uczestnicy są dla widzów, żyjących najczęściej w społecznościach industrialnych, surogatem sąsiadów, których w rzeczywistości na ogół się nie zna. Podobieństwo *reality shows* do oper mydlanych polega rzekomo również na tym, że główną rolę odgrywają w nich kobiety, co w znacznym stopniu wynika z domowej scenarii większości takich programów. Warto jednak zauważyć, że konkursy, które stanowią istotną część tych widowisk, przeważnie wygrywają mężczyźni, im także przynoszą one największą sławę. Nie zgadzam się z opinią, że *Big Brother* lub *Survivor* koncentrują się na przedstawianiu albo konstruowaniu „kobiecego świata”. To raczej świat, w którym obowiązuje wieczna chłopięcość (*laddism*), w znacznym stopniu dlatego, że główną motywacją mężczyzn do wzięcia udziału w takim programie jest chęć ucieczki od powszedniej rzeczywistości, w której praca i rodzina zmuszają ich do odpowiedzialnego, „męskiego” zachowania.

Wreszcie ostatnim krewniakiem *reality shows* są telewizyjne programy dokumentalne, a właściwie ten ich podgatunek, który koncentruje się na życiu zwyczajnych ludzi: pani Smith i pana Kowalskiego. Nie dość, że (przynajmniej w założeniu) tacy ludzie są ich bohaterami, to jeszcze ich działaniom towarzyszy głos z *offu*, głos autorytetu – „Boga”, Wielkiego Brata, który to komentarz od lat trzydziestych jest cechą charakterystyczną znacznej części brytyjskiej produkcji dokumentalnej. Dokumentom w rodzaju *Housing Problems* (1935) stawiano zarzut paternalizmu: ich bohaterowie pochodzili bowiem z reguły z klasy robotniczej, komentarz zaś należał do osoby wykształconej i wiedzącej, co należy zrobić, by ułatwić życie praworządnych brytyjskich obywateli (*prolow*)³. Zarzut paternalizmu w jeszcze wyższym stopniu dotyczy *reality shows*. „Bóg” w tym przypadku nie ogranicza się bowiem do dyskretnej prezentacji sytuacji bohate-

rów, ale nakazuje im wykonywanie różnych zadań. Niekiedy, jak w przypadku *Castaway*, są one trudne, niebezpieczne i fizycznie nieprzyjemne (na przykład wyciąganie ciężkich przedmiotów z wody albo jedzenie żywych owadów), część z nich jest też niemoralna (głosowanie na najmniej sympatycznego czy przydatnego członka domostwa albo szczepu). Paternalizm objawia się też zapraszaniem do studia specjalistów, by analizowali uczestników z różnych perspektyw, by oceniali ich wartość, jakby byli towarem wystawionym na sprzedaż.

Niektórzy krytycy argumentują, że *reality tv* jest nieoryginalna w jeszcze bardziej fundamentalnym znaczeniu, gdyż jest powrotem do punktu wyjścia, do początków telewizji, której sensem, w znacznym stopniu, było umożliwianie widzom obserwowania rozgrywających się przed kamerą aktualnych zdarzeń. *Big Brother* i *Popstars*, z całą ich zgrzebnością realizacyjną, rzekomo dają nam tę przyjemność bezpośredniego obcowania z rzeczywistością. Pozostaje jednak kwestia otwartą, w jakim stopniu jest to rzeczywistość bezpośrednia, nieupudrowana, jak również, w jakim stopniu był takim świat w obiektywach pierwszych kamerzystów telewizyjnych. Do tej pierwszej kwestii powrócę w dalszej części artykułu.

Związki z postmodernizmem

Najbardziej naturalnym kontekstem analizy programów spod znaku *Wielkiego Brata* jest postmodernizm, rozumiany zarówno jako estetyka czy styl, jak i nowy porządek polityczny, ekonomiczny i społeczny, definiowany przede wszystkim przejściem gospodarki opartej na modelu Fordowskim do postfordyzmu⁴. I tak *reality shows* są niewątpliwie beneficjentami rozdrobnienia, deregulacji i komercjalizacji telewizji, które od dwudziestu lat zachodzą w większości krajów zachodnich, a od kilku lat także w państwach Europy centralnej i wschodniej. Te zaś są związane z przemianami w telewizyjnej technologii i informatyce, a zwłaszcza z upowszechnieniem Internetu⁵. Gdyby w Wielkiej Brytanii działała do tej pory tylko BBC, w Polsce – jedynie I i II program państwowej telewizji, a we Włoszech nie było telewizji Berlusconi, *Wielkiego Brata* najprawdopodobniej w ogóle by tam nie było.

A jednak życie *Wielkiego Brata* podważa, a przynajmniej modyfikuje przewidywania badaczy na temat społecznych skutków wspomnianych wyżej zjawisk, które często są określane jako „nowy porządek telewizyjny”. John Corner, na przykład, odnosząc się głównie do sytuacji telewizji brytyjskiej, w pracy z 1999 roku (czyli zanim *Wielki Brat* trafił na antenę) twierdził, że jedną z konsekwencji nowego porządku telewizyjnego będzie rozproszenie widowni i zmniejszenie intensywności kulturowej telewizji jako elementu życia narodowego⁶. Innymi słowy, im więcej w domach będzie aparatów wideo, telewizorów zdolnych do odbioru kilkudziesięciu czy kilkuset kanałów i komputerów oferujących doświadczenia podobne do telewizyjnych, tym mniej będzie widzów oglądających jeden program w tym samym czasie, co inni widzowie, a tym samym mniej do podzielenia się z rodziną i przyjaciółmi.

Jednak *Wielki Brat*, wbrew tym zapowiedziom, w wielu krajach zdobył widownię przewyższającą popularność programów z czasów scentralizowanej, publicznej telewizji. Ponadto, jak w dawnych czasach *Coronation Street*

czy *Stawki większej niż życie*, stał się doświadczeniem narodowym i to aż w dwojakim znaczeniu. Po pierwsze, jest on oglądany przez widzów w tym samym czasie (dotyczy to zwłaszcza momentów, gdy dochodzi do wysiedlenia poszczególnych mieszkańców domu). Po drugie, jest tematem dyskusji osób reprezentujących różne grupy społeczne i pokolenia. Na razie jednak nie sposób określić, czy *reality shows* to zaledwie wyjątek od „reguły rozdrobnienia”, na którą wskazuje Corner i tacy badacze telewizji jak Ien Ang⁷, czy dowód jej fałszywości.

Postmodernizm daje o sobie znać również przez intertekstualność tych programów; jej symbolem jest odwołujący się do powieści George’a Orwella tytuł najpopularniejszego z nich – *Big Brother*. Jak zauważa John Fiske, telewizja może być intertekstualna na wiele sposobów⁸, a większość z nich można odnaleźć w *reality shows*. Po pierwsze, programy te są często pastiszami (Fiske nazywa to zjawisko *intertekstualnością pionową*), na przykład zespół Hear’Say, który wyłonił się z eliminacji do brytyjskiej mutacji programu *Popstars*, to pod względem muzycznym i wizualnym synteza dwóch innych znanych grup działających w tym kraju: „All Saints” i „Oasis”. W innych programach rozmowy bohaterów są modelowane na dialogi z *chat shows*, dotyczy to zwłaszcza wywiadów udzielanych po opuszczeniu programu. *Reality shows* są intertekstualne również horyzontalnie, czyli występują jako cały gatunek i na każdym kroku odwołują się do swych „krewnych”. Doskonale było to widać w drugiej serii brytyjskiego *Wielkiego Brata* i w *Celebrity Big Brother*, których uczestnicy, świadomie lub nie, naśladowali bohaterów poprzedniego turnieju. Miarą intertekstualności, a tym samym postmodernicznego charakteru tych programów jest również szeroki obieg ich „produktów ubocznych”, takich jak relacje z castingów, wywiady z bohaterami oraz emisje fragmentów, które nie weszły do ostatecznej wersji widowiska, dostępne na wideo, w programach telewizyjnych, stanowiących komentarz do żywych spektakli, jak również w specjalnych czasopiśmie w całości poświęconych nowemu gatunkowi telewizji. Fiske pisze: *istotnym elementem telewizji jest intertekstualność wynikająca z tego, co się o telewizji pisze i mówi*⁹. W tym rodzaju intertekstualności (która jest podgatunkiem intertekstualności pionowej) *reality tv* bodajże pobiła wszelkich swoich przodków i konkurentów.

Big Brother i jego krewnych można traktować również jako obraz czy emanację postmodernistycznej rzeczywistości społecznej, którą Fredric Jameson określił jako *schizofreniczną*¹⁰. To rzeczywistość „24 godzin na dobę”, nieustającej teraźniejszości, w której niemalże tyle samo dzieje się w nocy, co w dzień i w której nie ma wyraźnych cesur między poszczególnymi wydarzeniami. Przed *Wielkim Bratem* jej uosobieniem była stacja MTV. Charakterystyka MTV dokonana przez Tetzlaffa, zwracająca uwagę na jej migotliwość, powierzchowność, stylistyczny eklektyzm, zatarcie granicy między konstrukcją medialną a rzeczywistością, zlanie się przeszłości i przyszłości w jeden, teraźniejszy moment, pochwałę hedonizmu i dominację elementów wizualnych nad werbalnymi¹¹, doskonale pasuje do *reality tv*. Zaryzykowałabym jednak tezę, że *Big Brother* jest bardziej schizofreniczny niż wszystko, co oferuje nam MTV, gdyż jest jeszcze bardziej zhomogenizowany, ma jeszcze mniej pretensji do artystyczności czy psychologicznej głębi i jeszcze bardziej rezultatem jego oglądania jest zapomnienie tego, co się widziało przedtem.

O schizofreniczności *reality shows* świadczy również sytuacja, w której postawieni są bohaterowie. Przeniesienie ich z własnego środowiska do rzeczywistości całkiem nowej, o której wiadomo, że przestanie istnieć po kilku czy kilkunastu tygodniach, sprawia, że mają oni szansę stworzenia się od nowa lub zagrania kogoś, kim w codziennym życiu byłoby im bardzo trudno zostać. Tę możliwość zamiany w schizofrenika, który jednego dnia jest panem Iksem, a drugiego – Igrekiem, który o Iksie nic nie wie, a nie możliwość wygrania dużej sumy pieniędzy, większość uczestników *Big Brother*, *Popstars* i *Survivor*, wymienia jako główny powód udziału w tych programach. To zaś, że do eliminacji do programów żywej telewizji zgłaszają się dziesiątki tysięcy ludzi, może świadczyć o tym, że wbrew temu, co twierdzi Jameson, nasze tożsamości są stosunkowo stabilne: schizofreniczność wciąż nie jest regułą nowoczesnego życia, ale wyjątkiem od niej.

Analizując *reality shows*, warto się również odwołać do idei *simulacrum*, kopii pozbawionej oryginału, sztuczności nie mającej odpowiednika w świecie realnym, której poświęcił wiele swych prac Jean Baudrillard¹². Mam na myśli te wszystkie domy, więzienia i bezludne wyspy, w których i na których zamknięci są przez długie tygodnie uczestnicy żywych teleturniejów. Nie są to prawdziwe domy, więzienia, bezludne wyspy, gdyż zbudowano je i zaludniono tylko po to, by kamery telewizyjne mogły śledzić zachowanie ich mieszkańców. Ponadto wszystkie kontakty z zewnętrznym światem są zapośredniczone przez kamerę i mikrofon. Ludzie ci nawet kupić niczego nie mogą osobiście, idąc do sklepu (jak czyni to wciąż większość z nas), ale tylko składają zamówienia u „pośrednika”, albo wykonują zadania powierzone przez Wielkiego Brata czy inną wszechmocną figurę. Ponadto sposób reagowania publiczności na Wielkiego Brata przychodzi na myśl reakcje opisywane przez Baudrillarda. Widzowie tych programów często bardziej przejmują się losem uczestników teleturniejów niż tym, co się dzieje w ich własnej rodzinie, sąsiedztwie czy kraju. Ważność ich problemów dla przeciętnego Brytyjczyka, Polaka lub mieszkańca Portugalii może wręcz stanowić miarę jego alienacji od tradycyjnego życia społeczno-politycznego. W Wielkiej Brytanii, na przykład, media zwracały uwagę na to, że w głosowaniu na zwycięzcę *Wielkiego Brata* wzięło udział więcej obywateli niż w wyborach do parlamentu europejskiego albo władz lokalnych. Zaangażowanie w „wirtualną rzeczywistość” jest nie tylko miarą kryzysu „rzeczywistości niewirtualnej”, ale także czynnikiem pogłębiającym ten kryzys. Im więcej czasu bowiem ludzie spędzają przed telewizorami, oglądając programy w rodzaju *Wielkiego Brata* i uczestnicząc w internetowych *chat rooms*, tym mniej mają innych rozrywek czy aktywności. Z postmodernizmem wiąże się również (prymitywny, w opinii krytyków) demokratyzm tych programów, ujawniający się przede wszystkim w sposobie wyboru uczestników turnieju. Ideałem jest ściągnięcie ludzi „z różnych ścieżek życia”, reprezentujących rozmaite zawody, zainteresowania, rasy, orientacje seksualne i należących do obu płci (zwykle w proporcji 50 na 50). Jeśli ten ideał nie zostanie zrealizowany za pierwszym razem, to następnym razem można to naprawić. I tak, w drugiej serii brytyjskiego *Big Brother*, którego pierwsza seria była krytykowana za zignorowanie mniejszości azjatyckiej i niepotrzebną pruderię, do 10-tygodniowego spektaklu zaangażowano jedną Hinduskę i striptizerkę. Programy te są skrajnym przypadkiem zasady, że ludzie

pojawiają się w telewizji nie dlatego, że są sławni, lecz są sławni, ponieważ pojawiają się w telewizji. Najlepszym przykładem jest tu kariera jednego z uczestników pierwszego z brytyjskich *Wielkich Braci*, Nicka Batemana, który we własnym kraju w różnych plebiscytach został uznany za najpopularniejszego Brytyjczyka 2000 roku, przewyższając w tym względzie Tony'ego Blaira i królową Elżbietę, a moment, w którym opuścił serial, był uznany za najbardziej emocjonującą chwilę w historii brytyjskiej telewizji. Po *Wielkim Bracie* zaczęła się jeszcze większa kariera Nicka: wywiady, spotkania z publicznością w całym kraju, jak również kolumna w „The Sun”, opublikowanie autobiografii, a w końcu – prowadzenie własnego *chat show* w telewizji.

Nie pod każdym jednak względem uczestnicy *reality shows* reprezentują przekrój danego społeczeństwa. Oglądając *Big Brother* (brytyjski i polski), *Castaway* i *Survivor*, można by dojść do wniosku, że w żadnym z tych krajów nie ma ludzi w wieku emerytalnym. Najstarszy uczestnik drugiej serii brytyjskiego *Wielkiego Brata* miał zaledwie 37 lat, a większość nie przekroczyła lat 30, także w polskich programach tego typu przeważają ludzie młodzi. Podobnie, nie ma w tych programach ludzi niepełnosprawnych. Wszystkich uczestników brytyjskich *reality shows* można też uznać za szczupłych (choć Brytyjczycy, statystycznie rzecz biorąc, są najbardziej otyłym narodem zachodniej Europy) i fizycznie atrakcyjnych. Myślę, że taki dobór „aktorów” świadczy o tym, że wiek i uroda, a nie płeć, rasa, tożsamość seksualna czy zawód, są dziś najważniejszymi kryteriami decydującymi o ocenie społecznej. Z kolei polskie *reality shows* unikają (otwartych) homoseksualistów, którzy skądinąd w brytyjskich programach odnoszą ogromne sukcesy – homoseksualista Brian został zwycięzcą drugiej serii *Wielkiego Brata*. Generalnie wydaje się, że przy doborze uczestników programu obowiązuje zasada, że reprezentują oni nie tyle przekrój całego społeczeństwa, ale przekrój tego, co akceptuje jego główny nurt. Niereprezentatywność społeczna uczestników *reality shows* dotyczy również samej chęci wzięcia w nich udziału. Przypuszczam, że klaustrofobiczne warunki życia w sztucznych domach w Londynie i Sękocinie i bycie źródłem voyeurystycznych przyjemności milionów widzów są dla większości społeczeństwa wystarczającym powodem, by uniknąć pokusy udziału w spektaklu żywej telewizji.

Reality shows to także skrajny, bo dosłowny, przykład przejścia funkcji autora spektaklu przez publiczność, o czym pisał Roland Barthes w swej *Śmierci autora*. Publiczność konstruuje spektakl, decydując, który z uczestników odpadnie z konkursu i który zostanie do niego dokooptowany, kto go wygra i – pośrednio – jaki kształt przyjmie podobna rozrywka w przyszłości. Część autorów, na przykład John Fiske i James Curran, odwołując się do rzeczywistości współczesnej telewizji i stosując semiotyczny model analizy, celebrytuje rolę, jaką dzisiejsi odbiorcy odgrywają w konstrukcji znaczeń programów i oferowanych im przyjemności¹⁴. Ich zdaniem władza w telewizji (jak również w innych postmodernistycznych mediach, takich jak Internet) przesuwana jest z góry do dołu – z producentów programów w stronę ich odbiorców. Dzięki temu ci pierwsi muszą pogodzić się z groźbą nietrwałości swej władzy i są zmuszeni do promowania kulturowego pluralizmu, który wtórnie osłabia ich dominującą pozycję. Germaine Greer, która sama uczestniczyła kiedyś w realizacji pierwszych programach typu *reality* – *Candid Camera*, na łamach „The Observer”, jak Fiske

i Curran uznaje, że w *reality shows* *widz jest panem*, ale ocenia ten fakt negatywnie. W 17 krajach, które jak dotąd skorzystały z formuły „Wielkiego Brata” – pisze Greer – *programy te mają oghupiałych fanów. Choć ludzie ci mogą być smutni i samotni, nie są oni po prostu voyeurami. Są dużo gorsi niż voyeurzy, ponieważ nie odgrywają roli bezradnych podglądaczy (peeping Tom), ale imitują Wielkiego Brata, Szefa Policji Sumień*. Generalnie, zdaniem Greer, programy typu *Big Brother* znacznie obniżają jakość kultury popularnej i w swoim populiźmie są niemoralne¹⁵. Ten Ang twierdzi z kolei, że dzisiejsza telewizja nie jest areną wolności i oporu publiczności, ale chaosu, który telewizyjni decydenci próbują opanować, używając coraz bardziej agresywnych metod. Ponadto wybór publiczności dokonuje się zawsze w stosunkowo wąskim przedziale tego, co służy postmodernistycznemu kapitalizmowi¹⁶. Zgadzam się w pełni z opinią Ang i mam wrażenie, że pogląd ten przeważa nawet pośród mniej wykształconych widzów. Nie uważają oni bynajmniej, że dzięki programom typu *Big Brother* wywierają wpływ na kształt telewizji, że stają się autorami kulturowych znaczeń, czy podważają władzę kapitalistycznych decydentów. Przeciwnie, takie programy manipulują nimi bardziej niż dawna telewizja uosabiana przez paternalistyczny styl BBC.

O postmodernizmie *reality shows* świadczy wreszcie to, że pod względem formalnym są one rozrywką wielonarodową, a w przyszłości może wręcz globalną. I tak formuła *Big Brother* została przeniesiona najpierw w Holandii do Wielkiej Brytanii, a następnie do wielu krajów Europy. *Popstars* najpierw odniosły sukces w Australii, potem w Wielkiej Brytanii. *Survivor* wymyślił Brytyjczyk, Charlie Parsons, ale jego formułę po raz pierwszy wykorzystano w Szwecji. Stamtąd program ten zawędrował do amerykańskiej stacji CBS, a potem na powrót przybył do Wielkiej Brytanii.

Przepływ pewnej formuły z kraju do kraju, czy to będzie formuła programu telewizyjnego, struktury encyklopedii, opieki nad dziećmi, nie jest kulturowo obojętny. Prowadzi do przeszczepu pewnego elementu danej kultury z kraju do kraju, innymi słowy, do mniej lub bardziej otwartej inwazji kulturowej w przestrzeń adresata tej formuły przez jego nadawcę¹⁷. Jak napisałam wyżej, gdy chodzi o *reality tv*, droga tej inwazji praktycznie w każdym przypadku przebiega z Zachodu na Wschód, czy dokładniej – z krajów silniejszych pod względem ekonomicznym do słabszych. Konsekwencją jest to, że Wschód upodabnia się do Zachodu. Niekoniecznie jednak musi to oznaczać wzmocnienie zachodniej kultury. Przeciwnie, jak zauważają tacy socjologowie, jak Zygmunt Bauman i Anthony Giddens, oznacza to kryzys, a wręcz upadek Zachodu jako terenu, o wyrazistej kulturze¹⁸. Tak jak nikt nie uważa coca-coli czy barów McDonalda za produkt szczególnie amerykański, tak nikt nie dostrzega brytyjskości „Ocalonego”. Oddając na pożarcie obcym telewizjom wszystko, co mają własnego, zachodni producenci *reality shows* wręcz podważają ich zachodni charakter.

O globalnym charakterze *reality shows* świadczy także to, że programy w poszczególnych krajach produkują te same firmy. Potentatem na tym rynku jest brytyjski Endemol, producent *Wielkich Braci*. Jak w przypadku innych form globalizacji, głównym rezultatem ekonomicznym jest przepływ gotówki z krajów biedniejszych do bogatszych. Inwazję *reality shows* w krajach centralnej, wschodniej i południowej Europy można traktować jako formę ekonomicznego neokolonializmu¹⁹.

Reality show jako kultura narodowa

Globalna formuła *reality shows* nie oznacza, że w każdym kraju widzowie oglądają dokładnie te same programy. Przeciwnie, każdy kraj i stacja telewizyjna zgodnie z zasadą: „myśl globalnie, działaj lokalnie”, opracowuje własną wersję jednego formatu²⁰. Nie tylko biorą w niej udział mieszkańcy danego kraju, ale – świadomie lub nie – ich realizatorzy reagują na lokalną specyfikę, na oczekiwania publiczności danego typu. Te upodobania i oczekiwania ujawniają się także w decyzjach podejmowanych przez publiczność, dotyczących tego, kogo z uczestników nagrodzić, a kogo ukarać, jak również w popularności poszczególnych programów w poszczególnych krajach.

Odwołam się do kilku przykładów. Pierwszy dotyczy różnic między trzema wersjami *Wielkiego Brata*: holenderską, brytyjską i polską. Ta pierwsza przeszła już do historii jako najbardziej odważna pod względem erotycznym. Jej uczestnicy nie tylko obnażali się, ale także uprawiali seks przed kamerami. Poza tym wykazali się znacznym zrozumieniem dla słabości swych towarzyszy i stosunkowo małym zainteresowaniem dla wygranej. Holenderski *Big Brother* emanował przyjazną, rozluźnioną atmosferą. Te jego cechy, przynajmniej w Wielkiej Brytanii, tłumaczono wartościami i tradycjami holenderskiego społeczeństwa: brakiem pruderii seksualnej i socjalizmem.

Z kolei wersja brytyjska (z 2000 roku) zapisała się w pamięci widzów jako ta, w której zatriumfowała zasada *fair play i love for an underdog*, czyli miłości dla małych. O ważności *fair play* świadczy zwłaszcza sposób, w jaki wyprawdano program na prostą drogę, gdy jeden z jej uczestników, wspomniany wyżej Nick Bateman, który uzyskał przydomek Paskudny Nick (Nasty Nick), z niej zбочzył. Otóż ten były makler giełdowy cieszył się wielką popularnością wśród współmieszkańców i miał duże szanse na zwycięstwo. Rzecz w tym, że walcząc o nie, dopuścił się rzeczy niedozwolonej: zaczął przekonywać uczestników programu, że ich współmieszkańcy chcą się ich pozbyć. Za karę Nick został usunięty z programu, powodując tym ogromne kontrowersje. Część widzów uważała, że powinien on, mimo wszystko, pozostać w programie, inni – że należy mu się sroższa kara. Kontrowersje były tym większe, że w podobnym programie, emitowanym w tym samym czasie w telewizji amerykańskiej, knowanie, czy używając elegantszego określenia, socjotechnika, zostały nagrodzone zwycięstwem manipulatora. Usunięcie Nicka sprawiło, że w środku programu pojawiła się nowa uczestniczka – sympatyczna i seksowna Claire. Na to, by walczyła ona na równi z pozostałymi, którzy mieli już za sobą pięcioletnią męczarnię w klaustrofobicznej atmosferze londyńskiego domu, nie zgodzili się jednak widzowie programu i Claire musiała opuścić dom przy najbliższym głosowaniu. Znowu zadecydowała zasada *fair play*.

Ideał uczciwej gry w znacznym stopniu wyjaśnia, dlaczego cały turniej wygrał pod wieloma względami najmniej interesujący jego uczestnik – 28-letni, niewysoki robotnik z Liverpoolu, Craig. Zasłużył się on dwoma osiągnięciami. Po pierwsze, stawiał czoło Nickowi, czego rezultatem było opuszczenie programu przez czarującego oszusta. Po drugie, Craig był bodajże jedynym uczestnikiem turnieju, który nie miał dość inteligencji, by wypracować kompleksową strategię wygrania turnieju. Podczas gdy jedni próbowali zjednać sobie współmieszkań-

ców i telewizyjną publiczność stylem i błyskotliwością, inni wesołością, jeszcze inni, próbując być równie miłymi dla wszystkich od początku do końca *show*, Craig praktycznie nie robił nic, żeby wygrać. Nawet jego nieudolne próby, by zdobyć serca kilku uczestniczek programu, ujawniły raczej desperackie pragnienie, by znaleźć sobie dziewczynę, niż chęć zwycięstwa. Za to jednak właśnie nagrodziła go publiczność.

Specyfika narodowa ujawniła się także w tym, jak *Big Brother* był filmowany i montowany i jak reagowała telewizyjna publiczność. Wbrew opinii, że jego realizatorzy ukazują najbardziej intymne szczegóły życia uczestników, kamerzyści i montażyści wykazali się brytyjską powściągliwością, zwłaszcza gdy chodzi o ukazywanie biologicznych funkcji organizmu. Seksu czy choćby flirtowania i nagości było na ekranie tak mało, że rodzice pozwolili oglądać *show* nawet kilkuletnim dzieciom. Flirtowanie zresztą okazało się źle widziane przez brytyjską publiczność. Gdy tylko jedna z uczestniczek – Mel, dała się poznać jako osoba, której zależy na powodzeniu u męskiej części mieszkańców, zaraz straciła sympatię widzów i musiała się wyprowadzić z domu *Wielkiego Brata* szybciej, niż jej wróżono. Dzień, w którym uczestniczka drugiej serii *Wielkiego Brata*, Penny, po kąpielii niechcący upuściła ręcznik, media brytyjskie obwieściły dniem, w którym straciła ona szansę na zwycięstwo. W istocie, Penny jako pierwsza odpadła z turnieju. Ponadto, biorąc pod uwagę klaustrofobiczną atmosferę obozowiska, niewiele przyjemnych chwil, czy zbyt mało zajęć oferowanych uczestnikom, a także to, że przynajmniej na początku nie mieli oni żadnego wpływu na to, z kim dzielą mieszkanie, wykazali się oni znaczącym taktem i subtelnym poczuciem humoru, dowodząc żywości stereotypu *gentle folk* wśród różnych klas społecznych.

Oczekiwanie brytyjskiej publiczności, by uczestnicy teleturnieju nie zapominali o dobrych manierach i działali według zasady *fair play*, w znacznym stopniu, moim zdaniem, wyjaśnia, dlaczego inny program typu *reality*, wspomniany wyżej *Survivor*, osiągnął w Wielkiej Brytanii dużo mniejszy sukces, niż zakładano. Otóż *Survivor*, za którego ideologiczne źródło uznać chyba należy powieść Williama Goldinga *Władca much*, opiera się na idei bezpardonowego niszczenia konkurentów i pozbywania się z grupy stabeuszy. Wartość dobrych stosunków z bliźnimi sprowadza się tu wyłącznie do zwiększenia szansy własnego przetrwania, dlatego na prawdziwą, bezinteresowną przyjaźń nie ma szans w gronie telewizyjnych „rozbitków”. Ponadto cały program jest tak napakowany mrozącymi krew w żyłach wydarzeniami i wymaga od uczestników tyle fizycznego wysiłku i samozaparcia (przykładem wyciąganie z morza niesłychanie ciężkich przedmiotów czy jedzenie robaków w kolację), że na drogie Brytyjczykom dobre maniery nie ma miejsca. Dla kontrastu, w Stanach Zjednoczonych, gdzie pragnienie wygrania za wszelką cenę jest traktowane jako cnota, a wilcza konkurencja uchodzi za cenną część kultury narodowej, *Survivor* został największym przebojem. Cały program wygrał zresztą tam ktoś w rodzaju Paskudnego Nicka – skrajny egoista o imieniu Richard, nie mający innego celu niż pozbycie się konkurencji.

Za specyfikę polskiej wersji *Wielkiego Brata* uznałabym wulgarność (której nie należy mieszać z erotyzmem właściwym wersji holenderskiej) i mizoginizm. Jego uczestnicy jakby konkurowali w tym, kto użyje więcej niecenzuralnych

słów, opowie bardziej pieprzny dowcip, ułoży „odważniejszą” piosenkę. W modzie były także niedbałe, wręcz wyuzdane pozy, czy chwywanie kobiet za piersi przez męskich mieszkańców sękocińskiego domu. Ten pociąg do wulgarności można było dostrzec zarówno u mniej i bardziej wykształconych uczestników programu, u mężczyzn, jak i kobiet, jednak jej ofiarami stawały się częściej kobiety, które świadomie lub nie przyjmowały rolę adresatek męskiej pożądliwości.

Nasycenie polskiego *Wielkiego Brata* obscenicznością wytłumaczyłabym nie tyle charakterem narodowym Polaków, ile narzuconym im stylem spektaklu, czyli tym, że wulgarnego zachowania oczekiwali od nich jego realizatorzy. Najlepiej widać to w przekazywanych im zadaniach, takich jak przygotowanie odcinka noweli brazylijskiej dla fikcyjnej stacji telewizyjnej czy sceny ratowania tonącej, która natychmiast po uratowaniu zakochuje się w swym wybawicielu, oraz sprawianych bohaterom „psikusach” w rodzaju zagubienia bielizny jednej z uczestniczek. Na porządku dziennym było również „podglądanie” przez kamerę mieszkańców biorących prysznic i emitowanie łazienkowych scen w programie telewizyjnym przeznaczonym dla szerokiej publiczności (czego oszczędzono uczestnikom i widzom brytyjskiego *Brata*). Myślę też, że świadomie lub podświadomie bohaterowie programu czuli, że obsceniczności oczekuje od nich publiczność. To z kolei wynika z eksploatacyjnego charakteru programów prywatnej stacji TVN, gdzie emitowany jest polski *Wielki Brat*. Mizoginizm i antyintelektualizm polskiego *Wielkiego Brata* wiązałabym również z tym, że wartości (czy w moralistycznym znaczeniu „wartości” – antywartości) przenikają dziś polską kulturę popularną.

Warto dodać, że polska TVN bardzo się różni od brytyjskiego Channel 4, gdzie emitowany jest tamtejszy *Big Brother*. Choć jest to prywatna stacja komercyjna, która od pewnego czasu jest oskarżana o obniżanie poziomu, jeszcze do niedawna uchodziła wręcz za awangardową. Była współproducentką takich klasyków brytyjskiego kina, jak *Kontrakt rysownika*, *Caravaggio*, *Moja mała pralnia* i *Trainspotting*. Jej specjalnością do dziś są programy adresowane do studentów oraz mniejszości etnicznych i seksualnych. Oczywiście, nie ma tu miejsca na seksizm czy homofobie. Analogicznie uczestnicy brytyjskiego *show* w znacznym stopniu podporządkowali się etosowi Channel 4. Przypuszczam też, że gdyby polskiego *Wielkiego Brata* prezentowała telewizja publiczna, wyglądałby on inaczej niż ten, którego wyemitowała stacja TVN.

Inna różnica między polską a brytyjską wersją dotyczy tego, że polski program był bardziej dynamiczny niż jego brytyjski „starszy brat”. Bohaterowie polskiego stale musieli popisywać się fizycznymi sprawnościami, coś składać, malować, skakać do basenu, organizować pseudoolimpiady, a także grać w wyimaginowanych programach telewizyjnych. Wytłumaczyłabym to głównie brakiem zaufania realizatorów do tego, że sami uczestnicy, zajmując się jedni drugimi, żyjąc własnym rytmem, są w stanie dostarczyć widzom interesującego spektaklu. Paradoksalnie, taka postawa świadczy też o braku zaufania do voyeurystycznych potrzeb widzów jako wystarczającego powodu oglądania telewizji. Wreszcie, relacja między Wielkim Bratem a uczestnikami jest bardziej hierarchiczna w polskim programie, a tym samym bliższa tej, którą opisywał George Orwell, niż w jego brytyjskim odpowiedniku. Uważam, że ma to związek z dzie-

dziectwem socjalistycznej telewizji, która była instytucją zadowoloną z siebie, arogancką i traktującą widzów z góry.

Na koniec tego wątku warto jeszcze dodać, że różnice między polskim a brytyjskim programem ulegają zwielokrotnieniu, gdy porównamy ich internetową wersję i „produkty uboczne”. Komentarze widzów do polskiej wersji *Wielkiego Brata* są dużo bardziej obcesowe niż to, co wypisują brytyjscy fani tego programu, polski program ma także więcej zapiekłych krytyków w rodzimej prasie kulturalnej niż brytyjski *show*.

Niemoralne przyjemności

Niewiele programów telewizyjnych ma tak wiele i jednocześnie tak złych notowań jak *reality shows*. Zaledwie po tygodniu emisji pierwszej serii *Big Brother* szczegółowe informacje na jego temat pojawiły się w brytyjskiej prasie, niezależnie od afiliacji politycznych i typu odbiorcy danej gazety. Dziennikarze większości skierowanych do klasy średniej tzw. *broadsheets* niechętnie jednak przyznawali się do ślepej fascynacji losem grupy ludzi zamkniętych w domu we wschodniej części Londynu. Wydawało się, że bardziej ich ciekawi zainteresowanie okazywane *Wielkiemu Bratu* przez prasową konkurencję i powody, dla których „chwycił” on w ich kraju.

Dystans do *Wielkiego Brata* (oglądanie nie dla samej przyjemności oglądania, ale dla sprawdzenia, co inni w tym widzą) przeniósł się na reakcje części publiczności. O ile wiec wykształcony Brytyjczyk oglądał seriale w rodzaju *Seks w wielkim mieście*, *Ally McBeal* czy nawet proletariacki sitcom *The Royle Family* bez potrzeby usprawiedliwiania się, to podczas oglądania *Big Brother* odczuwał pewien dyskomfort moralny. W jeszcze wyższym stopniu dotyczyło to kilku programów konkurencyjnych, takich jak *Popstars* czy *Survivor*. Z czasem wprawdzie ten wstyd się zmniejszył, a *Wielki Brat* uzyskał nawet status programu kultowego, ale niektóre ze stawianych mu zarzutów pozostały i powędrowały do innych krajów. Tę część rozważań pragnę poświęcić analizie niektórych z nich. Zanim jednak do niej przystąpię, spróbuję odpowiedzieć na pytanie, dlaczego ludzie oglądają *Wielkiego Brata*. Najprostsza odpowiedź brzmi: dla przyjemności. Przyjemności dostarczane przez telewizję są jednak różnorodne. John Comer wymienia przyjemności wizualne (przykładem oglądanie atrakcyjnych pejzaży, zwierząt, ludzi czy samochodów), paraspołeczne („zaprzyjaźnianie” się z pewnymi regularnie występującymi presenterami czy aktorami), dramatyczne (wynikające z oglądania rzeczy niezwykłych albo nasyconych akcją), edukacyjne, komediowe, prowokujące grę wyobraźni czy eskapistyczne, oraz *rutynę i rozproszania uwagi*²⁰.

Reality shows mogą dostarczać wszystkich tych uciech. Czynniki te nie występują jednak w każdym programie tego typu, różna jest także intensywność poszczególnych przyjemności. I tak przyjemności edukacyjne stanowią zaledwie wąski ich margines, wyjątkiem jest tu *Castaway* (którym zajmę się w dalszej części). Przyjemności wizualne z kolei są niezwykle zróżnicowane, ich źródłem może być egzotyczny pejzaż, jak w *Survivor* i *Castaway*, albo nagość czy erotyka, jak w niektórych wersjach *Big Brother*. Najważniejsze, moim zdaniem, są jednak w każdym przypadku przyjemności paraspołeczne, dramatyczne oraz ru-

tyna i rozproszenia uwagi. Większość ludzi ogląda bohaterów tych programów, ponieważ traktuje ich jak swych znajomych i sąsiadów. Ponadto, poza nielicznymi momentami dramatycznymi, takimi jak głosowanie, kogo się pozbyć z domu Wielkiego Brata, czy w przypadku *Popstars* – eliminacji do zespołu muzycznego, ich percepcja (inaczej niż odbiór filmu) nie wymaga skupienia uwagi. W czasie oglądania większości z nich można wyjść z pokoju, bez obawy że się utraci wątek, *reality tv* doskonale więc rozprasza i rozluźnia, jak spokojna muzyka, sącząca się z radia zainstalowanego w sąsiednim pomieszczeniu.

Z drugiej strony, owe nieliczne dramatyczne momenty są jednak, z kilku powodów, bardzo intensywne. Po pierwsze, dramat odbywa się w nich w czasie identycznym z tym, w którym jest emitowany w telewizji, na przykład oglądanie eksmisji danej osoby z domu *Wielkiego Brata* odbywa się jednocześnie z jej wyrzucaniem. Po drugie, jak wyżej wspomniałam, publiczność partycypuje w wydarzeniach w sposób niemożliwy do osiągnięcia w innych programach, wpływając na ich rezultat przez udział w głosowaniu. Po trzecie i prawdopodobnie najważniejsze, realizacja programów żywej telewizji owocuje „żywymi” dramatami. Świetnie było to widać podczas eliminacji do brytyjskich *Popstars*. Ilość prawdziwych łez, która się wówczas wylała, nie ma chyba sobie równej w historii brytyjskiej telewizji. Nawet telewizyjni profesjonalści, postawieni w sytuacji uczestników *reality shows*, tracą profesjonalną zimną krew i zachowują się nie jak aktorzy, lecz ludzie prywatni, których osobiście dotyczy sytuacja, w jakiej się znaleźli. Jako przykład może służyć brytyjski *Celebrity Big Brother*, którego dwie bohaterki: znana prezenterka Anthea Turner i gospodyni własnego *chat show* Vanessa Feltz rozplakały się na wieść, że muszą opuścić dom Wielkiego Brata.

Kluczem do sukcesu *reality shows* jest bodajże zrównoważenie przyjemności paraspołecznych *rutyny i rozproszenia uwagi* z jednej strony z przyjemnościami dramatycznymi z drugiej strony. Zbyt monotony *show* po jakimś czasie nudzi odbiorców, jak przyglądanie się przez płot sąsiadom codziennie rozwieszającym na sznurze tę samą bieliznę. Z kolei program zbyt dynamiczny i dramatyczny nie pozwala zaprzyjaźnić się z bohaterami spektaklu i wymaga od widzów zbyt dużego skupienia uwagi, co z czasem prowadzi do zmęczenia i znudzenia. Jak do tej pory fiasko ponoszą głównie programy bardziej niż mniej dramatyczne (przykładem brytyjski *Survivor*). Mimo to przeważają one na ekranach, prawdopodobnie dlatego, że ich producenci nie wierzą w to, że „nicniedzianie się” może być dla widzów interesujące.

Jeśli zaś chodzi o krytykę programów w rodzaju *Big Brother* (i ich obronę), to dotyczy ona gatunku i jakości dostarczanych przez nie przyjemności i opiera się przeważnie na dwóch przeciwstawnych argumentach (często zresztą wyrażanych w jednym artykule). Pierwszy dotyczy tego, że są to programy nazbyt prawdziwe, co rzekomo ma negatywne konsekwencje dla ich wartości artystycznej oraz moralnego położenia ich uczestników i odbiorców. Totalny autentyzm, zgodnie z tą linią rozumowania, wyklucza artystyczność programu, bo sztuka powstaje tylko wtedy, gdy dochodzi do transformacji, czy przynajmniej re-reprezentacji rzeczywistości. Cóż, analogiczny zarzut tyle razy był już w historii kina i innych mediów artykułowany i obalany, że dziwić może tylko, iż kilkadziesiąt lat po opublikowaniu prac Kracauera i Bazina wciąż jest on stawiany. Odeprzeć zaś go można tak, jak odpierali go tamci myśliciele – dowodząc, że autentyczność

(która, w pewnym sensie, jest w sztuce niemożliwa do osiągnięcia) nie wyklucza artystyczności; w przypadku mediów, pokrewnych fotografii, może jej nawet sprzyjać. Przekonanie, że wartość artystyczna *reality shows* jest bliska zeru, jest umacniane przez anonimowy charakter tych produkcji i ich standaryzację, do której się wcześniej odnosiłam. Nazwiska scenarzystów, reżyserów, czy kamerzystów pozostają w tym przypadku nieznanne nie tylko zwykłej publiczności, ale i specjalistom. Programy są utożsamiane z firmami, które je produkują: Bazał, czy Planet²¹.

Rzekomy autentyzm *reality shows*, zdaniem krytyków, sprawia też odbiorcom problem moralny. Jeśli pokazują one bowiem prawdziwe zachowanie ludzi, to praktycznie nie ma w tym przypadku różnicy między oglądaniem telewizji a podglądaniem znajomych przez lornetkę (czego „porządni” ludzie nie robią z obawy narażenia się na zarzut wścibstwa lub niedelikatności). Faktycznie jednak między tymi dwiema czynnościami istnieje istotna różnica, wynikająca właśnie z tego, że *reality tv* nie jest tak realna jak samo życie. W szczególności, sąsiedzi mogą sobie nie życzyć naszego podglądania i nie wiedzieć, że ze względu na nich kupiliśmy lornetkę, natomiast uczestnicy *reality shows* nie tylko są świadomi obecności oczu, które na nich patrzą, ale biorą udział w programie właśnie po to, by inni na nich patrzyli²².

Przyjemności wizualne oferowane przez *reality tv* zdaniem krytyków są niskiego gatunku i bliskie tym, których dostarcza pornografia. Ten argument trudno jest odeprzeć lub potwierdzić *en bloc*, gdyż pod względem wizualnym żywa telewizja jest zjawiskiem heterogenicznym. Różnica między *Castaway*, gdzie kamera w niemal poetycki sposób rejestruje piękno Hebryd, a *Wielkim Bratem*, gdzie widać tylko kilku ludzi w tych samych sztucznych wnętrzach, jest nieporównywalnie większa niż w przypadku oper mydlanych czy *chat shows*.

Drugi zarzut najczęściej kierowany pod adresem *Wielkiego Brata* i jego krewnych dotyczy manipulowania widzami, podawania jako prawdy tego, co w rzeczywistości jest tylko konstrukcją medialną. Znow, jak zauważyła Claire Johnston: *Nie istnieje niezm manipulowana literatura, film czy telewizja*²³. Manipulacja może jednak przybierać różny zakres i formy. W opinii największych telewizyjnych niedowiarków wszystko, co widać na ekranach telewizorów, gdy emitowany jest *reality show*, to gra aktorów według precyzyjnie napisanego scenariusza, określającego, kto kiedy odpadnie z turnieju i kto go wygra. Inni przystają na to, że tylko niektórzy z uczestników pojawili się w programie ze ściśle określonym zadaniem – by go ożywić. Taka, według znacznej części Brytyjczyków, była rola wspomnianego wyżej Paskudnego Nicka w brytyjskim *Big Brother*. Zarzut nieprawdy i manipulacji ma różną intensywność w różnych krajach i w odniesieniu do różnych programów. Z zebranych przeze mnie danych wynika, że najmniej w autentyczność *reality shows* wierzą widzowie włoscy, być może dlatego, że w tym kraju media w całości cieszą się nikłym zaufaniem społeczeństwa.

Myślę, że większość polskich i brytyjskich widzów nie wątpi, że *reality tv* filmuje zwyczajnych ludzi w takich okolicznościach, jakie są przedstawiane widzom: dziewczyna, która się podaje za fryzjerkę czy studentkę, faktycznie poza murami domu z kamerami czy plażą bezludnej wyspy jest fryzjerką czy studentką. Zarazem coraz powszechniejsze jest przekonanie, że kamerzyści i montażyści *reality shows* nie pokazują uczestników takimi, jakimi są oni naprawdę, lecz jakimi owi kamerzyści i montażyści chcieli, by widzowie ich postrzegali. Ozna-

cza to przeważnie redukcję pełnokrwistej, wielowymiarowej osoby do płaskiego stereotypu. I tak jedna z dziewcząt biorących udział w brytyjskim *Big Brother* została przedstawiona jako pełna erotycznej żądzy modliszka, inna – jako karykatura kapłanki New Age. Same uczestniczki oczywiście twierdziły, że nie mają nic wspólnego z tymi wizerunkami. Myślę, że prawda w tym przypadku leży gdzieś pomiędzy tymi dwiema opiniami – telewizja ma skłonność do uwypuklenia pewnych cech i tuszowania innych, z drugiej strony – trudno jest uwypuklić albo sprowadzić do stereotypu coś, co w ogóle nie istnieje²⁴. Manipulacja ma także polegać na grze uczestników do kamery, na zachowywaniu się ich w sposób mający wywołać określoną reakcję widzów. Trudno zaprzeczyć, że przed kamerami ludzie zachowują się inaczej, niż gdy są we własnym domu. Prawdopodobna jest również hipoteza, że w miarę rozwoju *reality tv* zachowanie ich uczestników będzie coraz mniej naturalne, gdyż coraz bardziej ukierunkuje się na zdobycie sympatii widzów. Ten trend staje się widoczny przy porównaniu dwóch serii brytyjskiego *Wielkiego Brata*. Uczestnicy tego drugiego nie tylko grali do kamery, ale próbowali „modelować się” na ulubieńców poprzednich programów²⁵.

Konfuzja czy niemożność ustalenia tego, co jest prawdą, a co nie-prawdą (re-prezentacją, grą, manipulacją) w programach spod znaku *Big Brother*, budzi również podejrzenie, że są one częścią lub pierwszym etapem większego „szwindła”, w rodzaju tego, który był pokazywany w *Truman Show* Petera Weira i w *Grach* Davida Finchera. Nawet wysublimowani znawcy współczesnej kultury, tacy jak wspomniana wyżej Germaine Greer czy Salman Rushdie, gdy piszą o *reality shows*, mają zwyczaj popadać w ton apokaliptyczny. Wieszczą, że wkrótce morderstwa będą popełniane tylko po to, by widzowie mogli je oglądać na ekranach²⁶.

Kolejny zarzut dotyczy warunków, w jakich poruszają się bohaterowie *reality shows*, a które zaprzeczają ich godności: praktycznie żyją oni w zamknięciu, a zamknięci są po to, by widzowie mogli ich oglądać i wybierać tych, którzy im się najbardziej podobają, jak zwierzęta w zoo albo prostytutki w domach publicznych. Struktura rzeczywistości *reality shows* jest także bardziej hierarchiczna niż w innych programach telewizyjnych. Ich uczestnicy traktowani są przez *Wielkiego Brata* lub inną inwigilującą ich figurę jak niegrzeczne dzieci, które raz po raz należy przywoływać do porządku. Ponadto nie wiedzą, co ich spotka podczas programu i muszą się pogodzić z możliwością zmiany reguł gry w trakcie jej trwania. Przyznają, że bezprecedensowe, jak na telewizję, uprzedmiotowienie uczestników *reality shows* jest dla mnie źródłem największego dyskomfortu w ich odbiorze. Pod tym względem *reality shows* są podobne do pornografii. Obrona ich jako rozrywki moralnie godziwej opiera się na podobnych argumentach jak w przypadku pornografii. Apologeci obu rozrywek zwracają uwagę na to, że uczestnicy takich programów nie są do nich fizycznie zmuszani i nie biorą w nich udziału za darmo. Przeciwnie, chętnych jest dużo więcej, niż organizatorzy są w stanie pomieścić, ponieważ udział przeważnie gwarantuje szeroką popularność i duże korzyści finansowe.

Popularność i bogactwo byłych uczestników spektakli w rodzaju *Big Brother* jest zresztą również przedmiotem potępienia i to bodajże szerszego, niż ich eksploatacja przez producentów telewizyjnych. To, że ludzie, którzy nie mają żadnych zasług poza tym, że przez ileś dni gościli na ekranach telewizji, stają się milionerami i pierwszej klasy *celebrities*, zapraszany na najmodniejsze przy-

jęcia w stolicy i udzielającymi wywiadów prasie ogólnokrajowej, wielu osobom wydaje się niesprawiedliwością. obrońcy ich sukcesów, do których sama się zaliczam, z kolei zwracają uwagę, że w charakterystycznej dla wielu krajów zachodnich (wschodnich zresztą także) sytuacji zamykania się elit trudno nie cieszyć się, przynajmniej jeśli jest się zwolennikiem egalitaryzmu, z tego, że poza totalitkiem i popełnianiem wielokrotnych morderstw zwykli ludzie mają jeszcze szansę na zdobycie bogactwa i sławy.

Inna typowa krytyka dotyczy tego, że niektóre programy, najlepszym przykładem *Survivor*, zmuszają uczestników do egoizmu, zdrady sojuszników, a nawet przemocy, i te negatywne postawy przenoszą się następnie na publiczność. obrońcy *reality shows* twierdzą, że wcale nie działają one jak katalizator umożliwiający uczestnikom i widzom ujawnienie niebezpiecznych instynktów, ale jak wentyl pozwalający im wyładować się w sposób niegroźny dla otoczenia. Choć ten argument, zwłaszcza od czasu zabójstwa Jamesa Bulgera, powraca na łamy prasy brytyjskiej i światowej, jest to zarazem kwestia najściślej przebadana, dlatego nie będę się do tego odnosić.

Wreszcie, krytycy wymawiają żywej telewizji, że nie dostarcza ona widzom żadnej pozytywnej wiedzy, nie informuje i nie edukuje. *Telewizor, o którym kiedyś w naszym idealizmie myśleliśmy jak o oknie na świat, stał się tandetnym lusterkiem*, napisał Salman Rushdie w artykule potępiającym *Wielkiego Brata* i całą kulturę z nim związaną²⁷. Ten zarzut, co zrozumiałe, najgłośniej artykułowany jest w krajach, gdzie informacyjno-edukacyjny etos telewizji był najsilniejszy, jak w Wielkiej Brytanii i także, mam wrażenie, w Polsce. We Włoszech, z kolei, gdzie dominacja Berlusconiego w narodowej polityce i mediach jest przyjmowana jako oczywista, zarzut ten pojawia się bardzo rzadko.

Reality shows w telewizji publicznej

Niezwykła popularność *reality shows*, a także ich „eksploatacyjny” charakter stanowi nie lada wyzwanie dla telewizji publicznych na całym świecie, tych zwłaszcza, które utrzymują się wyłącznie z abonamentu, czego modelem jest BBC. Jeśli bowiem telewizje te bezwstydnie będą powtarzać formułę sprawdzoną na prywatnych, komercyjnych kanałach, narażą się na zarzut porzucenia „sfery publicznej” w celu zdobycia publiczności. Jeśli z kolei nie ulegną pokusie włączenia do swego repertuaru programów z gatunku, który prawdopodobnie przez najbliższe lata będzie gwarantował najwyższe wskaźniki oglądalności, utracą publiczność na korzyść stacji komercyjnych i argument na rzecz wspierania ich z kieszeni państwa. Czy jest jakieś wyjście z tego dylematu? Jak na razie polega ono na znalezieniu przez telewizje publiczne formuły kompromisowej: zachowaniu szkieletu *reality show* przy równoczesnym pozbyciu się jego najbardziej kontrowersyjnych elementów. Próbują to robić telewizje brytyjska i włoska.

W *Castaway*, wyprodukowanym i wyemitowanym w 2000 roku przez BBC, wzięło udział ponad 30 osób, które dobrowolnie skazały się na mieszkanie przez rok na bezludnej wyspie wchodzącej w skład szkockiego archipelagu Hebryd, charakteryzującego się surowym klimatem i pięknymi pejzażami. Kamera śledziła ich przez ten cały czas – od przybycia na wyspę i postawienia domów po nawiązywanie przyjaźni i miłości z innymi mieszkańcami, jak również niekiedy

dość poważne konflikty. Z różnych powodów niemalże co czwarty uczestnik programu nie dotrwał do finału. Formuła brytyjskiego *Rozbitka* pozwalała opuścić teren wyspy w dowolnym momencie. Z tych zaś, którzy przetrwali, sporo osób żałowało, że przygoda po roku dobiegła końca, niektórzy postanowili nawet resztę swych dni przeżyć w stylu „alternatywnym”, jakiego zaznali pod okiem kamer BBC (co BBC pokazała zresztą w późniejszym programie).

To, że *Castaway* miał lepszą prasę niż *Big Brother*, wynikało między innymi z tego, że program nie był turniejem z nagrodami, nie chodziło w nim więc o zatriumfowanie nad współmieszkańcami. Ponadto, pozwalał on telewizyjnej publiczności poznać bohaterów w naturalniejszych warunkach i dzięki temu – wyrobić sobie o nich gruntowniejszą opinię, co osłabiło zarzut manipulacji czy zmieniania wielowymiarowych ludzi w postaci stereotypowe, o co oskarżano *Wielkiego Brata*. Także, jak wyżej wspomniałam, jego wartości wizualne były bliższe tym, które oferują programy geograficzne i przyrodnicze, niż przyjemnościom wynikającym z obcowania z pornografią. Ponadto, jak często się zdarzało w przeszłości, BBC, często nazywana „starą ciotką”, okazała się szybsza niż jej młodzi krewni – *Castaway* pojawił się na antenie kilka miesięcy przed pierwszym odcinkiem *Big Brother*. Nic dziwnego, że osiągnął publiczność porównywalną do *Wielkiego Brata* i przewyższającą *Survivor*. Ponadto, choć w *Castaway* nie było zwycięzców i żadnych nagród pieniężnych, kilku jego najpopularniejszych uczestników po zakończeniu programu zostało gwiazdami telewizji o dochodzie znacznie przewyższającym średnią krajową.

We Włoszech publiczna telewizja RAI na początku 2001 roku wyemitowała coś w rodzaju własnego *Wielkiego Brata*, konkurującego z *Grande Fratello* puszczanym przez jedną ze stacji Berlusconi. W programie tym, zatytułowanym *SMS Amiche per caso*, wzięło udział osiem dziewczyn, które zamieszkały w jednym domu. Cieszyły się one większymi prawami niż ich towarzysze i towarzyski z *Wielkich Braci*: mogły wyłączać kamery, gdy pragnęły zażyć chwili intymności, spotykać się z przyjaciółmi, używać telefonów, a nawet opuszczać swe „więzienie”. Jak w przypadku *Wielkiego Brata* główną ideą programu było podglądanie uczestniczek występujących w roli samych siebie.

Przyszłość reality shows

Wierzę, że *reality shows* pozostaną w telewizji na długo, choć jak miało to miejsce w przypadku innych gatunków telewizji, w miarę upływu czasu publiczność będzie mniej skłonna do kupowania wszystkich oferowanych im programów tego typu. Przekonanie o ich trwałości opieram na szerokim spektrum przyjemności, jakich dostarczają one widzom i ich atrakcyjności dla potencjalnych uczestników. Najlepszą tego miarą jest fakt, że w eliminacjach do pierwszej serii brytyjskiego *Wielkiego Brata* wzięło udział 300 osób, a do drugiej – 50 000. Ponadto, choć może się to wydać nieprawdopodobne w świetle powszechnej krytyki, wierzę, że ich droga do stateczności będzie krótsza niż wielu innych gatunków telewizyjnych, takich jak *soap opery* czy teleturnieje. Wynika to z momentu, w którym się pojawiły na ekranie, w czasie bezpardonowej walki o publiczność zarówno stacji prywatnych, jak i publicznych, i przez rozwój, a tym samym dowartościowanie badań nad kulturą i mediami. W czasach, w których coraz więcej ludzi zgadza

się z opinią, że wszystko jest kwestią gustu, a przynajmniej nie sposób dowieść wyższości estetycznej jednego produktu kulturalnego nad innym, coraz trudniej będzie skutecznie atakować *Wielkiego Brata*.

EWA MAZIERSKA

Podziękowanie:

Dziękuję Laurze Rascaroli za dostarczenie mi informacji na temat *reality shows* emitowanych we włoskiej telewizji.

- ¹ J. Fiske, *Quizzical pleasures*, w: tegoż, *Television Culture*, Routledge, London 1993, s. 267-269.
- ² Tamże, s. 272-273.
- ³ Por. A. Higson, *Britain's Outstanding Contribution to the Film. The Documentary-Realist Tradition*, w: Ch. Barr (wyd.), *All Our Yesterdays*, BFI, London 1986, s. 72-97.
- ⁴ Por. R. Murray, *Fordism and Post-Fordism*, w: Ch. Jencks, *The Postmodern Reader*, Academy Editions, London 1992, s. 267-276.
- ⁵ Por. J. Corner, *Television 2000: The Terms of Transformation*, w: tegoż, *Critical Studies in Television Studies*, Clarendon Press, Oxford, 1999, s. 120-128.
- ⁶ Tamże, s. 122-123.
- ⁷ Por. I. Ang, *In the realm of uncertainty: the global village and capitalist postmodernity*, w: H. Mackay i T. O'Sullivan (wyd.), *The Media Reader: Continuity and Transformation*, Sage, London 1999, s. 366-384.
- ⁸ J. Fiske, *Intertextuality*, w: tegoż, *Television Culture*, dz. cyt., s. 108-127.
- ⁹ Tamże, s. 118.
- ¹⁰ F. Jameson, *Postmodernism and Consumer Society*, w: H. Foster (wyd.), *Postmodern Culture*, Pluto Press, London 1985, s. 119-125.
- ¹¹ D. Tetzlaff, *MTV and the politics of postmodern pop*, w: „Journal of Communication Inquiry”, 10/1986, s. 80-91.
- ¹² Por. J. Baudrillard, *The Ecstasy of Communication* w: H. Foster (wyd.), *Postmodern Culture*, dz. cyt., s. 126-127.
- ¹³ Por. R. Barthes, *The Death of the Author*, w: tegoż, *Image Music Text*, tłum. S. Heath, Fontana Press, London 1977, s. 142-148.
- ¹⁴ Por. J. Fiske, dz. cyt. i J. Curran, *The new revisionism in mass communication research: a reappraisal*, w: „European Journal of Communication”, 5/1990, s. 135-164.
- ¹⁵ Por. G. Greer, *Watch with Brother*, w: „The Observer”, 24.06.2001, s. 8-12.
- ¹⁶ I. Ang, dz. cyt.
- ¹⁷ Por. J. Tomlinson, *Cultural globalisation: placing and displacing the west*, w: H. Mackay and T. O'Sullivan (wyd.), *The Media Reader...*, dz. cyt., s. 165-177.
- ¹⁸ Por. Z. Bauman, *Life in Fragments*, Blackwell, Oxford 1995 i A. Giddens, *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Cambridge 1990.
- ¹⁹ Por. E. Herman and R. McChesney, *The global media in the late 1990s*, w: H. Mackay i T. O'Sullivan (wyd.), *The Media Reader*, dz. cyt.
- ²⁰ Wielu badaczy zwraca uwagę na to, że globalizacja w mediach idzie w parze z wypracowywaniem narodowej specyfiki. Por. E. Herman and R. McChesney, dz. cyt.
- ²¹ J. Corner, *Pleasure*, w: tegoż *Critical Studies* dz. cyt., s. 94-107.
- ²² Szczegółową analizę tego, co jest autentyczne czy realistyczne, a co wykreowane w *reality tv* przeprowadza A. Fetveit w artykule *Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture?* w: „Media, Culture and Society”, Vol. 21, s. 787- 804.
- ²³ C. Johnston, *Women's Cinema as Counter Cinema*, w: B. Nichols (wyd.), *Movies and Methods*, University of California Press, Berkeley 1976, s. 213.
- ²⁴ Pole manipulacji zwiększyło się jednak w ostatnich latach, głównie dzięki wynalazkowi zapisu cyfrowego. Por. A. Fetveit, dz. cyt.
- ²⁵ Warto zauważyć, że zarzut manipulowania wizerunkiem uczestników telewizyjnych programów, tak przez ich realizatorów, jak i przez samych uczestników, opiera się na przekonaniu o istnieniu stabilnego „ja”. Takie przekonanie było w XX wieku podważane przez wielu filozofów i innych myślicieli i dziś odgrywa mniejszą rolę.
- ²⁶ Por. G. Greer, dz. cyt. i S. Rushdie, *Reality TV: a dearth of talent and the death of morality*, „The Guardian Saturday Review”, 9.06.2001, s. 12.
- ²⁷ Tamże, s. 12.