

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Zala Nahtigal

**RESNIČNOSTNI ŠOVI – SLOVENSKI NASTOPAJOČI IN  
NJIHOVE VLOGE**

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Zala Nahtigal

Mentorica: doc. dr. Sandra Bašić - Hrvatinić

**RESNIČNOSTNI ŠOVI – SLOVENSKI NASTOPAJOČI IN  
NJIHOVE VLOGE**

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

## **ZAHVALA**

*Mentorici doc. dr. Sandri Bašić – Hrvatini za  
neutrudno svetovanje in usmerjanje pri pisanju  
in bližnjim  
za razumevanje, potrpežljivost in vzpodbudo.  
Hvala.*

## RESNIČNOSTNI ŠOVI – SLOVENSKI NASTOPAJOČI IN NJIHOVE VLOGE

Pojav resničnostnih šovov sega v pozna osemdeseta in začetek devetdesetih let prejšnjega stoletja. Ob vstopu v novo tisočletje pa je viden še večji porast resničnostnih šovov. V svoji diplomski nalogi raziskujem, ali so tekmovalci izbrani že vnaprej po kriterijih producentov in v šovu igrajo svojo vlogo in ali gledalci v procesu nagrajevanja in izločanja izbirajo svoje favorite na podlagi karakterja, ki tekmovalca označuje. V prvem, teoretičnem delu, prehajam od razlage nastanka žanra resničnostnih šovov do občinstva in tekmovalcev, ki so ključni za uspeh programa resničnostne televizije. V drugem, analitičnem delu, pa se osredotočam na primer Big Brotherja 2 v Sloveniji in analiziram nastopajoče v njem in odzive, ki so nastali v javnosti po določenih dogodkih med predvajanjem šova. Za primer podajam tudi analizo oddaje *Trenja*, ki je bila na sporedu 24. aprila 2008, kjer govorci ugotavljajo, ali so oziroma niso vsebine v Big Brotherju 2 sporne. V nadaljevanju analiziram tudi prispevke, objavljene ne uradni spletni strani Big Brotherja 2, in na koncu podajam mnenje o zmagovalcu in o njegovih potezah po končanem šovu. Ugotovila sem, da so nastopajoči predhodno skrbno izbrani za resničnostni šov in da med šovom prevzemajo določene vloge, na podlagi katerih občinstvo preferira svojega favorita.

**Ključne besede:** žanr, občinstvo, tekmovalci, Big Brother, vloge.

## REALITY SHOWS – SLOVENE PERFORMERS AND THEIR ROLES

The reality shows started to appear in the late eighties and early nineties of the previous century, and their number grew dramatically in the new millenium. In my thesis I am researching the question whether the performers are selected in advance – by the criteria of the producers – and in the show they only play their roles, and whether the audience in the process of awarding and eliminating choose their favourites on the basis of the performer's character (which determines the performer). In the theoretical part I am explaining the beginning of the genre, and going on to the audience and the performers who are essential for the success of reality shows. In the analitic part I am concentrating on Big Brother 2 in Slovenia, analysing the performers in it and the public reactions after certain events during the show. As an example I am giving the analysis of *Trenja*, broadcasted on April 24 2008, where the speakers debate about the controversies of reality show Big Brother 2 contents. I am also presenting some comments from the official Big Brother 2 web page, and giving an opinion about the winner of the show and his personal characteristics. My conclusion shows that the performers are carefully chosen in advance. During the show they play their roles which persuade members of the audience to vote for their favourite.

**Key words:** genre, audience, performers, Big Brother, roles.

## KAZALO

1. UVOD .....	7
1.1 METODOLOGIJA .....	8
2. ŽANR .....	10
2.1 TELEVIZIJSKI ŽANR .....	10
2.2 ŽANR RESNIČNOSTNIH PROGRAMOV .....	12
3. RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA, RESNIČNOSTNI ŠOV .....	13
3.1 ZNAČILNOSTI .....	14
3.2 AVTENTIČNOST .....	16
3.3 VOAJERIZEM .....	17
3.4 TIPI RESNIČNOSTNIH ŠOVOV .....	18
3.4.1 NAKLJUČNI DOGODKI .....	18
3.4.2 SPRODUCIRANO DOGAJANJE .....	19
3.4.3 GAME SHOWI .....	20
3.5 BIG BROTHER .....	21
4. OBČINSTVO RESNIČNOSTNIH ŠOVOV .....	24
5. SKUPINA IN TEKMOVALCI .....	28
5.1 SKUPINA V RESNIČNOSTNEM ŠOVU .....	28
5.2 SODELUJOČI .....	29
5.3 POMEN VLOG V RESNIČNOSTNEM ŠOVU .....	30
5.4 RESNIČNOSTNI IGRALCI .....	32
5.5 POSTATI ZVEZDA .....	33
6. RESNIČNOSTNI ŠOV V SLOVENIJI .....	35
6.1 PRIMER BIG BROTHERJA 1 V SLOVENIJI .....	36
6.2 BIG BROTHER 2 V SLOVENIJI .....	37
6.2.1 KRŠENJE ČLOVEKOVIH PRAVIC? .....	38
7. SLOVENSKI NASTOPAJOČI IN NJIHOVE VLOGE V BIG BROTHERJU 2 V SLOVENIJI .....	41
7.1 IGRA .....	47
7.2 ZVESTO OBČINSTVO .....	48
7.3 (NE)ZAVEDANJE OČESA VELIKEGA BRATA .....	50
7.4 (NE)IDEALNI ZMAGOVALEC .....	53
8. SKLEP .....	56
9. LITERATURA IN VIRI .....	59

## SEZNAM SLIK:

Slika 7.1: TAMARA .....	41
Slika 7.2: DAMJANA .....	42
Slika 7.3: DADA .....	42
Slika 7.4: MARKO .....	42
Slika 7.5: DEJAN .....	42
Slika 7.6: TJAŠA .....	43
Slika 7.7: SAŠA .....	43
Slika 7.8: SEBASTIJAN .....	43
Slika 7.9: JEANINE .....	43
Slika 7.10: TEA .....	44
Slika 7.11: ELTYEB .....	44
Slika 7.12: NEJC .....	44
Slika 7.13: SARA .....	44
Slika 7.14: MARCELO .....	45
Slika 7.15: MATEJA .....	45
Slika 7.16: SANDI .....	45
Slika 7.17: NASKE .....	45

# 1. UVOD

Resničnostni šov je obnorel svet, saj se je iz snemanja ljudi v vsakdanjem življenju premaknil do točke, ko so ideje zanj tako skrajne, da si človek težko predstavlja, da se sploh še kdo prijavlja vanje. Za mesto v resničnostnem šovu, ne glede na to, za katerega gre, pa se poteguje vedno več ljudi, prav tako pa se povečuje tudi število ljudi, ki postanejo zvesto občinstvo.

Veliko je bilo že povedanega in veliko napisanega na temo resničnostnih šovov, o njihovi (neprimerni) vsebini, tekmovalcih, ustvarjalcih, občinstvu, vplivih, vrstah itd. Pa vendar vsaka nova oddaja vsakič znova preseneča z neverjetnim odzivom na obeh straneh. Razprave – predvsem o različnih vplivih – se kar naprej vrstijo, vse skupaj lahko povzamemo v »kam nas bo to še pripeljalo?«, ampak očitno se še vedno »pelje« naprej in je vedno bolj uspešno.

Ravno v tem sem našla izziv za svoje diplomsko delo in se lotila teme, ki je tako zelo znana, pa vendar še vedno odpira nove dileme, debate in postavlja javnost na dva bregova – na »pristaše« in »nasprotnike«. »Nasprotniki se zgražajo, ljubitelji se navdušujejo, vmesnih poti pa skorajda ni«, meni Pribac (2007: 216). Najbolj zanimiv pri vsem tem je človek sam, pa naj bo to tekmovalec ali gledalec; v svojem diplomskem delu želim predstaviti, kako v resničnostnih šovih ljudje delujejo in za primer analiziram nastopajoče v resničnostnem šovu Big Brother 2 v Sloveniji.

Nalogo sem razdelila v dva dela: v prvem, teoretičnem, najprej na kratko predstavljam, kaj sploh televizijski žanr je in razlagam, zakaj resničnostni šov uvrščamo med t.i. »hibride«. Preko televizijskega žanra nato prehajam v žanr resničnostnih programov, ki so osrednja točka mojega diplomskega dela. V tem delu ugotavljam, kot navaja tudi Hillova (2005: 23-24), da televizija z nastankom resničnostne televizije »zažira« samo sebe in da bi preživela, med seboj meša žanre in ustvarja hibridne programe. Temu primerne so tudi značilnosti, ki jih vsebujejo resničnostni šovi in prav te značilnosti resničnostne šove kategorizirajo v določene tipe, ki jih omenjam v nadaljevanju naloge.

Da so žanri tako uspešni in da je sploh prišlo do mešanja in nastanka hibrida, torej tudi resničnostnega šova, so zaslužni predvsem gledalci, ki jih spremljajo, in tekmovalci, ki se v te oddaje prijavljajo. Oboji imajo svoje razloge, da postanejo del začaranega kroga uspeha

tovrstnih programov, hkrati pa so ti razlogi znotraj vsake skupine zelo podobni, če ne kar isti. Veliko razlogov za izbor določenih karakterjev za resničnostni šov pa imajo tudi ustvarjalci. Prezem vloge vsakega tekmovalca v šovu je ključnega pomena, saj ustvarjanje določenih trenj (pozitivnih ali negativnih) povečuje tempo, zaostri dogajanje in poveča zanimanje s strani občinstva. V zadnjih dveh poglavjih prvega dela zato navajam značilnosti in ugotovitve o občinstvih in nastopajočih v resničnostnem šovu in poudarjam pomen obojih za sam uspeh žanra resničnostne televizije.

V drugem, analitičnem delu, pa se ukvarjam s praktičnim primerom, in sicer z Big Brotherjem 2, ki je bil v Sloveniji spomladi 2008 na sporedu že drugo sezono. Redno sem spremljala tudi uradno spletno stran Big Brotherja 2. Dokazati namreč želim, da so vsi nastopajoči skrbno izbrani s strani ustvarjalcev za gledalce in da ti nastopajoči v šovu (zavedno ali nezavedno) prevzamejo določeno vlogo, ki jih v šovu dela (ne)zanimive. Prav tako ugotavljam, da so ustvarjalci tisti, ki s svojimi zapisi na spletni strani lahko očrnijo tekmovalca ali pa naredijo njegove dobre značilnosti še boljše. Tudi s pomočjo tega občinstvo v procesu odločanja namreč izbira svojega favorita. Zadnji del analize zajema sklep o zadnjih dveh finalistih Big Brotherja 2, predvsem pa sem svoje ugotovitve usmerila na zmagovalca druge sezone Big Brotherja v Sloveniji.

## **1.1 METODOLOGIJA**

Diplomska naloga je razdeljena v dva dela; v prvem delu s pomočjo različne prebrane literature razlagam nastanek resničnostnih šovov, razloge za razvoj tovrstnega žanra in ugotavljam, kaj si želi občinstvo in kaj mu zaradi tega ponudijo producenti, ki z izbiro najbolj pestrih karakterjev želijo narediti vsebino privlačno za čim širši krog ljudi.

V nalogi želim raziskati naslednje hipoteze:

- tekmovalci v resničnostnih šovih igrajo vloge, ki jih vnaprej izberejo in določijo producenti;
- gledalci ob gledanju resničnostnega šova prepoznajo, »nagrajujejo in kaznujejo« v procesu glasovanja in izločanja tiste vloge in tistega nastopajočega, ki najbolj natančno odigra tipsko vlogo.



Cilj naloge je ugotoviti, da so nastopajoči v resničnostnih šovih skrbno izbrani po kriterijih, ki jih določijo producenti, ki vedno izberejo močno različne si osebe, ki med trajanjem šova prevzamejo določeno vlogo.

V drugem delu naloge navajam primer Big Brotherja 2, ki se je v Sloveniji na televizijskih programih predvajal spomladi 2008. Na kratko predstavljam vsakega tekmovalca in mu pripisujem značilnosti, ki so vplivale na izbiro producentov in na všečnost občinstvu.

## 2. ŽANR

*»Vsak posamezen žanr ima svoje lastne poteze, toda splošne lastnosti žanra postavljajo individualnemu žanrskemu filmu okvire, ki občinstvu olajšajo spremljanje filma. Žanr je, z drugimi besedami, formula, vsak posamezen žanrski film pa specifična 'aplikacija' pravil in konvencij žanra«*

*(Ang v Vidmar 2001: 105).*

Razvoj žanra je zagotovo ena izmed bolj nestabilnih krivulj. Žanr se spreminja, ali kakor bomo ugotovili, žanri izginjajo oziroma se med seboj tako zelo mešajo, da nastane hibrid – mešana oblika, sestavljena iz več žanrov. V mojem primeru je pomemben televizijski žanr, katerega razvoj je pripeljal tudi do nastanka resničnostnih šovov.

### 2.1 TELEVIZIJSKI ŽANR

Breda Luthar (1992: 34) televizijski žanr razume kot »rutinizacijo načinov proizvodnje, utrjenih v določenih tipih programov«. Te tipe prepoznavajo tako producenti kot gledalci. Žanr je zato ena izmed strategij za obvladovanje in kontrolo reakcij občinstva, hkrati pa uvrščanje v žanre vpliva na institucionalizacijo televizijske industrije glede njenih produktov in reakcij občinstva in »na ta način namreč 'proizvaja' predvidljivo občinstvo oziroma občinstvo s predvidljivimi zahtevami in interpretacijami« (ibid).

Rutinizacija proizvodnje in percepcije pri občinstvu vzbuja občutek sigurnosti. Denis McQuail (2005: 370) žanr opredeljuje z naslednjimi značilnostmi, ki pa so identične povzetkom Lutharjeve:

- skupna identiteta žanra je bolj ali manj prepoznavna producentom (medijem) in njegovim potrošnikom (občinstvom);
- ta identiteta zadeva namen (npr. informacijo, zabavo ali njune različice), obliko (dolžino, korak, strukturo, jezik itd.) in pomen (referenco na realnost);
- identiteta se oblikuje v določenem časovnem obdobju in vključuje podobne konvencije; kulturne oblike so ohranjene, kljub temu da se lahko tudi spreminjajo in razvijejo znotraj okvirja originalnega žanra;

- določen žanr sledi pričakovani zgradbi naracije ali zaporedju prizorov, črpa iz predvidljivih podob in ima repertoar različic osnovnih tem.

Lutharjeva (1998: 15) žanre razdeli na fikcijske in faktične, pri katerih naj bi bili prvi izmišljeni, drugi (kot so novice, dokumentarni in informativni program) pa to niso – producenti nefikcijskih programov so namreč zavezani tudi poklicnemu kodeksu. Tradicionalna paternalistična televizija strogo ločuje med obema zvrstema - eno namreč določa fikcija, medtem ko druga temelji na dejstvih. Predvsem pa se razlika v delovanju tradicionalnega in »modernega« kaže v televizijskih novicah, kjer je novica transformirana v dramo, triler ali zabavo, najbolj pa je pomemben sam stil naracije.

Podobno potrjuje John Fiske (2003: 109-110), ki pravi, da je žanr kulturna praksa, ki poskuša zgraditi določen red v širok spekter tekstov in pomenov. Ti krožijo v naši kulturi, prikladni pa so ne le za ustvarjalce, ampak tudi za občinstva. Ustvarjalci ravno zaradi vse večjih zahtev občinstva delajo »eksperimente« in zato v določene oddaje vključujejo prvine, ki jih prej ni bilo. S tem si povečajo gledanost, ustvarjajo novo in zanimivo. Eden izmed najbolj tipičnih primerov je informativni program, ki ga sedaj brez težav že lahko uvrstimo v t.i. infotainment. Pri tem je pomembna tudi izbira voditelja, saj bolj ko je le-ta znana osebnost, večja je stabilizacija občinstva in s tem povečanje gledanosti. Iz tega pa sledi sklep, da ima konstrukcija osebnosti tudi ekonomske vzroke, torej marketinške, in ne gre vedno zgolj za kulturni in tekstualni fenomen (Luthar 1998: 29).

Ob spremljanju programa gledalec goji določena pričakovanja, ki jim zadosti s pomočjo klasifikacije medijskih vsebin, te medijske vsebine pa imajo skupke enakih značilnosti, ki jih imenujemo televizijski žanri. Razdelitev medijskih izdelkov v žanre ali tipe organizira produkcijo in pomaga minimizirati tveganje in napovedati stroške. Ob gledanju vsebine že lahko vemo, kako se bo naracija razpletala in se zato ne obremenjujemo z različnimi variacijami žanra. Žanri nudijo zavetje znanega, manjše ali večje spremembe pa ohranjajo zanimanje zanj (Kavčič in Vrdlovec 1999: 676).

## **2.2 ŽANR RESNIČNOSTNIH PROGRAMOV**

Maruša Pušnik (2007) ugotavlja, da je ena izmed značilnosti tako resničnostnih oddaj kot oddaj, ki jih lahko spremljamo na slovenskih televizijskih programih – Trenja (POP TV), Piramida (RTV SLO) – televizijska forma, ki uporablja enake tehnike pripovedovanja, katerih skupna naloga je proizvodnja zabave s svojo izrazito personalizacijo, melodramatizacijo, psihologizacijo, značilen je opazovalno-nadzirajoči dokumentarni stil kamere in filmsko preiskovanje osebnih lastnosti, v ospredju so človeške zgodbe in osebne izpovedi. Pušnikova dalje navaja, da taki žanri »krepijo nove vrste dokumentarno govorništvo, ki razvija zelo intimno retoriko in temelji predvsem na besednih psiholoških bojih, kdo bo zdržal dlje, kar gledalce neznansko zabava«.

Žanr je postal vse bolj raznovrsten in se je na ta način prilagodil svojemu heterogenemu občinstvu (Pušnik 2007). Gre za prilagajanje okusom občinstva, kar pa hkrati nakazuje tudi na širše kulturne preobrazbe, ki so del spreminjanja v družbi.

### 3. RESNIČNOSTNA TELEVIZIJA, RESNIČNOSTNI ŠOV

*»Resničnostni šovi so v celoti uspeli v specifičnem zgodovinskem trenutku vse večje odvisnosti človekovega življenja od toka medijskega komuniciranja in nadvlade neoliberalne kapitalске ideologije, ki bistvo človekovega življenja vidi v njegovi potrošnji oziroma v posameznikovi sposobnosti, da ves družbeni svet in naravo spreminja v blago«*

*(Pušnik 2007).*

Termin resničnostna televizija označuje različne programske vsebine, saj gre lahko za snemanje resničnih dogodkov iz življenja posameznikov ali skupin (Jakopič 2006: 19), lahko pa gre le za, kot meni Dovey (v ibid) »poskus posnemanja dogodkov iz resničnega življenja skozi formo dramatizirane rekonstrukcije«.

Resničnostni šov je na nek način nadaljevanje zgodovine, ko so si ljudje že od nekdaj želeli popestriti svoje življenje z opazovanjem življenja drugih. Pušnikova (2007) to primerja z gladiatorskimi igrami v starem Rimu ali pa s pornografijo; oboje namreč povzroča določene občutke, ljudje občudujejo svoje junake ali pornodive, vendar so zunaj »svojega okolja«, torej izven arene ali televizijskega ekrana ti ljudje zgolj »hodeča trupla in zaničevanja vredne prostitutke« (ibid).

Popularna faktučna televizija se je razvila skozi daljše obdobje, in sicer s tabloidnim novinarstvom, dokumentarno televizijo in popularno zabavo, ki jo ponujajo mediji. V poznih osemdesetih in zgodnjih devetdesetih letih prejšnjega stoletja je šlo za obdobje naraščajoče komercializacije in deregulacije znotraj medijske industrije. Prizadevali so si za ustvarjanje poceni, ponavadi lokalno ustvarjenih faktučnih programov, ki bi bili privlačni za množice.

Glavni formati resničnostne televizije – infotainment, docu-soap<sup>1</sup>, lifestyle in resničnostni gameshowi – so bili uspešni v devetdesetih letih prejšnjega stoletja in v začetku novega tisočletja, saj so izhajali iz že obstoječih popularnih žanrov, kot so soap opera in gameshowi, in skupaj tvorili hibridne programe. Ti hibridni formati so se osredotočali na pripovedovanje

---

<sup>1</sup> Internet 1.

zgodb o resničnih ljudeh in resničnih dogodkih, in sicer na način, ki je zanimiv in ki zabava. Gre za mešanico infotamenenta, docu-soaps, lifestyle in resničnostnih gameshowov, ki prikazujejo zanimive zgodbe resničnih ljudi, ujetih na kamero (Hill 2005: 39). Porast resničnostne televizije je prišel v času, ko so televizijske mreže iskale hitro rešitev za ekonomske probleme znotraj kulturne industrije (ibid).

Fenomen resničnostne televizije se je v svetu pojavil že pred časom in torej ni povsem nov pojav. Prvi izmed takšnih žanrov je bil žanr skrite kamere, ki zato nekako sovпада z začetki resničnostne televizije. *Candid Camera* oz. Skrita kamera iz leta 1948 je svoje začetke našla v radijski različici *Candid Microphone* oz. Skriti mikrofoni (Leskovec 2007: 11).

Leta 1973 je ameriška televizijska postaja premierno prikazala serijo *An American Family*. Člane družine Loud so snemali sedem mesecev, po televiziji pa prikazali 12 ur njihovega življenja, tako da je imela serija na koncu 12 epizod (posnetega je bilo 300 ur celotnega videomateriala). Gledalcem je bilo v dvanajstih urah predstavljena tudi ločitev zakoncev Loud, za občinstvo pa je bil zagotovo najbolj zanimiv njun sin Lance, takrat 20-letni gej, ki se je občasno celo ličil in oblačil v ženske obleke. S tem je Lance postal prvi javno označeni gejevski lik na televiziji in je zato obveljal kot nekakšna gejevska ikona (Jakopič 2006: 21). *An American Family* je služil kot neposredna inspiracija za MTV-jev šov *The Real World* in kasnejše različice (Andrejevic 2004: 71). *The Real World* iz leta 1992 je prikazoval življenje sedmih mladostnikov, ki se prej med seboj niso poznali, sedaj pa so bili skupaj v stanovanju tri mesece, njihovo življenje pa je neprestano spremljala kamera (Jakopič 2006: 21). Prav tako kot je televizija predstavljala center doma, je hkrati dom prevzel centralno točko na televiziji (Biressi in Nunn 2005: 66). Resničnostni šov je idealen za vpogled v življenje nekoga drugega.

### **3.1 ZNAČILNOSTI**

Resničnost v resničnostnih šovih je modificirana; scenarij je postavljen vnaprej, prav tako je prisoten režiser, montaža, producent, postprodukcija itd., ampak »ko smo enkrat v svetu medijskih reprezentacij, pa naj gre za informativno-dokumentarno oddajo ali resničnosti šov, so vprašanja, kako resnična so dejstva in kako lažna je fikcija, odvečna« (Pušnik 2007).

Po mnenju Couldrya (2003: 95) je ena izmed najbolj fundamentalnih trditev medijev trditev o realnosti, ki naj bi bila »družbena realnost«, ki si jo delimo kot člani družbe. Pojem predstavljanja vsebine »v živo«<sup>2</sup> je vedno nekako pripadal televiziji. V času, ko je v ospredju »resničnostna televizija«, se je pomenu »v živo« pridružila še nekoliko drugačna referenca, ki se nanaša na prenašanje dogajanja v resničnostnem šovu »v živo« (ibid: 96). Pomen prenašanja »v živo« se s časom seveda vedno bolj širi tudi na ostale medije, zato si tudi ti prilaščajo to oznako (ibid). Resničnostna televizija je zato dobila priložnost, da se neposredno predstavlja prek vseh dostopnih medijev, ki jih občinstvo uporablja.

Glede na svoje argumente in trditve je Couldry (2003: 102) oblikoval sklop značilnosti resničnostne televizije, ki pa zagovarjajo Kilbornovo definicijo. Po njegovem mnenju resničnostna televizija vključuje:

- »leteče« snemanje dogodkov v življenju skupin ali posameznikov; ali
- poskus simulacije dogodkov resničnega življenja skozi dramtizirano rekonstrukcijo; ali
- združitev prve in druge točke v zmontirani obliki, zapakirano v program, ki je lahko promoviran na podlagi svojih resničnostnih priporočil (Kilborn 2003: 423).

Dve leti kasneje je Hugh Danucey ponudil drugačno definicijo, ki jo karakterizirajo:

- a) drame poguma v vsakdanjem življenju,
- b) govorjenje o občutkih,
- c) družbena akcija (gre npr. za pomoč pri iskanju pogrešanih oseb, reševanju kriminalnih dejanj itd.) (Danucey v Dovey 2000: 79).

Definiciji obeh avtorjev pa bi lahko povezali v eno samo, saj so značilnosti, ki jih navajata, prisotne v resničnostnih šovih različnih formatov. Skupno obema ugotovitvama je predvsem to, da gre za dramo; gre za konstrukcijo realnosti, ki je predstavljena na način, da pritegne občinstvo in pri njem vzbudi negativne in/ali pozitivne občutke.

---

<sup>2</sup> Ang. »liveness«.

### **3.2 AVTENTIČNOST**

Občinstvo se zaveda, da neprofesionalni igralci oz. tekmovalci, ki nastopajo v resničnostnem programu, deloma tudi igrajo. Prav zaradi tega razloga so gledalci izoblikovali strategije gledanja oziroma opazovanja, s katerimi ločijo, če oziroma kdaj tekmovalci igrajo in kdaj se to prelomi v trenutek avtentičnosti, ko tekmovalci postanejo zvesti samim sebi. Taki trenutki so običajno na vrsti ob trenutkih čustvene napetosti in so predvsem pričakovani v formatih, kot je Big Brother. Prav tako gledalci vrednotijo kakovost resničnostnega programa s pomočjo karakterizacije tekmovalcev in njihovega načina pripovedovanja zgodb. S tem je lahko lastna predstavitev tekmovalca bodisi slaba, ker ni zadosti iskrena, bodisi dobra, ker je dramatična (Hill 2005: 176).

Za gledalca pa je privlačna tudi sama scena dogajanja. Ko gledalec stopi v gledališče, da bi si ogledal predstavo, in ko se odpre zastor, ga sama scena, postavljena v ozadje, ne zanima toliko, kot pa dogajanje na odru. Sceno lahko vrednoti kot lepo, zanimivo, neprimerno itd., ampak njegova pozornost se preusmeri na igralca. Tudi igralec v trenutku, ki ga preživi na odru, igra, scena je le začasno okolje, v katerem je in ki pripomore k njegovi igri. Vse to ugotavlja tudi Razac (2007: 108), ki pa svojo ugotovitev primerja tudi s sceno v resničnostnih šovih: »Statiste postavlja v ambient, ki gledalcu deluje neprisiljeno, ker sočasno služi kot življenjski okvir. Iz nepristnega bivališča nastaja prizorišče in prizorišče kot življenjsko okolje postaja bivališče.«

V primeru resničnostnega šova Big Brother je kamera navzoča povsod. Zakriti so le določeni prostori, kot je na primer stranišče, postavljeno je namreč za paravanom ali zidom. V prvem Big Brotherju, ki se je odvijal na Nizozemskem, so snemali celo stranišča, vendar je to sprožilo burne odzive - zaradi spodobnosti, ampak hkrati tudi zato, ker kulis ni bilo. »Ni bolj spektakularnega prizora od tistega, ki se odvija za kuliso. Ne-vidni prizor za kuliso, tudi če je skrajno minimaliziran, kvalificira tisto, kar je vidno, za spektakularno« (Razac 2007: 109).

Odločilen pri avtentičnosti je tudi sam način snemanja oddaj. Sledi namreč načinom dokumentarnega stila, hkrati pa tudi nekoliko načinu snemanja amaterskih videosnemalec, kar doda občutek avtentičnosti posnetkov.



### 3.3 VOAJERIZEM

V zadnjem času se je razvil nov tip voajerizma. Ta tip se ne nanaša na ljudi, ki drugih ne gledajo le z erotičnega vidika, ampak gre za ljudi, ki jih drugi privlačijo z vseh plati njihovega življenja in sem spadajo tudi resničnostni šovi (Petek 2006). Udeleženci resničnostnega šova vedo, da so opazovani oziroma da jih nekdo gleda, da opazuje njihovo početje in reakcije. Gledalci gledajo programe resničnostne televizije, ne zato ker to ne bi bilo že napisano, ker je, ampak zato, ker televizija ponuja možnost takojšnjega užitka, gledalci pa se lahko hitreje, če ne takoj, poistovetijo z glavnimi akterji v šovu, saj »voajer najbolj uživa, če so udeleženci šova čim bolj sproščeni in čim manj igrajo« (ibid).

Izraz voajerizem je v Slovarju slovenskega knjižnega jezika (SSKJ) opredeljen z definicijo, ki navaja, da je voajerizem »bolezensko nagnenje k spolnemu uživanju z opazovanjem spolnega občevanja drugih, delov telesa oseb drugega spola ali z gledanjem takih fotografij« (SSKJ 1997: 1533). Postavlja se vprašanje, ali je izraz voajerizem torej upravičen, ko se njegov pomen nanaša na gledalce resničnostnih šovov. Victoria Mapplebeck (2002: 22) meni, da se ta pojem uporablja za zelo širok spekter grehov in »se neprestano izogiba natančni definiciji. Tradicionalno se nanaša na pogled, za katerega veš, da te opazuje. A gledalčevo bolšcanje je še kako potrjeno. Osebki resničnostne televizije vedo, da so opazovani in tudi želijo biti«. V primeru resničnostnih šovov niso bili tekmovalci tisti, ki so odkrili kamere, ampak so jih aktivno poiskali. »Dostop, ki so ga te osebe omogočile, je bil sprejet s soglasjem. Zavedajo se pogledov kamere, brenčanja osvetlitve. S tem pogledom se srečajo, včasih se vanj zaletijo z glavo« (ibid: 23).

Gledalci so voajerji le v grobem pomenu besede, saj so tekmovalci tisti, ki vedo, da so opazovani, občinstvo s spremljanjem dogajanja »za kamero« pa uživa ob opazovanju življenja drugega. Lury (v Hill 2005: 70) navaja, da se občinstvo ob gledanju tekmovalcev lahko počuti tudi nelagodno, saj se zavedajo, da gledajo ljudi, ki se norčujejo iz samih sebe, to pa se po prepričanju občinstva zgodi zaradi manipulacije tehnikov in producentov oddaje. Vendar pa se večina ne počuti tako nelagodno ob gledanju tekmovalcev in ne razmišlja o tem, da jih kdo manipulira, bolj se sprašujejo, če je samo »igranje« v šovu res tako naravno, kot naj bi bilo (ibid).

Ljudje vedno bolj uživajo ob spremljanju življenja ljudi drugih; sicer ne prenesejo, da bi kdo spremljal njihove osebne trenutke, njihovo življenje, večina teh ljudi pa zvečer kljub temu sede pred televizijski ekran in si z vsem zanimanjem ogleda TV novice, »realnost torej 'zapakirajo' kot *entertainment*, kot zabavo« (Jakopič 2006: 16). Zato ni več čudno, da se gledanost resničnostnih šovov še povečuje – »gledalci so si pridobili pozicijo voajerja, svet pa je postal spektakel« (ibid).

### **3.4 TIPI RESNIČNOSTNIH ŠOVOV**

Po pregledu literature o tem, koliko različnih vrst resničnostnih šovov sploh obstaja in s tem, kaj vse producenti posnamejo za svoj program, kaj vse občinstvo želi gledati in nenazadnje, na kaj vse se ljudje prijavljajo, se je izkazalo, da je za čim širšo predstavitev potrebna podrobnejša specifikacija resničnostnih šovov. Barbara Leskovec (2007: 22-26) v svojem diplomskem delu navaja klasifikacijo resničnostnih šovov, ki jo je izoblikovala s pomočjo prebrane literature in povzetkov različnih avtorjev. Meni, da razdelitev v kategorije ponuja boljši pregled nad nastankom različnih formatov. Njena razdelitev je sicer popolnoma smiselna, za boljšo izpostavljenost analiziranega primera pa klasifikacijo lahko še dodatno skrčimo:

#### **3.4.1 NAKLJUČNI DOGODKI**

V to kategorijo sem uvrstila oddaje, kjer gre za dogodke iz vsakdanjega življenja, vendar je v tem primeru prisotna tudi kamera. Leskovčeva to kategorijo imenuje »Nesreče in urgenca« in navaja, da gre za šove, kjer je poudarek na delu reševalnih in nujnih služb, televizija pa s pomočjo njih dostopa do vznemirljivih in za občinstvo zanimivih dogodkov (policijske akcije, požari, letalske in druge prometne nesreče, morske reševalne akcije). Material je zmontiran v zabavno oddajo, ki jo občinstvo spremlja preko televizijskih ekranov.

Primeri: *America's Most Wanted* (Fox, 1988-), *Rescue 911* (CBS, 1989-1996), *Cops* (Fox, 1989-), *FBI: The Untold Stories* (ABC, 1991-1993), *999 Lifesavers* (BBC, 1992-) ipd. (Hill 2005: 7).

### 3.4.2 SPRODUCIRANO DOGAJANJE

V to kategorijo sem uvrstila vse ostale do sedaj znane resničnostne šove. Gre za tri sklope, katerim je skupna osebna odločitev posameznika za neko spremembo, dogajanje okoli te spremembe pa je dodatno podkrepljeno, saj je v celoti posneto.

#### - **Preobrazba**

Posamezniki se prijavijo v oddajo v upanju da bodo izbrani in si bodo s tem izboljšali življenje. Gre za primer »prej« in »potem« oddaje, kjer se na koncu ocenjuje nastale spremembe.

Primeri: *Extreme Makeover* (ABC, 2003-2007), *Queer Eye For The Straight Guy* (Bravo, 2003-2007), *The Swan* (Fox, 2004-2005), *Celebrity Fit Club* (ITV, 2002-2006), *The Biggest Loser* (NBC, 2004-), *I Want a Famous Face* (MTV, 2004-2005), *Supernanny* (Channel 4, 2004-), *Pimp my Ride* (MTV, 2004-), *Changing Rooms* (BBC, 1996-2004), *Trading Spaces* (TLC in Discovery Home, 200-2007) (Jakopič 2006:15, Hill 2005: 7).

#### - **Življenjski eksperiment**

Gre za format, ki je delno družbeni eksperiment, delno preobrazba in delno game-show. Običajno gre za navadne ljudi, ki eksperimentirajo s svojim življenjem. Gre za spremembo, eksperiment z drugačnim življenjskim stilom, vrednotami, delom in hišnimi ureditvami.

Primeri: Zamenjajmo ženi, orig. *Wife Swap* (Channel 4, 2003-), *Boss Swap* (pilotna serija na ABC), *Take My Mother-in-law*, *Holiday Showdown* (ITV, 2003-), *Faking it* (Channel 4, 2001-2006), *Gender Swap* (Channel 5, 2004) in drugi (Hill 2005: 36-37).

#### - **Oddaje, v katerih sodelujejo zvezdniki**

Tovrstni format resničnostnih šovov prikazuje življenje zvezdnikov v njihovem domačem okolju ali pa gre za prikaz njihovega opravljanja nalog in dela na drugih lokacijah.

Primeri: *Osournovi* (orig. The Osbournes; MTV, 2002-2005), *The Anna Nicole Show* (E! Entertainment Television Channel, 2002-2004), *Newlyweds: Nick and Jessica* (MTV, 2003-2005), *Hogan Knows Best* (VH1, 2005-), *The Simple Life* (Fox, 2003-), *Tommy Lee Goes to College* (NBC, 2005-) in *The Surreal Life* (VH1, 2007) (Wikipedia 2001).

### 3.4.3 GAME SHOWI<sup>3</sup>

Resničnostni game-showi iz devetdesetih let prejšnjega stoletja in na prehodu v 21. stoletje so se osredotočali na pripovedovanje zgodb o ljudeh iz vsakdanjega življenja in o dogodkih, ki se jim dogajajo. V ospredju so bili vizualizacija, karakterizacija in naracija. Kot ugotavlja Kilborn (2003: 58), so se producenti po uspeh docu-soapov začeli zavedati neizkoriščenega potenciala faktičnih formatov, pri katerih je poudarek na »performansu resničnostnega življenja«. Tako je po podrobnih analizah nastal hibridni format, ki je združeval strukturne značilnosti akcijskih resničnostnih formatov z drugimi elementi iz tekmovalnih šovov.

#### - Iskanje talentov

V tovrstnih šovih gre za iskanje talentov, kjer med tekmovalci žirija in občinstvo izberejo, kdo bo izločen in kdo ostane. Tekmovalci živijo skupaj, kadar od njih to šov zahteva, vendar ni nujno, da je občinstvu življenje ta čas prikazano.

Primeri: *Popstars* (Prvič na Novi Zelandiji leta 1999, potem po celem svetu), britanski *Pop Idol* (ITV, 2001-2003), ki je sprožil vrsto različic: *Idol* (Polsat, 2002-2005), *American Idol* (Fox, 2002-), *Deutschlan sucht den Superstar* (RTL, 2002-) in drugi (Wikipedia 2001).

#### - Zmenkarije

Gre za princip zbiranja partnerja med skupino tekmovalcev. Do končne oddaje so izločeni vsi tekmovalci, razen dveh: »tistega, ki izbira« in zadnjih dveh tekmovalcev, med katerima je eden izbran za »partnerja«.

Primeri predhodnikov: *Blind Date* (ITV, 1985-2003) in *The Dating Game* (ABC, 1965-1999), sodobnejše pa so: *Sanjski moški* (orig. *The Bachelor*, ABC, 2002-) in njegova različica *Sanjska ženska* (orig. *The Bachelorette*; ABC, 2003-2005), *Temptation Island* (Fox, 2001-2003), *Paradise Hotel* (Fox, 2003-) in *Joe Millionaire* (Fox, 2003) (Wikipedia 2001; Hill 2005: 35).

---

<sup>3</sup> To skupino sem uvrstila posebej zato, ker je ključna tudi za interpretacijo v analitičnem delu, hkrati pa tudi zato, ker gre za dogodke iz resničnega življenja, kjer je na koncu eden izmed sodelujočih zmagovalec.

### - **Iskanje zaposlitve**

Tekmovalcem so naložene naloge, pri katerih vsaka temelji na določeni sposobnosti. Zmagovalec je tisti, ki najbolje opravi vse naloge in ki ga najbolje ocenijo strokovnjaki, nagrada za zmago pa je pogodba za določeno delovno mesto.

Primer: *The Apprentice* (NBC, 2004-), *America's Next Top Model* (UPN, 2003-), *Hell's Kitchen* (Fox, 2005-), *MuchMusic VJ Search* (MuchMusic, 2006-) ipd. (Wikipedia 2001).

### - **Big Brother in Survivor**

Ta dva šova sta uvrščena v posebno kategorijo prav zaradi njune posebne zgodbe o uspehu.

Šova spadata med začetnika game-showov, kot navaja Hillova (2005: 31). Rojstvo tega formata po njenem mnenju zasledimo pri britanskem producentu Charlieju Parsonsu, ki je razvil idejo Survivorja v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja, avtorske pravice pa je kupila nizozemska produkcijska hiša Endemol. Ko je švedsko podjetje odkupilo format, je razvilo idejo o *Expedition Robinsonu*, ki so ga začeli predvajati 1997, Endemol pa je razvijal idejo Big Brotherja. Producent nizozemske televizije John De Mol je navdih našel v Biosphere 2, delu TV-dnevnikarja.

Format pa se po mnenju Hillove (2005: 31) razlikujeta v tonu in stilu, saj medtem ko Survivor uporablja eksotično lokacijo, Big Brother uporablja navadno lokacijo – spletke, čustva in naloge so velike pri obeh, le denarna nagrada je v Big Brotherju občutno nižja.

## **3.5 BIG BROTHER**

Big Brother velja za najuspešnejšo serijo resničnostne televizije. Znano je, da je posredno povezan z romanom Georgea Orwella z naslovom 1984<sup>4</sup>, gre pa za drugačno izhodišče (Jakopič 2006: 23).

Uvrščanje Big Brotherja v posebno kategorijo ni naključje, uvrščamo pa ga med game-showe. Big Brother je nastal kot rezultat dvournega »brainstorminga« in se razvil iz mešanice družbenega eksperimenta, resničnostne »soap« (*real life soap*) in tekmovanja. Kombinacija

---

<sup>4</sup> V romanu je nadzor izvajen z visokega stolpa, ko ujetniki zapora nikoli ne vedo, kdaj so opazovani, zato je vsako tveganje za pobeg lahko nesmiselno.

vsega tega je bila prvič predstavljena na Nizozemskem, kjer si je finalno oddajo ogledalo kar 53 odstotkov prebivalstva (Andrejevic, 2004: 73). Big Brother je romantična drama »o resničnem življenju, čustveno nabita zgodba o preživetju, preplet medčloveških odnosov in talilni lonec, v katerem je pod drobnogled postavljena vsa veličina in prvinskost človeške rase«<sup>5</sup>.

Biressijeva in Nunnova (2005: 11) navajata, da je Big Brother v Evropi zagotovo eden izmed najbolj popularnih resničnostnih programov, v Veliki Britaniji pa je bil prvič prikazan leta 2000. Sedaj obstaja več kot 40 različic Big Brotherja po svetu. Ta resničnostni šov pa dodaja tudi status »Event TV-ja«. Gre za koncept, ki svoje masovno občinstvo dosega skozi visoko gledanost in multi-medijske zmožnosti. To pomeni, da se šov na televiziji prikazuje dnevno, skozi mnoge tedne in je podkrepljen še z ostalimi mediji. Tako se Big Brother v Veliki Britaniji ni prikazoval le dnevno po televiziji kot eno uro dolga oddaja na Channel 4, ampak ga je bilo možno spremljati tudi prek interneta v živo, preko tekstov na mobilnih telefonih, prek videa, knjig in radijskih obvestil. Internet je tisti, ki je običajne ljudi spremenil v medijske soudeležence. Spremljanje 24/7<sup>6</sup> oz. možnost, da si dogajanje ogledujemo 24 ur na dan 7 dni na teden, potrjuje producentove obljube, da gre za tako imenovano »realnost« (Biressi in Nunn 2005: 12).

V primeru Big Brotherja tudi Andrejevic (2004: 120) meni, da obstajata dve prelomni spremembi, ki ta resničnostni šov razlikujeta od ostalih;

1. *reflektivni stil šova*, ki se je zvil s samim produkcijskim procesom,
2. *integracija interneta*, ki omogoča dostop do vpogleda kadarkoli in kjerkoli.

Oba skupaj sta pritegnila gledalce, ki so tako dobili možnost, da oddaje spremljajo tudi takrat, ko jih ni na sporedu<sup>7</sup>.

Vprašanje, ali gre res za resničnost, pa je seveda še vedno na prvem mestu. Nastopajoči v šovu v želji po uspehu, prepoznavnosti in zmagi morajo prevzeti vloge v novem začasnem domu (Biressi in Nunn, 2005: 21). Vsi pomivajo posodo, kuhajo in sodelujejo pri drugih obveznostih, s tem pa prevzemajo določene vloge. Sočasno z vsakdanjimi opravili se morajo

---

<sup>5</sup> Internet 2.

<sup>6</sup> »Twenty-four-seven«: spremljanje dogajanja štiriindvajset ur na dan, sedem dni v tednu.

<sup>7</sup> Nakup kartice za neomejen dostop omogoča uporabniku, da spremlja stanovalce v hiši Big Brother kadarkoli želi in preko katerekoli kamere, ki je v hiši nameščena.

udeleževati iger, ki jim jih narekuje Big Brother, in se izpovedovati v t.i. »spovednici«<sup>8</sup>. Ker je v določenem obdobju, ko šov poteka, to edino življenje nastopajočih, je zanje to seveda realnost (ibid). Tako udeleženci počnejo tudi tiste stvari, ki jih v vsakdanjem življenju morda sploh ne bi, vendar gre lahko tudi za povsem običajna in vsakdanja opravila.

Slovensko različico resničnostnega šova Big Brother bom predstavila tudi v analitičnem delu, kjer navajam primer druge sezone Big Brotherja, ki se je odvijal spomladi 2008.

---

<sup>8</sup> Prostor, kamor se tekmovalci lahko zatečejo in »izpovejo« Big Brotherju (tj. občinstvu in ustvarjalcem) ali pa morajo vanj vstopiti, ko jih pokliče Big Brother.

## 4. OBČINSTVO RESNIČNOSTNIH ŠOVOV

*»Glavni cilj vseh producentov je vsekakor oblikovanje oddaje, ki se razlikuje od drugih oddaj, toda tako, da s svojo prepoznavnostjo uspešno privablja občinstvo«*

*(Jakopič 2006: 18).*

Človek vedno bolj v svoje življenje vključuje gledanje televizije in televizijo samo. Televizijski ekran postaja del njegovega življenja, včasih celo »okno v svet«. Med vsakdanjimi opravili je televizija vedno prisotna in sčasoma se posameznik z njo poistoveti – ali kot navaja Razac (2007: 131): »Za gledalca vključena televizija ni zgolj del njegovega življenjskega sloga, temveč tudi enakovredni del njega samega.« Televizija gledalca nagovarja in o njem govori. V primeru resničnostnega šova pa Razac ugotavlja, da je klasična vključenost gledalca podvojena z vključenostjo igralca in iz tega nastane znani »videti in biti viden«. Razac to imenuje »spektakelska vključenost«, saj gre za »resnične ljudi« in opazovanje njihovih navad, s čimer se podvaja psihološka in družbena identifikacija. V tem primeru gre za krog, kjer anonimni gledalec vidi anonimnega igralca, ki igra svojo vlogo, »hkrati pa ima občutek, da je viden v svoji lastni vlogi, kot da bi bil na odru« (ibid: 132).

Dovey (2000: 88) predstavlja Baudrillardov pogled na identiteto; identitete so formirane že vnaprej v interakciji med subjektom (notranje, privatno) in objektom (znanji svet, javno), mi pa te identitete projiciramo v zunanji svet in preko zaupanja v realnost tega zunanjega sveta pridobivamo občutek lastnosti. Zunanji svet pa v našo zasebno sfero vstopa prek elektronskih medijev, kot navaja Dovey (ibid), »svet prihaja v nas«. Vendar pa tisto, kar iz zunanjosti vdira v naš notranji svet, izgublja predznak realnega, saj realizem sam po sebi temelji na vzdrževanju distance med zunanjim in notranjim svetom. Te distance sedaj ni več in zato smo na nek način izgubili našo zvezo z realnostjo samo po sebi in zaradi vsega tega je naš občutek lastnosti v krizi.

Realnost je s pomočjo elektronskih medijev postala nekaj drugega, kar je bila prej. Prepričani smo, da živimo v »realnem« svetu, vendar se ob hitrosti življenja ne zavedamo, da nam to realnost narekujejo drugi. Če je resničnostni šov na splošno predstavljen kot resničen, potem je jasno, da se vzorci v njem ponavljajo tudi v vsakdanjem življenju, ko jih ljudje posnemajo.



Začaran krog vpliva medijev na ljudi in na njihovo prepričanje ljudi z lahkoto prepriča, da je tisto, kar gledajo, realno, in da zato lahko primerjajo svoje življenje z življenjem nastopajočih in ko ugotovijo, da živijo bolje, se občutki naslade ob krizah nastopajočih razrasejo na še višji nivo<sup>9</sup>.

»Ni problem širjenje policijskega nadzora v spektakel, temveč širjenje spektakla v navadno življenje. Policijsko oko, ki opazuje, precej manj nadzira vedenje kandidatov, veliko bolj ga nadzira zahtevna javnost, ki presoja« Razac (2007: 13). Posameznike, ki se jih neprestano snema, šov tipa Big Brother kaže v krogu, ki je blizu njihovem naravnemu okolju (ibid: 99).

Občinstvo je navajeno, da so zaključki in rezultati resničnostnih programov pozitivni in da je konec srečen. Tako na primer v oddaji Animal Hospital na BBC vedno prikazujejo le primere, ko so živali bile rešene in živele naprej. Ustvarjalci programa morajo trdo delati na tem, da že vnaprej predvidijo pozitiven zaključek, to pa dosežejo tako, da med izbiranjem kandidatov že prej izberejo tudi takega, ki ima veliko možnost, da mu bo do konca uspelo. Čeprav gre v tem primeru za nekaj, kar je namerno skonstruirano, gledalci tega ne opazijo ali pa se na to enostavno ne ozirajo, ker v zameno pričakujejo najboljši možni razplet. Resničnost je tako lahko sicer že vnaprej postavljena in predvidena, ampak tega občinstvo ne zameri, če je jasno pokazano, da je bilo to narejeno s strani ustvarjalcev za gledalce (Hill 2005: 177).

Eden izmed razlogov, da je žanr resničnostne televizije tako popularen in vpliven na televizijskem trgu, je, da njegovo publiko sestavljajo predvsem mlajši odrasli. Nacionalna raziskava leta 2000 v VB je pokazala, da so osebe, stare od 16 do 34 let, dvakrat bolj nagnjene h gledanju resničnostnega šova Big Brother kot pa starejši gledalci. Sestavljale so jih osebe, ki so imele boljše službe, univerzitetno izobrazbo in dostop do interneta. Programi resničnostne televizije so tako priljubljeni in razširjeni tudi zato, ker predstavljajo poceni alternativo drami. Vključujejo nižje produkcijske stroške, prav tako pa vključujejo tudi neprofesionalne igralce (ibid: 5-6).

Gledalce resničnostnih programov različni formati privlačijo, ker se na ta način soočajo z resničnimi zgodbami na način, ki je zanimiv in ki zabava. Vendar gledalci dvomijo v resničnost predstavljene zgodbe ravno zaradi tega, ker je bila zgodba nalašč predstavljena na

---

<sup>9</sup> Jakopičeva (2005) to imenuje sindrom »guilty pleasure«, uživanje ob nesreči drugih. Gledalci imajo občutek, da tega ne bi smeli gledati.

tak zanimiv in zabaven način (ibid: 58). Občinstvo primerja svojo osebno izkušnjo neke socialne interakcije in to uporablja za presojo, kakšni so tekmovalci glede na njihovo govorjenje, obnašanje in odzive na situacije in druge ljudi v določenem resničnostnem šovu (ibid: 78). Gledalci cenijo iskrenost faktičnih programov, zato bolj kot je tak program fikcijski, manj mu občinstvo zaupa (ibid: 175).

Primarna naloga resničnostnih programov ni učenje samo po sebi, ampak kljub temu resničnostni programi vsebujejo tudi ta del. Razne izvedbe takšnih in drugačnih preobrazb učijo, kako naj kaj naredimo tudi sami doma. Kot za primer navaja Hillova (2005: 180), je tak program na primer že prej omenjena oddaja Animal Hospital, kjer se gledalci lahko naučimo, kako naj skrbimo za živali. V dokumentarnih gameshowih, kot je npr. Big Brother, pa se naučimo nekaj o življenjih drugih ljudi. Gre za učenje o čustvih, ki lahko vključuje učenje o vsakdanjem življenju ljudi in njihovih vsakodnevnih izkušnjah (ibid: 180).

Ko občinstvo opazuje tekmovalce, v glavi ločuje med tekmovalčevim jazom in njegovim pravim jazom. Tekmovalca od prej ne poznajo, zanašati se morajo na svojo lastno presojo in oceno tekmovalčevega obnašanja. Ob tem se občinstvo sprašuje, kako bi ravnali sami, če bi bili na mestu tekmovalca. Tekmovalci morajo pretehtati vsako besedo in dejanje, preden nekaj dejansko storijo, občinstvo pa je tisto, ki ocenjuje »predstavo« tekmovalca glede na to, kako dobro igra in kako hkrati ostane zvest samemu sebi. Zmagovalec Big Brotherja v VB leta 2000 je postal nekdo, ki je postal in ostal popularen tako med sotekmovalci kot tudi pri občinstvu, to pa mu je uspelo s tem, ko je uravnotežil svoj igrani jaz s pravim jazom (ibid: 69).

V oddajah resničnostne televizije je izredno pomemben t.i. »see it happen«<sup>10</sup> stil montaže, ki gledalcu omogoči, da lažje klasificira program v žanrsko shemo. Pri tem je bistveno, kako pristno je videti dogajanje v oddaji, pomembna komponenta pa so tudi sodelujoči oz. udeleženci, ki niso profesionalni igralci, ampak vsakdanji ljudje, s katerimi se gledalci lahko poistovetijo in se tako lažje vživijo v dogajanje. Glavni adut resničnostnih šovov je, da ima občinstvo priložnost ogledati si življenje sodelujočih na lastne oči, saj so kamere prisotne 24 ur na dan (ibid: 51).

---

<sup>10</sup> Bistvo »see it happen« stil montaže je v tem, da v oddaji ne prikazujejo rekonstrukcije dogodkov, predvajani so izvirni posnetki (Hill 2005: 51).

Garaghtyeva (v Jakopič 2006: 26) ugotavlja, da posamezen lik v vsaki oddaji Big Brotherja kljub zaključku ene epizode nadaljuje svoje življenje do začetka naslednje epizode, gledalci pa se tega zavedajo. To je tisto, kar gledalca pritegne, da bo gledal tudi naslednjič, saj želi spremljati, kako bo določen tekmovalec svojo vlogo »odigral« naprej. Gledalci namreč verjamejo dogodkom, ki so prikazani preko televizije. Njihov televizijski aparat je »orodje« pridobivanja informacij, ob katerih pa malokdo razmišlja, ali so resnične – ker so na televiziji, potem so resnične. »'Resnični dogodek', ki se pred kamerami zgodi, za gledalce ne obstaja, dokler ta realnost ni prevedena skozi TV-realnosti v njihove televizijske aparate« (Jakopič 2006: 18).

Kot je za nek intervju povedala Mary-Ellis Bunim, producentka šova The Real World, se je vloga producenta in občinstva na nek način obrnila. Člani publike so tisti akterji, ki priredijo šov, dodala je celo, da je vse, kar morajo narediti ustvarjalci, le to, da se naslonijo nazaj in čakajo, kaj se bo zgodilo. Jon Murray, koproducent tega šova, pa je dodal, da sicer producenti nimajo veliko kontrole med produkcijskim procesom, da pa imajo »nadzor nad odločitvami med montažo« (Andrejevic 2004: 103). Gledalci so na koncu tisti, ki narekujejo, kdo bo ostal in kdo izpadel, izbirajo svoje favorite in na ta način odločajo, kako se bo zgodba razpletla, saj je dogajanje odvisno od karakterjev, ki ostanejo v igri.

## 5. SKUPINA IN TEKMOVALCI

*»Bodi neopazen, ne izpostavljaljaj se', to je bil njegov moto. 'Za izpad so nominirani samo tisti, ki jih opazijo'. To je vsak večer ponavljal v Spovednici. Igra je namreč precej zapletena,« je nadaljeval Hooper. »Sostanovalce manipuliraš na en način, gledalce na drugega. Bodi dovolj nevsiljiv, da te ne imenujejo, hkrati pa dovolj zanimiv, da ne izpadeš, če te že imenujejo. Mislim, da je v tem glavni čar oddaje. Čista psihološka študija. Kot človeški živalski vrt«*

*(Elton 2004: 22-23).*

Celoten sistem družbe je sestavljen iz različnih skupin. In tako je zelo očitna tudi skupina, ki se izoblikuje znotraj resničnostnega šova – še več: ko govorimo o tekmovalcih, kar naprej govorimo o njih kot o skupini in so torej skupina tekmovalcev. Ta skupina je nastala z določenim namenom, tekmovalci pa so bili izbrani vanjo.

### 5.1 SKUPINA V RESNIČNOSTNEM ŠOVU

Najbolj splošna definicija je definicija Marvina E. Shawa (v Fisher in Ellis, 1990: 12), ki je glede na svoje opravljene raziskave skupino opredelil kot tisti, ki združuje člane, katerim je nekaj skupno. To, »kar jim je skupno«, definira obstoj celotne skupine.

Baron in Kerr (2003: 7) navajata da je najbolj verjetno, da se bo trdna struktura skupine izoblikovala tam, kjer gre za trajne skupine, kot so družina, delovne skupine, klubi itd. Za take skupine je tudi značilno, da gre za statusne razlike, dobro izoblikovane norme in mišljenje, voditelje, tiste, ki sledijo vodjem.

Za razlago, kaj skupina je, pa ni enotne definicije, saj so nameni in vzgibi za nastanek skupine različni.

Poleg klasičnih definicij skupine, ki se navezujejo predvsem na skupino kot socialno strukturo – kot družino, sorodstvo, delovno skupino – obstaja tudi definicija skupine, ki jo Johnson in Johnson (1997: 10-11) opredelita kot tisto, kjer gre za namerno strukturirane odnose med člani, torej gre za odnose, ki so umetno vzpostavljeni.

Ti odnosi temeljijo na skupku vlog in norm, ki so posameznikom predstavljene, imajo svoje vrednote in norme, s pomočjo katerih se med člani izoblikujejo določeni odnosi, in s takšno skupino lahko povežemo tudi resničnostne šove<sup>11</sup>. V tem primeru gre za skupino, ki je bila izbrana in zbrana z namenom, da zabava občinstvo in da sproducira dogajanje, ki bo zanimivo. Odnosi so s tem namenom vzpostavljeni tudi na pobudo ustvarjalcev oziroma tistih, ki odločajo, kdo v resničnostnem šovu na koncu lahko nastopi. »Izbranci« so tisti, ki vplivajo na razvoj dogodkov, vendar morajo, da bi dosegli naloge, ki so jim dodeljene, delovati složno, čeprav je cilj vsakega na koncu zmagati, zmagovalec pa je lahko le en sam, po zmagi neodvisen od skupine, s pomočjo katere je tudi prišel do najboljšega končnega izida. Nenazadnje pa ima vpliv na skupino tudi občinstvo, ki s tem, koga preferira, vpliva tudi na odnose med člani skupine. Tisti, ki ostanejo, morajo vsakič sproti izoblikovati nov sistem delovanja; če je na primer bil izločen nekdo, ki zna dobro kuhati in je vsakič poskrbel za kosilo, bo po njegovi izločitvi potrebno določiti tistega, ki bo prevzel njegovo vlogo.

## **5.2 SODELUJOČI**

Ustvarjalci resničnostnega šova vedo, kaj iščejo. Čar ni le v montaži in tehnologiji, potrebna je posebna sposobnost tekmovalcev, zato ustvarjalci iščejo posebno vrsto sposobnosti nastopanja. Tekmovalec mora biti sposoben znati prikazati običajnost resničnega življenja, mora biti sposoben izvršiti vsakdanje naloge, ki jim jih zastavljajo ustvarjalci in hkrati imeti določeno mero samozavesti. Pomembne so dramatične situacije, ki naredijo šov zanimiv, hkrati pa morajo sodelujoči znati brez truda preiti v stanje izpovedi v naravnost-v-kamero izpovednih sobah<sup>12</sup> (spovednicah, kot jih imenujejo), ki so značilnost mnogih faktičnih formatov (Kilborn 2003: 13).

Hillova (2005: 66) je s pomočjo raziskave, ki jo je izvedla med letoma 2000 in 2001 v Veliki Britaniji, glede na izjave sodelujočih ugotovila, da bi se ljudje, če bi se zavedali, da jih kamere snemajo (kot v resničnostnem šovu), obnašali drugače. Ne bi bili več takšni, kot so v

---

<sup>11</sup> Da gre lahko tudi za skupino tekmovalcev v resničnostnem šovu, sem sklepala sama na podlagi ugotovljenih dejstev Johnsona in Johnsona.

<sup>12</sup> Gre za obrat, ko nastopajoči pogledajo v kamero, gledalca pa to razreši krivde, ker jih je opazoval (Jakopič 2006: 38).

resnici, spremenili bi način govorjenja, z manj kletvicami in bolj slovnično pravilno, spremenili bi stil oblačenja, bili bi bolj urejeni ...

V resničnostnem šovu tako ne more sodelovati kar vsak, med seboj pa so si tekmovalci običajno zelo različni.

### **5.3 POMEN VLOG V RESNIČNOSTNEM ŠOVU**

Vsak posameznik v družbenem sistemu ima določeno nalogo, ki jo opravlja glede na pričakovanja ostalih udeležencev družbenega sistema. Definicija vloge, ki jo navajata Fisher in Ellis (1990: 203), je, da je to pozicija v mreži vlog, ki strukturirajo skupino. Vloga je potemtakem sklop komunikacijskih značajev, obnašanja ipd., ki so predstavljeni s strani posameznika in ki vsebuje način obnašanja s strani tega posameznika na način, ki se ga od njega pričakuje. Pregled literature avtorjev, ki so se oziroma se ukvarjajo z vlogami v skupini, nakazuje, da gre predvsem za kategoriziranje ljudi v takšnih skupinah, ki so nastale z namenom, da skupaj dosežejo nek cilj – bodisi da izdelajo določen izdelek, oblikujejo novo idejo, projekt itd.

Koncept resničnostnega šova, kjer je na enem mestu več tekmovalcev, ki dobivajo skupne naloge (primer sta najbolj poznana Big Brother in Survivor), pa običajno ni zastavljen kot »sodelovanje vseh za vse«, ampak kot »sodelovanje vseh za lastno zmago« ali kot navajata Biressijeva in Nunnova (2005: 29): »Tisti, ki se obnašajo kot zmagovalci, bodo najverjetneje tudi zmagali.«

V Sloveniji smo (zaenkrat) lahko že dobro spoznali, kakšen je koncept resničnostnega šova Big Brother. Sezona 2007 in 2008 sta že prinesli po enega zmagovalca. Kdo in zakaj je zmagal, bom podrobneje predstavila v drugem delu naloge, najprej pa želim izpostaviti karakterje, ki so za take šove očitno izbrani prav zaradi svoje vloge, ki se od njih tekom šova pričakuje.

S ponavljanjem določenega obnašanja posameznik pridobi določeno vlogo, ki se mu glede na to pripisuje. Nekdo, ki odloča, kako se bo nekaj počelo, je vodja, tisti, ki se stalno šali, je šaljivec ali zabavljak, nekdo, ki se konstantno prepira, je prepirljivec itd. Očitno pa je, da se v

določeni skupini določena vloga pojavi samo enkrat, če pa se dvakrat, gre za vlogo, ki je tako močna, da proizvede konflikte.

Meja med fikcijskim in faktičnim je bila podrta. Tako se postavlja vprašanje, kdo je igralec (Pušnik 2007). Resničnostna televizija promovira, da je biti medijsko prepoznaven, biti zvezda, biti igralec, skratka pojavljati se na televizijskem ekranu in biti s tem izpostavljen množičnemu občinstvu, »ena izmed najbolj zaželenih in hkrati tudi družbeno cenjenih vlog« (ibid). Pušnikova predstavlja navedbo statističnih ugotovitev, izvedenih po svetu, da je predpostavka, da mnogi pridejo v te oddaje le po denar, napačna, saj je na prvem mestu nastopajočih predvsem želja po slavi, medijski prepoznavnosti in zvezdniškem statusu. V naši družbi in v družbi nasploh je danes tako, da se uspešnost posameznika enači z njegovo medijsko prepoznavnostjo, »biti v medijih pomeni uspeti« (ibid), hkrati pa družba razvija tudi »kaznovalno-nagrajujoči družbeni sistem, ki medijsko (ne)pojavljanje nagrajuje oziroma kaznuje« (ibid).

Shakespeare je verjel, da je cel svet gledališče in da je naše življenje samo igranje. Zelo konkreten primer take ugotovitve bi bil lahko prav resničnostni šov. Prepričanje, da v resničnostnih šovih tekmovalci (tudi) igrajo, je splošno znano: »Ljudje, ki v njih (resničnostnih šovih, op.a.) nastopajo, v veliki meri *igrajo* svoje vloge« (Salecl 2007: 64).

Resničnostna televizija je idealna forma za trenutno kulturno obdobje, v katerem se nahajamo (Dovey 2000: 78). Gre za melodramatično gledališče, kjer glavno vlogo igrajo privatni dogodki, predstavljeni javnosti in obravnavani v javnosti (ibid).

Resničnostna televizija je formulirana kot interaktivna, participira v vseh sferah življenja in tako predstavlja naše resnične strahove, običajni ljudje in njihove dramatične izkušnje pa so na prvem mestu resničnostnih oddaj (ibid: 86).

Saleclova (2007: 63-64) meni, da se na prvi pogled dozdeva, »da današnji virtualni svet zahteva neke vrste realnosti, da ljudje iščejo nekaj, kar je skrito za imaginarnimi podobami, ki dominirajo našemu zaznavanju sveta«. Ugotavlja, da prav to proizvaja še več virtualnosti in da so posledica tega resničnostni šovi. Po eni strani bi po njenih ugotovitvah to lahko razlagali s tem, da si ljudje, ki so naveličani virtualnega, želijo videti resnično življenje. Vendar pa ti šovi niso dejanski odraz realnosti, saj svoje vloge igrajo s tem, ko igrajo same sebe, torej »ustvarijo določeno podobo, osebo, ki bo po njihovem mnenju zanimiva za gledalce« (ibid). Stalno prisotna kamera želi ujeti spodrsaljaje in naključja, torej spontanost vsakdanjega

življenja, in tako naredi še eno predstavo. Saleclova ugotavlja, da je namesto dolgotrajnega uprizorjanja vsakdanjega življenja prav zaradi prizadevanja udeležencev, da bi bili zanimivi, nastal zanimiv šov – z opravljanjem nalog, pogovori tekmovalcev itd. Iz praktičnih primerov resničnostnih šovov je razbrati, da je govor o tesnobi med tekmovalci zanimiv za gledalce, uprizorjanje tesnobe pa je s strani medijev vedno predstavljeno kot tisto, kar človeka odvrča od njegove dobrobiti in je tesnobo zato potrebno izničiti.

## **5.4 RESNIČNOSTNI IGRALCI**

O nastopajočih govorimo kot o »igralcih«, igralci pa imajo vedno tudi svojo vlogo. V oddaji »Big Brother« sodelujoči kršijo pravilo filmske reprezentacije, s katerim je pogled v kamero prepovedan. V dokumentarnih filmih je tak pogled nujen oziroma običajen. Ko tekmovalci v resničnostnem šovu pogledajo v kamero, gre za moment, ki poudarja, da v oddaji ne gre za fikcijo in da se sodelujoči zavedajo, da jih gledalci spremljajo in opazujejo (Jakopič 2006: 34). Da akterji vedo, da jih gledalci gledajo, sporoča, »da je med obojimi 'tih dogovor' glede tega, da skupaj konstruirajo realnost, ki je deloma igrana« (ibid).

Vendar pa obstaja dilema, če je tekmovalec res sposoben zamaskirati svojo osebnost za ves čas, ki ga v nekem prostoru preživi kot tekmovalec resničnostnega šova. John de Mol, soustanovitelj produkcijske hiše Endemol Productions, je trdil, da tudi najbolj odločen tekmovalec ne bi bil zmožen zamaskirati svoje osebnosti za več kot 14 dni v šovu (v Biressi in Nunn 2005: 20). Sodelujoči mora imeti sposobnost »biti resničen«, znati mora razkriti svoje avtentične reakcije in biti to, kar je. Ravno zaradi tega gre za eksperiment, kjer je izid vedno nejasen. Murray (v Andrejevic 2004: 104), producent, pravi: »Poskušamo izbrati zanimive ljudi, s katerimi se bo zgodilo nekaj zanimivega, ko pridejo skupaj ... To je kot kemijski eksperiment – počakaš in vidiš, kakšne mešanice se bodo ustvarile, nato pa boš lahko nanje navezal vse principe drame.«

Pušnikova (2007) meni, da so dialogi in spopadi različnih značajev, ki obljublajo dramo in razburljivost, osrednji motor resničnostnega šova. Isto ugotavljata in razpravljata Biressijeva in Nunnova (2005: 98): »Resničnostna TV ponuja protislovne užitke, predvajana je kot močno zrežiran in zgoščen dogodek (posamezna epizoda) in kot 24-urni spektakel, ki



prikazuje voden mikro svet, nasičen z možnimi minljivimi predstavniki in odnosi. (...) /U/resničuje trčenje ljudi za pomen čustvenega in eksistencialnega realizma: stvari, ki se zgodijo, ko resnični ljudje trčijo drug ob drugega.«

Tekmovalci so pod budnim očesom javnosti in ustvarjalcev, »Velikega brata«, njihove reakcije, obnašanje, govorjenje, dialogi, početje, oblačenje, ... so tisti, ki so lahko zanimivi – ali pa tudi ne. In v slednjem primeru, ko je oseba nezanimiva, tudi tekmovalec ni več dolgo v igri. Najprej ga izločijo sotekmovalci, nato pa še glas ljudstva<sup>13</sup> - ali kot menita Biressijeva in Nunnova (2005: 151), morajo biti tekmovalci posebni in prav nič posebni hkrati.

Producentka prve serije Big Brotherja v Veliki Britaniji, Ruth Wrigley (v Couldry 2003: 106), pravi: »Nihče ne more neprestano igrati pred kamerami – svet jih bo videl (sodelujoče) take, kot dejansko so.« Dermot O'Leary (v Hill 2005: 71), voditelj oddaje Big Brother's Little Brother, ki spremlja Big Brotherja v Veliki Britaniji, trdi, da »nihče ne more igrati 24 ur na dan, zato vemo, da so reakcije tekmovalcev pristne«.

Anette Hill (2005: 65-69) je s pomočjo svoje raziskave ugotovila, da sodelujoči menijo, da program, ki bi 24 ur na dan prikazoval posameznikovo življenje, ne bi bil ravno zanimiv. 38-letna sprevodnica je dejala, da bi bila oddaja, v kateri bi noč in dan spremljali njeno življenje, dolgočasna. Prav zaradi domneve, da so običajni ljudje dolgočasni, veliko gledalcev meni, da so zgodbe in dogodki v resničnostnih šovih pogosto pretirani in izmišljeni in to z razlogom, da bi popestrili program in ga naredili zanimivejšega.

## **5.5 POSTATI ZVEZDA**

Po zaključku oddaje Popstars je postalo jasno, da se lahko zvezda rodi tudi »čez noč«. Zmagovalci, ki so sestavili skupino Bepop, so bili nekaj let glavni spremljevalci slovenske glasbene scene, imeli so mnogo oboževalcev in bili konstantno predstavljeni v slovenskih medijih.

Kelly Clarkson, zmagovalka prve sezone oddaje American Idol, je leta 2006 prejela 2 Grammyja, v seriji oddaj Big Brother v letu 2000 na nemški TV postaji RTL pa je tekmovalec

---

<sup>13</sup> Kot je npr. v primeru Big Brotherja, kjer tekmovalci najprej med seboj nominirajo po dva sotekmovalca, tista (najmanj) dva, ki imata največ glasov, sta nominirana, gledalci pa potem v procesu izločanja preko telefonskih in mobilnih aparatov odločajo, kdo bo izpadel iz šova.

Zlatko, ki je bil makedonskega rodu in je priznal, da ne ve, kdo je William Shakespeare, gledalce pa je zabaval s petjem, dosegel visoko popularnost in kljub zgodnji izločitvi posnel uspešnico in zanjo celo prejel platinasto ploščo (Jakopič 2006: 55).

Resničnostni šov Bar 1, ki smo ga spremljali pri nas, je tudi prinesel uspeh, in sicer blondinki Almi, ki je bila sicer kmalu izločena, s svojimi izjavami pa je poskrbela za lastno prepoznavnost in sedaj vodi lastno podjetje, ki se ukvarja z manekenstvom in promocijo. Kljub temu da so se ji sprva vsi posmehovali, je bila zanimiva, opazna, ljudje pa so se je ravno zaradi tega zapomnili.

Poleg voajerizma naj bi oddaje resničnostne televizije gledalcem ponujale tudi terapevtski moment in sporočilo, da še tako običajen državljan lahko dobi svojih 15 minut slave in postane TV-zvezda (Jakopič 2006: 54). Da se ljudje še vedno prijavljajo v te oddaje oziroma je prijav celo vedno več, je razlog v »konceptu instantne slave«, kot meni Jakopičeva (2005), saj v oddajah nastopajo običajni posamezniki »v sicer posebnih situacijah, gledalci pa jih ves čas spremljajo po televiziji. Drugi razlog je gotovo denar, saj oddaje tekmovalcem obljublajo nagrade, le-ti pa običajno niso nikakršni strokovnjaki, ki bi takšno vsoto lahko zaslužili s svojim znanjem in delom.«

Situacija v resničnostnih šovih je tako precej podobna laboratorijskemu eksperimentu. Človek je kot podgana ali miš, ki se mora podrežati različnim omejevanjem in pravilom, za svoja dejanja pa je kaznovan ali nagrajen. Gre za igrico, kdo bo zdržal dlje, in mnogi bi za 15 minut slave naredili vse (Jakopič 2005).

## 6. RESNIČNOSTNI ŠOV V SLOVENIJI

*»Realitiji so na pohodu tudi v Sloveniji. Ni mogoče reči, da so jo osvojili na mah niti da je zanje Slovenija ena prvih osvojenih dežel, po drugi strani pa ni mogoče niti zanikati, da so se v njej trdno zakoreninili in da so zaradi razsežnosti svojega vpliva postali pomemben družbeni pojav«*

*(Pribac 2007: 219).*

Kot navaja Jakopičeva (2007: 209) je razumljivo, da smo pri nas resničnostne šove spoznali nekoliko kasneje, saj slovenska TV produkcija ni vajena tako zahtevnih projektov. Slovenci smo izgubili zadržanost do javnega nastopanja in razkazovanja in prav zato se je tudi pri nas resničnostni format lahko razvil.

Resničnostni šovi so svoj »pohod« v Sloveniji začeli z licenčno oddajo Popstars leta 2002, predvajali pa so jo na komercialni televiziji Kanal A. Sledili sta še dve licenčni oddaji: najprej Sanjski moški in nato Sanjska ženska, ki ju je predvajala komercialna televizija POP TV, in sicer prvo leta 2004, dve sezoni druge pa leta 2005 in 2006 (Jakopič 2007: 208). Zares uspešen resničnostni šov je bil Bar, ki se je odvrtil kar dve sezoni, najprej leta 2005 in nato leta 2006. Gre za milejšo obliko kot je Big Brother, saj v Baru tekmovalci kljub temu, da morajo živeti skupaj in opravljati določene naloge, imajo stik z zunanjim svetom; pišejo blog, delajo v lokalu, hodijo po mestu ...

Uspeh oddaje Bar z odzivom občinstva in velikim številom prijav na šov je prepričal televizijo POP TV, da je segla po še enem resničnostnem šovu in sicer po šovu Big Brother (Jakopič 2007: 209). Prvi Big Brother so gledalci lahko spremljali spomladi 2007, od 17. marca do 9. junija. Zmagovalec Andrej je dobil nagrado 75.000 evrov.

Spomladi 2008 pa je na televizijske zaslone prišla že druga sezona Big Brotherja in v zadnji, finalni oddaji, ki je bila na sporedu v soboto, 14. junija 2008, je voditeljica Nina Osenar že obljubljala tudi tretjo sezono, ki naj bi bila na vrsti spomladi 2009.

## 6.1 PRIMER BIG BROTHERJA 1 V SLOVENIJI

Za prvo slovensko oddajo Big Brother »so producenti na Kanalu A iskali nabor ljudi, ki so edinstveni, duhoviti, samosvoji, z železno voljo, pogumom in v prijavi zahtevali celo versko in politično prepričanje« (Jakopič 2007: 210). V prvi sezoni je bilo izbranih 10 tekmovalcev in zanimivo je, kakšni vzdevki so se jih prijeli oziroma kako so nanje gledali gledalci.

Na enem izmed spletnih portalov tako najdemo članek uporabnice, ki je prišla do sledeče ugotovitve: »Servirali so nam vse - biseksualko, ki brez razloga sovraži blondinke in je očitno tudi ponosna na svoje predsodke, romsko striptizeto, mamico, ki jo doma čaka triletni sin, in mamico, ki žura s svojo 19-letno hčerko ter cel trop moških, ki so praktično vsi po vrsti prepričani, da so reinkarnacija Casanove« (I.J. 2007). Nadalje pa sledi še podrobnejša analiza tekmovalcev, ki so sodelovali v prvem Big Brotherju: »Kar štirje tekmovalci prihajajo iz Kopra, dva pa sta Celjana. Dve pripadnici ženskega spola sta tudi mami, najstarejša tekmovalka je stara 38 let, najmlajša pa 19 (ali toliko, kot hči od 38-letnice). Trije stanovalci so po horoskopu strelci, nihče izmed njih pa ni rojen v znamenju dvojčkov ali device. Tri tekmovalke imajo fanta, ena je poročena, moški pa so vsi prosti kot ptički na veji« (ibid).

»Da v hiši ne bo dolgčas, so organizatorji seveda izbrali med seboj kar se da različne tekmovalce – v šovu so vse od striptizete do diplomiranega pravnika, od zmešanih srednješolk do umirjenih mamic. Manjka jim mogoče samo še kakšen živahen in dobro ohranjen upokojenec ali upokojenka, da bi »ta malim« povedala kakšno zanimivo zgodnico in pokazala, kako stvarjem streže stara šola«<sup>14</sup>. Tako jih v reviji Antena avtor Mehle (2007) pred »odhodom v resničnostno kletko«, kot je napisal, poimenoval takole: turistična Tina, rocker Robert, mami Suzana, dohtar Stane, prepirsana Jessy, sodnik Alen, pavzerka Veronika, pravnik Aleš, blogerka Nina, ljubimec Miha, striptizeta Jasmina, Avstralec Andrej. Vsak od njih je oznako dobil upravičeno in vse je res, hkrati pa so se njihovi pravi značaji in njihove značilnosti pokazale med samim šovom. Zmagovalec prvega slovenskega Big Brotherja je tako postal Avstralec Andrej, v tej isti reviji pa so ugotovili, da »po izkušnjah iz predhodnih resničnostnih šovov, kot druge vrste televotingov, ko slovenski narod pokaže svoje afinitete, so te dokazano na strani čednih, ne pretirano vpadljivih, po razmišljanju neradikalnih, na videz neproblematičnih fantov, ki bi jih bila vesela vsaka mama. In tak je tudi on.«

---

<sup>14</sup> Internet 3.

## 6.2 BIG BROTHER 2 V SLOVENIJI

Big Brother 2 je bil na sporedu od 14. marca 2008 do 14. junija 2008. Tokrat so gledalci lahko na spletni strani zasledili novo obljubo ustvarjalcev: »Big Brother je tokrat še bolj strog in neusmiljen, pa vendar pravičen. Stanovalci morajo brezpogojno upoštevati njegova hišna pravila in izpolnjevati vse njegove ukaze, naloge in skrivna poslanstva. Big Brother vidi in sliši vse, stanovalci mu ne morejo prikriti ničesar.«<sup>15</sup>

V sezoni 2008<sup>16</sup> je bil gledalcem obljubljen še posebej zanimiv šov s še bolj začinjenim dogajanjem. Hiša je bila razdeljena v dve stanovanji – podložniško in premožno. Prvih štirinajst dni so tekmovalci bivali v podložniškem delu in niso vedeli, da obstaja še eno stanovanje. Po dveh tednih so se zgodile prve nominacije, gledalci so vedeli, da bo »izpadli« izbiral ekipo za vselitev v premožnejši del, tekmovalci pa tega niso vedeli. Šele po odstranitvi sten in po odkritju rešetak med obema stenama je bila situacija jasna vsem.

Na uradni spletni strani Big Brother 2 so bila gledalcem predstavljena tudi dejstva, kako deluje sistem Big Brotherja. Med drugim je navedeno, da za tekmovalce zunanji svet ne obstaja, so popolnoma izolirani od zunanjega sveta, Big Brother razpolaga s tem, kaj v hiši imajo in česa ne, upoštevati morajo navodila, ki jim jih narekuje »Big Brotherjevo strogo oko«, vsak teden dobijo nalogo, ko jo morajo uspešno opraviti, če si želijo izboljšati kakovost življenja v hiši, Big Brother jim lahko kadarkoli zaupa skrivno poslanstvo, vsak dan so poklicani v spovednico in le tukaj dogajanja ni možno spremljati v živo. Stanovalci se med seboj nominirajo vsako soboto, vsak nominira dva stanovalca in to pove Big Brotherju v spovednici. Po tem pa so na vrsti gledalci, ki z glasovanjem prek telefonov odločajo, kdo bo moral zapustiti hišo Big Brother. In kot nagovarjajo gledalca na spletni strani: »Kdo si po tvojem mnenju zasluži najvišjo nagrado v zgodovini resničnostnih šovov pri nas, 92 tisoč evrov?«

Big Brother 2 je trajal tri mesece ali natančneje – 92 dni. Nagrado 92 tisoč evrov je na koncu lahko dobil samo en, vsi ostali so se morali izseliti sproti, za zmago pa jih je prikrajšala najprej nominacija in nato izbor občinstva.

---

<sup>15</sup> Internet 4.

<sup>16</sup> Internet 5. Vse informacije o resničnostnem šovu Big Brother 2 v Sloveniji so uporabniki lahko zasledili na uradni spletni strani.

## 6.2.1 KRŠENJE ČLOVEKOVIH PRAVIC?

Med predvajanjem Big Brotherja 2 v Sloveniji se je oglasila tudi varuhinja človekovih pravic Zdenka Čebašek-Travnik<sup>17</sup>, saj so se na neprimernost vsebin oglasili tudi posamezniki slovenske javnosti: »Varuhinja ugotavlja, da nekatere vsebine resničnostnega šova vsebujejo elemente nasilja in ponižujočega ravnanja z in med udeleženci, ki posegajo v pravico do osebnega dostojanstva in druge človekove pravice. Široko odprta možnost, da se tem vsebinam izpostavlja tudi otroke, pa posega tudi v pravice otrok.«

V nadaljevanju pojasnila je izpostavljen predvsem vpliv na otroke, na katere naj bi prizori v šovu negativno vplivali, hkrati pa je poudarek na tem, da kljub temu, da gre za zavesten vstop v šov, »ni mogoče trditi, da so se s tem udeleženci vnaprej in v celoti odrekli varstvu svojih osebnostnih pravic, dostojanstvu in drugim zagotovljenim človekovim pravicam.«

»Debate o etičnosti oddaj tega žanra so najbolj zaposlovale medijske strokovnjake, sociologe in psihologe, ki so bili prepričani, da je vse skupaj šlo že čez vse meje okusa in dostojanstva. Pravzaprav še noben televizijski žanr ni spodbudil toliko debat, kritik in zgražanja kot prav format oddaj resničnostne televizije«, navaja Jakopičeva (2006: 39).

Varuhinja se je oglasila takoj za spornim prikazom konflikta, ki je nastal v hiši Big Brother, ko se je tudi zaradi vpliva alkoholnih substanc med podložnico Tjašo in podložnikom Dejanom vnel spor. Sprva z žaljivkami, nato s klofutami.

Opozorilo varuhinje je v javnosti sprožilo precej debat in razdelilo slovensko javnost na dva pola: na tiste, ki se z izjavo strinjajo, in na tiste, ki ji odločno nasprotujejo. S tem se je pokazala tudi (ne)občutljivost občinstva.

Ena izmed četrtkovih oddaj Trenja<sup>18</sup> na komercialni televiziji POP TV je bila namenjena prav tej tematiki oziroma so v njej udeleženci izražali svoje mnenje o pripombi varuhinje in o pogledih na trend resničnostnih šovov.

Gostje so bili: Luka Mavrič – gimnazijski profesor in družinski terapevt, Sabina Obolnar – urednica priloge Ona, Zvezdana Mlakar – igralka, Nina Osenar – voditeljica resničnostnega šova Big Brother, Angelca Likovič – Pobuda za šolo po meri človeka, Max Modic – slovenski

---

<sup>17</sup> Internet 6.

<sup>18</sup> Oddaja je bila na sporedu v četrtek, 24. aprila 2008.

filmski kritik in pisec, Sonja Lokar – Evropska mreža za enakost spolov, Ludvik Horvat, univerzitetni profesor, Meta Tavčar – partnerska terapevtka, Domen Kumer – pevec, Dejan Humar – stanovalec hiše Big Brother 2, vključen v spor in prostovoljno izseljen po incidentu.

Gostje so se zapletli v vročo debato o tem, kako je javnost zaslepljena, kdo je »kriv«, da otroci gledajo in zakaj je tak program sploh predvajan na televiziji. Mnenja so bila deljena, eni »za, drugi »proti«. V ospredju je bil incident Dejan-Tjaša, ob tem pa je Luka Mavrič dejal: »Ne glede na to, da se sami odločajo za nastop v tej oddaji, ki je manipulativna in zlorabljujoča, to še enkrat povem, pa se ustvarja v tej oddaji tak sistem odnosov in taka dinamika, da jih sili do situacije, ki so res mejne. Jih pripelje do meje, ko ne zmorejo več. To je stalno stres ...«.

Da gre za zaskrbljujoč pojav, se strinja tudi Lokarjeva, ki meni, da za dogajanje v hiši niso krivi samo stanovalci oziroma tekmovalci, ampak je odgovornost predvsem na tistih, ki so oddajo pripravili, jo zrežirali, izbrali ljudi, jih presojali, kakšni so. Nadaljuje: »In potem ko se je oddaja začela, je nastala neka notranja dinamika, v kateri ljudi priganjajo do roba in čez ... Jaz mislim, da je odgovornost na tistih, ki to servirajo, in to za denar in za profit in to je katastrofa«. S podobnimi izjavami so strinjanje, da so resničnostni šovi zaskrbljujoči, potrdili tudi nekateri drugi udeleženci debate: Tavčarjeva, Mlakarjeva, Likovičeva. Obolnarjeva pa nasprotno meni, da gre pač za šov, ki da ni škodljiv in ga lahko vsak pač ne gleda, če ne želi. Lokarjeva je predstavila tudi znan primer, ki se je zgodil v Veliki Britaniji leta 2007, ko so se zaradi rasističnih pripomb ene izmed tekmovalk v Celebrity Big Brother pritožili celo gledalci, teh je bilo več kot 50.000. Razprava je potekala tudi v spodnjem domu parlamenta, kjer so svoje mnenje povedali celo premier, finančni minister, voditelj konservativne stranke in vsaj en anglikanski nadškof, glavni sponzor pa se je zaradi škandala hotel umakniti. V Indiji (rasistična pripomba je namreč letela na Indijce) pa so medtem sežigali lutke producentov Big Brotherja. Pri Channel 4 so trdili, da so bili spori zgolj posledica »kulturnih in razrednih razlik« med tekmovalkama in da ni šlo za rasizem (Zupančič 2007: 22). Lokarjeva meni, da je »naš največji problem prevelika toleranca do nasilja, do zlorabe, do manipulacije, ampak ta toleranca ne izhaja iz tega šova in ne izhaja oz ljudi, ki tam notri sedijo, izhaja iz tega, kako v tej družbi živimo ... (...) Ker Big Brother se je naredil iz tega, kar živimo vsak božji dan. In samo tako bo boljše v naši družbi, če se bomo ljudje zavestno upirali kršenju naših človekovih pravic, ta oddaja pa k temu ne prispeva.«

V oddaji je bil prisoten tudi prostovoljni »izseljenec« Dejan Humar, ki je bil sokrivec v incidentu s Tjašo. Povedal je, da se motivacija v hiši izgubi, da jo je izgubil tudi on sam. Po njegovem mnenju in izkušnjah se v hiši Big Brother fikcija izgubi<sup>19</sup> in v hiši obstaja realnost, ki jo oni takrat živijo.

Po vseh predstavljenih primerih, ko se je dalo razbrati, da na strani Big Brotherja ostajajo Osenarjeva, Modic in Obolnarjeva, je Mlakarjeva proti koncu zaključila: »Nekdo bo za 92 tisoč evrov razširil meje svojega dostojanstva, da ga boš lahko celo gledal, kako gre na stranišče. To je današnja cena človeka.«

---

<sup>19</sup> Dejan Humar je to odgovoril Maxu Modicu, ki je mnenja, da je prikazovanje dogodkov v hiši fikcija, realnost pa je zunaj nje, ljudje pa so to zmožni ločiti sami od sebe.



## 7. SLOVENSKI NASTOPAJOČI IN NJIHOVE VLOGE V BIG BROTHERJU 2 V SLOVENIJI

*»Ljudje, ko so zaprti, ko so jim dodeljene vloge, enostavno padejo v to«*

*(Lokar v Trenjih).*

Lokarjeva navaja, da so nekje izvedli celo nek poskus, ki je pokazal, da tekmovalci v Big Brotherju svoje vloge igrajo: »Ko padejo v to (vlogo, op.a.), seveda prikipi na dan vse, kar nosijo v sebi. Problem te oddaje je, da ona potrjuje tisto, kar je najhujše v vsakdanjem življenju. Ta oddaja prispeva k brutalizaciji našega življenja. To življenje je brutalno in je bolj brutalno zunaj kot pa notri. Pa še iluzije ustvarja, da tam lahko na gumb pritisneš in greš ven.«

Ob spremljanju Big Brotherja 2 sem ugotovila, da bi vse sodelujoče lahko uvrstila v svojo kategorijo oziroma jim pripisala določeno značilnost, ki je kazala na vlogo, ki jo opravljajo. Vendar kategorizacije nisem izdelovala le glede na to, kaj so tekmovalci pokazali, ampak tudi glede na to, kaj so o sebi povedali sami in kako so jih zato videli tisti, ki so jih izbirali. Ravno zato je vlogo težko opisati samo z eno besedo.

V drugi sezoni Big Brotherja se je v hišo vselilo najprej 13 kandidatov: 23-letni Naske, 24-letna Dada, 35-letna Damjana, 25-letni Dejan, 26-letni ElTyeb, 21-letna Jeanine, 26-letni Marcelo, 29-letni Marko, 22-letni Sandi, 19-letna Sara, 35-letni Sebastijan, 26-letna Tamara in 19-letna Tjaša. Kot rezerve so se kasneje vselili še 23-letna Mateja, 28-letna Saša, 22-letna Tea in 21-letni Nejc.

Po vrsti so bili tekmovalci takole izseljeni:

**Slika 7.1: TAMARA**



Želi si odpreti svoje podjetje za promocije in animacije, je študentka. Izseljena je bila v drugem tednu.

Za ustvarjalce športna jezikava rdečelaska in Tjašina sestra, v šovu konfliktna, vedno pove, kar si misli; **vloga konfliktnice.**

Vir: Internet 7.

**Slika 7.2: DAMJANA**



Vir: Internet 8.

Lastnica gostinskega lokala. Bila je najstarejša udeleženka šova, stara 35 let. Izselenjena je bila v tretjem tednu.

Za ustvarjalce zanimiva, ker je pisala erotično knjigo, lastnica lokala, veliko potuje, v šovu se je hvalila, koliko sveta je že videla, za gledalce zabavna, ker je 1. aprila ušpičila šalo sotekmovalcem; **šaljivka, ki ne prepriča.**

**Slika 7.3: DADA**



Vir: Internet 9.

Želi si obiskati vse tropske kraje, zase meni, da je upornica, po poklicu pa je zavarovalniška zastopnica. Izselenjena je bila v četrtem tednu.

Za ustvarjalce zanimiva, ker je zgovorna, v šovu je bila nedostopna, za publiko nezanimiva; **vloga nedostopnice.**

**Slika 7.4: MARKO**



Vir: Internet 10.

Brezdomec, ki je sostanovalce šele po določenem času obvestil, da živi na cesti. Gledalci so ga izselili v petem tednu.

Za ustvarjalce zanimiv brezdomec, za sotekmovalce posebnjež brez občutka za higieno, za občinstvo najprej najbolj zanimiv, kasneje opravljujev; **vloga posebnjež.**

**Slika 7.5: DEJAN**



Vir: Internet 11.

Želi si postati novinar ali voditelj. Izselenil se je prostovoljno pa incidentu s sostanovalko Tjašo. Stanovanje je zapustil v šestem tednu.

Za ustvarjalce bogat lastnik Jaguarja, vedno pred ogledalom, za sotekmovalce prijatelj, za občinstvo zanimiv, ker je neobremenjen; **vloga bogataškega sinka.**

**Slika 7.6: TJAŠA**



Vir: Internet 12.

Zase meni, da je unikatna in posebna, želi si najti ljubezen svojega življenja in imeti denar za vse, kar bi želela. Tjašo so gledalci z glasovanjem izselili v šestem tednu.

Za ustvarjalce Tamarina sestra, s katero se ne razume, za sotekmovalce in občinstvo muhasta in zanimiva zaradi zveze v šovu s Sandijem; **vloga pubertetnice.**

**Slika 7.7: SAŠA**



Vir: Internet 13.

V šov je vstopila v prvem setu rezerv peti teden (skupaj z Matejo). Zase meni, da je upornica. Po vselitvi v hišo je zelo popestrila dogajanje. Izseljena je bila v sedmem tednu.

Za ustvarjalce zanimiva rezerva za popestritev dogajanja, za sotekmovalce in občinstvo iskrena mlada ločenka; **vloga nasmejane in iskrene zabavljačice.**

**Slika 7.8: SEBASTIJAN**



Vir: Internet 14.

Ima ambicijo, da bi bil sam svoj gospodar. Njegova popularnost je narasla po reševanju incidenta med Dejanom in Tjašo. Po nominaciji se je prostovoljno izselil v sedmem tednu. Za ustvarjalce poduhovljen brezposelnež, za sotekmovalce agresivnež, za publiko zanimiv zaradi burnih reakcij; **vloga bojevnika.**

**Slika 7.9: JEANINE**



Vir: Internet 15.

Večkrat nominirana, očitali so ji mirnost, kar je priznala že pred vstopom v šov. Po nominaciji je bila izseljena v osmem tednu.

Za ustvarjalce zanimiva, ker je želela v šovu najti mir pred življenjem, za sotekmovalce tiha, za občinstvo izdajalka, ker je pred kamerami pustila fanta; **»tiha voda bregove dere«.**

**Slika 7.10: TEA**



Vir: Internet 16.

Vseljena v sklopu drugih dveh rezerv. Že pred vselitvijo je povedala, da ji je najboljši od stanujočih Naske. Izselenjena je bila v devetem tednu.

Za ustvarjalce zanimiva, ker se je v šovu želela naučiti slovensko in ker je Hrvatica, za sotekmovalce in občinstvo otročja; **vloga občutljive deklice.**

**Slika 7.11: ELTYEB**



Vir: Internet 17.

Želi si postati neodvisen do 35. leta, ko mu ne bi bilo treba več delati. V Sloveniji živi 6 let, prej je živel v Sudanu. Najprej je bil v očeh mnogih favorit. Izselenjen je bil v desetem tednu. Za ustvarjalce Sudanec v Sloveniji, za sotekmovalce prijatelj, za gledalce opravljivec; **vloga opravljivca.**

**Slika 7.12: NEJC**



Vir: Internet 18.

Priznava, da se požvižga na cel svet in da je sam sebi najboljši. Tekmovalcem je šla na živce njegova direktnost. Gledalci so ga izselili v enajstem tednu.

Za ustvarjalce zanimiv, ker je tudi intimni frizer, za sotekmovalce in občinstvo neopazen kljub posebnemu poklicu; **vloga neopazne rezerve.**

**Slika 7.13: SARA**



Vir: Internet 19.

Želi si postati uspešna podjetna ženska, pred mnogimi stvarmi nima zadržkov. Edina, ki je brez težav zdržala do izselitve v dvanajstem tednu.

Za ustvarjalce zanimiva zaradi samozavesti glede sebe in ker je blond, za sotekmovalce včasih preveč posesivna, za gledalce stereotipna predstava blondinke; **vloga blondinke.**

**Slika 7.14: MARCELO**



Vir: Internet 20.

Finalist, ki je prvi zapustil hišo v zadnji oddaji. O sebi meni, da je pozitiven in energičen. Želi si postati igralec. V hiši se je zapletel z Jeanine.

Za ustvarjalce zanimiv kot član akrobatske navijaške ekipe, za sotekmovalce filozof zaradi poduhovljenih izjav, za gledalce zanimiv, ko se je začel družiti z Jeanine; **vloga intelektualca.**

**Slika 7.15: MATEJA**



Vir: Internet 21.

Vseljena v sklopu prvih rezerv, pod ambicije je navedla, da bi želela vladati nad vsemi. Edina ženska finalistka.

Za ustvarjalce zanimiva kot EITybova punca, ki ga je s prijavo želela presenetiti, za sotekmovalce na tihem nedotakljiva zaradi EITyba, za občinstvo hinavka; **vloga hinavke.**

**Slika 7.16: SANDI**



Vir: Internet 22.

Veseljak, ki igra harmoniko, rad pije cviček in je po poklicu gasilec. Zapletel se je s Tjašo. Sandi je bil superfinalist in je izgubil tik pred koncem.

Za ustvarjalce stereotipen primer Slovenca, za sotekmovalce zabavljajč, za gledalce zanimiv zaradi ljubezni do Tjaše, zameril se je zaradi svojih nestrpnih izjav; **vloga veseljaka.**

**Slika 7.17: NASKE**



Vir: Internet 23.

Želi si postati uspešen v glasbi, v hiši je navdušil z rapanjem. Bil je miren, nezamerljiv in velikokrat neopazen. Naske je v zadnji oddaji premagal Sandija in odšel kot **veliki zmagovalec.**

Za ustvarjalce zanimiv, ker je raper, za sotekmovalce prijatelj, za gledalce fant, ki ima rad svojo mamo in punco; **vloga neškodljivega fanta.**

Kot vsak posameznik je imel vsak od njih nekaj posebnega. Ustvarjalci šova priznavajo, da namerno izbirajo karakterje, za katere predhodno menijo, da bodo popestrili dogajanje in naredili zanimivo vzdušje – za gledalce. Že pred pričetkom šova je kreativni direktor produkcije Donald Rose povedal, da bo resničnostni šov preko televizijskih programov možno spremljati vsak dan, za izbrane tekmovalce pa je dejal, da so atraktivni, močni in primerni za šov velikega brata (Brstovšek 2008).

Primerni? Kaj pa pomeni biti primeren za tak šov? Očitno je, da so vse prej naštete osebe za ustvarjalce predstavljale največjo »primernost«. Vsak s svojimi značilnostmi, ki ga naredijo zanimivega za publiko.

Vnaprej pripravljen izbor vlog in točno določenih karakterjev ni naključen. Prvi resničnostni šov pri nas, ki je prikazoval tekmovalce 24 ur dnevno in so ti živeli skupaj, je bil Bar (prva sezona v letu 2005 in nato druga sezona naslednje leto). Psihologinja Fesl Martinčević (v Kralj 2006) je sodelovala pri izbiri kandidatov za resničnostni šov Bar in je zadevo predstavila na naslednji način:

To je enako kot pri kadrovske selekciji: daste oglas, dobite, kar dobite, in iz tega poskušate izluščiti najboljše; včasih se tudi ne izide (...) Oni (Pop TV, op. a.) nam predstavijo, kaj približno bi radi. Mi naredimo splošni psihološki profil kandidatov, ki nam jih dajo v pregled, in jim povemo, kakšen je kandidat, kaj lahko od njega pričakujejo, kakšna bo verjetnost, da se bo na primer zaljubil, kako bo deloval v dinamiki z drugimi kandidati, kakšno ozračje bo naredil (...) O tem, kakšen kandidat je primeren in kakšen ne, ne odločamo mi. Mi povemo, kakšen osebnostni profil ima kandidat, primernost je odvisna od same zasnove oddaje.

Psihologinja nadaljuje, da igrata pomembno vlogo tudi ciljna publika in sposobnost, koliko znajo kandidati nastopati na televiziji, nadaljuje pa: »Kandidati, ki so v ožjem izboru, imajo običajno povečano težnjo po družabnosti, zmanjšano stopnjo zaskrbljenosti, kar prinese flegmatično naravo, morda tudi realiziranje realnosti, pri večini je zelo izražena težnja po izzivih, spremembah v življenju. Načeloma imajo takšni kandidati slabo notranjo samopodobo, navzven pa iščejo potrditev in ena od možnosti je tudi izpostavljanje televiziji.« V Baru so se po besedah Fesl Martinčević profili, ki so se pokazali v živo, potrdili celo bolj, kot so sprva pričakovali: »Če govorim s strokovnega psihološkega stališča, je bil to nekakšen

napol živ eksperiment – kako se osebnostne lastnosti, ki smo jih odkrili na podlagi psihološkega screeninga<sup>20</sup>, pokažejo v oddaji.«

Neva Nahtigal (2005) meni podobno, in sicer da v »resničnostnih šovih ni nič prepuščeno naključju. Tekmovalci so previdno izbrani. Niso igralci, ki bi se prilagajali vlogam, njihovi značaji naj bi že per se, brez igranja, ustrezali vlogam. Podobno so nekoč sestavljali glasbene skupine: en član naj bo upornik, za drugega naj se vnemajo dekleta, tretji naj bo všeč mamam«.

Da tekmovalci igrajo svoje vloge, se sami najbrž sploh ne zavedajo. Samo po sebi umevno je, da se večino časa kontrolirajo in delajo tisto, za kar mislijo, da bo všeč gledalcem. Prav zaradi te težnje po prilagajanju pa igrajo sami sebe.

## **7.1 IGRA**

Na vsak resničnostni šov se prijavi vedno več ljudi, željnih slave, denarja, novih priložnosti in uspeha. To dokazuje tudi Sebastijanova izjava na kastingu: »Če ne bom v Big Brotherja prišel, me pa lahko za čistilko vzamete, sam da bom na POP TV-ju.«<sup>21</sup>

Ekipa, ki je sodelovala v kreiranju Big Brotherja 2, pa je na spletni strani<sup>22</sup> zapisala: »Obljubljajo mu (Big Brotherju, op. a.), da mu bodo s svojo prisotnostjo dvignili gledanost, opravili vse naloge, ki jim jih bo zadal in delali 'žur 100 ur' v hiši«. Nenazadnje je prav to tisto, kar ustvarjalci iščejo: ljudi, ki bodo dvignili gledanost in poskrbeli za to, da se bo dogajanje v hiši odvijalo samo od sebe. Če bi se na določeni točki zalomilo in bi se potek zanimivih pripetljajev ustavil, bi za to poskrbeli ustvarjalci, oko Big Brotherja za kamerami, torej tisti, ki 24 ur spremljajo, kaj se v hiši dogaja, da bi ob morebitni enoličnosti poskrbeli za dogajanje: »Kamere beležijo prav vsak gib in vsako besedo stanovalcev 24 ur na dan.«

Eden izmed takih dogodkov je bil tudi incident med Tjašo in Dejanom, ki se je dogajal v poznih nočnih urah in postal odlično gradivo za občinstvo. Že takoj v prvi oddaji je po vselitvi

---

<sup>20</sup> Zasliševanje.

<sup>21</sup> Internet 24.

<sup>22</sup> Internet 25.

v hišo glas Big Brotherja povedal, da je prepovedano kakršnokoli nasilje. »Big Brother v hiši zahteva strpnost in prepoveduje vsakršno nasilje«, je zapisano na spletni strani. Vendar je bil prepir očitno tako zanimiv, da Big Brother ni posredoval sredi noči, ko se je zadeva dejansko dogajala, ampak je počakal na nadaljnji razvoj dogodkov. Kasneje so se vsi, vključno z Dejanom, pritoževali, da bi Big Brother na tem mestu moral posredovati, ampak je Nina Osenar v že prej omenjeni oddaji Trenja Dejanu med burno debato in govorjenjem enega čez drugega, povedala, da bi bil Dejan naslednjega dne tako ali tako izseljen. Kljub temu lahko brez zadržkov sklepamo, da je bil razvoj dogodkov prepuščen samemu sebi prav zaradi zanimanja, ki ga je incident nato res vzbudil. Tveganje je vredno veliko več, saj prinaša gledanost, očitkov pa se očitno da otresti.

Ljudje »zunaj«, ne udeleženci, ampak občinstvo, vsak po svoje doživljajo tovrstne šove. Nihče od prisotnih ustvarjalcev pa ne skriva, da se zaveda, kakšna vprašanja se porajajo ob realizaciji Big Brotherja: »Ali je vse skupaj res vredno, da živiš v strahu, da te gleda cela Slovenija, ko se tuširaš in kako greš na stranišče? Ja, nekatere pač spremljajo tudi takšni strahovi«.

## **7.2 ZVESTO OBČINSTVO**

Gre za šov, ustvarjen za občinstvo, kar dokazuje tudi vse tisto, kar omogoča zvestim gledalcem ali pa tistim, ki si s spremljanjem življenja drugih 24/7 (očitno) želijo popestriti lastno življenje. »Uporabniki bigbrother.24ur.com boste lahko spremljali stanovalce ob vsakem koraku v živo 24 ur na dan. Najbolj zanimive trenutke v hiši si boste ogledali v bogatem izboru posnetkov, obenem si boste privoščili ekskluzivne video vsebine, posnete zunaj hiše Big Brother.« Obiskovalci strani so za popoln vpogled lahko kupili kartico s 3-dnevnim ali neomejenim dostopom do vsebin (Mini in Mega kartica, na kateri se nahaja uporabniško ime in geslo za dostop do vsebin). Poleg tega so bili na razpolago artikli s tematiko Big Brotherja, nakup pa je bil možen preko spletne prodajalne. Sveže novice so bile pisane vsak dan večkrat, vsakič, ko je kdo od stanovalcev podal kakšno »zanimivo« izjavo, storil kaj neobičajnega ali pa so se samo pogovarjali o svojem življenju. Na strani so se nahajali tudi rezultati tedenskih nalog, možnost glasovanja za priljubljenost tekmovalcev, forum in arhiv predvajanih oddaj. Petkovo izselitveno oddajo so si gledalci lahko ogledali tudi



v studiu: »Pridi danes ob 19:30 na Kranjčevo 26! (...) Vabimo te na ogled petkovih Big Brother oddaj v živo, v katerih se bo vsakič poslovil eden od 13 stanovalcev, ki so se 14. marca vselili v hišo Big Brother in se borijo za največjo nagrado v zgodovini resničnostnih šovov pri nas – 92.000 €!«

Da so si ustvarjalci želeli ustvariti čim bolj domače okolje, ki pa bo stalno opazovano, dokazujejo tudi besede scenografinje Gordane Kazić (v Zalokar 2008a), ki je opremljala stanovanje: »Največji izziv tega pa je – ker je to v studiu – narediti nekaj umetnega čim bolj realno. To je res zelo težko, predvsem zaradi tega, ker ni nikoli popolnoma enako. (...) Z modernimi stvarmi je pa tako: gledaš ciljno skupino gledalca in se ji skušaš čim bolj približati.«

Pisci novic so lahko poskrbeli tudi za to, da so si gledalci o katerem izmed tekmovalcev ustvarili svoje mnenje. Pri tem ni bilo pomembno, kako je bil tekmovalec predstavljen, bolj ali manj pa je šlo za en sam izsek iz dogajanja in bolj ko je bil tekmovalec predstavljen kot negativen, bolj je bilo zanimivo. V drugem tednu je bil članek, kjer je Sandi kot tisti, ki ne želi deliti hrane z drugo skupino, v naslovu poimenovan »Škrtuh Sandi«, na Sebastijana je v istem tednu letela izjava »Sebastijan je vzkipeł«, v tretjem tednu »Sandi in Tjaša opravljata vse po vrsti«, »Sandi: ali mu teče voda v grlo?«, Marko v petem tednu je bil »Nemarnež Marko«, v istem tednu pa še »Marko je pri svojih 29-ih danes prvič« - rezal krompir, namreč, vendar to izvemo šele po tem, ko preberemo celoten prispevek, v podnaslovu pa je bilo zapisano »Življenje je tako, da je vsaka stvar enkrat prvič«.

Po delitvi skupin na dva dela, ko je bila eni skupini dodeljen luksuzni del, druga pa je ostala v podložniškem, je bilo na spletni strani med novicami zapisano: »Podložniki so pokazali nove obraze. Opravljivci so!«. S tem so merili na zavist ob delitvi, saj je bilo že teden dni pred tem zapisano: »Maske padajo! Podložniki polni zavisti!«.

Občinstvo pa je pod vse te prispevke lahko pisalo svoje komentarje, velikokrat tudi žaljivke, za katere je zanimivo, da s foruma niso bile odstranjene. Da je med gledalci tudi veliko otrok, nakazuje komentar ene izmed udeleženk na forumu, ki je komentirala Markovo prvo lupljenje krompirja, da je namreč stara 11 let, pa je že lupila krompir. Jasno pa je, da so se tudi na forumu mnenja delila na več strani, saj je vsak udeleženec zagovarjal svojega favorita.

### **7.3 (NE)ZAVEDANJE OČESA VELIKEGA BRATA**

Tekmovalci so se velikokrat pogovarjali o življenju »zunaj«. Včasih so pripovedovali o svojih izkušnjah, drugič pa so ugibali, kaj se dogaja sedaj, ko niso prisotni v svojem vsakdanjem življenju. Prva kriza se je pojavila že v prvem tednu, ko se je Tjaša, ena izmed sester, zlomila in pritekla iz spovednice na vrt ter jokala: »Ne spadam tu noter, res ne. Tamara, pet dni je že mimo, pet dni!«. Sprva so bili tudi optimistični, saj je Naske izjavil: »Dobro pa je to, da nobenga ne šinfamo in smo ful složni, majke mi, smo res.«. Vrstile so se tudi moralne debate in Dejan je mnenja, da »danes ni več dobrina družina, ljubezen ... To je šlo v pozabo. Če maš denar, imaš ljubezen.«.

Tekmovalci so se zagotovo zavedali prisotnost kamer, saj so Tei, ki se je vselila v drugem sklopu rezerv, očitali, da je povedala preveč osebnih stvari, ki jih lahko vidijo vsi gledalci, na spletu pa je bil tudi naslov »Je Tea šla predaleč?«. Prav tako se je o primernosti svojih dejanj spraševala Jeanine, ki je v tretjem tednu najprej izjavila »jst točno vem, da s fantom nisva za skupaj, js pa kr silim in silim«, potem pa je mesec kasneje, v sedmem tednu v spovednici priznala, da ne želi biti več s fantom in je to povedala v kamero Big Brotherju<sup>23</sup> ter na ta način pokazala, da noče biti več z njim. Šele potem se je zavedla, da je zadeva resna, da so kamere povsod in da se je razgalila pred ljudmi. V istem tednu je potem dejala: »Po televiziji sm jaz Mitji tole nardila. Sem budala taka, da bog pomagi!«. Njena reakcija je bila taka tudi zato, da bi popravila napako, ki je jo storila, in da bi ji ljudje oprostili. Velikokrat se namreč zdi, da so se tekmovalci med svojim pogovorom zavedali prisotnosti kamer in so prav zato rekli, kar so. To nakazuje tudi prej omenjen primer, Jeanine pa je več kot izpolnila vlogo, ki ji je bila zadana: ustvarjalci so vedeli, v kakšni situaciji je, saj je bilo tudi v petkovih oddajah večkrat izrečeno s strani komentatorjev in Osenarjeve, da je Jeanine pobegnila pred prejšnjim življenjem.

Z vsakim novim dnem se je občinstvu še bolj zameril ElTyeb. Sprva vsem zelo simpatičen in opevan s strani občinstva se je zameril s svojim opravljanjem za hrptom drugih. Njegova punca Mateja je po končanem šovu v nekem intervjuju dejala: »V resnici ni tak. Tega je kriv pritisk hiše, notri se začneš obnašati drugače. Mogoče je opravljal, ker si je tako želel zmage,

---

<sup>23</sup> Neposredno ga ni smela ogovarjati, ker so pravila Big Brotherja že od prvega dne narekovala, da kadar želijo govoriti s »kamero«, morajo v spovednico in jo nagovarjati le z »Big Brother«.

ali pa ker je imel notri mene in mi je lahko povedal čisto vse; ob tem sva pozabila na kamere.« Ravno to pa je bistvo Big Brotherja: da tekmovalec pozabi na kamere, gledalec pa lahko opazuje njegove reakcije in kritizira trenutke slabosti tekmovalca, ko pozabi, da je opazovan.

V vseh 92 dneh pa so se tudi tekmovalci občasno zavedali, da Big Brother od njih zahteva stvari, ki bodo zanimive za občinstvo, njih pa bodo osmešile. Tako bi morali fantje v podložniškem delu hiše, ko še ni prišlo do t.i. revolucije, za možnost enkratnega tuširanja v luksuznem delu hiše in za normalno luksuzno večerjo med petkovo oddajo v tretjem tednu nadeti tangice. In takrat je Sebastijan presenetil z izjavo, da tega ne bo storil in dejal: »Dost je, da glumimo majmune na tej strani, a razumeš? Zarad mene lahko dobim kufr zdele pa grem domu, če je problem, k si nism tistga slona si dal ...«. Jeanine, ki je tudi sodelovala v debati, pa je dejala, da ne razume, zakaj so se potem sploh prijavili na resničnostni šov: »Ponudi se vam priložnost, pol pa iz ponosa ne vzamete tega.« Sebastijan pa je odgovoril: »Ne bom se prodal za eno tuširanje. Tamle mam tuš in če sem se tri tedne tuširal, se bom še zdj«.

Ob tem so ustvarjalci očitno dobili to, kar so želeli. Sebastijan, občasno vzkipljiv in direkten, se je tak tudi pokazal, s svojim uporom pa napravil, da je bil dogodek zanimiv, da se je o njem lahko govorilo in da je prikazal »Sebastijanovo pravo plat«, ki mu je bila predhodno pripisana.

Tudi Naske se je ob novi tedenski nalogi, ko so bili podložniki psi, gospodarji pa njihovi lastniki, spraševal: »Kaj delamo za keš!«, saj je bilo v navodilih zapisano, da mora svojega psa tudi skopati, pri tem pa mu le-ta ne sme pomagati. Ko se je Naske spraševal, kaj si morajo misliti njihove punce za TV ekrani, mu je ElTyeob odgovoril: »Si mislijo: te budale. Kam so šle!«. Naske se je tudi vprašal, če je ves ta denar vsega tega vreden. Izjavi sta bili tudi na spletni strani in »Big Brother« je pod tem cinično zapisal: »Mimogrede, bivanje v hiši Big Brother ni prisilno.« Tudi Sandiju, ki je bil v vlogi psa, v določenem trenutku ni bilo jasno, zakaj mora to početi. Ko je moral čakati svojo »slepo lastnico«, ki je odšla na stranišče, se je moral uleči na tla v kopalnici (ker je bil »pač« pes) in se vprašal: »Kam smo pršli!«.

V zadnjem, trinajstem tednu, ko so štirje finalisti dobili nalogo, da morajo igrati super heroje, pa je Mateja ugibala: »Me zanima a smo sploh se mi boril za kj s to nalogo?«, Marcelo pa ji je odgovoril: »Nč. Budale smo nardil še večje iz sebe, k že smo.« Big Brother pa pod tem prispevkom izzivalno sprašuje: »Le zakaj so se nekateri vselili v hišo Big Brother, če so sedaj

mnenja, da iz sebe delajo budale? Ali se stanovalci tudi po tvojem mnenju s tem, ko opravljajo naloge, predstavljajo v slabi luči?» Sebastijan je že v petem tednu dejal: »In pol razmišljaš, kaj je men to treba ... Lej, sm tam mu pozvonim (na gumb za zasilni izhod, op.a.), pa rečem dejte mi cunje in grem, ajde bok. Kaj je men treba z nekom se kregat pa z nekom u konflikte prhajet pa tle hodt u ne vem, takih cunjah pa sedet na takih raz\*\*\* stolih.«

Pogovori o taktiziranju so še ena stvar, ki so jo pod drobnogled vzeli opazovalci za kamerami, ki določajo, o čem se bo govorilo in pisalo. Ugibanja gospodarjev, ali podložniki taktizirajo in obratno, so v četrtem tednu prinesla naslednje vprašanje na spletno stran s strani »vsemogočnega očesa«: »Ali je sploh mogoče taktizirati pod budnim očesom neizprosnega Big Brotherja?«.

Med gospodarji in podložniki so bila trenja pogosta. Dejan in Sebastijan sta veliko razpravljala o delitvi in o nasprotni skupini in Sebastijan je izjavil: » Pa si ti pršou zarad tega, da boš komu ugajal, al si pršu zato, da se boš ti dobr počutu?« Dejan: »Jst mam zunaj družino, brata, prijatelje. Za 13 ljudi tle not, njihovo mišljenje se ne sekiram. Oni me poznajo kakšen sem, to je moj stil, to.« Dejan je še nadaljeval: »Človek naj ne laže sam sebi. Jst sm mu reku: ne laži, da izpadeš lepši. To je najgrša stvar.« V enajstem tednu pa je vse preostale tekmovalce začelo skrbeti, kako so prikazani javnosti. Nejc je bil namreč mnenja, da so po televiziji prikazani najhujši izseki iz hiše. Glede na to, da je bil vseljen v sklopu drugih dveh rezerv, pa so bile njegove domneve lahko resnične, saj je prišel po tem, ko je polovico šova lahko spremljal tudi sam. Naske pa je zaskrbljeno dejal: »Lah da sm kej tazga naredu, da še sam ne vem!«

Taktiziranja za čim večjo priljubljenost samega sebe je med vrsticami obsojen tudi vsak izmed tekmovalcev. Sara je pripovedovala, da je njen oče alkoholik, da jo je tepel, ampak da se ji nenazadnje smili, Dejan je pripovedoval, da prej ni imel niti tolarja in po sporu z ElTyebom v petem tednu se je razvila debata, kaj denar naredi. Dejan se je zagovarjal, dejal pa je tudi: »Jaz svojih problemov ne bom razlagal.«

Osebne izpovedi so bile precej pogoste, saj se je tudi Saša, vseljena med prvima dvema rezervama, izpovedala o bratovem samomoru in svoji ločitvi. Vprašanje, ali so tekmovalci na ta način taktizirali ali pa je šlo za iskren pogovor, ostaja, saj so se na mnogih forumih kar naprej pojavljale razprave, ali je to primerno ali ni. Ampak kot smo že ugotovili, je za

tekmovalce to edina resničnost v tistem trenutku in če je resnica, da gre za »normalen« pogovor, potem je tudi zanimivo, da je posameznik v določenem trenutku tako zelo sposoben izključiti zavest o prisotnosti kamer.

S tedenskimi nalogami je Big Brother tudi sam dodeljeval vloge tekmovalcem. Že samo delitev na gospodarje in podložnike je vzpostavila dve skupini, vsako s svojo vlogo. Igranje kavbojcev in Indijancev, lastniki in njihovi psi (ki so spali v utah), Addams family, superheroji v zadnjem tednu ... Ob vsem tem je bilo pod drobnogled vzeto obnašanje in reakcije, ki so bile vzbujene. Tudi dodeljevanje vlog pri nalogah očitno ni bilo naključno, saj sta bila v paru gospodar-pes skupaj Sandi in Tjaša, ki sta se do takrat že precej zblížala, duhovni vodja pri tedenski nalogi duhovnega očiščenja je bil Marcelo, ki so ga že pred tem proglasili, da občasno filozofira, za ljubezen med kavbojcem in Indijanko sta bila določena ElTyeb in njegova punca Mateja ...

Po končani oddaji sem pregledala arhiv vsakodnevnih novic in opazila, da je vsaka neobičajna izjava določenega tekmovalca bila predstavljena negativno (Markova nehigiena, Sandijeva nestrpnost, Sarina naivnost ...). Saro so tudi ustvarjalci proglasili za tipično blondinko in zapisali: »Je Sara res tako blond, da jo sostanovalci 'nategnejo' z vsako neumnostjo?« Tudi če gledalci sami ne bi zavestno ali podzavestno pripisali vlog določenim posameznikom, so to storili, ko so svoje mnenje zapisali pisci tekstov na spletu.

## **7.4 (NE)IDEALNI ZMAGOVALEC**

V prvem »slovenskem« Big Brotherju sta v finalu drug proti drugemu stala Miha in Andrej. Prvi je napako najbrž storil, ko je priznal, da ima knjižico, v katero vpisuje vsa dekleta, s katerimi je že bil. Tudi sicer je bil Miha podoba frajerja, ki pa se je zaradi svoje simpatičnosti prebil do finala. Pred tem je bil večkrat nominiran, ampak je vedno ostal v hiši, saj ga gledalci niso izselili. Nasprotno je bil Andrej povsem miren fant, nezamerljiv, neopravljiv in prijazen, povrh vsega je dejal, da bi si v Sloveniji rad našel dekle za ženo in se ne bi vrnil v Avstralijo. Na koncu je s 75.000 evri odšel nazaj v Avstralijo in nihče več ni slišal zanj.

Za drugo sezono Big Brotherja so ustvarjalci v svojih obljubah o še bolj kontroverznem resničnostnem šovu in še bolj posebnem in zelo drugačnem očitno pozabili na razplet, ki se je nato izkazal za skoraj identičnega prvemu. Na koncu sta bila zopet dva fanta, Sandi in Naske, prvi tipičen Slovenec, ki igra harmoniko, poje, pleše polko, rad je klobase, pa še gasilec je povrh vsega. In drugi, Naske, ki je povedal pretresljivo zgodbo o smrti svojega očeta, priznal, kako rad ima mamo, da se bo kljub temu, da je bil s punco šele tri mesece, preden se je vselil v hišo, tudi poročil, bil pa je tudi prijazen in ustrežljiv, nihče od sotekmovalcev mu ni ničesar očital, nominiran je bil le kazensko, v nasprotju s Sandijem, ki je bil nominiran največkrat. Sandi je storil napako v ključnem trenutku, ko si je z nepazljivimi izjavami nakopal precej jeznih besed zvestih gledalcev. Da je pijan pobijal domače zajce in da je v lokalu neznano dekle prav grdo potegnil za nos, mu zagotovo ni prineslo pozitivnih točk. Vprašanje pa je, kdo je tukaj igral. Sandi, ki je bil očitno pristna podoba samega sebe, ali Naske, ki je po zmagi pokazal, da pa le ni tako zelo zaljubljen v svoje dekle. Po končanem šovu se je Naske namreč vedno več družil s Saro, s katero je bival v hiši. Kmalu sta postala par, odšla v Egipt, Naske pa je očitno pozabil na svoje obljube o poroki in otrocih.

Tako kot po prvem Big Brotherju, ko jo je Andrej popihal nazaj v Avstralijo in so gledalci lahko le osuplo reagirali na njegovo potezo, se je zgodilo tudi sedaj. Naske sicer ni šel nikamor, je pa poteptal kar nekaj simpatij do samega sebe in si s svojo ključno potezo nakopal precej negativnih točk. Ampak po zmagi in pridobljenih 92.000 evrih mu očitno sploh ni mar za to.

Po končanem šovu je na dan prišlo vedno več ugibanj, ali je bilo glasovanje sploh pravilno in pošteno izpeljano. Ko sta ostala samo še dva finalista, so bili »števeci« zopet na ničli in gledalci so imeli 5 minut časa, da so ponovno glasovali za svojega favorita. Kasneje je v časopisih tudi pisalo, da se bo Sandi (v Zalokar 2008b) na izid glasovanja pritožil, sam pa je intervjuju dejal: »Dobro ni bilo, lušno pa tudi ni bilo. Iz mene so naredili največjo budalo v Sloveniji, ker niso pokazali vsega, kar se je dogajalo v hiši. Tri mesece so pljuvali mene, zdaj bom jaz njih. Mislim, da so na Kanalu A priredili igro in je zmagal Bosanec.«

V predzadnji petkovi oddaji, ki je bila na sporedu 6. junija 2008, smo lahko spremljali vselitev mam finalistov – Marcela, Sandija, Mateja in Naskeja. Pred končanim šovom je Naskejeva mama Hajrija (v Zalokar 2008c) dejala: »Mislim, da bo zmagal Naske. Zasluži si.

Zame so njegova čustva prava. Ni požrešen fant. Niti enkrat ni omenil zmage. Ni tak človek. Ni mu pomembno, če zmaga. In to me veseli. Ni se prijavil zaradi zmage, pokazati je želel svojo dobroto.«

Kakšen je Naske v resnici, vedo le tisti, ki so z njim v neposrednem stiku, kako je bil predstavljen skozi oči Velikega brata in kako je predstavljen sedaj v medijih, pa je zgodba, ki jo sestavljajo drugi za občinstvo. Naskeju v čast pa je nastala tudi spletna stran<sup>24</sup>, kjer je Naske podrobneje predstavljen, ustvarjalci pa pravijo, da »neuradna spletna stran Naske.si je le stran, kjer bomo njegovi fani skušali še naprej kar se da podrobno spremljati dogajanje povezano z Naskejem.« Vsak uporabnik se lahko tudi prijavi na brezplačno pridobivanje novičk, dejstvo pa je, da se je v medijih in posledično tudi na tej spletni strani novica o Naskeju zadnjič pojavila v povezavi z njegovim potovanjem v Egipt. Na spletni strani se je celo možno prijaviti kot »Naske fan« in s tem vsak podpisnik prispeva h gradnji najdaljšega seznama fanov na svetu.

Pisanje oziroma prispevki medijev o zmagovalcu Naskeju in ostalih stanovalcih se je še prej kot po dveh mesecih poleglo. Vsakdanje novice iz sveta estrade so ponudile zgolj podatek, da je tudi Sandi prekinil svojo ljubezensko zvezo s Tjašo. »Idealni« zmagovalec Naske se je s svojo potezo, ko je zapustil dekle Emينو, nekaterim zameril, tisti, za katere ni bil favorit, pa so pridobili tudi kanček zadoščenja, saj je Naske v svoji domnevni popolnosti pokazal, da tudi on ni idealen.

---

<sup>24</sup> Internet 26.

## 8. SKLEP

Tema resničnostnih šovov zajema in odpira toliko kočljivih debat, da se nazadnje človek težko opredeli le na eno. Ob raziskovanju in brskanju po različnih virih sem naletela na mnogo tematik, ki so postale predmet raziskav mnogih avtorjev in hkrati tema različnih vsakdanjih medijev. Zanimivo je, da se ob vsem tem še vedno pojavlja naraščanje gledanosti resničnostnih šovov, kar vzpodbuja ustvarjalce, da dobivajo še več idej, kar vodi v ustvarjanje vedno večjega števila različnih resničnostnih šovov z vedno bolj skrajno tematiko.

Žanr resničnostnih šovov pridobiva na razsežnosti – je hibrid, ki razvija lastno podvrsto, saj se krepi in se hrani z navdušenjem občinstva. Če že govorimo o realnem prikazovanju dogodkov, potem se s to izjavo deloma lahko strinjam le do mere, ko gre za prikazovanje t.i. »dram« iz vsakdanjega življenja: ko gasilci gasijo gorečo streho, ko zaščitniki živali rešijo shiranega konja, ko policija prepreči tihotapljenje mamil ... skratka, ko gre za dogodke, ki se sicer resnično dogajajo. Je pa tudi tukaj težko govoriti o čisto pravi realnosti, saj je kamera tista, ki je podaljšek naših oči in naših ostalih čutil in občutkov. Občutek bolečine, veselja, žalosti in še česa se pojavi ob spremljanju vseh zgoraj naštetih primerov, vendar je resnica tudi ta, da je to končni namen oddaje, katere izbor dogodkov prispeva k večji dramatičnosti.

Jakopičeva (2006: 18) ugotavlja, da je komercialna televizija tista, kjer »tržna logika komercialne televizije zahteva oddaje, ki jih bo spremljalo čim večje število gledalcev«. Resničnostni šovi zagotovo spadajo v tip oddaj, ki jih spremlja ogromno gledalcev. Od »Skritega mikrofona«, ki ga opredeljujemo kot začetnika tovrstnih programov, do najbolj bizarnih oddaj, kot je tekmovanje za pridobitev ledvice in zelene karte, je sicer minilo nekaj časa, ampak tako hitro, kot se razvijajo ostale stvari v svetu, se bo sorazmerno razvijal tudi resničnostni šov. Občutki občasnega nelagodja ob opazovanju drugega s časom ne bodo več tako močni in rezultat tega bo neobčutljivost na prikazano, kar bo vodilo do (še) večjih zahtev po (še) bolj krutih, nevsakdanjih, bizarnih, umazanih in podlih nalogah, pogojih, v katerih bo šov nastajal, in po še bolj nenavadnih tekmovalcih, izbranih po še strožjih kriterijih. Gledalec uživa ob opazovanju drugega in hkrati se počuti varnega, ker je »skrit« za ekranom, občutek pripadnosti in nedolžnosti, ker spremlja tak program, pa mu daje navidezna povezanost z ostalimi gledalci. O tem se lahko prepriča, ko v primeru resničnostnega šova Big Brother



lahko dogajanje spremlja tudi preko spleta, sodeluje lahko v debatah na forumih in anonimno podaja svoje mnenje, kar mu daje občutek varnosti in vliva pogum.

»Od igralca in anonimneža se zahteva, da se postavita v vlogo, spoštujeta scenarij in pritegneta pozornost občinstva. Igralec – gledalec resničnostnega šova je sam svoja vloga, scenarij je predvideni potek oddaje, občinstvo pa je nekaj morebiti navzočih oseb in množica nevidnih televizijskih gledalcev« (Razac 2007: 118). Če razdelamo to Razacovo trditev, ugotovimo, da je v primeru resničnostnega šova tekmovalec pravzaprav igralec, ki se postavi v vlogo, ki mu je nevidno dodeljena, scenarij, ki ga postavijo ustvarjalci z vedno novimi nalogami in zapovedmi, pa v kombinaciji vsega naštetega pripomore k temu, da se občinstvo vedno znova vrne pred televizijski ekran in spremlja svoje »junake« v vsaki novi epizodi njihovega »resničnega« življenja. Gledalec se skriva v množici ostalih gledalcev, vendar s svojimi potezami, ko glasuje in spremlja oddajo, pripomore, da oddaja obstaja, da živi in da se razvija. Udejstvovanje občinstva nenazadnje sploh ni tako nedolžno, še več – občinstvo je tisto, ki kreira in zapoveduje, kaj se bo dogajalo naprej, kaj se bo dogajalo v naslednji oddaji in kaj se bo sploh dogajalo z resničnostnimi šovi v splošnem.

Moja hipoteza o tem, da tekmovalci v resničnostnih šovih igrajo svoje vloge, ki jim jih vnaprej dodelijo producenti, se je potrdila. Poudariti pa moram svojo ugotovitev, da sicer producenti glasno priznavajo, da izbirajo le take karakterje, ki bodo zanimivi za občinstvo, vendar hkrati ugotavljam, da se udeleženci zavedajo, da so bili izbrani iz točno določenega razloga – to je zaradi svojih značilnosti – in med samim šovom te značilnosti postavljajo v ospredje in igrajo same sebe.

Prav tako lahko potrdim drugo hipotezo, kjer sem predpostavila, da občinstvo prepoznava določene karakterje in v procesu izločanja nagradi oziroma kaznuje tistega tekmovalca, ki najbolje odigra svojo tipsko vlogo. V primeru Big Brotherja 2 se je to jasno pokazalo. Prvi zelo očiten primer je bilo sprva veliko sočustvovanje z brezdomcem Markom, kateremu so gledalci sprva namenili največjo naklonjenost. Razlog? V večini primerov zagotovo dejstvo, da je Marko brezdomec, ki potrebuje denar in mora zato posledično tudi zmagati. Že ob njegovem prvem spodrsrljaju, ko se ni želel umivati, ko je bil odsoten in je opravljal sostanovalce, pa mu je javnost pokazala hrbet in ga izločila iz nadaljnjega tekmovanja. Naslednji primer pa sta končna finalist. Sandi se je sprva prikupil ljudem zaradi svojih tipičnih značilnosti, ki so Slovencem tako ljube (harmonika, cviček, ples ...), hkrati pa se je

zameril takoj, ko je pokazal svojo negativno plat, ker naj bi pijan klal lastne zajce. Naske pa je upodobil sanje vsake mame: povedati celi Sloveniji, da ima svojo mamo najraje od vsega in da se bo poročil s svojim dekletom po končanem šovu, kar mu je prineslo največ pozitivnih točk. Slovenci smo tukaj očitno pokazali svojo naivnost, saj je fant po izselitvi iz hiše pustil punco in si našel drugo. Vsaj svojo mamo ima še vedno neskončno rad, če smo že ob ostalih spremembah razočarani.

Pribac (2007: 217) ugotavlja podobno, ko razpravlja o navdušenju občinstva nad resničnostnimi šovi:

In to še ni vse: za vsakim uradno prijavljenim kandidatom za nastop na reality showu je morda deset takih, ki bi si to želeli, a za odločitev niso zbrali dovolj poguma, in morda več sto takih, ki jih bodo zavzeto spremljali prek malih zaslonov – od teh bodo mnogi glasovali za svoje ljubljence in ljubljenske, jih branili v spletnih klepetalnicah, sodelovali v spletnem klubu njihovih privržencev in jih morda pričakali na prizorišču, ko bodo izključeni in bodo zapustili igro.

Pri tem ima veliko vlogo prav producent, saj »kompeticija, ki jo prireja producent (določitev zmagovalca prireditve), ponuja okvir za nastanek *commedie humaine* brez vnaprejšnjega scenarija, katere soavtorji so tudi vsi gledalci, ki z glasovanjem odločajo o izločitvah« (ibid: 228).

Nihče ne govori o tem, da bo resničnostni šov zamrl. Ravno nasprotno – cveti in se razvija. Vedno več je navdušencev, vedno več je prijavljenih, ki s svojimi karakterji, značilnostmi in predispozicijami vplivajo na producentovo odločitev, ali so primerni za »resničnostno igro« ali ne, vedno več je navdušenih gledalcev, ki presojujejo o človeku, ki ga vidijo na zaslonu in ga v resnici sploh ne poznajo, le skrivajo se za hrbtnom Velikega brata, katerega del so tudi sami. In vedno več bo idej, ki jih bodo vzpodbujali vsi zgoraj naštet.

## 9. LITERATURA IN VIRI

Andrejevic, Mark (2004): *Reality TV: the work of being watched*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Baron, Robert S. in Norbert L Kerr (2003): *Group process, group decision, group action*. Buckingham (England), Philadelphia: Open University Press.

Biressi, Anita in Heather Nunn (2005): *Reality TV: realism and relevation*. London: Wallflower

Branston, Gill in Roy Stafford (1996): *The Media Student's book*. London, New York: Routledge.

Couldry, Nick (2003): *Media rituals: a critical approach*. London: Routledge.

Dovey, Jon (2000): *Freakshow: first person media and factual television*. London: Pluto Press.

Elton, Ben (2004): *Na smrt slavni*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Fisher, B. Aubrey in Donald G. Ellis (1990): *Small group decision making: communication and the group process*. New York: McGraw-Hill.

Fiske, John (1987/2003): *Television Culture*. London: Routledge.

Hill, Annette (2005): *Reality TV: Audiences and popular factual television*. London, New York: Routledge.

Jakopič, Kaja (2006): *TV voajerji*. Ljubljana: Institutum Studiorum Humanitatis, Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

- Jakopič, Kaja (2007): Resnica o teleresničnosti. Spremnna beseda v *Ekran in živalski vrt: spektakel in udomačevanje od kolonialnih razstav do Big Brohterja*, avtor Olivier Razac, 205-212. Ljubljana: Maska.
- Johnson, David W. in Frank P. Johnson (1997): *Joining together; group theory and group skulls*. Boston: Allyn and Bacon.
- Kavčič, Bojan in Zdenko Vrdlovec (1999): *Filmski leksikon*. Ljubljana: Modrijan.
- Kilborn, Richard (2003): *Staging the real; factual TV programming in the age of Big Brother*. Manchester, New York: Manchester University Press.
- Leskovec, Barbara (2007): *Resničnost resničnostnih šovov. Diplomsko delo*. Ljubljana: FDV.
- Luthar, Breda (1992): *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstevno in publicistično središče.
- Luthar, Breda (1998): *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute.
- McQuail, Denis (2005): *McQuail's mass communication theory*. London: Sage.
- Pribac, Ivan (2007): Resničnostne pošasti. Spremnna beseda v *Ekran in živalski vrt: spektakel in udomačevanje od kolonialnih razstav do Big Brohterja*, avtor Olivier Razac, 216-229. Ljubljana: Maska.
- Razac, Olivier (2007): *Ekran in živalski vrt: spektakel in udomačevanje od kolonialnih razstav do Big Brohterja*. Ljubljana: Maska.
- Salecl, Renata (2007): *O tesnobi*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
- Seiter, Ellen (1999): *Television and New Media Audiences*. Oxford: Clarendon.
- SSKJ - Slovar slovenskega knjižnega jezika* (1997). Ljubljana: DZS.

Vidmar H., Ksenija (2001): *Ženski žanri – spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*. Ljubljana: Institutum Studiorum Humanitatis, Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

## ČLANKI V REVIJAH IN ČASOPISIH

Kralj, Sašo (2006): Flegmatiki pod 20 in nad 30. *Priloga Vikend* (17. marec), 6.

Mapplebeck, Victoria (2002): Money shot. V Dolan Cummings (ur.): *Reality TV: how real is real?* 18-32. London: Hodder & Stoughton.

Nahtigal, Neva (2005): Resničnost ni šov. *Sobotna priloga* (8. oktober), 14-16.

Zalokar, Gregor (2008a): Kdo je sfriziral Velikega brata. *Stop*, XLI/13, 40-41.

Zalokar, Gregor (2008b): BB: štiri dni pred velikim finalom. *Stop*, XLI/24, 22-23.

Zalokar, Gregor (2008c): Je bil Sandi izigran? *Stop*, XLI/25, 10-11.

Zupančič, Tadej (2007): Temno srce Big Brotherja. *Sobotna priloga* (1), 22-23.

## INTERNETNI VIRI

Brstovšek, Rok (2008): *Big Brother letos še bolj kontroverzen in neizprosen*. Dostopno na: <http://www.dnevnik.si/novice/kultura/305344> (25. maj 2008).

I.J., Vesna (2007): *Big Brother: Tekmovalci se predstavijo*. Dostopno na <http://www.ona-on.net/clanek.php?parentid=1&subid=12&articleid=1729> (10. april 2008).

Jakopič, Kaja (2005): *Realna televizija kot laboratorijski eksperiment*. Dostopno na <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/22/zasebno/> (26. junij 2008).

Mehle, Borut (2007): *Andrej Novak, zmagovalec BB*. Dostopno na <http://www.antena.si/revija/2007/12/glavni> (21. februar 2008).

Petek, Lidija (2006): Novodobni voajerji. *Osebnost* (2). Dostopno na <http://www.osebnost.si/clanki/preglej.php?id=6> (21. februar 2008).

Pušnik, Maruša (2007): Kant bi moral študirati dizajn: resničnost resničnostnih šovov in družbene spremembe. *Arzenal* (1). Dostopno na: [http://www.arzenal.si/?content=web\\_posts-articles-view\\_article&web\\_post\\_id=56](http://www.arzenal.si/?content=web_posts-articles-view_article&web_post_id=56) (3. januar 2008).

Wikimedia Foundation (2001): *Spletna enciklopedija Wikipedija*. Dostopno na [http://sl.wikipedia.org/wiki/Glavna\\_stran](http://sl.wikipedia.org/wiki/Glavna_stran) in [http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page) (1. avgust 2008).

Internet 1: *Docu-soap*. Dostopno na <http://en.wikipedia.org/wiki/Docu-soap> (7. maj 2008).

Internet 2: *Oddaja*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_simple.php?name=bb](http://bigbrother.24ur.com/bb_simple.php?name=bb) (25. maj 2008).

Internet 3: Antena (2007): *Prva Big Brother ekipa*. Dostopno na <http://www.antena.si/revija/2007/6/resnicnostno> (21. 2. 2008).

Internet 4: *Big Brother se predstavi*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_simple.php?name=bb\\_se\\_predstavi](http://bigbrother.24ur.com/bb_simple.php?name=bb_se_predstavi) (10. april 2008).

Internet 5: *Spletna stran Big Brother 2*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_front.php](http://bigbrother.24ur.com/bb_front.php) (15. marec 2008).

Internet 6: *Varuh opozarja na kršitve v resničnostnem šovu* (2008): Dostopno na [http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx\\_ttnews\[pointer\]=1&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=2096&tx\\_ttnews\[backPid\]=48&cHash=daf4d6e3dd](http://www.varuh-rs.si/index.php?id=106&tx_ttnews[pointer]=1&tx_ttnews[tt_news]=2096&tx_ttnews[backPid]=48&cHash=daf4d6e3dd) (30. maj 2008).

Internet 7: *Tamara Izseljena v 2. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=4](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=4) (20. junij 2008).

Internet 8: *Damjana Izseljena v 3. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=1](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=1) (20. junij 2008).

Internet 9: *Dada Izseljena v 4. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=2](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=2) (20. junij 2008).

Internet 10: *Marko Izseljen v 5. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=12](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=12) (20. junij 2008).

Internet 11: *Dejan Izseljen v 6. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=6](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=6) (20. junij 2008).

Internet 12: *Tjaša Izseljena v 6. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=7](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=7) (20. junij 2008).

Internet 13: *Saša Izseljena v 7. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=15](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=15) (20. junij 2008).

Internet 14: *Sebastijan Izseljen v 7. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=13](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=13) (20. junij 2008).

Internet 15: *Jeanine Izseljena v 8. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=11](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=11) (20. junij 2008).

Internet 16: *Tea Izseljena v 9. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=17](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=17) (20. junij 2008).

Internet 17: *ElTyeb Izseljen v 10. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=8](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=8) (20. junij 2008).

Internet 18: *Nejc Izseljen v 11. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=16](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=16) (20. junij 2008).

Internet 19: *Sara Izseltjena v 12. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=5](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=5) (20. junij 2008).

Internet 20: *Marcelo Izseltjen v 13. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=10](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=10) (20. junij 2008).

Internet 21: *Mateja Izseltjena v 13. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=14](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=14) (20. junij 2008).

Internet 22: *Sandi Izseltjen v 13. tednu*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=9](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=9) (20. junij 2008).

Internet 23: *Naske*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_player.php?player\\_id=3](http://bigbrother.24ur.com/bb_player.php?player_id=3) (20. junij 2008).

Internet 24: *Pred zadnjo preizkušnjo*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_article.php?article\\_id=3119752](http://bigbrother.24ur.com/bb_article.php?article_id=3119752) (20. junij 2008).

Internet 25: *Stanovalci*. Dostopno na [http://bigbrother.24ur.com/bb\\_players.php](http://bigbrother.24ur.com/bb_players.php) (18. junij 2008).

Internet 26: *Neuradna spletna stran o Naskeju*. Dostopno na [www.naske.si](http://www.naske.si). (10. avgust 2008).

## **TELEVIZIJSKI VIRI**

PRO PLUS, POP TV (2008): *Trenja: Big Brother – Zloraba ali zabava?* Ljubljana, 24. april.

PRO PLUS, KANAL A (2008): *Big Brother*. Ljubljana, 14. marec – 14. junij.