

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Luka Kušar

Družbeni, ekonomski in tehnološki kontekst razvoja resničnostne televizije

Magistrsko delo

Ljubljana 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Luka Kušar

Mentor: doc. dr. Dejan Jontes

Družbeni, ekonomski in tehnološki kontekst razvoja resničnostne televizije

Magistrsko delo

Ljubljana 2015

Družbeni, ekonomski in tehnološki kontekst razvoja resničnostne televizije

Resničnostna televizija je v 21. stoletju postala eden izmed najbolj popularnih televizijskih žanrov. Njena zmožnost narediti velik zaslužek iz relativno malega vložka jo dela zelo popularno med producenti. Njen razvoj se je začel v času po koncu druge svetovne vojne z določenimi oddajami, ki jih lahko imamo za predhodnice današnje resničnostne televizije. Skozi čas se je žanr razvijal skupaj s tehniko, ki je omogočala vse boljše pogoje nadziranja. Ta je eden izmed ključnih delov žanra, prav tako pa je nadziranje postalo del sodobnega sveta. V žanru lahko razberemo veliko družbenega dogajanja, ki se reflektira preko njega. Prav družbene spremembe so bistvene za razvoj resničnostne televizije, saj so omogočile razvoj specifičnih občinstev in žanr pripeljalo do stopnje, na kateri je danes. V njem lahko vidimo tudi moč ideologij, ki se izražajo v samih oddajah. Analiza njegovega razvoja nam poda sliko, kako se tehnološki razvoj in družbene spremembe kažejo v specifičnem televizijskem programu.

Ključne besede: resničnostna televizija, družbene spremembe, tehnološki razvoj, mediji, nadzor.

Social, economical and technological context of development of reality TV

Reality TV has become one of the most popular TV genres of the 21st century. Its ability to make a large profit with few resources makes it popular among producers. Its development began after the second world war with shows that can be considered as predecessors of modern reality TV programme. The technology that made surveillance a lot easier also contributed to the development of the genre. Surveillance is a key part of modern reality TV and also of the contemporary world. In the genre we can see a reflection of social dynamics. Social changes are one of the key factors in the development of reality TV, as they enabled the development of specific audiences and brought the genre to today's form. Reality TV also shows the power of ideologies, which are reflected in various shows. The analysis of the development of reality TV can show us how technological evolution and social change can be seen in a specific TV programme.

Key words: reality TV, social change, technological advancement, media, surveillance.

Kazalo

| | |
|--|----|
| Uvod | 5 |
| 1. Prvo obdobje razvoja resničnostne televizije | 9 |
| 1.1 <i>An American Family</i> | 11 |
| 1.2 <i>Družbeno dogajanje v času nastanka oddaje</i> | 13 |
| 1.3 <i>Kontroverznosti okoli oddaje</i> | 15 |
| 2. Devedeseta leta in vzpon resničnostne televizije | 21 |
| 2.1 <i>Big Brother</i> | 22 |
| 2.2 <i>Nadzorovanje v Big Brotherju</i> | 23 |
| 3. <i>Resničnostna televizija v 21. stoletju</i> | 29 |
| 3.1 <i>American Idol</i> | 30 |
| 3.2 <i>Navidezna demokratizacija medijskega prostora</i> | 32 |
| 3.3 <i>Resničnostna televizija kot sodobni spektakel</i> | 37 |
| 3.4 <i>Ideologija neoliberalizma v resničnostni televiziji</i> | 41 |
| Sklep | 45 |
| Literatura | 49 |

Uvod

Resničnostna televizija je postala pomemben žanr televizijskega programa v modernem svetu. Njen razvoj do točke, na kateri se nahaja danes, je tesno povezan z družbenim dogajanjem ter razvojem tehnologije. Analiza razvoja in konteksta nam prikaže, kako družbeno dogajanje vpliva na televizijske žanre in kako te žanri predstavljajo družbeno dogajanje ter stanje v družbi sami. Spremembe v zaposlovanju in preživljanju prostega časa, razvoj družine ter družinskega življenja, geopolitične spremembe in drugo družbeno dogajanje je posredno ali neposredno predstavljeno v resničnostnih oddajah, prav tako pa je družbeno dogajanje vplivalo na sam razvoj resničnostne televizije kot televizijskega žanra. Do stopnje, na kateri je danes, je prišla tudi zaradi razvoja tehnologije, ki je omogočil produkcijo takšnih oddaj. Razvoj digitalne tehnike in kamer ni omogočil zgolj napredka na področju televizije, temveč je močno vplival tudi na naše vsakdanje življenje, posebno na področju nadziranja. Kamera je v večji ali manjši meri vstopila v svet vsakega posameznika, ki se v vsakodnevnem življenju mnogokrat znajde pod njeno lečo. Poznavanje konteksta nastanka in razvoja resničnostne televizije nam poda širšo sliko dogajanja v družbi, prevladujočih paradigem, sprememb v življenju posameznika, razvoja družbenih struktur in nasploh stanja družbe skozi čas. Prav tako nam prikaže, kako močan je tehnološki faktor v delovanju moderne družbe in kako tehnologija sama producira dogajanje ter spremembe v družbi.

Teza, s katero se bom ukvarjal v nalogi, je sledeča: Vzpon resničnostne televizije je tesno povezan z družbenimi spremembami (razvoj družine in družinskega življenja, spremembe v zaposlovanju, razporeditev prostega časa, politična klima, geopolitične spremembe) in s tehnološkim napredkom (razvoj filmske tehnike in kamere, možnosti nadziranja preko kamere).

Osredotočen bom predvsem na nekaj ključnih vprašanj, in sicer:

- Katere družbene spremembe so bile ključne za vzpon tega televizijskega žanra?
- Kako se preko resničnostnih oddaj izražajo spremembe, dogajanje in stanje v družbi?
- Kako je tehnološki razvoj omogočil nastanek resničnostne televizije ter kako je vzporedno povezan z načini sodobnega nadziranja družbe (elementi nadziranja so prisotni v resničnostni televiziji)?

Medijski prikaz povezanosti med družbenim dogajanjem in tehnologijo nam lahko veliko pove o dinamiki in stanju družbe. Z analizo omenjenih vprašanj želim pokazati, da so stvari, ki se mogoče kažejo za povsem nepovezane, pravzaprav odraz stanja družbe. Pogosto so nam stvari lahko samoumevne in jim posledično ne posvečamo pretirane pozornosti. Resničnostna televizija ni zgolj oblika zabave, ki je bila ustvarjena za gledalce. Je produkt okolja, časa in družbe, v kateri je nastala.

Razvoj resničnostne televizije bom razdelil na tri obdobja. Ta bodo vezana na določene časovne okvirje, in sicer bo prvo obdobje zajemalo čas okoli leta 1970, drugo devedeseta leta 20. stoletja, tretje pa razvoj žanra v 21. stoletju. Za vsako obdobje bom poskušal prikazati družbeno dogajanje v tistem času, predstaviti oddajo, ki ima značilnosti obdobja, ter obravnaval kritike in polemike okoli nje.

V prvem obdobju se bom ukvarjal z oddajo *An American Family*, ki velja za prvo resničnostno oddajo. Kot taka nam daje dobro izhodiščno točko za analizo razvoja žanra. Poskušal bom prikazati okoliščine nastanka ter posledice, ki jih je imela oddaja za takratno televizijsko produkcijo ter odzive javnosti na njeno predvajanje. V drugem obdobju, ki sega v čas med letoma 1990 in 2000, se bom ukvarjal z nastankom sodobne resničnostne televizije. Ena izmed prvih oddaj, ki je postavila temelje žanra, je *Big Brother*. Predstavil bom polemiko, ki jo ta oddaja vzbuja v zvezi z nadzorovanjem, saj so v njej akterji pod nenehnim očesom opazovalcev. Zadnje obdobje, s katerim se bom ukvarjal, sega od leta 2000 do današnjih dni. V tem času se je žanr močno razširil in postal stalnica televizijskega programa komercialnih televizij. Ena izmed najbolj popularnih oddaj žanra je *American Idol*, katero bom prav tako predstavil v svoji nalogi. Ta odpira mnogo vprašanj glede neoliberalne ideologije, ki je močno prisotna tako v njeni produkciji, kakor v prikazani morali in etiki v oddaji.

Ob obravnavanju žanra moramo vedeti tudi, kaj sam izraz resničnostna televizija predstavlja. Pri definiranju se kljub navidezni preprostosti termina srečamo s težavami. Na prvi pogled izgleda, da se besedna zveza sama razloži. Televiziji kot mediju je dodan pridevnik resničnosten, ki naj bi kazal na to, da v žanru ni v naprej pripravljenega scenarija, oziroma da

je zajeto dogajanje zgolj prikazovanje dogodkov, ki se odvijajo sami od sebe. Vendar pa nam že kratek izsek praktično kaktere koli oddaje iz žanra hitro vzbudi dvom predvsem o tem, koliko je na mestu pridevnik resničnostni.

Zgodnji poskusi definiranja pojma najdejo naslednje ključne lastnosti žanra:

- *Snemanje dogodkov v življenju posameznika ali skupine, pogosto s pomočjo lahke snemalne opreme.*
- *Poskusi simulacije resničnih življenjskih dogodkov skozi različne oblike dramatisiranih rekonstrukcij*
- *Inkorporacija materiala in primerne montaže v atraktivno zapakiran televizijski program, ki je lahko promoviran na bazi njegovih resničnostnih referenc. (Holmes in Jeremyn 2004, 2).*

Ključna torej ni resničnost v smislu prikazovanja dejanskih dogodkov, ampak da ta služi kot platforma za oblikovanje programske vsebine. To dobro povzame naslednja misel:

Če bi me pred enim letom vprašali, kako bi definiral termin »resničnostna televizija«, bi vam odvrnil, da opisuje posnetke pretepanja Rodneya Kinga, ali pa oddaje o zločinih, ki se zanašajo na posnetke iz nadzornih kamer. Očitno se popolnoma motim. Kar (ameriške) mreže označujejo kot resničnostna televizija pride do nas z glasbeno istočnico, zmanipulirano montažo... in slabo obvladano jezo, vse skupaj odigrano s strani ljudi, ki si želijo biti modeli, igralci ali voditelji TV oddaj. (Holmes in Jeremyn 2004, 4).

Ta definicija lahko služi kot izhodišče za nadaljne raziskovanje žanra. Skozi nalogo se bom še večkrat vračal k osnovnim lastnostim resničnostne televizije ter jih še bolj podrobno opredelil, s tem pa dopolnil samo definicijo, ki ni preprosta. Bistveno pri obravnavanju oddaj je zavedanje, da v veliki večini oddaj ne gre za dejansko prikazovanje resničnih dogodkov, kakor bi jih lahko videli sami v vsakdanjem življenju. Gre za preišljen televizijski žanr, ki za izhodišče uporablja resnične dogodke ali ljudi, to pa je na tak ali drugačen način predstavljeno gledalcem. Resničnostna televizija ni vrednotno nevtralna, kot bi lahko pričakovali od nečesa, kar naj bi prikazovalo vsakdanje dogodke. Ravno to je po mojem mnenju bistvena stvar, katere se moramo zavedati ko razmišljamo o tem žanru. Dogodki ali

dogajanje v oddajah je podvrženo montaži, vrednotnim sistemom, ideologijam, osredotočenosti televizijske hiše na določene vsebine in načine, kako se ti predstavljajo. Resničnostna televizija nima imperativa, kakor ga ima lahko dokumentarni film, ki želi predstaviti neko vsebino, izobraziti ljudi, izpostaviti tematiko ali polemizirati. Gre za televizijski žanr, ki se je močno razvil na eni strani zaradi svoje preprostosti pri ustvarjanju takšnih oddaj in na drugi zaradi velike profitabilnosti. Resničnost kot vzgib ustvarjalcev prikazati stvari, kakršne so v resnici, moramo odmisлити, ko uporabljamo termin resničnostna televizija.

1. Prvo obdobje razvoja resničnostne televizije

Prve zacetke resnicnostne televizije lahko najdemo že v času po koncu druge svetovne vojne, ko je televizija postala najbolj razširjen medij. Prva oddaja, v kateri lahko prepoznamo vzporednice s sodobnimi resničnostimi oddajami je Candid Camera, ki je bila prvič predvajana leta 1948. V njej lahko vidimo tudi, kako močno družbeno-politični kontekst vpliva na oblikovanje programa.

Čas, ko je bila Candid Camera prvič na sporedu, je močno zaznamovan s hladno vojno. »Klima hladne vojne je tako politično kakor kulturno pripravila občinstvo, da je bilo ideološko pripravljeno na sprejetje resničnostno osnovanih skečov skrite kamere.« (Holmes in Jermyn 2004, 35). Splošna paranoja, strah pred komunizmom, travmatične posledice opustošenja druge svetovne vojne so pripravile občinstvo na dovtetnost za takšno oddajo. V popularno kulturo je oddaja prav tako prinesla stik z vse večjim nadzorom, »... Candid Camera je naredila nadzorovanje zabavno, manj ogrožujoče in ideološko sprejemljivo...«. (Holmes in Jermyn 2004, 35).

Oddaja je odražala čas, v katerem je bila ustvarjena, imela je specifično občinstvo, ki je bilo pripravljeno sprejemati in se zabavati ob nečem, kar je pravzaprav karikiralo realnost, v kateri so živeli. Sprejemanje takšne oddaje bi lahko interpretirali na več načinov. Na eni strani lahko ponuja »katarzično odrešenje od napetosti, ki jo povzroča nadzorovanje«. (Holmes in Jermyn 2004, 35). Tu gre predvsem za konformistično sprejemanje vsakdanjosti, ki jo oddaja nudi gledalcu, soočenje s svetom, v katerem živi, ter mu nudi olajšanje, saj na komičen način predstavlja situacijo. Preko tega posameznik lažje sprejema svoj svet, čeprav je v njem podrejen nenehnemu opazovanju in sumnjičavosti. V tej vlogi ima oddaja funkcijo zmanjševanja stresa zaradi nujnega zla, kot je opazovanje. Po drugi, kritični interpretaciji lahko oddajo razumemo kot »kulturni produkt, produciran kot ideološki varnostni ventil, ki odvaja pritisk nad institucijami vlade, katera vedno bolj nadzoruje javnost. (Holmes in Jermyn 2004, 36).

Čas, v katerem je oddaja nastala, sovpada z njeno vsebino. Na primeru *Candid Camere* lahko vidimo, kako dogajanje v družbi vpliva na oblikovanje televizijske oddaje. Reflektiranje takratnega stanja družbe je pripomoglo k temu, da so se gledalci lahko poistovetili z vsebino (zavedno ali nezavedno) in posledično popularizirali oddajo samo. Princip *Candid Camere* je v uporabi še danes, veliko oddaj poskuša direktno kopirati njeno vsebino ali pa ji služi kot platforma za razne variacije. Pojem skrita kamera v televiziji pomeni določen koncept in povprečen gledalec ga bo zagotovo poznal, čeprav ni nujno da mu je znana izhodiščna oddaja. Vprašanje je, koliko manj popularna je oddaja danes zaradi sprememb v družbi, saj je čas *McCartheyevega* lova na čarovnice in hladne vojne minil, prav tako pa je nadzorovanje postalo bolj samoumevno v družbi kakor je bilo v petdesetih letih prejšnjega stoletja.

Bistveno je, da na primeru *Candid Camere* lahko vidimo, kako dogajanje v družbi vpliva na oblikovanje in sprejem televizijske oddaje. V času nastanka je bila »državljska dolžnost vsakega lojalnega Američana da opazuje, beleži in obvešča oblast o kakršnikoli sumljivi dejavnosti ki jo je videl/a. *Candid Camera* je te elemente državljske dolžnosti imela v formatu svojega programa: skrito opazovanje, posnete aktivnosti in javno predvajanje.« (Holmes in Jermyn 2004, 37). Posledično se gledalec v oddaji sreča s svetom, v katerem živi, čeprav je le-ta karikiran. Skeči so ponavadi zastavljeni tako, da se oseba, katera se ne zaveda, da je opazovana, sreča z nevsakdanjo situacijo, ki pogosto meji na absurdno. Njegova reakcija je tista, ki pri gledalcu vzbuja smeh. Na koncu skeča je vpleteni osebi povedano, da je bila snemana ter da je vsa situacija umetna. Ponavadi oseba reagira presenečano in olajšano, saj vsakdanja situacija tako dobi smisel, kontekst. Tisto, kar je bilo nevsakdanje, je v bistvu umetno, kar večini vpleteni prinese olajšanje.

V skečih lahko vidimo tudi moč avtoritete v času hladne vojne. »Klasičen primer takšnega podrejanja arbitrarni avtoriteti (le-ta je v večih različicah) lahko vidimo v skeču iz leta 1965, kjer tabla, uniformiran policist ali delavec s čelado obveščajo motoriste, da je država Delaware zaprta tisti dan.« (Holmes in Jermyn 2004, 39). V tem primeru imamo torej postavljeno absurdno premiso, da je celotna država zaprta. Legitimnost trditvi dajejo figure ali znaki, ki imajo v družbi moč in se jih sprejema kot realnost. Odziv ljudi na povsem nesmiselno situacijo je večinoma konformističen. »Namesto, da bi podvomili v logiko, da je lahko država zaprta, ker je prepolna, motoristi brez obotavljanja sprejmejo razlago, kot tudi

nasvet, da naj poskusijo z New Jerseyem. Veliko nastavkov v Candid Camera ilustrira moč avtoritete da prepriča z najbolj površnimi kazalci avtoritete, kot so uniforme, uradno izgledajoči znaki in formalni toni govora.« (Holmes in Jermyn 2004, 39.). Ljudje se tako na podlagi kazalcev avtoritete tej v večini primerov slepo podredijo, ne glede na to, kako nesmislena je sama situacija. Podrejanje avtoriteti in pristajanje na njene zahteve je tako lepo videno v takšnih primerih. Vse skupaj je zelo dober odraz stanja družbe in kolektivne paranoje ter podrejenosti v času hladne vojne. Prebivalci ZDA so v tistem času bili pripravljeni sprejeti veliko stvari, ki jim jih je servirala vlada, v zameno za občutek varnosti pred komunizmom. Del tega lahko vidimo preko Candid Camere, vsaj najbolj absurdne dele.

Candid Camera je postavila osnovo za resničnostne oddaje tudi iz tehničnega vidika. Skrite kamere in mikrofoni so omogočili prikrito snemanje, ki je omogočilo zajetje pristnega odziva ljudi na situacijo. Scenarij je bil narejen zgolj za premiso skeča, vse ostalo, kar se je zgodilo, pa je plod reakcije posameznika. Čeprav se je predvidevalo, kako naj bi reagirali, je to še vedno daleč od v naprej pripravljenega scenarija. Možnost snemanja z manjšo kamero in nasploh manj opreme je omogočilo tehnično izvedbo oddaje, saj bi bila ta v primeru uporabe studijske opreme neuspešna, saj bi ljudje vedeli, da so snemani. Pokazala je tako tehnološki napredek na področju snemanja in produkcije, prav tako pa lahko vidimo kako razširjene so bile metode nadzorovanja ter do kakšnih metod je lahko dostopala oblast. Candid Camera nam tako nudi pomemben del v razumevanju celotnega razvoja resničnostne televizije, saj v njej lahko vidimo, kako je zajet čas dogajanja, nastanek specifičnega občinstva, ki je omogočila njeno popularnost, kakor tehnološki napredek, ki je omogočil njeno produkcijo. Zagotovo je prva oddaja, ki je v množične medije prinesla koncept, ki se je kasneje razvil v resničnostno televizijo. Prav tako je pokazala, da lahko televizija sama kot medij služi za zajemanje družbenega stanja, saj se je prav v tistem času začel množični vzpon televizije kot najbolj pomembnega medija.

1.1 An American Family

Medtem, ko v oddaji Candid Camera lahko najdemo zgolj elemente sodobne resničnostne televizije, je An American Family že močnejši približek formatu, kakršnega poznamo danes. Oddaja je bila predvajana med januarjem in marcem 1973 in prikazuje družino Loud v

svojem vsakdanjem življenju. (PBS 2015). Zamišljena je bila kot dokumentarna oddaja, vendar pa je prav tako v veliki meri navdihnila kasnejši žanr resničnostne televizije, oziroma služila kot izhodišče za ustvarjanje žanra.

Oddaja, kot že omenjeno, prikazuje vsakdanje življenje družine Loud iz Santa Barbare v Kaliforniji. Starša Pat in Bill ter njunih pet otrok Lance, Delilah, Grant, Kevin in Michele so bili snemani sedem mesecev. V tem času se je pred kamerami odvijalo veliko dramatičnih dogodkov v njihovem življenju, vključno z vloženo zahtevo po ločitvi s strani žene in mame Pat ter bohemskega življenjskega stila sina Lancea v New Yorku. (PBS 2015). Prvič se je pred kamero tako odvila zgodba ameriške družine, brez vnaprej pripravljenega scenarija in vedenja, kaj se bo pravzaprav zgodilo. Producent Craig Gilbert je iz želje po dokumentiranju družinskega življenja v Ameriki nezavedno vstopil v popolnoma nov žanr, ki do takrat ni bil poznan.

Prvotna ideja je bila snemati štiri ameriške družine v različnih delih države, na vzhodni in zahodni obali, jugu ter srednjem zahodu ZDA. Različne filmske ekipe naj bi bile dodeljene vsaki družini in naj bi jih snemala štiri tedne, od jutra do večera. Končni produkt vseh snemalnih ur naj bi bile štiri eno urne dokumentarne oddaje, vsaka za eno družino. (Santoso 2007). Koncept je bil torej usmerjen k ustvarjanju izobraževalne dokumentarne oddaje, ki bi prikazovala realno podobo življenja v ameriški družini. Če vzamemo na primer takrat popularno oddajo *The Brady Bunch* ter njeno idealizirano podobo družine, lahko vidimo vzrok in željo po dokumentiranju in prikazu pravega družinskega življenja v tistem času. Predpostavka, da si gledalci želijo na videti nekaj drugačnega, resničnega, je bil Gilbertov motiv za začetek snemanja. (Santoso 2007). Na tem mestu vidimo pomembno vlogo občinstva pri ustarjanju žanra resničnostne televizije. Želja po zadovoljitvi njihove potrebe po nečem drugačnem od tistega, kar je bilo že na sporedu, je bila glavna motivacija za začetek snemanja. Prav tako je pomembna premisa, da ima občinstvo dejansko željo videti resnično družino in ne njene idealizirane podobe, katero je lahko videla v drugih televizijskih oddajah tistega časa. Poistovenje z akterji je očitno močan vzgib gledalcev pri spremljanju akterjev v oddajah.

Oddaja je bila prav tako drugačna po strukturi kot druge dokumentarne oddaje tistega časa. Bila je brez voditelja, intervjujev in naracijskega glasu, ki bi razlagal ali opisoval dogajanje. (PBS 2015). Gledalcu tako ni bilo predstavljeno in osmišljeno dogajanje s strani producentov, temveč so lahko sami dajali pomene in interpretirali dogodke, kakor so si jih razlagali s posnetkov. Zagotovo ima produkcija še vedno veliko vlogo pri tem, kako so stvari predstavljene, vendar pa je izpust narativnega elementa v primerjavi z drugimi dokumentarnimi oddajami tistega časa velika sprememba, ki puščala gledalcu svobodo pri doživljanju in interpretaciji oddaje.

Želja producenta, da občinstvu ponudi nekaj novega, je tako pripeljala do nastanka prve oddaje, katero lahko legitimno uvrstimo v žanr resničnostne televizije. Kar je bilo zamišljeno kot izobraževalna dokumentarna oddaja, je dalo osnovo za nov televizijski žanr, ki se je kasneje močno razširil. Bistveno je predvsem sprejetje oddaje s strani občinstva. Ogromno število gledalcev je zagotovo indikator, da je v tistem času obstajalo občinstvo za takšen tip oddaje. Prav tako lahko vidimo, da se je sama oddaja močno razlikovala od drugih tedanjih izobraževalnih dokumentarcev, saj bi si v primeru, da bi šlo za klasično oddajo tega sloga, oddajo po vsej verjetnosti ogledalo manjše število gledalcev. Loudi so se ob sprejetju ponudbe za snemanje dogajanja v njihovem življenju zanašali ravno na dejstvo, da izobraževalne oddaje niso zelo popularne in posledično ne bi bili medijsko izpostavljeni. Producent oddaje pa je zadel želje občinstva in ustvaril tisto, kar so si želeli videti, zraven pa postavil temelje za nov televizijski žanr, ki izjaha iz dokumentarnega filma. Oddaje kot so denimo Osbournovi (*The Osbournes*) izhajajo pravzaprav iz istega osnovnega principa, čeprav je ta v primeru sodobnih resničnostnih oddaj mnogo bolj izpopoljen in ve, kako narediti oddajo za specifično občinstvo.

1.2 Družbeno dogajanje v času nastanka oddaje

An American Family je bila snemana v ZDA na začetku sedemdesetih let dvajsetega stoletja. Ameriška družba je bila v tistem času še vedno močno zaznamovana z vojno v Vietnamu, v katero je bila država vključena od leta 1961. Njena vpletenost se je končala leta 1973 z umikom vseh svojih sil iz Vietnama. (Spector 2015). Javnost se je tako v času nastanka oddaje še vedno močno ukvarjala z vpletenostjo ZDA v konflikt.

Loudovi so izhajali iz Kalifornije, ki je bila v šestdesetih letih prizorišče hipijevske kontrakture. Kontrakultura je bila romantično družbeno gibanje v času konca šestdesetih in začetka sedemdesetih let prejšnjega stoletja. Sestavljali so ga v glavnem najstniki in osebe v svojih zgodnjih dvajsetih letih, ki so preko svojega kričečega izgleda izražali svoje zavračanje ustaljenega ameriškega načina življenja. (Miller 1991, XVI). V gibanju so obstajale različne struje, ki so žele na tak ali drugačen način spremeniti svet. V celoti gledano se hipijevska kontrakultura ni želela soočiti z mainstream kulturo, temveč je bila naravna k odmaknitvi od nje. Odmaknitev je pogosto pomenila napotitev v hipijevske komune. Komune naj v teoriji ne bi bile kulturna konfrontacija, temveč preprosto zavrnitev le-te ter poskus izgradnje nove družbe stran od stare. (Miller 1991, XVIII). Kljub temu pa je hipijevska kontrakultura naletela na mnogo težav in oteževanja teh poskusov s strani dominantne kulture. Komune niso bile dobrodošle v mnogih soseskah. Hipijevske glasbene festivale so bili prepovedani na vsakem koraku. Nenasilni psihadelični kemiki so se znašli za zapahi. Dominantna kultura, ki je bila na vznožju, ni bila pripravljena tolerirati deviantnega obnašanja nove alternative. (Miller 1991, XVIII).

Vojna v Vietnamu, ki je prav tako potekala v tistem času, sodi med ene izmed najbolj travmatičnih izkušenj v zgodovini ZDA. Ta še vedno pušča močno sled v ameriškem javnem življenju. Pojavlja se kot nasprotje med družbeno delitvijo na eni strani in kulturno enotnostjo na drugi. (Beattie 1998, 2). To nasprotje se kaže skozi več načinov, denimo v diskurzu, interpretaciji dogodkov, prikazov vojne v kulturi. Eden izmed takšnih primerov je v interpretaciji spomenika veteranom vietnamske vojne, katerega lahko vidimo v funkciji prikaza smrtno ranjenega vojaka; enako popularna, če ne še bolj, je interpretacija istega spomenika kot objekta, ki Američane združuje in zdravi rane vojne. (Beattie 1998, 2). Vietnamska vojna še danes ostaja ena izmed tem, ob kateri se krešajo mnenja v ameriški družbi in javni sferi. Ko je nastajala oddaja *An American Family*, je bila ta vojna v polnem razmahu, posledično je imela velik vpliv na družbeno dinamiko v tistem času.

Čas nastajanja oddaje je tako postavljen v specifično obdobje, ko se je ameriška družba premikala iz dogajanja v šestdesetih letih naprej. Še vedno so jo spremljali dogodki iz prejšnjega desetletja, predvsem vojna v Vietnamu, ki še ni bila končana. V oddaji lahko tako

spremljamo odraz časa, predvsem sprememb, ki so se dogajale v takratni kulturi in načinu življenja.

1.3 Kontroverznosti okoli oddaje

V oddaji se srečamo z več dogodki, ki so zbudili zanimanje in močan odziv občinstva. Oddaja ni imela v naprej pripravljenega scenarija, kar je pomenilo, da so se v njej dogajale stvari, ki jih produkcija tistega časa ne bi vključila v svoje oddaje. Predvsem podoba družine v njej se drastično razlikuje od televizijske družine tistega časa.

Bistvena dogodka v oddaji sta propad zakona Billa in Pat Loud, ter odkritost sina Lancea glede svoje homoseksualnosti. Prav njegovo razkritje svoje spolne usmerjetnosti je eden izmed prelomnih trenutkov za televizijo, saj se je takšna stvar prvič zgodila pred kamerami. (Jensen 2003). Glede na obsežno občinstvo, ki ga je oddaja imela, je tako razkritje zagotovo imele velike posledice pri dojemanju in obravnavi homoseksualnosti v javnosti. Nazorno prikazovanje življenjskega sloga Lancea je v tistem času pomenila veliko spremembo pri odnosu do homoseksualnosti na televiziji, saj je bila ta tematika bolj kot ne marginalizirana. Lance je kasneje postal gay ikona, ter je bil v ospredju dvakrat, ko so kamere zopet pogledale v življenje Loudovih, in sicer leta 1983 v *An American Family Revisited: The Louds 10 Years Later* ter Lance Loud!: *A Death in American Family*. Slednja je posebno osredotočena nanj, saj je bila posneta malo pred njegovo smrtjo. Lance je umrl decembra 2001 v starosti petdeset let zaradi okvare na ledvicah, kar je bila posledica okužbe s hepatitisom C in virusom HIV.

Televizijsko razkritje njegove spolne usmerjenosti ni prelomno zgolj za področje televizije, temveč celotne družbe. Glede na dejstvo, da je bilo gledalcev oddaje okoli deset milijonov ter da so bili Loudovi tema pogovora pri velikem številu ljudi, je odziv javnosti presek družbenega odnosa do homoseksualnosti. Lance je dobil veliko število pisem, od sovražnih ter obsojajočih, do spodbudnih besed takšnih ljudi, kot je bil sam, mladih homoseksualcev iz družin srednjega sloja, ki so bili ujeti v svet malomeščanski vrednot. (Ruoff 2015). Družba se je tako odzvala na dogajanje, ki ga spremljala na televiziji, hkrati pa je spremljala obrat

celotnega družbenega odnosa do homoseksualnosti. Od takrat pa do danes je le-ta prišla izjemno daleč, če še enkrat pogledamo na dejstvo, da je bila štirideset let nazaj obravnana kot duševna bolezen, danes pa je istospolna zveza enakopravna heteroseksualni.

Drugi dogodek, ki je del osrednjega dogajanja v oddaji, je razpad zakonske zveze Loudovih. Pred kamerami se je odvil konec nekega razmerja, kar je bilo v nasprotju s podobo družine na televiziji, kjer so bile po večini prikazane srečne in funkcionalne družine, kot denimo v seriji *The Brady Bunch*. Producent Gilbert je, kot mnogi drugi družbeni kritiki tistega obdobja verjel, da ameriška družina izginja oziroma postaja zastarela. (Ruoff 2002, 12 - 13). Njegovo prepričanje je vodilo v ustvarjanje oddaje, ki je pokazala drugačno ameriško družino, takšno, ki je dejansko obstajala v tistem času in prikazuje realnost vsakdanjega življenja mnogih družin.

V sedemdesetih letih prejšnjega stoletja so družbeni teoritiki začeli razmišljati o družini kot o »intimnem bojišču«. Debate o stanju ameriške družbe so se vrtele okoli različnih pogledov na družinsko življenje, ženskemu gibanju za pravice, novih oblik spolnosti, istospolnemu gibanju ter prepadu med generacijami. (Ruoff 2002, 13). Oddaje, ki so bile takrat na sporedu, v veliki meri niso odražale teh problemov in diskurzov, čeprav imajo mediji veliko moč pri predstavljanju idej in dogajanja v družbi širši javnost. Veliko odnosov do stvari, zornih kotov in slik realnosti ne more biti prikazanih na televiziji; to ne vključuje zgolj političnih idej, temveč tudi strogo nepolitičnih, kot je denimo realen prikaz življenja družine iz srednjega razreda namesto veselih komedij, ki jih je posameznik navajen. *An American Family* je Gilbertov poskus predstavitve realne družine srednjega razreda na osrednjem televizijskem programu. (Ruoff 2002, 13).

Način prikaza družine na televiziji lahko vzbudi vrsto odzivov. V ZDA je leta 1992 ameriški podprednik Dan Quayle kritiziral prikaz družinskih vrednot v humoristični seriji *Murphy Brown*. Njegove besede so bile, da »ne pomaga zadevam, ko ima oddaja *Murphy Brown*, ki je na sporedu v najbolj gledanem terminu lik, ki naj bi predstavljal sodobno, inteligentno, visoko plačano, profesionalno žensko, katera se posmehuje pomenu očetov, s tem ko vzgaja otroka sama in to označuje kot del svojega »življenjskega sloga«. (Davies in Smith 1998, 33 - 34).

Dvajset let po *An American Family* je bil prikaz družine na televiziji neposredno del političnega diskurza v ZDA. Dan Quayle je počel več kot zgolj definirati zaželjene in nezaželjene oblike ženskosti. Vztrajal je tudi na tem, da je ženskost postavljena v službo naroda. (Davies in Smith 1998, 34). Vmešavanje politike v strukturo družine ni nov pojav, saj ima oblast že od nekdaj željo po oblikovanju družbenega življenja s postavljanjem zaželenih norm in vrednot. Na primeru Quaylove opredelitve do načina prikaza družine na televiziji lahko vidimo, da so mediji pomemben faktor pri razširjanju idej in vrednot. Gre za odnos do kontroverznosti okoli »družinskih vrednot« v devedestih letih prejšnjega stoletja, na katere so se nanašale Quaylove opazke, ki nakazujejo premik v odnosu med ameriškim političnim diskurzom, ženskostjo in materinskotjo in ne neke nove politiziacije družine. Nova je bila predvsem neposredna navezava na prikaze tega v splošnem in na televiziji v konkretnem primeru. (Davies in Smith 1998, 34).

An American Family se prav tako bistveno razlikuje po predstavitvi družine, ki je daleč od idealne. Takšno odstopanje od ustaljenih norm pomeni velik premik v tradicionalnem ameriškem odnosu do družine, ki je večino zelo konzervativen. Oddaje, v katerih lahko vidimo odstopanja od prikaza nuklearne ali razširjene družine, so prišle na spored mnogo kasneje od *An American Family*, ena izmed takšnih je prej omenjena *Murphy Brown*. Ta je bila prvič na sporedu leta 1988, medtem ko je glavni lik postal mati samohranilka šele leta 1991. Prikaz družine v *An American Family* je veliko odstopanje od takratnih televizijskih norm, ki so ostale konzervativne glede te tematike še dolgo časa.

V *An American Family* lahko spremljamo razpad zakona Pat in Billa Loud. Sama razveza je bila v tistem času bolj marginalizirana, kot je danes. Statistično v ZDA beležimo močan porast števila ločitev med letoma 1965 in 1975. Medtem, ko je bilo leta 1965 ločitev 479 000, jih je bilo leta 1975 1 036 000. (Infoplease 2012). V desetletju se je torej število ločitev še enkrat povečalo. Te podatki nam tako dajo podlago za premislek, kakšni družbeni procesi so se odvijali v tem času, saj je skok tako občuten, da ga ni moč pripisati naključnim faktorjem.

Zakonska zveza je bila skozi čas močno izpostavljena družbenim normam, funkcionalnosti ter drugim faktorjem. »Še v sedemnajstem in osemnajstem stoletju so zakonsko zvezo razumeli

od spodaj nazvdol, kot neposredni sestavni del družbenega reda. Bila je družbeno zavezujoč način življenja in dela, ki je bil večinoma nedostopen posameznikovi intervenciji. Celo do najmanjših podrobnosti dnevnega življenja, dela, ekonomskega obnašanja in seksualnosti je moškim in ženskam predpisovala, kaj je dovoljeno in kaj ne.« (Beck in Beck Gernsheim 1996, 825). Tu lahko vidimo, kako drastično sta se vloga in namen zakonske zveze spremenila od časa tradicionalne družbe do modernega sveta. »Zakonska zveza ni služila individualni sreči, temveč je bila med drugim tudi sredstvo za vzdrževanje nasledstva – dednega družinskega zakonika v primeru plemstva. Od zakonske zveze je bila na otipljiv način odvisna stabilnost družbenega reda in hierarhije. (Beck in Beck Gernsheim 1996, 825 - 826).

Medtem v modernem svetu zakonska zveza služi povsem drugim namenom. V tradicionalni družbi je zakon ter posebno družina kot družbena struktura imela namen zadovoljevati ekonomske, izobraževalne, reprodukcijske ter čustvene potrebe članov družine. Veliko teh funkcij so z modernizacijo in tehnološkim napredkom prevzele druge družbene strukture. Finančno funkcijo je prevzela redna zaposlitev s stalnim dohodkom, izobraževalno šolske strukture, tudi reprodukcijsko lahko do neke mere v posebnih okoliščinah prevzame zdravstvo. Primarna funkcija družine je tako v zadovoljevanju čustvenih potreb posameznikov. Ta je bila posebno v času predindustrijske družbe bolj sekundarnega pomena. Pomeben je tudi prehod k individualizaciji. »Trend k individualnosti, najprej pri »tržnem posamezniku« srednjega razreda s privatnim kapitalom, je vsaj latentno postavil pod vprašanje osrednji položaj kolektivnih identitet in enot delovanja. Z ločitvijo družine od ekonomske sfere je bila delovna oz. ekonomska enota moža in žene nalomljena.« (Beck in Beck Gernsheim 1996, 826).

Bistveno pri vsem skupaj za našo razlago dogodkov v *An American Family* je zavedanje, da zakonska zveza ni individualna, samostojna enota, temveč je integrirana v družbo, katera jo prilagaja in oblikuje po svoji potrebi, »povezana je z institucionalnimi potrebami – na primer tistimi znotraj pravnega sistema. Odvisna je od zahtev izobraževalnega sistema, trga delovne sile, od starostnega pokojninskega sistema. (Beck in Beck Gernsheim 1996, 826).

Razlogov za veliko povečanje števila ločitev v ZDA med leti 1965 in 1975 je več. V tem času je bila skoraj povsod vpeljana ločitev brez krivdnega razloga (no-fault divorce), kar je omogočilo več enostranskih ločitev ter moralno opravičilo za razpad zakona. Seksualna revolucija je prav tako pripomogla k lažji odločitvi za ločitev, saj so zakonci v času sedemdesetih lažje našli spolne partnerje izven zakona, postavljeni pa so bili tudi višji standardi glede tega, kako naj bi izgledala zakonska zveza. Zvišanje števila zaposlenih žensk ter feministično dviganje zavesti sta omogočila lažje ločevanje, saj so se ženske počutile bolj svobodne zapustiti zakon, v katerem so bile zlorabljene ali nezadovoljne. Najpomembnejše, psihološka revolucija v poznih šestdesetih in sedemdesetih, ki je bila posledica povojne blaginje, katera je omogočila ljudem večjo osredotočenost na nematerialne stvari, je na novo definirala pogled moških in žensk na zakonsko življenje. (Wilcox 2009).

Pred šestdesetimi leti je bila večja verjetnost, da bo Američan gledal na zakon skozi prizmo dolžnosti, žrtvovanja in obveznosti. Intimnost je bila pomembna, vendar je bil zakon viden predvsem kot možnost nadgradnje dobre službe, urejenega doma, razširjanja družine in deljenja verske pripadnosti. Sedemdeseta leta medtem dajo prostor zakonu tipa »sorodne duše«. Le-ta je že po značaju bolj nagnjen k ločitvi, v primerjavi z modelom institucioniranega zakona. Prav tako je ločitev postala dolžnost v novo najdeni možnosti posameznika, da se izraža kot individualna oseba, saj je v ospredje prišlo izražanje samega sebe, svojih potreb in želja. Če je bilo pred tem v družini vse podrejeno le-tej kot instiuciji in njenim članom, je z individualizacijo prišlo v ospredje predvsem zadovoljevanje potreb in želja posameznika. (Wilcox 2009).

To spremembo lahko spremljamo v razpadu zakona Loudovi. Vidimo lahko željo Pat, ki si želi uresničiti svojo vizijo življenja in je izjemno nezadovoljna z odnosom, katerega ima do nje njen mož Bill. Pat se kaže kot inteligenta, sofistircirana in emancipirana ženska, ki se zaveda svojih želja ter potreb in jih želi tudi uresnčiti. V teh lastnostih se kažejo pridobitve seksualne revolucije in ženske emancipacije. V preteklosti bi se po vsej verjetnosti podredila možu in družini, tako pa išče osebno zadovoljstvo in srečo izven teh okvirjev.

Spremljamo lahko torej družbeni premik v odnosu do ločitve, spremembo v zavedanju in vlogi tako ženske, kakor nasplošno družine. Ker Pat nima možnosti živeti tako, da bi bila srečna, se odloči za ločitev. Namesto podreditvi družini in njenim članom izbere svoje lastno zadovoljstvo in željo po srečnem življenju. Če bi bila oddaja snemana približno desetletje prej, lahko predvidevamo, na podlagi prej zbranih podatkov, da v isti situaciji ne bi prišlo do iste odločitve. Večja verjetnost je, da bi v tistem času vztrajala v zakonu, namesto da bi se odločila za razvezo.

Potrebno si je postaviti vprašanje, v kolikšni meri je sama prisostnost kamer bila vzrok za ločitev. Zagotovo je bila zaradi njih družina Loud postavljena pod večji pritisk, prav tako sta bila sama zakonca bolj obremenjena. Vendar pa je po mojem mnenju to bil zgolj katalizator dogodkov, saj bi se takšen scenarij po vsej verjetnosti odvil ne glede na medijsko izpostavljenost, vprašanje le, s kakšno hitrostjo. Bistveno je dejstvo, da imamo podobno kot pri prikazu Lanceove homoseksualnosti možnost opazovanja družbenega dogajanja preko oddaje. V razpadu zakona Pat in Billa Loud imamo priložnost videti, kako se je zakonska zveza spremenila v tistem času. Predvsem pričakovanja, kako naj bi izgledala ter katere potrebe posameznika naj bi zadovoljevala, so izredno dobro predstavljene. Tako lahko vidimo spremembe v družbi, dokumentirane v oddaji, ki prikazuje življenje resnične družine, brez v naprej pripravljenih situacij in scenarija.

2. Devedeseta leta in vzpon resničnostne televizije

V času od devetdesetih let do danes lahko beležimo porast števila resničnostnih oddaj ter uveljavitvi formata v obliki, ki jo poznamo danes. Čeprav je žanr oglaševan kot novost v televizijskem programu, je v svojem bistvu hibrid različnih formatov ter žanrov, ki so občinstvu že poznani. (Hill 2005, 14). V primerjavi z do sedaj obdelanima primeroma se tu srečamo z načrtno oblikovano resničnostno oddajo, ki se kot taka tudi predstavlja, medtem ko sta imela prejšna primera v sebi zgolj elemente resničnostne oddaje.

Resničnostna televizija je hibriden žanr. Izoblikovala se je v specifičnem kulturnem in zgodovinskem medijskem okolju. Svoj izvor črpa iz treh tipov medijske produkcije in sicer iz tabloidnega novinarstva, dokumentarne televizije ter popularno zabavnih vsebin. Dvig tabloidnega novinarstva ter zabavno popularnega programa lahko zaznamo v osemdesetih letih prejšnjega stoletja. Ta dvig je bil posledica deregulacije in trženja medijske industrije v industrijsko razvitih državah, kot so Amerika, države zahodne Evrope ter v Avstraloazijski regiji. (Hill 2005, 15).

Resničnostna televizija je torej produkt želje po trženju in prilagoditvi željam gledalcev. Dejstvo, da je žanr hibrid, čeprav je predstavljen kot novost, je omogočilo hitrejšo sprejetje resničnostne televizije med občinstvom. Popolne novosti večinoma niso sprejete pozitivno, oziroma potrebujejo čas, da se uveljavijo. Medtem na drugi stran pristop s hibridizacijo obstoječih žanrov omogoča na eni strani možnost marketinga oddaje kot novosti, po drugi pa se gledalci hitro znajdejo v njej, saj so ji koncepti že poznani.

Pomemben del pri odločitvi za produkcijo resničnostnih oddaj je tudi ekonomski faktor. Dvig v ceni produkcije dram, sitcomov in komedij je pripomoglo k temu, da so oddaje brez scenarija postale ekonomsko izvedljiva opcija v devetdesetih letih. (Hill 2005, 39). Gre torej za prilagoditev ekonomskim zahtevam trga po cenejšemu programu, ki zadovoljuje potrebe gledalcev. Uspešnost žanra je bila v devetdesetih letih izjemna, saj je občasno njen delež trga dosegal petdeset odstotkov, redno pa so se resničnostne oddaje uvrščale med dvajset najbolj gledanih oddaj na televizij. Pomembna lastnost žanra je tudi njegova prenosljivost, saj so klasične oddaje kot so Big Brother, Changing rooms, Rescue 911 in Wife Swamp izvedene v

mnogo lokalnih različicah po svetu, ter so praktično vedno uspešne v državah, kjer se jih odločijo snemati. (Hill 2005, 39). Vse to je resničnostno televizijo naredilo v žanr, ki je od devedesetih letih dalje močno prisoten predvsem na komercialnih televizijah in je pomemben del sporeda, saj producentom večinoma prinaša velike dobičke z relativno majhnim vložkom.

2.1 Big Brother

Najbolj znana franšiza v žanru resničnostne televizije je zagotovo Big Brother. Samo ime oddaje izhaja iz romana Georga Orwella z istim naslovom, ter se nanaša na dejstvo, da so tekmovalci v oddaji pod konstantnim nadzorom. Format oddaje je razvila nizozemska Veronica v letu 1999, kmalu pa jo je prevzela televizijska mreža Endemol. Zadnjo oddajo v prvi sezoni si je tridesetga decembra 1999 ogledalo štiri od skupno petnajstih milijonov nizozemskih gledalcev. Format je bil od takrat izvožen v večino evropskih držav, prav tako pa tudi v Argentino, Avstralijo, Južno Afriko in ZDA. V vseh državah je bil prilagojen lokalnim družbenimi, kulturnimi in produkcijskimi normam ter je imel različne stopnje uspešnosti. (Drotner 2014, 11 - 12).

Koncept oddaje temelji na izolaciji tekmovalcev od zunanjega sveta ter nenehnemu opazovanju. Za doseg teh pogojev so tekmovalci v oddaji nastanjeni v posebni hiši, ki je modificirana za potrebe oddaje. Vstop v njo ni dovoljen zunanjim osebam, v njej veljajo specifična hišna pravila, vsi deli hiše pa so pod nadzorom kamer, katere beležijo vse dogajanje v njej. Tekmovalci dobivajo različne naloge, njihova uspešnost pri izvajanju le-teh ponavadi prinaša koristi ali kazni, ki olajšujejo ali otežujejo življenje v hiši. Tekmovalci se med seboj nominirajo, kdo naj zapusti hišo, končna odločitev o tem pa je ponavadi v rokah gledalcev, ki z glasovanjem določijo, kdo ostane v nadaljem tekmovanju za glavno nagrado, ki je v večini primerov finančna. Hiša vključuje tudi poseben prostor, v slovenski izvedbi imenovan spovednica, kjer tekmovalci odgovarjajo direktno na vprašanja »Big Brotherja« ter dobivajo skrivne naloge ali informacije. »Big Brother« je glas, ki preko zvočnikov nagovarja tekmovalce in jim deli naloge in ukaze. Je glas avtoritete, kateremu se morajo udeleženci podrediti in ga absolutno upoštevati.

Big Brother je v svoji premierni sezoni na britanskem Channel 4 pritegnil pred male zaslone veliko število gledalcev. V tistem času je bila medijska izpostavljenost oddaje ogromna, praktično jo je bilo nemogoče ignorirati. Postala je del vsakdanjega pogovora med posamezniki, saj je imel vsak svoje mnenje o dogajanju v oddaji in o njej sami. Če je glavni vidik Big Brotherja med gledalci to, da služi kot osrednja tema pogovora, je zanimivo vedeti, kako in kaj se dejansko pogovarjajo. V veliki meri gre predsvem za polarni odnos, torej na eni strani med izjemnim navdušenjem nad oddajo ter na drugi sovraštvom le-te. Najbolj pogosto asocirane besede gledalcev so bile na eni strani odvisnost (v pozitivnem pomenu, da jih je oddaja tako pritegnila, da se od nje niso mogli ločiti) ter sovraštvo. (Hill 2006, 9). Tako imamo dva nasprotna pola gledalcev. Kaj torej pritegne gledalca, ki mu oddaja ni všeč, da jo vseeno gleda? Pomemben del uspešnosti oddaje je bilo dejstvo, da so bili ljudje, ki niso spremljali oddaje, še vedno bili močno izpostavljeni diskurzu o njej. Medijska izpostavljenost Big Brotherja je namreč onemogočila preprosto ignoriranje oddaje in pred zaslone pritegnila tudi tiste, ki same oddaje niso pretirano marali. (Hill 2006, 10). Odmevnost oddaje jo je tudi postavila v ospredje pogovorov, kar je kot rečeno, bil bistveni element, ki ga je oddaja prinesla v vsakodnevno življenje posameznika.

Tako lahko torej vidimo, kako močno v nekem trenutku zabavni televizijski program vpliva na vsakodnevno življenje ljudi. Gledanje Big Brotherja je bilo v tistem času za določen segment ljudi del kulturnega kapitala, ki je omogočal posamezniku vključenost v svoje socialne kroge in s svojo prepoznavnostjo ustvaril franžiso, ki je znana praktično slehernemu gledalcu televizije v zahodnem svetu.

2.2 Nadzorovanje v Big Brotherju

Kot že omenjeno, je Big Brother svoje poimenovanje dobil iz Orwellovega romana 1984. Ime ponazarja vseprisotnost nadzora in posledično vpogled v vse aktivnosti, ki jih tekmovalci počne v hiši. Konstantni nadzor je eden izmed bistvenih elementov oddaje. Le-ta namreč ne samo omogoča gledalcu, da vidi vse dogajanje, temveč tudi vrši pritisk na tekmovalce same, ki se zavedajo, da so konstanto opazovani. Gre torej za zavedanje, da so opazovani, nasprotno kot pri Candid Camera, kjer je bilo bistveno, da je nadzorovanje tajno, da se ga opazovani

subjekt ne zaveda. Znana vseprisotnost kamere je eden izmed faktorjev, ki tekmovalca postavi pod čisto drugačne pritiske, kot jih je vajen v vsakdanjem življenju.

Hiša, kjer so nastanjeni tekmovalci, deluje kot panoptikon. Le-ta »pri zaporniku povzroči zavestno in nenehno stanje vidnosti, ki zagotavlja samodejno delovanje oblasti. Doseže, da so učinki nadzora stalni, čeprav je njegova dejavnost diskontinuirana; povzroči, da popolnost oblasti teži k temu, da postane njeno dejansko izvrševanje odveč; da je ta arhitekturni aparat stroj, ki ustvarja in vzdržuje oblastno razmerje, ki ni odvisno od tistega, ki izvršuje oblast; skratka, povzroči, da so jetniki zajeti v oblastne razmere, katerih nosilci so sami.« (Foucault 2004, 221). Gre torej za konstantno nadzorovanje, v katerem so tekmovalci podvrženi pritisku avtoritete, ki je na eni strani vseprisotna, na drugi pa nevidna.

Vidnost je tista, katera dejansko vzpostavlja oblast nad tekmovalci, ne pa denimo izolacija, ki bi lahko prav tako bila tisti faktor, ki deluje kot osnova za spremenjeno obnašanje ljudi v hiši. Foucault opisuje, da »dejanska podvrženost mehanično nastane iz fiktivnega razmerja. Tako ni treba uporabljati sile, da bi obsojenca prisilili k dobremu obnašanju, norca k miru, delavca k delu, šolarja k marljivosti, bolnika pa k temu, da uboga ukaze« (Foucault 2004, 222), ali pa v našem primeru tekmovalca k podrejanju avtoriteti, ki izhaja iz glasu iz zvočnika. Posameznik se znajde v situaciji, ko ga zgolj zavedanje možnosti, da je opazovan, pripravi do tega, da se podreja pravilom, ki jih postavlja avtoriteta, v tem primeru producenti oddaje. Prav tako je bistveno, kdo samo nadzorovanje izvaja. Z možnostmi, ki jih ponuja internet, je mogoče, da gledalec v vsakem trenutku opazuje dogajanje v hiši.

Tekmovalci so torej podvrženi opazovanju s strani nedifinirane strukture, občinstva, ki lahko vključuje ogromen spekter oseb, od nekoga, ki tekmovalca dejansko pozna, do popolnih neznancev, ki imajo lahko izjmeno raznovrstne profile. Tako tekmovalec ne ve, ali ga opazuje član družine, bodoči delodajalec, znanec iz otroštva ali nekdo, ki ga vidi prvič v življenju. Samo zavedanje, da lahko kdorkoli kadarkoli opazuje, kaj tekmovalec počne v oddaji, podredi le-tega avtoriteti. Možnost neposrednega kaznovanja v primeru kršenja pravil v hiši ima produkcijska skupina oziroma ustvarjalci oddaje, tako da obstaja še vedno možnost, da se v oddaji pojavi direktna oblika kaznovanja, najbolj pogosto prisilna zapustitev oddaje. Vendar

pa taka oblika vzpostavljanja avtoritete, čeprav obstaja kot možnost, ni tista, ki tekmovalce prisili k podretitvi. Bistvena je moč opazovanja, »kdor je podrejen polju vidnosti in to ve, sam prevzame prisle oblasti; spotnana jih uporablja na samem sebi; vase vtisne oblastno razmerje, v katerem igra hkrati obe vlogi; postane načelo svoje lastne podvrženosti«. (Foucault 2004, 222).

V oddaji tako vidimo manifestacijo totalitarnega režima, ki za vzpostavljanje avtoritete uporablja nadzor. V primerjavi s štirideset let starejšo Candid kamero, ki je nastajala v času, ko je bil strah pred avtoritarnimi režimi na vrhuncu, gre tu za vzpostavljanje takšnega režima preko gledalca. Ni pomembna politična, vojaška ali policijska legitimacija nadzora. Občinstvo je tisto, ki upravlja vlogo opazovalca, ter posledično avtoritete. Za zabavo ob gledanju ni več potrebno naslanjanje na trenutno geopolitično situacijo, kot pri Candid Camera, kjer je vseprisotnost nadzora in paranoja tista, s katero se gledalec indentificira. Sam gledalec dobi občutek moči, saj je on tisti, ki je v vlogi nosilca moči. Gledalec s tem, ko dela praktično isto, kot pri vsakršni drugi televizijski oddaji, torej da gleda program, dobi popolnoma novo vlogo, katera direktno vpliva na življenje tistega, ki ga opazuje. Vso dejansko moč nad oddajo ima še vedno v rokah produkcija, ki pa se ji ni potrebno izpostavljati ali razkriti svoje vloge kot dejanskega nosilca moči in avtoritete. Občinstvo to naredi zanj.

Resničnostna televizija temelji na opazovanju dogajanja. V Big Brotherju je to zelo neposredno vzpostavljeno, saj je opazovanje osrednja točka oddaje. Brez tega bi bila brez pomena. Subjekti, ki nastopajo v različnih resničnostnih oddajah so podvrženi nadzorovanju s strani ustvarjalcev in gledalcev. Vendar pa to ni specifična resničnostne televizije same, temveč odraz splošnega odnosa družbe do nadzorovanja. Video nadzor je postal v urbanih središčih zahodnega sveta vseprisotnen.

Klasična delitev prostora na javnega in zasebnega s porastom nadzora postane neuporabna. V veliki meri smo soočeni z novim tipom, nadzorovanim prostorom. Ta prostor ima specifično lastnost, da modificira obnašanje posameznika v njem. Opravičenje invazivnosti nadzora v vsakdanje življenje je utemeljeno z ideologijo nadzora kriminala. (Lyon 2007, 153 - 154). Modifikacija obnašanja naj bi bila v tem primeru pozitivna za družbo, saj naj bi preprečevala

kriminal, ki je nezaželen. Vendar pa obstajajo tudi druge posledice takšnega prostora, denimo vprašanje zasebnosti posameznika, izrabljanja nadzora za osebne pridobitve, možnost zlorabe v avtoritarne namene, itd.

Resničnostna televizija z oddajami kot so Big Brother lahko služi kot način prikazovanja neproblematičnosti nadzora. Tako naj bi opravljala funkcijo približevanja video nadzora širši družbi. Način, kako je predstavljeno nadzorovanje v oddajah, postaja bolj pomemben način razširjanja nadzora, kakor ideologija nadzora kriminala. Spremenjen način obnašanja pred kamero v oddaji namreč služi kot analogija za naše obnašanje, ko se nahajamo v nadzorovanem prostoru. Vendar pa to ne pelje nujno v razmere, karšnih se je bal Orwell. (Lyon 2007, 154). Nadzorovan prostor tako postaja nekaj, kar sprejemamo v našem vsakdanjem življenju. V povezavi z resničnostno televizijo je v cikličnem razmerju. Nadzorovan prostor je družbeno sprejemljiv zaradi približevanja koncepta preko resničnostnih oddaj, ter obratno, z resničnostnimi oddajami se lažje poistovetimo ravno zaradi izkušenj v vsakdanjem življenju. Lahko si zamislimo situacijo, ko nas nekdo nehehno opazuje, saj se nam to na določenih mestih dogaja v vsakdanjem življenju.

Če je Candid Camera gradila na takratnem prikitem opazovanju, gre v primeru Big Brotherja ali Survivorja za odkrito nadzorovanje, kjer se tekmovalci zavedajo prisotnosti kamere. Opazovanje in nadzor sta postala način zabave. Ob Survivorju je »veliko število ameriških gledalcev poletje preživelo ob gledanju nadzora – kot oblike zabave. Z začetkom Survivorjevega uspeha je resničnostna televizija prešla iz cenene nišnega programa v nov, vroči trend programa za novo tisočletje, ter kasneje v svoj lastni žanr, ki ima dve lastni kategoriji za nagrado Emmy.« (Andrejevic 2004, 1 – 2). Premik v tem, kaj je sprejemljivo in kaj zabava gledalce, je zagotovo povezan z dogajanjem na širši geopolitični ravni. Orwellov roman 1984 je iz svareče vizije prihodnosti postal osnova za oblikovanje oddaje, katera je zabavala več milijonov ljudi in bila tema pogovorov v vsakdanjem življenju velikega števila oseb.

Preko kulture se lahko izraža trenutna družbena opredelitev ljudi do določene tematike. V preteklosti so bile mnoge družbene teme obdelane s strani ustvarjalcev, denimo preko

književnost. Za primer lahko tu vzamemo opredeljevanje literatov v času romantike do nacionalnega vprašanja, ki se je v Evropi razreševal v tistem času. V drugi polovici dvajsetega stoletja lahko najdemo takšno izražanje tudi v relativno novem mediju, filmu in posledično televiziji. Tu lahko za primer vzamemo japonske filme o Godzili. Koncept v filmu je, da »so ga prebudili – okej, “ustvarili” – testi atomske bombe. Jasno, ameriški testi atomske bombe. Godzila ne mara atomske bombe. Tudi Japonci je ne marajo. In dobro veste, zakaj ne: prav Japonci so leta 1945 na lastni koži občutili dve ameriški atomski bombi. Ker pa so bili Japonci leta 1954 še pod ameriško cenzuro, so lahko svojo travmo izrazili le v ezopskem jeziku sci-fi grozljivke. Godzila je torej alegorija japonske averzije do atomske bombe.« (Štefančič 2014).

Podobno nam začetek resničnostnih oddaj v devedesetih letih dvajsetega stoletja nakazuje, kako se je spremenil odnos do nadzora v tistem času. Gre torej za premik v sprejemljivosti tega, kaj občinstvo zabava oziroma pritegne k gledanju. Glede na uspeh *An American Family* bi lahko sklepali, da je interes po gledanju programa, ki nima v naprej določenega scenarija in v katerem nastopajo ljudje, ki niso poklicni igralci, obstajal že v tistem času. Vendar pa je prišlo do začetka vzpona resničnostne televizije šele po padcu vzhodnega bloka. Nadzorovanje in vohunjenje je bilo tudi v tistem času lahko vir zabave, to nam kaže popularnost filmov o Jamesu Bondu v tistem času, vendar pa gre v tem primeru za fiktiven film, kjer so vloge pozitivcev in negativcev točno izdelane. Odziv na oddajo, v kateri bi videli reprodukcijo totalitarnega sistema na manjšem številu ljudi po vsej verjetnosti ne bi bila dobro sprejeta v času, ko so bile napetosti med obema blokoma na vrhuncu. Tako je bil potreben velik premik v družbenih sistemih, da je lahko prišlo do razvoja resničnostne televizije, kakršno poznamo danes.

Big Brother je s svojo uspešnostjo postavil temelje žanru resničnostne televizije. V njem vidimo začetek žanra v obliki, ki jo poznamo danes. Prav tako nam odpira mnoga vprašanja o nadzorovanju, njegovi vlogi v družbi ter našem odnosu do nje. Polemike, ki se porajajo v zvezi s to tematiko so pomembne za naše razumevanje odnosa družbe do nadzorovanja. Ta je postal del našega vsakdanjika, ki ga pogosto ne postavljamo pod vprašaj, temveč ga

sprejmemo kot dejstvo. Big Brother predstavi povprečnemu članu družbe video nadzor kot neproblematičen. Tu lahko zopet vidimo vlogo medijev pri utrjevanju in širjenju vrednot. Poleg nazdora je oddaja približala občinstvu sam žanr resničnostne televizije, ki se je v naslednjem desetletju razširil in postal ena izmed stalnic televizijskega programa komercialnih televizij.

3. Resničnostna televizija v 21. stoletju

Po uspehu oddaj kot so Survivor in Big Brother je resničnostna televizija postala stalnica v programu televizijskih mrež. Občinstvo je žanr pritegnil in posledično so mreže začele iskati nove verzije resničnostnih oddaj, ki bi bile namenjene specifičnim delom občinstva. Prav raznolikost oddaj, ki so se pojavile v prvem desetletju 21. stoletja, je bistvena sprememba, ki se je žanru zgodila od njegovega začetka. Čeprav so imele določene oddaje elemente resničnostne televizije že v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, denimo doku-drame ali pa nekateri tipi zabavnih televizijskih oddaj, kjer so udeleženci tekmovali med seboj, so po letu 2000 nastale resničnostne oddaje, ki so navdih črpale iz resničnostne televizije v devedesetih letih. Zavedno so temeljile na principih, ki so jih te oddaje začrtale. Gre torej za evolucijo žanra, oziroma za njegovo izrabo za potrebe predvsem komercialnih televizijskih mrež. Popularnost je namreč povečala zahtevo po takšnih oddajah, odprla se je tržna niša, ki so jo lahko mreže začele izkoriščati. Dejstvo, da resničnostne oddaje z relativno malo vložka prinašajo veliko profita, je samo še poglobilo interes mrež, da začnejo ustvarjati nove oblike resničnostnih oddaj.

Značilnost razvoja resničnostne televizije v 21. stoletju je nastanek različnih žanrov. Glede na veliko število različnih teh je težko postaviti univerzalne kategorije. Pri oblici žanrov namreč prihaja do prekrivanja kar se tiče vsebine, načina snemanja in drugih stvari. Tako je odvisno kaj jemljemo za merilo pri ustvarjanu različnih kategorij, v katere želimo uvrstiti oddaje. Sklopi, ki so najbolj pogosti in v katere lahko uvrstimo večino oddaj, ki so najbolj popularne, so: oddaje, ki temeljijo na talentih ali preživetvenih sposobnostih tekmovalcev; osebne preobrazbe, v katerih osebe ne vedo, da se bo zgodila preobrazba; prenove doma ali vrta; oddaje, v katerih posamezniki poskušajo na hitro obogateti; vpogled v ozadje kuhinjskega ali detektivskega dela; oddaje, v katerih ženske iščejo pravega partnerja. (Fitzgerald 2003).

Vprašanje pri vsej poplavi različnih oddaj, ki so tako ali drugače resničnostne, je tudi definicija same resničnostne televizije. Oddaje kot so Survivor in Big Brother so bile ne problematične pri klasificiranju, saj so nastale v času, ko so bile praktično edine takšne oddaje na televiziji, ter so tako relativno lahko dobile oznako resničnostne oddaje. Medtem lahko oddaje v 21. stoletju kot resničnostne opredelimo po merilu tega, da so snemani resnični

ljudje pri resničnih dogodkih, ki se jim dogajajo v njihovih življenjih. Tako oddajo opredelijo naslednje lastnosti: ljudje prikazujejo sami sebe (niso igralci oziroma javne osebe, ki opravljajo določene naloge); so snemane v njihovem vsakdanjem življenju (ne na sceni v studiju); so brez scenarija; dogodki so dani v narativen kontekst; njihov primaren namen je zabava občinstva. Ta definicija izključuje druge tipe oddaj, ki sodijo v druge žanre, denimo novice, zabavne oddaje, tekmovalne oddaje, dokumentarne filme, oddaje, kjer so zaigrani resnični dogodki in smešni posnetki, ki nimajo narativnega okvirja. (Nabi, Biely, Morgan, Stitt 2003, 304).

Zanimiv princip pri tej opredelitvi resničnostne televizije je, da so po eni strani brez scenarija, po drugi pa imajo narativen kontekst. Torej v naprej ni določeno, kaj se bo dogajalo s strani producentov, vendar pa je vse skupaj nato predstavljeno na način, ki so si ga ustvarjalci oddaje zamislili oziroma ga želijo predstaviti. Tako je končni izdelek lahko usmerjen zgolj k zabavi občinstva, kar je prav tako ena od lastnosti, ki opredeljuje žanr. Medtem ko naj bi dokumentarna televizija načeloma imela željo po izboraževanju občinstva, je ta povsem izpuščena pri resničnostni. Tu lahko vidimo glavno razliko med žanroma, ki si drugače delita veliko lastnosti. Vse variacije resničnostnih oddaj so pravzaprav načini, kako zadovoljiti specifične skupine gledalcev in tako zagotoviti uspešnost oddaje, ki se meri z gledanostjo.

3.1 American Idol

Ne glede na poplavo različnih oblik resničnostnih oddaj v 21. stoletju nekatere še vedno izstopajo po svoji gledanosti in prepoznavnosti ter kot take služijo kot primer oddaje v tem časovnem obdobju. Ena izmed teh je American Idol. American Idol je bil prvič predvajan kot American Idol: The Search for a Superstar 11. junija 2002 na televizijski mreži Fox. Njegova premiera je izrabila uspeh resničnostne oddaje Pop Idol, ki je bila na sporedu v Veliki Britaniji leta 2001, franšiza pa je od svojega začetka do danes dobila mesto na štiridesetih programih po celem svetu. (Meitzel 2011, 4). Gre torej za prenos med formata med državami in televizijskimi mrežami in ne za popolnoma novo obliko oddaje.

Vsaka verzija Idolov okoli sveta sledi istemu formatu oddaje : gledalci določene nacionalnosti ali regije izvolijo novo pojočo senzacijo. Pevci med seboj tekmujejo, kdo bo dobil pogodbo za snemanje glasbe in naslov »idola« preko avdicij, ki potekajo vsak teden in se začnejo na nacionalni, regionalni ali celo diasporični ravni. (Meitzel 2011, 4). Avdicije privabijo veliko število tekmovalcev, ki se potegujejo za kasnejši nastop na odru oddaje. Producenti pregledajo tisoče tekmovalcev in izmed njih na vsaki izmed teh avdicij izberejo nekaj sto tistih, ki potem nastopijo še pred drugo skupino producentov. Te potem izberejo še manjšo skupino, ki nastopi pred žirijo, ki jo sestavljajo trije sodniki, ki nastopajo v dejanski predvajani oddaji. Po tem izboru so tekmovalci, ki so izbrani da napredujejo, poslani naprej v Kalifornijo. Potujejo v Hollywood ali Pasadeno, kjer imajo zopet avdicijo, in sicer nastopijo najprej sami, nato v manjših skupinah in nato spet sami. Prvotna številka tekmovalcev v Hollywoodu je večkrat zmanjšana, dokler ne ostanejo zgolj polfinalisti, ki jih izberejo sodniki in producenti. Preko glasovanja se nato izbere približno ducat tekmovalcev, ki napredujejo v finale. (Meitzel 2011, 4 - 5). Tekmovalci gredo torej čez veliko število izborov, po katerem se določena številka uvrsti v ožji izbor za zmagovalca. Gre za tekmovanje, kdo bo najbolj zadovoljil okus producentov, sodnikov in občinstva.

Gledalci vidijo zgolj zmontirane posnetke iz prvih hollywoodskih izborov, predvajanje v živo pa se začne s polfinalom, kjer je prvič tudi živo občinstvo ter sistem glasovanja. Med četrto in sedmo sezono so bili polfinalisti enako razdeljeni po spolu, v osmih je bilo osem moških in štiri ženske, medtem ko so se v deveti sezoni zopet vrnil k enakemu številu obeh spolov. Včasih so tudi polfinalni nastopi ločeni po spolu; v osmi sezoni sta v vsakem polfinalnem nastopu napredovala moški in ženska z največjim številom glasov, poleg tega pa tudi tekmovalec, ki je bil tretji po glasovanju. V deveti sezoni sta bila po glasovanju izločena po dva moška in ženski, dokler se število tekmovalcev ni zmanjšalo iz štiriindvajset na dvanajst. Vse to se dogaja v časovnem obdobju osemnajstih ali devetnajstih tednov med januarjem in majem, z izjemo prve sezone, ki je trajala trinajstih poletnih tednov. (Meitzel 2011, 5). Gledalci se torej srečajo z tekmovalci šele po tem, ko jih ostane izjemno malo glede na začetno število prijavljenih. Tisti, ki so predstavljeni, so izbrani s strani producentov in sodnikov, kar pomeni, da tekmovanje ni zgolj v rokah občinstva, ki glasuje o zmagovalcu, temveč so vsi potencialni zmagovalci, ki pridejo v polfinale, že prej natančno izbrani po željah produkcije oddaj. Dinamika oddaj, ki so prenašane v živo, je torej že v naprej v določeni meri usmerjena, saj so tekmovalci izbrani na podlagi tega, kako bodo všeč občinstvu oziroma kakšen odziv

bodo vzpodbudili, na pa zgolj na podlagi svojih pevskih sposobnosti. Ne gre torej za tekmovanje v tem, kdo ima največje pevske sposobnosti, temveč kdo je najbolj »televizijski«.

Pevci nastopajo v živo pred občinstvom v studiju, v polfinalu in finalu jih spremlja hišni bend (od leta 2005 dalje), kritiko pa jim poda žirija. (Meitzel 2011, 5). Sodniki ocenijo nastop, medtem ko se za zmagovalca odločijo gledalci preko glasovanja. S svojim mnenjem sodniki ustvarjajo podobo o tekmovalcu, saj lahko s poudarjanjem neke lastnosti tekmovalca tega približajo določenemu delu občinstva, ki nato glasuje o zmagovalcu. Sodniki niso zavezani nikakršnim pravilom, razen svoji vesti, vendar pa imajo pogosto določene vloge, katerih se držijo. Eden izmed žirantov je tako pogosto bolj strog kot ostali, nekoga pritegnejo določene lastnosti tekmovalca, itd. Njihove reakcije so večinoma predvidljive, takrat, ko pa niso, pa so pogosto takšne zaradi specifičnega razloga, ki vzbuja močne reakcije pri gledalcih, denimo navezanost na določeno pesem ali način izvajanja.

Vloge pri sodnikih se pojavljajo v vseh oblikah formata in niso bistveno drugačne, prilagojene so zgolj določenim kulturnim posebnostim. Tako lahko ob ogledu britanske, ameriške in slovenske verzije oddaje hitro najdemo vzporednice med sodniki pri tem, katero vlogo zasedajo. Bistveno je, da s svojo vlogo dajejo določeno dinamiko in smer oddaji ter tako usmerjajo samo dogajanje in glasovanje. Oddaja je torej kljub navidezni resničnosti in tekmovanju zelo regulirana s strani producentov.

3.2 Navidezna demokratizacija medijskega prostora

V resničnostnih oddaj po definiciji nastopajo ljudje, ki niso profesionalni igralci. Kakšne posledice ima torej nastopanje v oddaji za posameznika, ki se znajde v njej? Glede na medijsko izpostavljenost in popularnost žanra, se življenje zanj po nastopu zagotovo spremeni. Lep primer tega sega nazaj k *An American Family*, kjer se je družinsko življenje po sprejetju televizijske kamere v svoj vsakdan močno spremenilo, saj se je končalo z razpadom zakona. Prav tako je imel veliko vlogo v življenju enega od sinov, Lancea Louda, katerega je kamera spremljala še večkrat v življenju, nazadnje tudi na njegovi smrtni postelji.

Resničnostna televizija s tem, ko pred kamero postavi ljudi, ki niso profesionalci pri nastopanju pred njo, ponuja občutek izenačitve in demokratizacije. Tudi če obravnava življenja slavnih oseb, so te največkrat v vsakdanjih vlogah, s katerimi se lahko povprečen gledalec indentificira, ali pa v zelo ekstremnih situacijah, kjer mu njegove izkušnje z mediji in kamero ne koristijo. Bistvena je predvsem pozornost, ki jo je nekdo deležen.

Prav na tem mestu pride do paradoksa, saj ta pozornost nima namena posameznika narediti pomembnega, temveč ga vključiti v svojo ekonomsko-marketinško računico. Individualizacija, ki jo dobi posameznik preko medijske izpostavljenosti, ni oblika demokratizacije medijskega prostora, niti izstopanje iz brezoblične množice. Gre za obliko individualizacije, ki nastopa kot protiutež masovni produkciji in medijem. Ta naj bi tudi razbila pasivno gledanje, ki je povezano z javno sfero. Vendar gre pri tem za masovno prilagoditev, ki ustvarja individualnost zgolj za to, da lahko zadosti njenim potrebam. (Andrejevic 2004, 44).

Resničnostna televizija ponuja posamezniku možnost postati televizijska zvezda, čeprav nima izobrazbe ali znanja, ki bi mu omogočala takšno udejstvovanje. To izgleda kot emancipacija in demokratizacija medijskega prostora, vendar je zgolj poteza, s katero dobi tako gledalec kakor nastopajoči občutek, da lahko slehernik uspe na tem nivoju.

Z navidezno demokratizacijo resničnostna televizija privablja občinstvo in mu servira tisto, kar želi videti. Individualizacija je način, kako je resničnostna televizija marketinško tako zelo uspešna. Poleg tega, da so produkcijski stroški dokaj nizki, je lahko modificirana za vsakršno vrsto občinstva, kar ji omogoča, da z nadomesti težnjo po univerzalnosti s specifičnostjo. Modificiranost za specifičen tip gledalca je tisto, kar v sodobnem času najbolj privablja občinstvo. Medijski prostor želi zadovoljiti vsakega posebaj, ne več vse skupaj. Vendar pa je to zgolj marketinška strategija in ne prikaz demokratizacije družbe. Resničnostna televizija kot žanr to strategijo izjemno dobro prikazuje in pooseblja.

Sama popularnost različnih oddaj nas pripelje do vprašanja, kdo pravzaprav gleda te oddaje in kakšna je korelacija med različnimi tipi oddaj in njenim občinstvom. Kot smo videli, imajo najbolj priljubljene oddaje do neke mere vsebinsko povezavo, ki pa ni tako zelo iztopajoča, da bi lahko povezali priljubljenost z vsebino. Povezava je močnejša v tem, da je večina oddaj narejena po istem principu, ki je gledalcu poznan, kar mu omogoča, da se hitro znajde v dinamiki oddaje, čeprav je ta vsebinsko lahko povsem drugačna od tiste, ki jo je gledal nazadnje.

Slednje je bistveno pri tem, če raznolikost resničnostnih oddaj po vsebini vzamemo kot potezo, s katero želijo producenti zajeti kar največ občinstva. Ne želijo ustvariti ene oddaje, ki bi pritegnila največje občinstvo, ampak z različnimi oddajami zajeti različne skupine gledalcev. Britanski BBC je denimo imel v začetku devedesetih let na sporedu največ dve do tri oddaje, ki so se ukvarjale s kuhanjem ali vrtnarjenjem. Na koncu tega desetletja jih je bilo na sporedu od osem do devet. (Brunsdon 2003, 7). Gre torej za prilaganje programa skupinam, ki imajo specifične demografske lastnosti ali življenjske stile. Univerzalnost ni več tisto, k čemur stremijo ustvarjalci, temveč specifičnost. Predvsem mlajši gledajo televizijo drugače in tudi sama televizija je drugačna, kot v preteklosti. Opcije, ki jih ponuja, ter zahteve, ki jih daje, so bolj ali manj drugačne. Gledana ni več toliko televizija sama, kot program. (Brunsdon 2003, 14).

Razširitev programske sheme je namreč razbila monolitsko zgradbo televizijskega programa, kot smo ga poznali včasih. Vedno manj je trdno fiksiranih ur, kdaj lahko nekdo gleda določeno stvar na televiziji. Dober primer je denimo število športnih programov, ki so na voljo posamezniku. Če je bil v preteklosti odvisen od izbire produkcijske hiše, kateri športni dogodek bo lahko spremljal, je danes gledalec tisti, ki lahko izbere praktično katerokoli pomembno športno prireditev, ki jo želi spremljati. Televizija je postala orodje, ki ga gledalec uporablja za zadovoljitev po ogledu točno tistega, kar si sam želi. Program je tisti, ki mu poskuša podati zanimiv program v zameno za ogled.

Gre za prehod med dvema različnima načinoma dostavljanja vsebine gledalcem. Obstaja močan kontrast med »starimi pasivnimi mediji« ter »interaktivnimi novimi mediji«, kar naj bi

privedlo do razpada starega sistema broadcastinga. Zamenjal naj bi ga narrowcasting in dostop do vsebin po želji uporabnika. (Jenkins 2006, 5). Tako resničnostna televizija že deluje po tem principu z razširitvijo žanra na oddaje s specifičnimi vsebinami, namenjenim točno določenim gledalcem. Posledice prehoda v narrowcasting pa bodo vidne tudi v strukturi medijev samih. Potrebna ne bo več regulacija države nad medijskimi konglomerati. (Jenkins 2006, 5). Namesto velikih medijskih hiš bo večji interes v manjši, bolj usmerjeni medijski produkciji.

Resničnostna televizija ima veliko stopnjo interakcije z gledalci, kar bo prav tako zagotovo velik del žanra v prihodnosti, saj razvoj medijev v tej smeri. V velikem številu oddaj, v katerih tekmovalci tekmujejo, imajo gledalci že sedaj možnost direktno vplivati na to, kdo ostane v borbi za zmago in kdo izpade. V prihodnosti pa se zna zgoditi, da se bo število interakcij še povečalo in razširilo na druge dele oddaj.

Trenutno se žanr resničnostne televizije srečuje z naslednjimi stvarmi:

- Digitalno potrošništvo se je razvilo. VOD (video on demand) in SVOD (streaming video on demand) platforme kot so NetFlix, Amazon in Hulu cvetijo. Določene oddaje, katerih gledanosti ne moremo izmeriti po klasičnih metodah, zbuja veliko pozornosti na socialnih omrežjih, kar nam da vedeti, da imajo veliko občinstvo.
- Ustvarjanje blagovne znamke je nov model za ustvarjanje dobička preko vsebine. Velika večina resničnostnih oddaj ima komponentno socialnega omrežja (tekmovanja, odzivi na Twiterju, hashtagi). Frekvenca objav, ustvarjanje blagovne znamke iz zabavnih vsebin in pojavljanja v živo so postali bolj zaželeni kot storitve tekmovalcev v oddajah.
- Lastništvo formata. Ameriške televizijske mreže so veliko bolj odprte za pogovore o lastništvu formata, v kolikor se je oddaja že izkazala za uspešno. Veliko oddaj, ki so trenutno na sporedu, so imele že veliko uspeha v Evropi ali Aziji. (Jefferson 2015).

Format se srečuje s pojavom novih tehnologij, porasta pomembnosti socialnih omrežij ter ustvarjanja novih tipov oddaj. Interaktivnost preko socialnih omrežij je ena izmed stvari, katero resničnostna televizija že zdaj uporablja, v prihodnosti pa se bo po vsej verjetnosti to

platformo še bolj izrabljalo kot sredstvo komunikacije med gledalci, ustvarjalci ter udeleženci oddaj.

Socialna omrežja so bila na začetku vključena v resničnostne oddaje predvsem preko Twiterja. Tako so lahko gledalci direktno in v realnem času komentirali dogajanje v oddaji. Udeleženci oddaj so lahko preko njega imeli interakcijo z gledalci, kmalu pa so se preko njega začele prirejati tudi nagradne igre. Od tam naprej se je uporaba socialnih omrežij v resničnostnih oddajah močno razvila naprej. American Idol je poleg klasičnega glasovanja preko telefona in sms sporočil omogočil tudi glasovanje preko Twiterja, Facebooka in Google Vote. Project Runway je ustvaril posebno kategorijo v oddaji, in sicer je tekmovalec, o katerem se je najbolj govorilo na Twitterju dobil 10 000 dolarjev. America`s Next Top Model je v žiriji zamenjala urednike modnih revij z modnimi blogerji, najela korespondenta za družbena omrežja, imela svoj YouTube kanal z vsebinami, voditeljica pa se je nenehno sklicevala na to, kaj družbena omrežja menijo o določeni tekmovalki. (Anderson-Minshall 2015).

Interakcija preko družbenih omrežij ima tudi posledice glede pridobivanja podatkov, trženja in analize gledalcev. Open source podatki, dostopni na spletu, omogočajo dokaj natančno napoved izida družbenih dogodkov. Konkretno, dokaj preprosto je na podlagi popularnosti na Twitterju napovedati, kdo izmed tekmovalcev v American Idol bo uspel v oddaji. (Ciulla, Mocanu, Baronchelli, Goncalves, Perra, Vespignani 2012, 9 – 10). Tako lahko že v naprej predvidevamo, kateri tekmovalci imajo boljše izhodišče. Resničnostna televizija se vedno bolj zanaša na glasovanje preko interneta, te podatki pa so tajni in so razkriti na koncu oddaje. Medtem so vsi podatki, ki jih potrebujemo za spremljanje in napovedovanje izida, javno dostopni na internetu. Glede na velik ekonomski interes, ki je v ozadju teh oddaj, denimo s strani stavniških hiš in ponudnikov pogodb pevcem, je problematika dostopnosti teh podatkov očitna. Tako se lahko gledalci odzovejo v skladu z večinskim menjem, stavniških hišam pa ni ni težko prilagoditi kvot na podlagi teh podatkov. Gledano bolj splošno, je dostopnost teh podatkov pomembna za opazovanje obnašanja ter preferenc velikega števila ljudi in to v realnem času, olajša pa tudi napovedovanje sprememb. Postalo je izjemno težko ohraniti te podatke kot skrivnost, tudi zgolj za kratek čas, v prihodnosti pa bo to po vsej verjetnosti postalo praktično nemogoče. (Ciulla, Mocanu, Baronchelli, Goncalves, Perra, Vespignani

2012, 10). Interaktivnost medijev tako odpira nova vprašanja glede zbiranja, varovanja in deljenja podatkov.

Prihodnost resničnostne televizije je močno povezana z interakcijo preko družbenih omrežij. Zanimivo bo videti, do kolikšne mere bo žanr sprejel takšen koncept. V primeru, da bo imel močan vpliv, se lahko žanr močno razširi, kakor se je v prehodu v 21. stoletje. Producenti imajo možnost izkoristiti, kar jim ponuja nova tehnologija in to vključiti v žanr. Smernice zagotovo kažejo, da bo takšna interakcija pomemben del medijskega sveta v prihodnosti, saj so komentarji na internetnih straneh ali socialnih omrežjih postali sestavni del sodobnega delovanja medijev. Tehnologija za direktno odzivnost publike obstaja, vprašanje pa ostaja, v kolikšni meri po le-ta omejena oziroma regulirana. Interesi po zaščitenju blagovne znamke po vsej verjetnosti pri producentih presegajo željo po neregulirani interaktivnosti. Tako smo zopet srečani z eno izmed glavnih značilnosti resničnostne televizije, ekonomsko računico, katera bo najbrž v ozadju vseh odločitev glede njene prihodnosti.

3.3 Resničnostna televizija kot sodobni spektakel

Mediji pogosto pri posamezniku želijo vzbuditi močna čustva ob gledanju stvari, ki jih prikazujejo. Tako nudijo gledalcu kontrast z njegovim vsakdanjim življenjem, kjer so dražljaji, ki jih doživlja, dokaj blagi. »Zaznavanje sveta v koordinatah ekološko-industrijskega samoogrožanja iz morale, religije, fundamentalizma, brezizhodnosti, tragike in tragikomedije – vedno prepletenih z njihovim nasprotjem: odrešitvijo, pomočjo, osvoboditvijo – naredi nekakšno univerzalno dramo« (Beck 2003, 101). Gre za dinamiko, ki posamezniku zapolni potrebo bo dogajanju in čustveni vpletenosti.

Gre za obliko spektakla, ki nam ga mediji vsakodnevno servirajo.

Družbeni in politični konflikti so vse bolj izrinjeni z zaslonov medijske kulture, ki raje prikazuje spektakle, kot so spektakularni primeri umorov, teroristična bombardiranja, seksualni škandali, povezani s slavnimi osebnostmi in politiki, ter eksplozivno nasilne vsakdanjega življenja. Medijska kultura se ne loteva le vse bolj razpršenih momentov sodobnega izkustva, temveč hkrati ponuja vedno več gradiva za fantaziranje,

sanjarjenje, oblikovanje mišljenja in obnašanja ter konstruiranje identitet. (Kellner 2006, 133).

Resničnostna televizija kot žanr ni vrednotno nevtralna. Če dokumentarna televizija prikazuje realnost z željo po izobraževanju ali predstavljanju določene teme, resničnostna zgolj uporablja realnost za pritegnitev pozornosti. Pri posamezniku ta pojem želi vzbuditi občutek, da gleda nekaj, kar je vsakdanje in ne plod scenarija in produkcije

Resničnostna televizija posameznika dela pasivnega, s tem ko mu prikazuje simulakrum resničnega sveta. »Po Debordu je spektakel orodje pomiritve in depolitizacije; je »permanenta opijska voja«, ki poneumlja družbena bitja in jih odvrča od najnujnejših nalog v realnem življenju – pri čemer s pomočjo kreativne prakse oživi celoten razpon njihovih človeških sposobnosti.« (Kellner 2006, 135). Ob gledanju resničnostne televizije tako posameznik dobi občutek, da je dejansko vključen v neko dogajanje, tudi na povsem konkretni ravni, ko denimo z glasovanjem odloča kdo bo ostal v oddaji in kdo bo izpadel. Ne zaveda se, da je da občutek ustvarjen umetno, oziroma je njegova participacija povsem brez pomena, saj zgolj dela tisto, kar od njega pričakujejo ustvarjalci.

Na tem mestu moramo paziti, da se ne ujamemo v past moralizirana in ideologije.

Takšne poenostavljajoče interpretacije, da ti šovi predstavljajo konec človeške civilizacije in padec normalne človeške kulture, s sabo prinašajo tudi obilico ideološke prtljage in pogosto spregledajo, da se to dogaja v celotnem medijskem prostoru, da se forma resničnostne televizije tihotapi v druge žanre in jo danes lahko spremljamo tudi v informativnih resničnostnih žanrih. Resničnostna televizija je simptom sodobne družbe in ne izoliran pojav. (Pušnik 2007, 21).

Kot smo lahko videli že v prejšnjih primerih, je razvoj resničnostne televizije tesno povezan z dogajanjem v družbi. In prav to je tudi bistveno pri razumevanju dogajanja v današnji družbi. Elemente resničnostne televizije najdemo lahko tudi v drugih medijskih oddajah. Če žanr primerjamo z informativnimi oddajami, lahko ugotovimo, da

tem oddajam ni skupno le to, da sodijo med najbolj gledane oddaje v Sloveniji, ampak jim je skupna predvsem oblika pripovedovanja. Gre za televizijske forme, ki uporabljajo enake tehnike pripovedovanja, katerih skupna naloga je proizvodnja

zabave – izrazita personalizacija, melodramatizacija, psihologizacija, značile opazovaleno-nadzirajoči dokumentarni stil kamere in filmsko preiskovanje osebnih lastnosti, v ospredju so človeške zgodbe in osebne izpovedi. (Pušnik 2007, 22).

Celoten medijski prostor se premika v smer, kjer je bistveno to, da zadovolji posameznikove potrebe po čustvenem dogajanju. Bistveno je, da se gledalec ne dolgočasi. Posledično to pripelje do dejstva, da tudi v informativnih programih ni osrednjega pomena resničnost oziroma vrednotna nevtralnost pri prikazovanju dogodkov. Sama resničnost je pravzaprav brezpredmetna, če vzamemo, da »ko smo enkrat v svetu medijski reprezentaciji, pa naj gre za informativno-dokumentarno oddajo ali resničnostni šov, so vprašanja, kako resnična so dejstva in kako lažna fikcija, odvečna. Ljudje nimamo v glavi stikal, da bi preklapljali med fikcijo in dejstvi, v svetu medijskih reprezentacij smo v svetu resničnosti.« (Pušnik 2007, 22). Bistveno je, kako so nam stvari predstavljene, kakšna je njihova podoba. »Četudi resničnostni šov predstavlja fikcijo kot resničnost, postane ta za nas resnična, prav tako kot posnete zmontirane podobe, ki nam jih kažejo v večernih novicah« (Pušnik 2007, 22). In tu lahko vidimo, kako se na konkreten način manifestira post-modernost preko medijev in specifičnih žanrov, kot je resničnostna televizija. Podoba je tista, ki je bistvena. Način kako nam je nekaj predstavljeno, da lastnosti določeni stvari. Resničnost je v tem primeru zgolj pridevnik, ki ga lahko uporabi žanr po potrebi in ni imperativ, kateremu se mora podrežati.

Gre za odražanje post-modernega sveta na televiziji. Ta se v posameznikovem življenju kaže predvsem skozi nenehno spreminjanje in novo oblikovanje svoje identitete ter jaza. V primerjavi s tradicionalno družbo, kjer je bila posameznikova identiteta in položaj v družbi dokaj konstantna, se v post-modernem svetu srečamo z oblikovanjem teh elementov glede na okoliščine, če želimo uspešno funkcionirati v njej. Ker se nove okoliščine porajajo vsak trenutek in jih moramo osmisliti, moramo biti sposobni upravljati in pripisati pomen svetu, ki je v svojem bistvu nestabilen. Ne moremo se vrniti nazaj k starim načinom življenja, saj so te postali odvečni v tem »pobeglem« svetu. Naša edina možnost je, da konstantno opazujemo okoliščine, ki nas obdajajo ter se jim prilagajamo. Tako se venomer oblikujemo glede na naše okoliščine, naša identiteta, sestvo je ustvarjeno za danes, ne za jutri. Giddens to imenuje reflektivnost. (Jones 2003, 181). Konstanta v posameznikovem življenju je v post-modernem svetu njegovo prilagajanje in spreminjanje glede na svet okrog sebe. Resničnostna televizija z različnimi tematikami oddaj poskuša gledalcu ponuditi tisto, kar mu je blizu. Tako pravzaprav

reflektira post-moderno družbo. Gre za prilagajanje novi situaciji. Kot sem omenil že v prejšnem delu, je televizijska ponudba postala izjemno razgibana, saj ne gre več za princip z enim programom pritegniti čimveč gledalcev, temveč z obilico različnih opcij zadovoljiti različne skupine. Spremenljivost je postala lastnost družbe, televizija pa želi temu slediti z različnimi tipi oddaj in programov.

Gre za prevlado potrošniške družbe, v kateri mediji v veliki meri posameznikom prikazujejo podobe, katere nam oblikujejo mnenje in odnos do stvari. Bistvena je postala podoba, ki nam je predstavljena. Resničnostna televizija, kakor se je razvila v 21. stoletju, nam prikazuje podobo resničnosti. Baudrillard razdeli razvoj oziroma stopnje podobe v štiri dele:

1. Podoba reflektira realnost
2. Podoba popači in zakriva realnost
3. Podoba zakriva neobstajanje realnosti
4. Podoba nima nobene povezave z realnostjo, je svoj čisti simulakrum. (Baudrillard 1994, 6).

Podoba, ki jo ustvarja resničnostna televizija, naj bi reflektirala resničnost, vsaj tako je predstavljena občinstvu. To podpirajo tudi prej omenjene lastnosti, ki definirajo žanr, torej da so oddaje brez scenarija, da prikazujejo resnične dogodke, da v njih nastopajo resnične osebe in ne igralci itd. Vendar pa je že samo dejstvo, da so oddaje zmontirane ter da v ozadju stoji producentna skupina, ki upravlja s tem, kaj je dejansko uporabljeno, to pozicijo v Baudrillardovi razdelitvi izgubi. Resničnostna televizija vsaj popači in zakriva realnost. Mediji na splošno pripomorejo veliko k ustvarjanju podob, ki dobijo statut resničnosti. Konstantno bombardiranje z novicami – produkcija resničnega sveta – je ključni del potrošnje. Spodbujani smo k temu, da vemo kaj se dogaja v »resničnem svetu«, ki je konstrukt medijev samih. Kot pri potrebah, menjavi in pravicah, je resnični svet priklican takrat, ko se njegova resničnost odmika. Masovna komunikacija nam ne daje resničnosti, temveč opijajoč občutek resničnosti. Dogodki postanejo banalni zaradi ponavljanja, kruta zunanjost sveta pa postaja intimna in topla. (Hegarty 2004, 23). V primeru resničnostne televizije gre primarno za zabavo občinstva, ki je soočen z nečem, kar se predstavlja kot prikaz resničnega sveta. Dobi občutek resničnosti, ki pa je skonstruiran.

Če je pri ogledu denimo filma ali nadaljevanke gledalec že v naprej seznanjen s tem, da so dogodki izmišljeni ali v nekaterih primerih ponovno zaigrani z določeno mero umetniške svobode, v primeru resničnostne televizije te informacije nima. Za konkreten primer lahko vzamemo serijo *Storage Wars*, ki je gledalcu predstavljena kot resničnostna. Torej v njej naj bi bili prikazani dogodki, ki se odvijajo brez vnaprej pripravljenega scenarija. V nasprotju s tem bivši člani serije razkriva, da celotna oddaja pripravljena vnaprej, resnično ni pravprav nič, kar je prikazano. (Paskin 2003). Oddaja je tako čisti simulakrum, ki nima veze z resničnostjo. Je ustvarjena podoba resničnosti, kot taka je predstavljena gledalcu, ki naj bi to podobo sprejel kot resnično. Problematično pri tem je prav ta način, kako je predstavljena oddaja občinstvu. Gledalec, ki gleda film ali serijo, ve, da so dogodki fiktivni oziroma so interpretirani s strani producentov in ustvarjalcev. V primeru resničnostne televizije je gledalcu vsebina predstavljena tako, da naj bi imela določeno lastnost (resničnost), ki jo loči od drugih televizijskih žanrov. Vendar pa je to zgolj simulacija te lastnosti, ki dejansko v oddaji ne obstaja. Je posnemanje resničnosti, ki pa v samem bistvu ni resnična. Je posnemanje nečesa, ta posnetek pa je nato predstavljen kot original.

3.4 Ideologija neoliberalizma v resničnostni televiziji

V povezavi z resničnostno televizijo smo se že srečali z ideologijo in sicer je bila v povezavi z nadzorovanjem omenjena ideologija nadzora kriminala. Ta se kaže direktno v sami obliki oddaje in je dokaj očitna, saj je nenehno nadzorovanje ena izmed glavnih lastnosti resničnostne televizije. Če je ta ideologija prisotna v praktično katerikoli oddaji iz žanra, pa je v nekaterih lahko zaznati še drugo ideološko ozadje, ki se nanaša bolj na koncept in prikaz dogodkov v oddajah in posledično ni tako vpadajoča. Gre za ideologijo neoliberalizma, s katero se zahodni svet srečuje že nekaj let in se kaže v mnogo oblikah.

Neoliberalizem je teoretska osnova politično ekonomske prakse, ki predlaga, da se človekova dobrobit lahko poveča, v kolikor se liberalizira posameznikova podjetniška svoboda in njegove sposobnosti v okviru institucij, karakterizirana z močnimi lastniškimi pravicami, svobodnim trgom in svobodno trgovino. Vloga države je, da vzpostavi institucije, ki zagotavljajo in branijo te pravice. Država mora denimo zagotoviti kvaliteto in integriteto denarja. Prav tako mora vzpostaviti tiste vojaške, obrambne, policijske ter pravne strukture in

funkcije, ki so nujne za ohranjanje pravic zasebne lastnine in zagotoviti delovanje trgov, če je potrebno tudi s silo. Nadaljno, če trgi ne obstajajo (na področjih kot so zemlja, voda, izobraževanje, zdravstvo, socialna varnost ali onasneževanje) morajo biti vzpostavljeni, če je potrebno, tudi z intervencijo države. Vendar pa se dalj od teh nalog država ne sme umešavati. Država naj bi se minimalno vtikala v delovanje trgov, saj naj bi po tej teoriji imela premalo podatkov, da prepozna signale trga (cene) in ker naj bi močne interesne skupine preko državnih aparatov imele možnost vplivati ter popačiti trge. (Harvey 2005).

Ta ideologija je posebj izstopajoča v oddajah, kjer tekmovalci tekmujejo drug proti drugemu, ali pa se morajo znajti v korporativnem svetu. Primer takšne oddaje je franšiza *The Apprentice*, kjer se tekmovalci v resničnostni oddaji borijo za glavno nagrado, službo v veliki korporaciji. Če je tu ideologija neoliberalizma najbolj očitna, ne pomeni, da ni prisotna tudi drugje. Njen vpliv lahko razdelimo na dva glavna dela, in sicer kako vpliva na produkcijo resničnostne televizije ter kako se reflektira pri naraciji oddaj.

Pri produkciji se ideologija neoliberalizma kaže predvsem pri ekonomski računici. Zaposlovanje igralcev, ki niso združeni v sindikat, omogoča zmanjševanje stroškov ter izrabljanje delovne sile. Prav tako je pomembno, kje so snemane oddaje. Več sezon *Survivorja* je bilo posnetih v deželah tretjega sveta, kjer se ustvarjalci lahko izognejo določenim zakonom, denimo glede zaposlovanja in dela, ohranjanja okolja, zdravstva in zaščite otrok. (Grazian 2010, 69). Gre torej za iskanje najboljših ekonomskih pogojev za maskimaliziranje dobička. V obzir niso vzeti etični in moralni vidiki, vse je podrejeno ekonomskemu. S tem v praksi uporabljajo načelo prostega trga, kjer ni prostora za vmešavanje države, temveč vse regulira tako imenovana nevidna roka trga. Dobiček je tisti, ki je bistven, ostalo je postranskega pomena, ne glede na to, ali gre za uporabo delovne sile, kateri niso zagotovljene osnovne pravice delavcev, ali iskanje zakonodaje, ki omogoča največjo zlorabo.

Neoliberalno moralo lahko hitro najdemo v oddajah, kjer tekmovalci tekmujejo drug proti drugemu. Tako denimo v *Survivorju* ali *The Apprentice* hitro zaznamo vrednote, katere imajo predvsem radikalne desno usmerjene politične opcije. Vidimo lahko srdit boj večih ljudi, v

katerem zmagovalec pobere vse. Ne glede na to, da se denimo v Survivorju pričakuje od tekmovalcev, da sodelujejo, v končni fazi še vedno med seboj izberejo nekoga, ki mora oddajo zapustiti. Tu vidimo manifestacijo individualizma in osebnih interesov, ki prevladajo nad vsem drugim. Posebno v *The Apprentice* je poudarjen prestiž ugled vodilnih mož korporacij. Kot pri vsaki fleksibilni korporaciji, ki gre skozi obdobje restrukturiranja, gledalci v zaključku vsake oddaje pričakujejo, da bo nekdo odpuščen. Od tekmovalcev se pričakuje, da postavijo svojo željo po zmagi nad zvestobo do kogarkoli, razen do svojega nadrejenega. Posebej izstopa, da napake gospodarske elite niso nikoli izpostavljene ali obravnavane, temveč so v središču zgolj dejanja brezmočnih, začasnih delavcev. (Grazian 2010, 69 - 70). Načela neoliberalne doktrine se tako kažejo preko prikaza odnosa do dela, medosebnih stikov ter spodbujanih vrednot in morale. V oddajah se uspeh postavlja nad vse, razen nad neko najvišjo avtoriteto, ponavadi v obliki uspešnega podjetneža, ki je svoj uspeh zgradil ravno na principih neoliberalizma. V oddajah ni prostora za empatijo, sočutje ali vzajemnost, ponavadi so te lastnosti prikazane kot šibkost posameznika, ki ni sposoben biti uspešen.

Neoliberalno doktrino lahko vidimo tudi v kontekstu *Big Brotherja*, kjer so vrednote, ki omogočajo uspešno tekmovanje, zelo podobne tistim, ki jih neoliberalizem zahteva od delavcev na delovnem mestu. Prvič, vidimo lahko absolutno zunanjo avtoriteto. V *Big Brotherju* se nikoli ne dvomi v racionalnosti ali legitimnosti zunanje avtoritete. Četudi se je kdaj dvomilo med tekmovalci v oddaji o legitimnosti avtoritete, je posebno zanimivo, kako ta diskurz kontrolira produkcija preko avtoritete navideznega gledalca. Drugič, vidimo lahko ekipno konformnost. Medtem ko je osnova oddaje tekmovanje med posamezniki, je v njej veliko obveznega sodelovanja in timskega dela. Eden od kriterijev za to, kdo bo zapustil hišo, je, kako sodeluje v ekipi. Tretjič, pomembna je avtentičnost. Paradoksalno, potreba po nastopanju (pred nevidnim občinstvom) je na drugi strani srečana z zahtevo, da tekmovalec prikaže svoj pravi jaz. Četrto, tekmovalec mora ostati pozitiven. Od tekmovalcev se pričakuje, da so pozitivno naravnani, kar zatre vsakršno možnost nasprotovanja. Petič, individualizacija. Ne glede na socialne dimenzije *Big Brotherja*, so tekmovalci ocenjevani kot posamezniki napram drug drugemu. Ker norma ekipnega dela ne more biti postavljena pod vprašanj posledično tudi samo ekipno delo ne more biti označeno kot napačno. Na koncu ostane vsak tekmovalec »zunaj« ali »znotraj«, na podlagi glasov nevidnega občinstva. Posameznik ne more kljubovati odločitvi, kakor delavec ne more kljubovati korporaciji, ko je

odpuščen. V obeh primerih se mora posameznik s situacijo spoprijeti sam. (Couldry 2008, 11-14).

Tako lahko vidimo v Big Brotherju preslikavo pozicije delavca v neoliberalni korporaciji. Na takšnem delovnem mestu je namreč posameznik izpostavljen igranju določene vloge, ekipnemu delu in regulaciji s strani absolutne avtoritete, ki svojo legitimnost gradi na dogmatičnih normah in vrednotah, do katerih mora imeti zaposleni pozitiven odnos. (Couldry 2008, 13). Big Brother je tako preslikava, kako naj bi po neoliberalni doktrini izgledalo delovno mesto. Gre še za en prikaz, kako produkcija žanra ni vrednotno nevtralna, temveč sledi določeni ideologiji. Razumski pristop, utemeljen na neoliberalni ideologiji, je dejansko postal splošen razumski pristop (»zdrava pamet«) in je kot tak predmet reprodukcije, tudi preko televizije. Prav zaradi tega, ker je tak način razmišljanja postal standardiziran, ga je težko postavljati vprašaj, pojavlja pa se med drugim v oblikah (denimo na delavnem mestu), kjer njegove posledice niso nedolžne. Posledično je avtetično igranje pod nadzorom sprejeto kot legitimno, brez releksivne distance. (Couldry 2008, 13).

Neoliberalizem se je razmahnil v zahodnem svetu v 21. stoletju. Njegova ideološka paradigma se kaže tudi preko medijev in televizijskih oddaj. Kot argumentirano, je posebno iztopajoča v resničnostni televiziji, kjer lahko njen vpliv vidimo tako v produkciji kakor v normah in vrednotah, ki jih sporočajo oddaje. Pomembno je, da se zavedamo, da oddaje niso vrednotno nevtralne. V kolikor ohranjamo kritično distanco, imamo možnost kljubovati in postavljati pod vprašaj ideologije, katere so reproducirane s strani medijev ali družbe. Bistveno je, da se zavedamo, da so to stvari, katere niso samoumevne, čeprav so nam predstavljene kot take. Stvari, kot so denimo »zdrava pamet«, so lahko podvržene ideološki usmeritvi, čeprav nas želijo prepričati v ravno obratno, da kot take obstajajo od nekdaj in so popolnoma samoumevne, pravzaprav že dogmatične. Vendar imajo moč zgolj, če jim jo damo. V kolikor jih jemlemo kot resnične same po sebi, nam onemogočajo sprememinjanje in nas postavijo v določen način razmišljanja. Zavedati se je potrebno, da je katerkoli stvar lahko postavljena pod vprašaj, sam ni nujno, da je v svojih posledicah pozitivna za našo kvaliteto življenja.

Sklep

Moja teza, da je razvoj resničnostne televizije tesno povezan z družbenimi spremembami in s tehnološkim napredkom, se je izkazala kot resnična. Tehnologija od druge svetovne vojne dalje je omogočala razvoj žanra, saj je televizija postala najbolj razširjen medij, s tem pa so se pojavile tudi potrebe po oblikovanju specifičnega programa. Dogajanje v družbi je ustvarilo sklope gledalcev, katerim se je televizijski program prilagajal, če je želel doseči visoko gledanost.

Ob prehodu v 21. stoletje se je v žanru posebno poznala individualizacija, ki je univerzalnost določenega programa zamenjala s specifičnostjo, namenjeno točno določenemu segmentu populacije. Gre za prehod iz broadcastinga v narrowcasting, kar napoveduje spremembo tako v strukturi medijev kakor v načinu dostavljanja vsebin gledalcem. S tem se je resničnostna televizija razpršila na oblico različnih tipov oddaj, s katerimi se trenutno srečujemo na televiziji. Posebno pomemben je njen ekonomski potencial, saj z razmeroma majhnim vložkom in naporom prinese veliko finančne koristi televizijskim mrežam.

Ključne družbene spremembe za razvoj žanra so predvsem padec vzhodnega bloka in s tem demokratizacija zahodnega sveta, individualizacija ter prevlada neoliberalne doktrine. Te pogoji so omogočili razvoj resničnostne televizije do stopnje, kjer se nahaja danes. V oddajah lahko vidimo izraženo družbeno dogajanje časa, v katerem so nastale. To je največja skupna točka oddaj, ki so bile predhodnice sodobne resničnostne televizije s sodobno obliko žanra. Paranoja hladne vojne v *Candid Camera* in burno družbeno dogajanje v *An American Family* lepo kažeta lastnosti časa, v katerem sta nastajale. V današnjih resničnostnih oddajah prevladuje predvsem neoliberalna doktrina kot moralni podton, ki daje narativ žanru. To niti ni presenetljivo glede na razmah te ideologije v zadnjih letih.

Pomemben je tudi tehnološki razvoj, ki je omogočil razvoj žanra. Danes si večina produkcije oddaj veliko tehnike, ki jo uporablja, sposoja iz nadzorovalnih struktur. S tem nam kaže, kako zelo smo se navadili v današnjem svetu na dejstvo, da smo nadzrovani. Kamere, ki snemajo resničnostne oddaje, so enake kakor tiste, ki nas snemajo in opazujejo v vsakdanjem življenju.

S tem nas žanr želi prepričati, da je takšen nadzor povsem neproblematičen in da nima negativnih posledic za našo družbo.

Vendar pa je bistveno pri celotni stvari dejstvo, da moramo ohranjati kritičino distanco do stvari, ki nam problematične stvari želijo prikazati kot povsem neškodljive in vsakdanje. Neoliberalizem in nadzor sta ideologiji, ki jih ne smemo jemati kot nedolžne, saj imata lahko mnoge negativne posledice v družbi, predvsem glede kakovosti življenja v njej. Dogajanje in stanje v družbi lahko razberemo preko medijev, ki odražajo to sliko. Če prepoznamo dogajanje, dobimo možnost spreminjanja stvari, saj se zavedamo, da obstajajo. Zgolj sprejemanje vsega, kar nam je servirano s strani medijev nas indoktrinira v prevladujoče ideologije. Pomembno je torej zavedanje, da veliko stvari, ki se želijo kazati kot vrednotno nevtralne, take v svojem bistvu niso. Mediji nam dajo možnost videti, kaj se dogaja v družbi, tudi na ideološki ravni. Na nas je, da te ideologije prepoznamo in jih pokažemo takšne, kot so, s posledicami, ki jih prinašajo.

Zanimivo je tudi vprašanje, kako bo žanr izgledal v prihodnosti. Resničnostna televizija je močno povezana z družbenim dogajanjem in dostopno tehnologijo. Ker je specifično družbeno dogajanje težko napovedati v kontekstu, kako se bo izražalo preko žanra resničnostne televizije, si je za prihodnost le-te bistveno pogledati, kaj bo ponujeno žanru v obliki tehnologije, ter kako jo bo izkoristil. Posebno je pomembno, kako bo resničnostna televizija izkoristila internet. Ta je že pred časom postal v nekaterih ekonomijah največji marketinški sektor (Sweney 2009). To je bistvenega pomena za resničnostno televizijo, saj je oglaševanje v njej tisto, kar prinaša ustvarjalcem denar.

Streaming je dokaj nov način, kako dostaviti neko vsebino do gledalca. Njegov razvoj je tesno povezan z vseprisotnostjo interneta, kar je pripeljalo več multimedijskih strank do raziskovanja možnosti predvajanja medijske vsebine preko njega. S sledenjem uspehu konvencionalnega radija in televizije so bile opravljene raziskave, kako dostaviti medijske vsebine, ki potekajo v živo, preko osebnega računalnika in interneta. Streaming je edina tehnologija, ki omogoča prenos slike in zvoka preko interneta v realnem času (v trenutku, ko se dogajajo). (Kozamernik 2002, 3). Žanr resničnostne televizije ga uporablja tudi v tem

trenutku, saj preko njega gledalci lahko dostopajo do 24 urnega opazovanja v določenih oddajah, na primer v Big Brotherju.

Glavne lastnosti streaminga so naslednje:

- Lahko priskrbi vsebine kot so nogometna tekma, koncert ali politični govori v živo, torej v trenutku ko se odvijajo
- Omogoča dostop do daljših filmov. Strežnik, ki streama, lahko služi kot oddaljeni videorekorder (npr. omogoča previjanje naprej in nazaj, gledanje samo točno določenega dela filma brez da bi prenesli celotnega).
- Ne zaseda prostora na trdem disku uporabnika. Uporabnik ne pridobi kopije medijske vsebine, ta ostane na strežniku. Uporabnik lahko shrani vsebino, vendar shrani zgolj URL streama, točko na kateri se nahaja pri vsebini in uporabnikove nastavitve.
- Uporablja točno toliko kapacitete prenosa podatkov, kolikor ga potrebuje. Če vsebina presega uporabnikovo hitrost prenosa podatkov, se nekateri paketi podatkov izgubijo, s tem pa se vsebina prekinja.
- Omogoča streamanje določenih pasov podatkov (npr. borzne tečaje ali novice) v vsebinah, ki drugače niso streamane.
- Lahko ima koristi od uporabe oddajanj in multicasta (en stream je navoljo večjemu številu uporabnikov).

Streamanje je postalo v zadnjem času izjemno popularno predvsem v svetu e-športov. Termin e-šport označuje tekmovanja v video igrah. Te se prav tako kot atletske športne dogodke odvijajo med tekmovalci pred občinstvom in so pogosto tudi predvajani preko interneta. (Techterms 2012). Pri objavljanju vsebine izstopa portal Twitch.tv, kjer so streamani ne samo vsi najpomembnejši e-šport dogodki, temveč tudi posamezniki, ki igrajo igre ali gostijo oddaje. Twitch je ima povprečno 57 milijon uporabnikov mesečno, ta številka vključuje tako gledalce kakor ustvarjalce vsebin. Demografsko so gledalci predvsem moški, med 18 in 24 letom, brez fakultetne izobrazbe, z zaslužkom med 0 in 50 000 dolarji letno. (Quantstats 2015).

Zanimiv koncept je predvsem možnost ustvarjanja vsebine preko streamanja, kjer se ustvarjalci približajo konceptom resničnostne televizije, npr. niso profesionalni igralci (v smislu igre kot umetnosti, ne igranja iger), nimajo v naprej pripravljenega scenarija,

prikazujejo resnične dogodke itd. V tem primeru gre bližje dejanski demokratizaciji medijskega prostora, saj lahko posameznik ustvarja vsebino po njegovi želji, saj mora zgolj upoštevati pogoje portala Twitch. Te omogočajo bistveno več svobode kot medijske korporacije, saj so osredotočene predvsem na pravne zahteve glede lastniških pravic. (Twitch.tv 2015). Ustvarjanje vsebine je tako predvsem v rokah tistih, ki uporabljajo portal. Bistven del je tudi direktna interakcija z gledalci. Te se lahko namreč direkto pogovarjajo z ustvarjalcem programa preko vgrajenega klepetalnika. Tako ni oseba samo opazovana, ampak je v direktni interakciji. Nadzorovanja v tem primeru praktično ni, saj s tem, ko so gledalci in ustvarjalci v direktni interakciji, izgine pritisk opazovanja. Gre za bolj pristno izkušnjo, ki ni producirana niti kasneje režirana ali prirejena. Je direkten prenos vsebine, kjer sodelujejo gledalci in ustvarjalci vsebine. Glede na specifično demografsko skupino, ki spremlja takšne vsebine, je po vsej verjetnosti potrebna drugačna vsebina, ki bi popularizirala takšno medijsko delovanje širši javnosti. Zagotovo pa ostaja zanimiv koncept, ki vključuje elemente resničnostne televizije in ki bi lahko v prihodnosti dopolnil ali mogoče zamenjal žanr, kakor ga poznamo sedaj.

Literatura

1. Anderson-Minshall, Diane. 2015. *The Future of Reality TV is Interactive*. Dostopno prek: <http://realitytv.about.com/od/Interactive-RealitySocial-Networking/fl/The-Future-of-Reality-TV-is-Interactive.htm> (24. september 2015).
2. Andrejevic, Mark. 2004. *Reality TV. The Work of Being Watched*. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
3. Baudrillard, Jean. 1994. *Simulacra and Simulation*. Flint: The University of Michigan Press.
4. Beck, U. in E. Beck Gernsheim. 1996. Individualizacija in »tvegane svobode«: perspektive in nasprotja k subjektu usmerjene sociologije. *Teorija in praksa* 30 (5): 817 – 838.
5. Beck, Ulrich. 2003. Kaj je globalizacija? Zmote globalizma – odgovori na globalizacijo. Ljubljana: Založba Krtina.
6. Beattie, Keith. 1998. *The scar that binds: American culture and the Vietnam war*. New York: New York University Press.
7. Brunsdon, Charlotte. 2003. Lifestylinig Britain. The 8-9 slot on British Television. V *International journal of culture studies*. 5 – 23. London: Sage Publications.
8. Ciulla, Fabio; Delia Mocanu; Andrea Baronchelli; Bruno Goncalves; Nicola Perra. 2012. *Beating the news using social media: the case study of American Idol*. Dostopno prek: <http://link.springer.com/article/10.1140/epjds8> (23. oktober 2015).
9. Couldry, Nick. 2008. Reality TV, or the secret theater of neoliberalism. V *Review of education, pedagogy and cultural studies*, 30 (3): 3-13.
10. Davises, Jude in Carol R. Smith. Race, Gender and the American Mother: Political Speech and the Maternal Episodes of I Love Lucy and Murphy Brown. *American studies* (39:2): 33 – 63.
11. Drotner, Kirsten. 2014. *New Media, New Options, New Communities?*. Dostopno prek: http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/42_011-022.pdf (25. avgust 2015).
12. Fitzgerald, Kate. 2003. *So many realities, so few slots*. Dostopno prek: <http://adage.com/article/news/realities-slots/49114/> (10. september 2015).
13. Foucault, Michel. 2004. *Nadzorovanje in kaznovanje: nastanek zapora*. Ljubljana: Krtina.

14. Grazian, David. 2010. *Neoliberalism and the realities of reality television*. Dostopno prek: <http://illinois-online.org/krassa/ps101/Readings/neoliberalism%20on%20tv.pdf> (21. september 2015)
15. Harvey, David. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press, Inc.
16. Hegarty, Paul. 2004. *Jean Baudrillard: Live Theory*. Cornwall: MPG Books, Ltd.
17. Hill, Annette. 2005. *Reality TV. Audiences and popular factual television*. New York: Routledge.
18. --- 2006. *Watching Big Brother UK*. Dostopno prek: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/78/78> (26. avgust 2015).
19. Holmes, Su in Deborah Jermyn. 2004. *Understanding reality TV*. London: Routledge.
20. Infoplease. 2012. *Marriages and divorces, 1900 – 2012*. Dostopno prek: <http://www.infoplease.com/ipa/A0005044.html> (27. julij 2015).
21. Jefferson, RB. 2015. *Is Reality Really Dying in 2015? 3 Experts Weight In On The State of the Industry*. Dostopno prek: <http://www.lawyersrock.com/reality-tv-experts/> (24. september 2015).
22. Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
23. Jensen, Elizabeth. 2003. *Lance Loud's last testament*. Dostopno prek: <http://articles.latimes.com/2003/jan/06/entertainment/et-jensen6> (24. julij 2015).
24. Jones, Pip. 2003. *Introducing social theory*. Cambridge: Polity Press.
25. Kellner, Douglas. 2006. Medijska kultura in zmagoslavje spektakla. V *Časopis za kritiko znanosti*, let. 34, št. 223, str. 133-149.
26. Kozamernik, Franc. 2002. *Media Streaming over the Internet – an overview of technologies*. Dostopno prek: https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_292-kozamernik.pdf
27. Lyon, David. 2007. *Surveillance Studies: An Overview*. Cambridge: Polity Press.
28. Meitzel, Katherine. 2011. *Idolized: Music, Media and Identity in American Idol*. Bloomington: Indiana University Press.
29. Miller, Timothy. 1991. *The Hippies and American Values*. Knoxville: The University of Tennessee Press.
30. Nabi, Robin L.; Biely, Erica N.; Morgan, Sara J.; Stitt, Carmen R. 2003. *Reality-Based Television Programming and the Psychology of Its Appeal*. Dostopno prek

- http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/frames/phx/creativegeography/nabietal_03.pdf (10. september 2015).
31. Paskin, Willa. 2003. *Dave Hester of »Storage Wars« sues A&E: »The Series Is Faked«*. Dostopno prek: <http://www.bloomberg.com/bw/articles/2013-05-23/the-reality-tv-dissident-dave-hester-of-storage-wars> (16. september 2015).
 32. PBS. 2015. Dostopno prek : <http://www.pbs.org/program/american-family/> (22. julij 2015).
 33. Pušnik, Maruša. 2007. *Kant bi moral šturdirati dizajn: resničnost resničnostnih šovov in družbene spremembe*. Arzenal, let. 1 št. 1, str 21-24.
 34. Quantstats. 2015. *Twitch.tv*. Dostopno prek: <https://www.quantcast.com/twitch.tv> (23. september 2015).
 35. Ruoff, Jeffrey. 2015. *This 1970s TV show helped make homophobia uncool*. Dostopno prek <http://fortune.com/2015/05/29/an-american-family-tv-show-homophobia-gay-rights/> (24. julij 2015).
 36. --- 2002. *An American Family: A Televised Life*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
 37. Santoso, Alex. 2007. *America`s First Reality TV Show*. Dostopno prek: <http://www.neatorama.com/2007/06/25/americas-first-reality-tv-show/> (22. julij 2015).
 38. Spector, Ronald H. 2015. *Vietnam War*. Dostopno prek: <http://www.britannica.com/event/Vietnam-War> (23. julij 2015).
 39. Sweney, Mark. 2009. *Internet overtakes television to become biggest advertising sector in the UK*. Dostopno prek <http://www.theguardian.com/media/2009/sep/30/internet-biggest-uk-advertising-sector> (22. september 2015).
 40. Štefančič, Marcel Jr. *Godzila*. Mladina 20. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/156600/godzila/> (9. september 2015).
 41. Techterms. 2012. *Esports definition*. Dostopno prek: <http://techterms.com/definition/esports> (23. september 2015).
 42. Twitch.tv. 2015. *Terms of service*. Dostopno prek: http://www.twitch.tv/user/legal?page=terms_of_service (23. september 2015).
 43. Wilcox, W. Bradford. 2009. *The Evolution of Divorce*. Dostopno prek: <http://nationalaffairs.com/publications/detail/the-evolution-of-divorce> (27. julij 2015).