

KS. KRZYSZTOF ŁUSZCZEK

### WYBRANE ASPEKTY RECEPCJI PROGRAMÓW *REALITY SHOW* W REFLEKSJI PEDAGOGICZNEJ

Rozwój nowoczesnych technologii informacyjnych jest dziś na tyle gwałtowny, że zaczyna wywierać coraz większy wpływ na nasze życie. Żyjemy w społeczeństwie, gdzie podstawowym i coraz bardziej cenionym towarem staje się informacja. Rozwój mediów ma ogromny wpływ na procesy wychowania i edukacji. Pedagog nie może dziś przechodzić obojętnie obok tej rzeczywistości, która coraz silniej i w sposób coraz bardziej niepokojący zaznacza swoją obecność. Stąd niezbędna wydaje się dziś pogłębiona refleksja pedagogiczna nad współczesnymi mediami, a przede wszystkim nad telewizją, która wciąż zajmuje wśród nich dominującą pozycję.

W Polsce przez wiele lat refleksja pedagogiczna nad mediami nie funkcjonowała jako odrębna dyscyplina pedagogiczna, ale w ramach dydaktyki i technologii kształcenia oraz pedagogiki kulturalno-oświatowej<sup>1</sup>. W Niemczech doszło do szybkiego procesu wyodrębnienia pedagogiki medialnej (*Medienpädagogik*)<sup>2</sup>. Jak dotychczas nastąpił tam najpełniejszy rozwój tej

---

Ks. mgr KRZYSZTOF ŁUSZCZEK, doktorant w Instytucie Pedagogiki KUL, asystent w Instytucie Matematyki na Wydziale Matematyczno-Przyrodniczym KUL, adres do korespondencji: ul. Radziszewskiego 7, 20-039 Lublin, e-mail: krissl@interia.pl.

<sup>1</sup> Zob. J. K o b l e w s k a, *Środki masowego oddziaływania. Problemy społeczne, wychowawcze, propagandowe*, Warszawa 1972; A. K u m o r, *Telewizja. Teoria, percepcja, wychowanie*, Warszawa 1973; A. K ł o s k o w s k a, *Kultura masowa*, Warszawa 1980; J. G a j d a, *Telewizja, młodzież, kultura*, Warszawa 1987; J. G a j d a, *Środki masowego przekazu w wychowaniu*, Lublin 1988; J. I z d e b s k a, *Rodzina – Dziecko – Telewizja. Szanse i wychowawcze zagrożenia*, Białystok 1996.

<sup>2</sup> W. S t r y k o w s k i, *Pedagogika i edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, w: *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, red. S. Juszczyk, Toruń 2002, s. 16.

dyscypliny pedagogicznej. Rozwinęła się w dwóch zasadniczych kierunkach: media w wychowaniu (*medienerziehung*) i media w nauczaniu (*mediendidaktik*)<sup>3</sup>.

Jednak pogłębiające się problemy, związane z rozwojem i przemianami w mediach, skłaniają do podejmowania coraz nowszych prób refleksji. Jest to ważne również z tego powodu, że wiele nurtów w rozwoju współczesnych mediów można uznać za groźne dla prawidłowego rozwoju odbiorców. Już na początku lat pięćdziesiątych G. Seldes zauważył: „Obowiązującą tendencją jest zbliżanie się do dolnej granicy skali wartości i wyłączenie wszystkiego co wyjątkowe. W rezultacie sztuki popularne nie tylko dają płaski i niepełny obraz życia, ale zachęcają jeszcze ludzi do ograniczenia sfery swych wzruszeń i zainteresowań”<sup>4</sup>. Z kolei F. Friendly, jeden z szefów programów informacyjnych CBS wyraził następującą opinię: „Ta programowa miernota, przynosząca natychmiastowe zyski, kreuje równocześnie apetyty; kształtuje ona gust społeczeństwa w tym samym stopniu co reklama, która wpływa na to, co jemy, palimy i czym jeździmy”<sup>5</sup>. Współczesna telewizja przeorientowała swoje pierwotne cele i jej podstawową funkcją stała się dziś funkcja ludyczna, którą to medium stara się maksymalnie eksploatować. Proponuje dziś widzowi nieustający karnawał, niezależnie od pory roku i religii. Zapewnia rozrywkę, przemawia prostym i zrozumiałym językiem<sup>6</sup>. Żyjemy w czasach transformacji medium telewizyjnego w stronę tzw. neotelewizji, gdzie coraz mniejszą rolę odgrywa pojedynczy program czy gatunek a coraz większą strumień telewizyjny<sup>7</sup>.

M. McLuhan postulował, aby wyprzedzać i przewidywać rozwój mediów, aby badać nie tylko treść ich przekazu, ale i sam środek. Większość ludzi zna język mediów, ale nie zna jego „gramatyki”. Dopiero dzięki jej poznaniu możemy tworzyć programy nauczania, odpowiadające nowemu językowi wiedzy i komunikacji<sup>8</sup>. Na początku lat 50. McLuhan pisał: „Nowe środki przekazu, które już uczą lepiej od sali lekcyjnej, muszą być w szkole badane i omawiane, jeśli klasa ma w ogóle dalej istnieć nie tylko jako miejsce

---

<sup>3</sup> Tamże.

<sup>4</sup> *The Great Audience*, New York 1951, s. 250.

<sup>5</sup> J. F u k s i e w i c z, *Anatomia telewizji w USA*, Warszawa 1973, s. 65.

<sup>6</sup> W. G o d z i c, *Oglądanie i inne przyjemności kultury masowej*, Kraków 1996, s. 124.

<sup>7</sup> Tamże, s. 92-93.

<sup>8</sup> *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan i F. Zigrone, Poznań 2001, s. 270.

karania po lekcjach”<sup>9</sup>. Uważał, że pozbawianie odbiorcy tej formy edukacji stawia go wobec mediów w pozycji ofiary.

Na taką konieczność zwracał uwagę również A. Kumor. Tak jak w przypadku korzystania z książek człowiek powinien posiadać umiejętność czytania, tak telewidz winien posiadać umiejętność czytania tego, co na ekranie<sup>10</sup>. Stąd konieczne jest budowanie mostu pomiędzy pedagogiką a teorią telewizji. Budowa teorii winna zaowocować nowymi metodami w y - c h o w a n i a t e l e w i z y j n e g o<sup>11</sup>. A. Kumor uważa, że pedagogika powinna określić, jak telewizja oddziałuje w warunkach domowych. Tym problemem winna się zainteresować również pedagogika dorosłych<sup>12</sup>.

W latach 80. pojawiło się więcej prac dotyczących bezpośredniego przygotowania młodych telewidzów do odbioru programów telewizyjnych. Projekty tego typu określano jako programy edukacji medialnej. Chodzi tu zarówno o pewną dyskusję nad możliwościami prezentowania w telewizji pozytywnych wartości, jak i odkrywanie kulis produkcji telewizyjnych<sup>13</sup>. Wiele z ich aspektów umyka widzowi, wywołując u niego iluzję rzeczywistości, z której nie zdaje sobie sprawy (np. szybki montaż i zniekształcenia obrazu w produkcjach MTV, zasada symulacji czasu rzeczywistego obecna w *talk-show* i innych gatunkach)<sup>14</sup>.

L. Masterman stwierdził na początku lat 80., że telewizja jest ważna społecznie, co więcej nieuchronna. O jej problemach trzeba uczyć w szkole. Jest to „część edukacji odpowiedzialnego obywatela”<sup>15</sup>. Stąd jest ważna dla nadawców, rodziców, grup interesu i politycznych aktywistów<sup>16</sup>. Masterman jest autorem dwóch raportów dotyczących e d u k a c j i m e d i a l n e j w Europie, przygotowanych dla Rady Prasy Europejskiej<sup>17</sup>. Uważa, że nale-

<sup>9</sup> Tamże, s. 103.

<sup>10</sup> *Telewizja. Teoria, percepcja, wychowanie*, Warszawa 1973, s. 350-351.

<sup>11</sup> Tamże, s. 259.

<sup>12</sup> Tamże, s. 189.

<sup>13</sup> Zob. D. M o r l e y, *Family television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London 1986; J. H a r t l e y, *Tele-ology. Studies in Television*, London–New York 1992; t e n ż e, *Television, Audiences, and Cultural Studies*, London–New York 1992; I. A n g, *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*, London–New York 1996.

<sup>14</sup> W. G o d z i c, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001, s. 154-155.

<sup>15</sup> *Teaching About Television*, London 1980, s. 12.

<sup>16</sup> T e n ż e, *Teaching the Media*, London 1985, s. 1-2.

<sup>17</sup> T e n ż e, *The development of media education in Europe in the 1980s*, Strasbourg 1988; t e n ż e, F. M a r i e t, *Media education in 1990s' Europe*, Strasbourg 1994.

ży rozwijać edukację medialną, aby chronić dzieci a także zachować ciągłość wartości kultury zagrożonych przez nadmiernie negatywny wpływ mediów<sup>18</sup>. Edukacja ta powinna mieć wymiar holistyczny, angażować rodziców, specjalistów od mediów i nauczycieli<sup>19</sup>.

D. Kellner uważa, że powinna uczyć, jak w sposób krytyczny dekodować przekaz mediów<sup>20</sup>. N. Postman podkreśla, że ten typ edukacji nie powinien polegać jedynie na nauczaniu młodzieży korzystania z komputera czy telewizora, ale również na przekazaniu wiedzy na temat psychologicznych, społecznych i politycznych efektów wprowadzania nowych technologii<sup>21</sup>. Temat ten powinien stanowić podstawowe zagadnienie w szkołach. Wymaga wiedzy o historii technologii, zasadach zmian technologicznych oraz przemianach społecznych i ekonomicznych wymuszonych przez technologię. Media stały się jednym z najważniejszych instrumentów władzy społecznej, a także największym forum wymiany myśli<sup>22</sup>. Młodzi powinni nauczyć się, jak korzystać z technologii i zrozumieć, jak ona wpływa na ich życie<sup>23</sup>.

W. Godzic podkreśla kluczową rolę telewizji w krajobrazie medialnym. Natomiast refleksja nad jej funkcjonowaniem została zepchnięta na dalszy plan (szczególnie w Polsce) przez dynamiczny rozwój Internetu. Stąd też trudno o profesjonalną krytykę tego medium<sup>24</sup>. Brak odpowiednich programów, które pomagałyby rozumieć treści mediów audiowizualnych. Brakuje również klimatu zrozumienia wokół tego zjawiska wśród pedagogów<sup>25</sup>. Należy odejść od modelu opisu zniewolonego przez telewizję widza w stronę określenia cech widza aktywnego, starającego się zrozumieć „gramatykę” języka telewizji<sup>26</sup>.

A. Lepa podjął próbę refleksji nad pedagogiką mediów, inspirowaną nauką społeczną Kościoła. Eksponuje jej samodzielność jako dyscypliny pedago-

---

<sup>18</sup> Tamże, s. 7.

<sup>19</sup> T e n ż e, 18 Principles of Media Education, 1995, [www.media-awareness.ca/ang/class/support/mediacy/educ/masterm/htm](http://www.media-awareness.ca/ang/class/support/mediacy/educ/masterm/htm).

<sup>20</sup> *Media Culture. Cultural Studies, identity and politics between the modern and postmodern*, London–New York 1995, s. 335.

<sup>21</sup> *W stronę XVIII stulecia*, Warszawa 2001, s. 183-184.

<sup>22</sup> T. G o b a n - K l a s, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa–Kraków 1999, s. 13.

<sup>23</sup> P o s t m a n, *W stronę...*, s. 183-184.

<sup>24</sup> *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001, s. 8.

<sup>25</sup> Tamże, s. 24.

<sup>26</sup> W. G o d z i c, *Telewizja jako kultura*, Kraków 1999, s. 225.

gicznej a także jej interdyscyplinarny charakter. Uważa za istotne uwzględnienie w jej pracach teologii oraz filozofii<sup>27</sup>.

Coraz śmielsza oferta mediów budzi kontrowersje i powinna zachęcać do rzeczowej refleksji nad konsekwencją ich nieograniczonego rozwoju. Liczne protesty budzą nowe gatunki telewizyjne. Na szczególną uwagę zasługują tutaj programy z gatunku *reality show*.

#### I. SPECYFIKA PROGRAMÓW REALITY SHOW NA TLE KULTURY MASOWEJ

Podobnie jak telewizja została poprzedzona w swoim rozwoju przez radio, tak i programy *reality show* mają swoich poprzedników w audycjach radiowych. Gatunek radiowy *Candid Microphone* dał w 1948 r. początek programowi telewizyjnemu *Candid Camera*<sup>28</sup>. W latach 50. pojawiły się próby produkcji dłuższego programu telewizyjnego. Wtedy to jedna ze stacji telewizyjnych zamontowała kamery w mieszkaniu zwykłej, amerykańskiej rodziny. Jej członkowie zgłosili się do programu na ochotnika. Po pewnym czasie okazało się, że ludzie na poważne tematy rozmawiają tylko tam, gdzie nie zamontowano kamer. W końcu wszyscy zgodnie oświadczyli, że nie wytrzymają presji obiektywów i uciekli z domu<sup>29</sup>. W latach 70. przeprowadzono następny eksperyment tego typu. Kamery zainstalowano w domu państwa Loudów z Santa Barbara w Kalifornii. Nakręcono dwanaście odcinków pod wspólnym tytułem *Amerykańska rodzina (An American Family)*. W programie Amerykanie mogli obserwować kompletny rozkład więzi rodzinnych. Wywołało to protesty widzów i krytykę poczynań producentów<sup>30</sup>. Brytyjska próba tego typu pod tytułem *Paul Watson and Family* nie wywołała takich protestów<sup>31</sup>.

Program *reality show* produkowała również muzyczna stacja MTV. W 1992 r. rozpoczęła emisję programu pod tytułem *MTV's Real World*. Prezentował on życie grupy ludzi, którzy porzucili własne rodziny, szkoły, grupy rówieśnicze i utworzyli rodzaj „komuny”. Był emitowany przez kilka

<sup>27</sup> *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998, s. 31.

<sup>28</sup> W. G o d z i c, „Wielki Brat” a sprawa polska, w: *Podglądanie „Wielkiego Brata”*, red. W. Godzic, Kraków 2001, s. 15-16.

<sup>29</sup> M. K l i m k o w s k i, A. S z a r l i k, *Życie na żywo*, „Wprost” 2001, nr 8, s. 66-67.

<sup>30</sup> G o d z i c, „Wielki Brat”..., s. 16.

<sup>31</sup> Tamże.

lat. Powrotem do pomysłu podglądania rodziny w trakcie jej codziennego życia był brytyjsko-australijski projekt *Sylvania Waters*<sup>32</sup>.

Programy te dają jednak tylko pewną namiastkę rzeczywistości. Osoby uczestniczące w nich nie pokazują, jak sobie radzą z konkretnymi problemami życiowymi. Rozwiązują tylko wyreżyserowane przez twórców telewizyjnych, najczęściej nie mające wiele wspólnego z realnym życiem, problemy. Uczestnicy programu są zazwyczaj precyzyjnie wypreparowani z realnego społeczeństwa przez specjalistów od mediów. Ich udział w programach przypomina raczej „zabawę w życie”<sup>33</sup>.

Największą popularność z gatunku *reality show* zyskał program *Big Brother*<sup>34</sup>, który stanowi typowy przykład tego typu produkcji telewizyjnej. Program jako pierwsza wyemitowała holenderska stacja *Veronica* w 1999 r.<sup>35</sup> Został wymyślony i wyprodukowany przez spółkę producencką Endemol-Entertainment<sup>36</sup>. Formuła programu polega na zamknięciu obcych sobie ludzi w jednym domu na określony czas i poddaniu ich ciągłej obserwacji przez kamerę. Jedyne kontakty ze światem zapewnia im tzw. Wielki Brat. Widzi on wszystko i wszystko wie. Do niego można się zwrócić w chwili załamania. Może się również zgodzić na dostarczenie płyt CD, alkoholu, czy tortu jako nagrody za dobrze wykonane zadanie<sup>37</sup>. Holendrzy początkowo planowali, aby zamknąć wybrane osoby na rok. W końcu zdecydowano się na trzy miesiące. Co pewien czas dom miała opuszczać jedna osoba, typowana przez widzów. Ostatnia, która pozostanie w domu otrzymuje nagrodę pieniężną. Nad całością programu oprócz realizatorów czuwali również lekarze, pielęgniarki i psychologowie<sup>38</sup>.

Dla potrzeb programu spółka Endemol-Entertainment wybudowała specjalny dom w Almere oraz studio. Zatrudniono 20 reżyserów, 8 realizatorów, 10 operatorów kamer, 8 inżynierów dźwięku, ogółem 110 osób. Dom obser-

---

<sup>32</sup> Tamże, s. 17.

<sup>33</sup> R. S u l i m a, *Oko „Wielkiego Brata”*, w: *Podglądanie „Wielkiego Brata”*, s. 27-28.

<sup>34</sup> Tytuł programu określa się zazwyczaj skrótem BB.

<sup>35</sup> L. Z a l e w s k a, „Wielki Brat” małych ludzi, „Rzeczpospolita” 2000, nr 275, s. A4.

<sup>36</sup> V. M a k a r e n k o, *Skończył się pierwszy tydzień „Big Brothera”*, „Gazeta Wyborcza” z dn. 10 III 2001 r., <http://www.wyborcza.pl/Iso/Wyborcza/Gospodarka/01/020gos.html>.

<sup>37</sup> Z a l e w s k a, „Wielki Brat”..., dz. cyt., s. A4.

<sup>38</sup> Tamże.

wowały 24 kamery oraz podsłuchiwało 60 mikrofonów. Codziennie emitowano 24-minutowy odcinek, a w czwartki godzinny<sup>39</sup>.

Po sukcesie w Holandii Endemol-Entertainment sprzedał licencję na produkcję BB innym sieciom telewizyjnym. Włoska edycja rozpoczęła się 5 października 2000 r. Nadawała ją stacja Canale 5. Oglądalność programu była niezwykle wysoka, co niektórzy przypisali jakoby narodowym predyspozycjom Włochów do podglądania<sup>40</sup>. Jednak w innych krajach program zapewnił równie wysoką oglądalność. Holenderską wersję oglądało przeciętnie 1,5 miliona osób dziennie. Odcinek finałowy zgromadził dwa miliony ludzi (czyli co trzeciego Holendra). W Hiszpanii zakończenie programu oglądało 80% wszystkich aktualnych telewidzów. Nadawcą programu była stacja Tele 5<sup>41</sup>.

Pierwsza edycja niemieckiego BB zakończyła się 9 czerwca 2000 r. Licencję na produkcję kupiła RTL 2. W programie wzięło udział 13 osób, z czego trzy opuściły dom dobrowolnie. Dzięki BB rok 2000 był najlepszy w dotychczasowej historii stacji. Dlatego szybko podjęto decyzję o następnych edycjach BB, drugiej i trzeciej. Podczas trzeciej edycji (styczeń–marzec 2001 r.) oglądalność programu jednak gwałtownie się załamała<sup>42</sup>. Dlatego zarzucono projekt emisji rocznego BB, a próbowano ratować się programami epatującymi nagością (*Gilscamp*, *House Love*)<sup>43</sup>. Na początku 2001 r. 87% Niemców życzyło sobie mniej programów typu BB w telewizji<sup>44</sup>. Nie pomogła nawet próba reaktywowania BB w postaci programu *Big Dieta*. Taką próbę podjęła również amerykańska ABC<sup>45</sup>. W Niemczech zauważono, że programy tego typu kreują nowy typ bohatera. Osoby pozbawione talentów i umiejętności artystycznych nagrywają przeboje i wydają płyty CD, występują w reklamach i są obiektem uwielbienia zwłaszcza młodszej części społeczeństwa<sup>46</sup>.

<sup>39</sup> M. F a b i ń s k i, *Pogląd na podgląd*, „Press” 2000, nr 12, s. 26-27.

<sup>40</sup> J. P a ł a s i ń s k i, *Lokomotywy oglądalności: Włochy*, „Press” 2000, nr 12, s. 56.

<sup>41</sup> K l i m k o w s k i, S z a r l i k, *Życie na...*, s. 69.

<sup>42</sup> Średnia oglądalność kolejnych edycji: BB1 – 18,7%, BB2 – 19,5%, BB3 – 10,3%.

J. R o m a n o w i c z, *Wielki upadek*, „Press” 2001, nr 4, s. 33.

<sup>43</sup> Tamże.

<sup>44</sup> Tamże.

<sup>45</sup> „Big Diet” – big porażka, 2001-07-12, <http://wiadomosci.wp.pl/wiadomosc.html>.

<sup>46</sup> <http://insiderpress.pl/info/2000/czerwiec/09-04.html>.

We Francji emitowano *reality show Loft story*. W ten sposób stacja M6 złamała niepisaną umowę o nieemitowaniu „brukowych” programów<sup>47</sup>. Już po dwóch tygodniach nadawania program pobił rekordy oglądalności w telewizji M6. Wywołał we Francji dyskusję o prywatności, dobrym smaku i następstwach psychologicznych dla uczestników<sup>48</sup>.

Pierwsza polska edycja BB rozpoczęła się 4 marca 2001 r. Prawo do emisji nabyła komercyjna stacja TVN. Zanim jednak rozpoczęto emisję programu niejako próbę generalną stanowił inny *reality show* – „Agent”. Oryginalna wersja programu powstała w Belgii i nosiła tytuł *De Mol* (z flamandzkiego „kret”). Formuła programu polegała na odosobnieniu kilkunastu osób wśród których umieszczano „agenta” - osobę, która przeszkadzała w wypełnianiu postawionych zadań. Pozostali uczestnicy powinni go zdemaskować. Z programu co pewien czas eliminowano jedną osobę. Do istoty programu należało również stawianie uczestników przed wyborami moralnymi (np. zabicie zwierzęcia)<sup>49</sup>. Belgijski oryginał „Agent” został nagrodzony Złotą Różą na festiwalu telewizyjnym w Montreux w 2000 r. Szybko licencję sprzedano stacjom telewizyjnym z ponad 40 krajów. Polska edycja miała wysoką oglądalność. Przeciętnie każdy odcinek widziały 3 miliony widzów, a na *casting* zgłosiły się trzy tysiące osób. TVN spieszył się z produkcją programu, aby zdążyć przed emisją w Stanach Zjednoczonych (ABC) oraz w Wielkiej Brytanii (Channel 5)<sup>50</sup>. Produkcja programu kosztowała tyle co nakręcenie filmu *Ogniem i mieczem* i do jesieni 2000 r. było to najdroższe polskie widowisko telewizyjne<sup>51</sup>.

BB okazał się dla TVN sukcesem komercyjnym<sup>52</sup>. W pierwszej fazie stacja stoczyła bój z Polsatem, który wystartował z konkurencyjną, polską

---

<sup>47</sup> Program przedstawia wspólne życie jedenastki młodych ludzi w domu pod Paryżem prowadzące się do miłosnych perypetii. *Francja: czy wolno z kamerą pod prysznic?*, 2001-05-10, <http://wiadomosci.wp.pl/wiadomosc.html>.

<sup>48</sup> Tamże.

<sup>49</sup> A. Z w i e f k a, *Kryminał interaktywny*, „Wprost” 2001, nr 3, s. 94.

<sup>50</sup> M. C y t o w s k a, *Agent jest wśród nas*, „Życie” z dn. 21 XI 2000, <http://zycie.com.pl>.

<sup>51</sup> Z w i e f k a, *Kryminał...*, s. 94.

<sup>52</sup> Oglądalność odcinka o godz. 20.00 w ciągu drugiego tygodnia emisji przedstawiała się następująco: 11.03 – 29,10%, 12.03 – 21,80%, 13.03 – 17,20%, 14.03 – 24,00%, 15.03 – 24,00%, 16.03 – 22,60%, 18.03 – 30,90%. Liczby określają, jaka część osób, które w danym czasie oglądały telewizję była widzami *Big Brothera*. Trzeba zaznaczyć, że TVN nie posiada takiego zasięgu, jak telewizja publiczna, czy chociażby Polsat (źródło: AGB Polska).



produkcją pt. *Dwa Światy*<sup>53</sup>. TVN oskarżył Polsat o plagiat i wystąpił do sądu gospodarczego z wnioskiem o zakaz emisji programu. Sąd jednak odrzucił wniosek TVN i oba programy wystartowały prawie jednocześnie (*Dwa Światy* ruszyły 25 marca 2001 r.)<sup>54</sup>. Na początku główne wydania obu programów emitowano o tej samej porze. Wkrótce okazał się jednak, że produkcja polsatowska nie wytrzymuje konkurencji i przeniesiono ją na inną porę. Przełożyło się to również na wynik finansowy obu produkcji. Wpływy z reklam w BB wyniosły 119, 6 mln zł, natomiast z *Dwóch Światów* – 73,8 mln zł<sup>55</sup>.

Obaj nadawcy postawili na kolejne produkcje. TVN przygotował *Ekspedycję*, drugą oraz trzecią edycję BB (zatytułowaną *Big Brother Bitwa*). Natomiast Polsat *Amazonki*, *Gladiatorów* oraz stanowiący odpowiedź na trzecią edycję BB *Bar*. Te ostatnie programy wywołały sporą dyskusję, gdyż stanowiły krok w stronę propozycji coraz bardziej skandalizujących<sup>56</sup> (jak np. amerykańska *Wyspa pokus*<sup>57</sup>). Programy miały różną oglądalność i nie wszystkie stanowiły sukces komercyjny (np. istniała wyraźna różnica w przyjęciu *Amazonek* i *Gladiatorów*)<sup>58</sup>. Obie wiodące na polskim rynku, komercyjne stacje telewizyjne planują następne produkcje z gatunku *reality show*.

---

<sup>53</sup> Formuła programu była zbliżona do *Big Brothera*. Była jednak bardziej skomplikowana i w całości była produkcją polską. Dwunastu uczestników na trzy miesiące zamknięto się w dwóch budynkach (jeden – luksusowy, drugi – surowy). Podobnie jak w przypadku *Big Brothera* domy wypełniono kamerami i mikrofonami, by móc podglądać uczestników.

<sup>54</sup> M. D o m a g a l s k i, *Jedna telewizyjna widownia i ostra konkurencja*, „Rzeczpospolita” 2001, nr 83, s. C1.

<sup>55</sup> M. S ł o k a - C h l a b i c z, *Pół kroku za TVN-em*, „Press” 2001, nr 7, s. 8-9.

<sup>56</sup> KRRiT negatywnie oceniła *Amazonki*. Wezwała spółkę Polskie Media, właściciela nadawcy programu TV4, do zaniechania działań naruszających dobre obyczaje oraz propagujących poglądy sprzeczne z moralnością i dobrem społecznym. Negatywna ocena programu *Amazonki* 2001-07-18, <http://wiadomosci.wp.pl/wiadomosc.html>. Program *Gladiatorzy* został ukarany przez KRRiT karą 200 tys. zł. Zarzucono mu wulgarność rozmów na temat życia seksualnego oraz pijaństwo wśród uczestników, <http://wiadomosci.wp.pl/wiadomosc.html>.

<sup>57</sup> *Na wizji*, „Press” 2001, nr 7, s. 13.

<sup>58</sup> Program był nadawany na antenie stacji związanej z Polsatem – TV4. Finał *Amazonek* oglądało 1,7 mln widzów (12,4% udziału w widowni), natomiast finał *Gladiatorów* oglądało 965,1 tys. osób (5,9%); *Na wizji*, „Press” 2001, nr 11, s. 14. Mimo to wpływy z reklam w *Gladiatorach* sięgnęły prawie 11 mln zł; Źródło: AGB Polska.

II. SPOŁECZNY ODBIÓR PROGRAMÓW *REALITY SHOW*

Programy typu BB są adresowane do młodej widowni, stąd kryterium wieku w doborze ich uczestników zalicza się do istotniejszych. Tak było np. w edycji hiszpańskiej BB, gdzie średnia wieku wynosiła dwadzieścia kilka lat, a najstarszy uczestnik miał lat 35<sup>59</sup>. Również grupa niemiecka była młoda<sup>60</sup>. Jest to wyraźna różnica w stosunku do polskiej edycji BB. Janusz, zwycięzca pierwszej edycji, miał 47 lat. Wśród mieszkańców domu była również 37-letnia Anna<sup>61</sup>.

Istniała również różnica w założeniach, jakie przyjęli realizatorzy w przewidywaniu potencjalnej widowni BB. W edycjach zachodnioeuropejskich przyjęto jako grupę docelową zdecydowanie młodych widzów (np. RTL 2 przyjął, że będzie to grupa w wieku 14-29 lat)<sup>62</sup>. W polskiej edycji widełki wiekowe uległy znacznemu poszerzeniu. Realizatorzy programu oceniali, że widzowie będą znajdować się w grupie wiekowej 16-49 lat<sup>63</sup>. Okazało się jednak, że struktura wiekowa polskiej widowni programu odpowiadała bardziej założeniom przyjętym przez zachodnioeuropejskich mediaplannerów. Byli to więc przede wszystkim ludzie młodzi, częściej kobiety niż mężczyźni. Przeważali ludzie z wykształceniem podstawowym lub średnim, niezbyt zamożni i mieszkający w dużych miastach<sup>64</sup>. Dla większości tej grupy widzów BB nie jest ani programem nudnym, ani żenującym. Niektórzy wyrażali chęć wzięcia w nim udziału<sup>65</sup>. Co szczególnie ważne to według badań AGB Polska 41% widowni stanowili młodzi ludzie w wieku 10-15 lat<sup>66</sup>. Z danych tych wynika, że widownia programu to ludzie młodzi i bardzo młodzi. Ludzie w trakcie budowania swojego poglądu na świat,

---

<sup>59</sup> M. G r a s s a, *Hiszpański temperament kontra polska pomysłowość, czyli oglądam „Wielkiego Brata” i „Gran Hermano”*, w: *Podglądanie „Wielkiego Brata”*, s. 128.

<sup>60</sup> K. M i c h o w s k a, „*Wielki Brat idzie...*”, tamże, s. 140.

<sup>61</sup> Tamże.

<sup>62</sup> Tamże.

<sup>63</sup> Tamże.

<sup>64</sup> Badania dotyczą pierwszego tygodnia emisji BB. Dominującą grupą byli ludzie w wieku 16-24 lata. Źródło: OBOP.

<sup>65</sup> Motywem wzięcia udziału w programie są przede wszystkim: chęć wygrania pieniędzy, przeżycie przygody, zdobycie sławy, możliwość robienia dalszej kariery. J. M o j - k o w s k i, *Dwa światy Wielkiego Brata*, „Polityka” 2001, nr 14. s. 28

<sup>66</sup> Źródło: AGB Polska. Z kolei wg badań SMG/KRC Poland wynika, że BB połowa Polaków oglądała przynajmniej dwa razy w tygodniu. Wśród młodych ludzi (15-24 lata) wskaźnik ten dotyczył 75% badanej grupy.

szukający wzorców osobowych i swojego miejsca w życiu. Dla rodziców i wychowawców nie może być obojętne jaki typ osobowości oraz jaki system wartości prezentują uczestnicy BB – idole wielu współczesnych nastolatków.

To, co ma przyciągać widzów do programów *reality show* to skandale obyczajowe, jakie w trakcie programu są często prowokowane przez samych producentów. W trakcie emisji duńskiej edycji uczestnicy programu zbuntowali się przeciwko decyzji pozbawiającej ich przez tydzień alkoholu i papierosów. W nocy uciekli ze strzeżonego domu<sup>67</sup>. W edycji hiszpańskiej 24-letni uczestnik programu uderzył kilkakrotnie swoją ukochaną a innych współmieszkańców obrzucał wyzwiskami. Zespół psychologów tłumaczył to głodem nikotynowym<sup>68</sup>. Na początku brytyjskiego BB jednego z uczestników usunięto za intrygowanie wobec pozostałych uczestników<sup>69</sup>. W drugiej edycji polskiego BB jeden z jego uczestników – Irek Grzegorzczak – przeżył załamanie psychiczne i został odwieziony do szpitala psychiatrycznego<sup>70</sup>. W Portugalii podczas emisji programu jeden z uczestników kopnął swoją koleżankę w klatkę piersiową<sup>71</sup>. Natomiast w Holandii dzięki kamerom na podczerwień widzowie mogli obserwować romans Sabiny i Barta<sup>72</sup>.

*Reality show* nie wyczerpuje się w programach typu BB. Amerykanie z sieci FOX nakręcili *Wyspę pokus*<sup>73</sup>. Nawet renomowana BBC ma swój program. Nosił tytuł *Castaway 2000*<sup>74</sup>. Jako swoiste zadośćuczynienie BBC nakręciła film dokumentalny pt. *Życie na sprzedaż*, który ujawnia kulisy i negatywne skutki programów tego gatunku<sup>75</sup>.

---

<sup>67</sup> Kierownictwu komercyjnej stacji TV-Danmark udało się namówić czterech spośród siedmiu uciekinierów do powrotu i dalszego uczestnictwa w programie; N. G u r f i n - k e l, *Ucieczka z więzienia*, „Rzeczpospolita” 2001, nr 90, s. A5.

<sup>68</sup> M. G r a s s a, *Hiszpański temperament...*, s. 133.

<sup>69</sup> M. S a n d e c k a - B r o n i k o w s k a, „Wielki Brat” i Wielka Brytania, w: *Podglądanie „Wielkiego Brata”*, s. 151.

<sup>70</sup> *Na wizji*, „Press” 2001, nr 11, s. 16.

<sup>71</sup> A. K w i e c i e ń, *Bez wstydu, czyli życie na sprzedaż*, „Rzeczpospolita” z dn. 30 III 01, nr 76, <http://www.rp.pl/dodatki/teleZ010330/teleZaZ2.html>.

<sup>72</sup> Tamże.

<sup>73</sup> Kilka par wyjeżdża na Karaiby. Razem z nimi wyjeżdżają atrakcyjne kobiety i mężczyźni mający nakłonić je do zdrady swoich partnerów. Tego typu programami są również *House of Love* oraz *GirlsCamp*; K l i m k o w s k i, A. S z a r l i k, *Życie na...*, s. 69.

<sup>74</sup> Na bezludnej wyspie na rok odizolowano grupę ludzi i umożliwiono widzom podglądanie ich zachowań; A. K w i e c i e ń, *Bez wstydu...*, dz. cyt., <http://www.rp.pl/dodatki/teleZ010330/teleZaZ2.html>.

<sup>75</sup> Tamże.

Coraz częściej starają się one przyciągać widzów większym ładunkiem emocji i doбором coraz drastyczniejszych tematów. We wrześniu 2000 r. pobił rekordy popularności w amerykańskiej telewizji program *Court TV*. W programie sprawcy zbrodni opowiadali o ich przebiegu. Goszczono w nim morderców, gwałcicieli, psychopatów i maniaków seksualnych. Im opowiadanie drastyczniejsze tym lepiej dla producentów, bo przyciągnie przed ekrany większą widownię<sup>76</sup>. *Court TV* pokazuje na żywo także procesy sądowe, reportaże z więzień, przestępców i ich ofiary. Mimo wysokiej oglądalności, stacja ma jednak trudności z wypełnieniem czasu reklamowego w czasie tych programów<sup>77</sup>. Niektórzy badacze uważają, że kolejnym przełomem w rozwoju *reality show* będzie transmisja z wykonania kary śmierci. W Stanach Zjednoczonych jedna ze stacji publicznych – KQED – uzyskała pozwolenie na transmisję egzekucji Roberta Harrisa. Został skazany w 1979 r. Wywołało to jednak protesty opinii publicznej i dziennikarzy nie dopuszczono na miejsce egzekucji<sup>78</sup>.

### III. PROGRAMY *REALITY SHOW* W OCENIE ETYCZNEJ

Programy *reality show*, a zwłaszcza BB zanim jeszcze zaistniały na antenach różnych stacji telewizyjnych wywołały dyskusję o granicach, jakich telewizja przekraczać nie powinna. Czasem dyskusje były prowokowane przez samych nadawców w celu spopularyzowania przedsięwzięcia.

Zasadniczym problemem etycznym jest to, że programy telewizyjne tego gatunku stanowią pewien rodzaj podglądactwa. Zachowania tego typu *reality show* rozwinął i w pewien sposób nobilitował<sup>79</sup>. Zostały one społecznie usankcjonowane. Uczestnicy programu czynią to wabieni możliwością dużej wygranej i sławy. J. A. Kłoczkowski określił to jako rodzaj pozaseksualnej prostytucji<sup>80</sup>.

---

<sup>76</sup> Tak np. Daniel Rakovitz, handlarz narkotyków, opowiadał jak zabił tasakiem swoją przyjaciółkę. W szczegółach opowiedział m.in. o tym jak poćwiartował ciało kobiety i ugotował na nim zupę; *Bez granic*, „Wprost” 2000, nr 45, s. 100.

<sup>77</sup> V. M a k a r e n k o, *Skończył się...*, <http://www.wyborcza.pl/Iso/Wyborcza/Gospodarka/01/020gos.html>.

<sup>78</sup> M. K u n c z i k, A. Z i p f e l, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000, s. 222-223.

<sup>79</sup> W. G o d z i c, *Od redaktora*, w: *Podglądanie Wielkiego Brata*, s. 7.

<sup>80</sup> Z a l e w s k a, „Wielki Brat”..., s. A4.

Z powodu dwuznaczności moralnej program spotkał się z potępieniem ze strony Kościoła katolickiego. Przedstawiciel Episkopatu Hiszpanii stwierdził, że tego typu programy szkodzą godności ludzkiej i mają negatywny wpływ na dzieci i młodzież<sup>81</sup>. We Francji w oświadczeniu Komitetu ds. Informacji i Środków Przekazu francuskiego Episkopatu uczestników *Loft Story* nazwano „zwierzętami doświadczalnymi szalonego uczonego przeznaczonymi do odstrzału przez kamery i oczy widzów”<sup>82</sup>. W Niemczech przy pierwszej emisji politycy i Kościół zażądali wycofania programu, ponieważ – ich zdaniem – naruszał artykuł konstytucji gwarantujący ochronę godności człowieka<sup>83</sup>. W Polsce bp J. Chrapek zauważył, że program usprawiedliwia to, czego w normalnych warunkach człowiek się wstydzi<sup>84</sup>. Programy *reality show* wywołują protesty również innych wspólnot religijnych<sup>85</sup>.

W Polsce TVN została określona jako telewizja dla podglądaczy<sup>86</sup>. H. Świda-Ziemia zwróciła uwagę na przekroczenie pewnej granicy intymności. Telewizja upublicznia to, co kiedyś było zarezerwowane gabinetom psychologów i treningowi interpersonalnemu. Tego typu programy stanowią przejaw cywilizacji ekshibicjonistycznej<sup>87</sup>. R. Sulima zauważa, że przyczyną powstawania tego typu programów jest to, że w dobie telewizji nie zostało już nic co można podejrzeć. Wszystko na świecie istnieje po to, aby było pokazywane w telewizji. Staje się ona kryterium prawdy<sup>88</sup>.

„Wielkiego Brata” potępiło również wiele autorytetów instytucjonalnych, również tych odpowiedzialnych za funkcjonowanie mediów. W Hiszpanii sprawa była badana w senacie. Stowarzyszenia Telewidzów złożyły pozew do Prokuratury Generalnej Hiszpanii z oskarżeniem o naruszenie przez *Gran*

<sup>81</sup> G r a s s a, *Hiszpański temperament...*, s. 134.

<sup>82</sup> *Big Brother na świecie*, „Tygodnik Powszechny” 2001, nr 25, s. 8.

<sup>83</sup> K. L u b e l s k a, *Wielki Brat idzie przez świat*, „Polityka” 2001, nr 19, <http://polityka.onet.pl>.

<sup>84</sup> Z a l e w s k a, „Wielki Brat”..., s. A4.

<sup>85</sup> Pod koniec października 2001 r. ruszył pierwszy rosyjski *reality show* – *Za szybko* emitowany przez komercyjną stację TV6. Zakończył się 1 grudnia tego samego roku. Mimo że Rosjanie uważali program za ich oryginalną propozycję, był łudząco podobny do BB. Przeciw programowi ostro zaprotestował Moskiewski Patriarchat Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej oraz zwierzchnik rosyjskich muzułmanów mufti Tałgat Tadžudin. M. K a c e w i c z, *Naga Rosja za szybko*, „Newsweek Polska” 2001, nr 14, s. 36.

<sup>86</sup> *Pokusa podglądania*, „Kontrapunkt” magazyn kulturalny „Tygodnika Powszechnego” 2000, nr 6, <http://www.tygodnik.com.pl/kontrapunkt/44/index/html>.

<sup>87</sup> Z a l e w s k a, „Wielki Brat”..., s. A4.

<sup>88</sup> Tamże.

*Heramano* hiszpańskiej konstytucji, jak również poszczególnych praw regulujących działalność telewizji<sup>89</sup>.

Również w Niemczech zareagowały organy nadzorujące funkcjonowanie mediów. Stacji RTL2 zagrożono utratą koncesji. Dlatego mieszkańcy domu *Wielkiego Brata* otrzymali jedną godzinę dziennie bez kamer<sup>90</sup>. W Turcji rządowe gremium określiło program jako „niemoralny”. Nadającej go prywatnej stacji *Show TV* na 24 godziny odebrano częstotliwość. Turecka Wysoka Rada ds. Radia i Telewizji podjęła również decyzję o ukaraniu stacji za emisję programu<sup>91</sup>.

Najmniej protestów i kontrowersji program wywołał w Wielkiej Brytanii. Społeczeństwo brytyjskie w jakiś sposób nawykło do podglądania. Podgląda się intymne życie gwiazd muzyki i sportu, działaczy społecznych i politycznych. Brytyjczycy najchętniej oglądaliby program realizowany w murach Buckingham Palace. Mimo tego nawyku podglądania program cieszył się ogromną popularnością, a usunięcie z domu jednego z jego mieszkańców – Nicka – nazwano jednym z najbardziej niezapomnianych momentów w historii brytyjskiej telewizji<sup>92</sup>.

W Polsce program wywołał również ostrą reakcję niektórych instytucji. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji określiła programy *reality show* jako szkodliwe społecznie, będące „*de facto* apoteozą knajactwa, głupoty, prostactwa i prymitywizmu”<sup>93</sup>. Jeden z członków Rady – J. Sellin – domagał się grzywny w wysokości miliona złotych dla TVN, dwóch milionów dla Polsatu oraz miliona dla TV4. Był to precedens na skalę światową<sup>94</sup>.

Swoją opinię przedstawiła także Rada Etyki Mediów. Zwróciła uwagę, że program nawiązuje do tragicznej orwellowskiej wersji totalitaryzmu. Dzieje się to w niedługim czasie po odzyskaniu prawa do prywatności. Rada oceniła zarówno część widzów, jak i zaangażowanie niektórych dziennikarzy w BB: „O ile można zrozumieć poddaną agresywnej reklamie i niewyrobiającą moralnie część telewizyjnych odbiorców, o tyle naganny wydaje się udział w tym

---

<sup>89</sup> G r a s s a, *Hiszpański temperament...*, s. 134.

<sup>90</sup> M i c h o w s k a, „*Wielki Brat idzie przez świat...*”, w: *Podglądanie Wielkiego Brata*, s. 143.

<sup>91</sup> *W Turcji TV ukarana za Big Brothera*, <http://wiadomosci.wp.pl/wiadomosc.html?ZWID=159950>.

<sup>92</sup> M. S a n d e c k a - B r o n i k o w s k a, „*Wielki Brat*”..., s. 147.

<sup>93</sup> *Stanowisko Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 22 marca 2001 r.*, <http://www.krrit.gov.pl>.

<sup>94</sup> *Nie podglądaj!*, „*Życie*” 21 marca 2001 r., <http://zycie.com.pl>.

procederze osób skądinąd uważających się za poważnych dziennikarzy”<sup>95</sup>. W trakcie trwania pierwszej edycji polskiego BB zanotowano również wiele innych protestów przeciwko programowi, których adresatem była zazwyczaj Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji<sup>96</sup>.

Programy typu BB próbuje się często oceniać jako bunt mas wobec autorytetów i elit intelektualnych. Doszło do pewnego zachwiania w równowadze pomiędzy tymi grupami społecznymi<sup>97</sup>. Podkreśla się, że program niczego nie uczy jego uczestników i pogłębia braki w wyrobieniu estetycznym publiczności telewizyjnej. S. Lem stwierdził wprost, że „nie powinniśmy się dalej poruszać w kierunku, który wskazuje Wielki Brat. Ubolewam, że społeczeństwo tak radośnie go spożywa. Najbardziej zadowoleni są oczywiście producenci i nadawcy”<sup>98</sup>. Wydaje się, że znaczna część mediów nie ma nic wspólnego z dziennikarstwem. Od kultury i edukacji przesunęły się w kierunku usług i rozrywki<sup>99</sup>. W ten sposób przyczyniły się do zakwestionowania wartości<sup>100</sup>.

W kwietniu 2001 r. Centrum Monitoringu Wolności Prasy zorganizowało dyskusję na temat szkodliwości programów *reality show*. Mimo wielu ostrych uwag pod adresem programu, nie zredagowano oficjalnego stanowiska<sup>101</sup>.

---

<sup>95</sup> *Opinia Rady Polityki Mediów*, „Życie” 7 marca 2001 r., <http://zycie.com.pl>.

<sup>96</sup> Np. w proteście Ligi Krajowej określono program jako „trujący przekaz”, <http://bigbrother.onet.pl/68393,swiat.html>. Z kolei udział w programie młodej, zachowującej się nieco swobodnie, góralki – Moniki Sewiolo, wywołał oficjalny protest Zarządu Głównego Związku Podhalan reprezentowanego przez 54 przesów. T. G o b a n - K l a s, „Wielki Brat” i jego wrogowie, w: *Podglądanie Wielkiego Brata*, s. 162.

<sup>97</sup> B. Dobroczyński pisał w „Tygodniku Powszechnym”: „Szerzy się «bunt mas», które ogłaszają niepodległość od wstrętnych jajogłowych i pokazują im język za to, że ci dotychczas raczyli je obficie etosem i wartościami” (*Dorośle dzieci Wielkiego Brata*, „Tygodnik Powszechny” 2001, nr 25, s. 9).

<sup>98</sup> S. Lem stwierdził również: „Wstydzę się, że społeczeństwo chce oglądać Wielkiego Brata. Nie tylko chce, ale wręcz łaknie, chociaż wiadomo, że nie ma tam żadnej akcji fabularnej. Rozszerza się proces unicestwienia wysokiej kultury i sztuki we wszystkich sztukach. To rodzaj zarazy, pandemii, która się pomału rozszerza” (*W cieniu Wielkiego Brata*, „Tygodnik Powszechny” 2001, nr 29, s. 16).

<sup>99</sup> J. B r a u n, *Dwa światy (mediów)*, „Tygodnik Powszechny” 2001, nr 25, s. 5.

<sup>100</sup> J. Hołówka stwierdza, że „reality shows to właśnie wielkie, publiczne zwycięstwo miernoty; nie poparte odwagą, wysiłkiem ani zasługą. To triumf przeciętności” (*Bez cenzury obyczajowej*, „Rzeczpospolita” 2001, nr 163, s. A6).

<sup>101</sup> J. Kurczewski z Uniwersytetu Warszawskiego stwierdził m.in.: „Nie po to pozbyliśmy się jednego totalitaryzmu, żeby teraz mieć totalitaryzm organizowany przez prywatnych nadawców” G o b a n - K l a s, „Wielki Brat”..., s. 162.

Z protestami spotkały się również inne programy. Szczególnie wiele kontrowersji wywołały polsatowskie *Amazonki*. Sprowokowały wystąpienie najwybitniejszych polskich reżyserów<sup>102</sup>.

Etyka przestała mieć istotne znaczenie dla twórców programów *reality show*, ale – co więcej – także dla ich uczestników. Nadrzędne stało się zdobycie nagrody, eliminacja konkurentów i zaistnienie w mediach. Pieniądze stają się najważniejsze i to rujnuje potencjał moralny uczestników programu. Telewizja przez *reality show* przyczynia się do zniszczenia wielu istotnych społecznie wartości i czynił z tego publiczne widowisko.

#### IV. NIEKTÓRE OPINIE PSYCHOLOGICZNE DOTYCZĄCE *REALITY SHOW*

Twórcy programów od początku podkreślali, że program nie zagraża zdrowiu psychicznemu jego uczestników. Ale często takie opinie były wyrażane przez psychologów związanych ze stacjami telewizyjnymi i przez nie nagłaśniane. J. Santorski uważa, że program ma walory edukacyjne i terapeutyczne<sup>103</sup>.

Od początku jednak pojawiły się wątpliwości psychologów dotyczące *reality show*. Holenderskie Stowarzyszenie Psychologów oskarżyło twórców programu o manipulowanie ludźmi i narażanie ich na choroby psychosomatyczne. W kontraktach, jakie zawarto z holenderskimi uczestnikami eksperymentu, znalazło się zastrzeżenie, że nie mogą oni żądać odszkodowania za ewentualne załamanie nerwowe w późniejszym czasie<sup>104</sup>.

Niebezpieczeństwa dotyczą nie tylko sytuacji izolacji w domu Wielkiego Brata, ale również powrotu do rzeczywistości po zakończeniu programu. Powrót do szarej codzienności może okazać się dla wielu trudny. Większość ludzi, którzy w sposób niekontrolowany odsłonili się w trakcie programu, czuje się potem naga, a w konsekwencji narażona na zranienie ze strony świata<sup>105</sup>.

---

<sup>102</sup> Protest do KRRiT podpisali m.in. Krzysztof Zanussi, Andrzej Wajda oraz Krzysztof Krauze. Zwrócili się oni także do Sejmu i Senatu RP z prośbą o ograniczenie emisji programów tego gatunku. *Na wizji*, „Press” 2001, nr 7, s. 13.

<sup>103</sup> J. K w i e k, *Reality show – nowy „partner” edukacyjny?*, w: *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, red. S. Juszczak, Toruń 2002, s. 96-97.

<sup>104</sup> Z a l e w s k a, „Wielki Brat”..., s. A4.

<sup>105</sup> Tamże.



Również Polskie Towarzystwo Psychologiczne zajęło stanowisko w sprawie „Wielkiego Brata”. Stwierdzono, że uczestnictwo w programie stanowi zagrożenie zarówno dla samych mieszkańców domu, jak i dla ich najbliższego otoczenia. Naruszenie prywatności dotyczy rodzin, najbliższych i grupy, w której do tej pory funkcjonowali. Zasady rządzące programem zmuszają również do łamania podstawowych norm obowiązujących w społeczeństwie, m.in. solidarności i zaufania<sup>106</sup>.

Wiele faktów, które miały miejsce w trakcie programów, potwierdziło wątpliwości psychologów. Głośnym echem odbiło się latem 1997 r. samobójstwo Sinisa Sawija uczestnika pierwszej edycji szwedzkiego programu *Expedition Robinson*. Sawija po wykluczeniu z programu rzucił się pod pociąg<sup>107</sup>. W drugiej polskiej edycji BB jeden z uczestników przeżył załamanie psychiczne, zaczął zachowywać się agresywnie i odwieziono go do szpitala psychiatrycznego. Był on już leczony psychiatrycznie przed programem a mimo to zakwalifikowano go do uczestnictwa<sup>108</sup>.

Pewne skutki manipulacji ze strony realizatorów programów dotarły do świadomości uczestników dopiero po ich zakończeniu. Po zakończeniu angielskiej edycji BB jedna z jego uczestniczek Melanie Hill stwierdziła, że jej wizerunek został świadomie wykrzywiony i dopasowany do stereotypu modliszki. Kiedy wychodziła z domu, powitała ją wrogo nastawiona publiczność<sup>109</sup>. Podobna rzecz przytrafiła się innemu uczestnikowi angielskiej edycji, Nickowi Batemanowi. Otrzymał on przydomek *nasty* (podły) i nawet po wykluczeniu z programu długo był najbardziej zniechęconym człowiekiem w Wielkiej Brytanii. Oboje twierdzili, że nie zostali uprzedzeni o negatywnych skutkach udziału w programie oraz praktykach stosowanych przez realizatorów. W programie BBC *Castaway 2000* jeden z uczestników – Ron – stwierdził, że był prowokowany do agresywnych zachowań, a po programie czuł się psychicznie sponiewierany<sup>110</sup>. W polskiej edycji kontrowersje

---

<sup>106</sup> W imieniu Towarzystwa głos zabrała jego przewodnicząca Małgorzata Toeplitz-Winiewska. Potępiono również psychologów angażujących się w tego typu przedsięwzięcia. K w i e c i e ń, *Bez wstydu...*, <http://www.rp.pl/dodatki/teleZ010330/teleZaZ2.html>.

<sup>107</sup> K w i e c i e ń, *Bez wstydu...*

<sup>108</sup> W jednym z komentarzy określono nawet opiekę psychologiczną w programie jako „mit”. *Na wizji*, „Press” 2001, nr 11, s. 16.

<sup>109</sup> K w i e c i e ń, *Bez wstydu*.

<sup>110</sup> Tamże.

wokół zachowania w programie Moniki Sewiło o mało nie skończyły się jej rozwodem<sup>111</sup>.

Producenci programów *reality show* bronią się przed zarzutami stwierdzeniem, że robią taką telewizję, jaką chce publiczność, a ich uczestnicy zgłaszają się do programu dobrowolnie i bardzo licznie<sup>112</sup>. Krytycy programu w odpowiedzi przytaczają wyniki słynnych eksperymentów S. Milgrama a przede wszystkim P. Zimbardo<sup>113</sup>, do których uczestnicy też zgłaszali się dobrowolnie. Wydaje się, że uczestnicy programów (nawet w pełni zdrowi psychicznie) nie zdają sobie do końca sprawy z psychicznych konsekwencji brania udziału w tego typu produkcjach. Prowokowanie konfliktów, oderwanie od rodziny, nuda, mogą stać się przyczyną trudności psychicznych i przenieść w życie poza programem.

#### V. DYLEMATY WYCHOWAWCZE

Wychowawcze wpływy telewizji stały się dziś o wiele bardziej efektywne, niż innych instytucji wychowawczych, a przede wszystkim rodziny. Prowadzi to często do tego, że rodzice nie mogą być pewni systemu wartości swoich dzieci. Czasem może on być zupełnie odmienny.

Badacze amerykańscy krytycznie oceniają kierunek, jaki ukazuje młodym ludziom współczesna telewizja<sup>114</sup>. T. Schwartz uważa, że Amerykanie nie odrzucili religii, wielu odnalazło ją w telewizji. Stała się ona dla nich religią. Tymczasem propaguje ona wartości sprzeczne z tradycyjnymi religiami wyznawanymi przez Amerykanów<sup>115</sup>. Przede wszystkim akcję, wymierne

---

<sup>111</sup> A. P a ł y g a, *Rzykowna zabawa w kuszenie*, „Rzeczpospolita” 2001, nr 71, s. A4.

<sup>112</sup> W edycji angielskiej na *casting* do programu zgłosiło się 50 tys. ludzi. S a n - d e c k a - B r o n i k o w s k a, „Wielki Brat”..., s. 150.

<sup>113</sup> W 1974 r. S. Milgram sprawdzał, jak wiele bólu niewinnej ofierze mogą zadać zwyczajni ludzie, gdy dostaną taki rozkaz. Badani nie wiedzieli, że wymierzają razy prądem na niby. Okazało się, że 62% osób zadało najsilniejszy wstrząs o sile 450 V. W 1971 r. P. Zimbardo stworzył na Uniwersytecie Stanford namiastkę więzienia. Losowo podzielił ochotników na więźniów i strażników. Po 6 dniach eksperyment przerwano. Strażnicy tak wczuli się w swoją rolę, że kontynuowanie badania groziło załamaniem nerwowym więźniów. E. A r o n s o n, *Człowiek istota społeczna*, Warszawa 1997, s. 25; 58-60.

<sup>114</sup> Zob. N. P o s t m a n, *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*, New York 1985. N. Postman; Technopol, Poznań 1995.

<sup>115</sup> T. S c h w a r t z, *Media: The Second God*, New York 1983, s. 3-9.

osiągnięcia, materializm, własność, postęp, optymizm, konkurencję i indywidualizm<sup>116</sup>. Analizując sytuację mediów w latach 90. T. Shanks uważa, że kultura mediów zachęca do miernoty. Pod wpływem natłoku informacji ludzie są skłonni przyjmować tylko to, co potwierdza ich własne poglądy<sup>117</sup>. Miejsce programów ambitniejszych zajęły komedie, filmy akcji i kiepskiej jakości filmy animowane. Chcąc zatrzymać widza przed telewizorem operuje się plotką, pomówieniem, skandalem, informacjami z życia prywatnego osób publicznych<sup>118</sup>.

*Reality show* doskonale mieści się w głównym nurcie tych tendencji. Wylansował on nowy typ bohatera. Jest to wzięty z ulicy (przynajmniej w opinii widzów) człowiek, który gra samego siebie. Dzięki temu łatwiej uwierzyć, że to, co się jemu przytrafia, dzieje się naprawdę<sup>119</sup>. Postawy wielu uczestników programu mogą budzić kontrowersje. Wierzą oni zazwyczaj, że dzięki programowi mogą zrobić szybką życiową karierę i zdobyć duże pieniądze. Jeżeli nawet nie w programie, to po nim, pracując w stacjach telewizyjnych czy występując w reklamach. Nie trzeba tu mieć żadnych kwalifikacji, wykształcenia, umiejętności. Trzeba zaistnieć w telewizji. Najbardziej charakterystycznym przykładem takiej kariery był uczestnik niemieckiej edycji, dwudziestoczteroletni bezrobotny mechanik – Zlatko. Wytrzymał do 41 dnia eksperymentu. Zyskał ogromną popularność i sympatię widowni, gdy w trakcie programu okazało się, że nie wie kim był Szekspir<sup>120</sup>. Stał się idolem młodych Niemców. Po zakończeniu programu nagrał płytę *Who is f\*\*\*ing Shakespeare*. Niemcy opanowała prawdziwa „zlatkomania”. Zlatko zaczął prowadzić własny program telewizyjny, sprzedawano zestawy do joggingu z jego imieniem, napisał książkę (mimo iż w trakcie programu twierdził, że miał problemy z pisaniem wypracowań w szkole), a nawet startował w eliminacjach do konkursu Eurowizji. Ta szczególna moda zagroziła nawet Targom Książki we Frankfurcie<sup>121</sup>. Sam

<sup>116</sup> M. R. R e a l, *Mass Media Culture*, Englewood 1977, s. 208-230.

<sup>117</sup> T. S h a n k s, *The Place of News Media in Public and Political Discourse*, New York 1998, s. 234.

<sup>118</sup> M. W a w r z a k - C h o d a c z e k, *Kształtowanie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2000, s. 13.

<sup>119</sup> Z w i e f k a, *Kryminal...*, „Wprost” 2001, nr 3, s. 94.

<sup>120</sup> M. M u s z y ń s k a, K. M i ł a s z e w s k a, „Big Brother” – podglądanie rzeczywistości?, w: *Podglądanie „Wielkiego Brata”*, s. 63.

<sup>121</sup> Z a l e w s k a, „Wielki Brat”..., s. A4.

Zlatko tak scharakteryzował swój sukces: „Co prawda nie wiem, kim jest Szekspir, ale mam mięśnie i jestem śmieszny”<sup>122</sup>.

Maria Antonietta, uczestniczka włoskiej edycji dzięki programowi zorganizowała wystawę swoich prac w mediolańskiej galerii. Sabina, uczestniczka holenderskiej edycji, rozpoczęła karierę fotomodelki i prowadzi własny program o modzie. Jej koleżanka z programu, holenderska policjantka Tara (odeszła sama z programu po 11 dniach) porzuciła pracę i trafiła na okładkę „Playboya”. Podobnie jak polska uczestniczka Monika Sewioło. W Portugalii Marco został popularnym piosenkarzem<sup>123</sup>.

Zwycięstwo 47-letniego Janusza Dzięcioła w polskiej edycji było pewnego rodzaju niespodzianką. Młoda publiczność programu jakby nie zaakceptowała swoich rówieśników. Postawiła na szczerość, siłę i dojrzałość. Trudno jednak dokładnie ocenić, czy było to głosowanie za tymi cechami, czy też przeciw pozostałym uczestnikom programu<sup>124</sup>.

Według A. Bandury ekranowe postacie stanowią wzory zachowań przejmowanych, a później manifestowanych przez widzów<sup>125</sup>. Młodzi odbiorcy cechują się dość wąskim bagażem doświadczeń życiowych, które pozwoliłyby na rozróżnienie, ocenę i wartościowanie<sup>126</sup>. Programy *reality show* wytwarzają przekonanie, że, aby zdobyć uznanie i pieniądze, należy za wszelką cenę pokazać się w telewizji i nie przejmować się tym, co twierdzą tzw. autorytety. W warunkach społecznych przemian i kryzysów programy *reality show* mogą pełnić funkcję życiowych poradników, jak osiągnąć sukces. Staje się to tym bardziej realne, im bardziej widz identyfikuje się z uczestnikami programów<sup>127</sup>. Uczestnicy *reality show* stają się modelami, ludźmi sukcesu. Sam sukces staje się sensem życia. Młodzi widzowie zapominają jednak, że programy typu BB, mimo ich pozornego realizmu, są perfekcyjnie wyreżyserowanym widowiskiem telewizyjnym. Jest to pewien rodzaj manipulacji, gdy próbuje się fikcyjne wydarzenia przedstawić jako życiową rzeczywistość. Z jednej strony trudno odciąć młodego widza od *reality show*

---

<sup>122</sup> Tamże.

<sup>123</sup> Tamże.

<sup>124</sup> K. L u d k a, „Wielki Brat” czyli rozum w pułapce, w: *Podglądanie „Wielkiego Brata”*, s. 97.

<sup>125</sup> M u s z y ń s k a, M i ł a s z e w s k a, „Big Brother”..., s. 66.

<sup>126</sup> J. I z d e b s k a, *Rodzina, dziecko, telewizja: szanse wychowawcze i zagrożenia*, Białystok 1996, s. 33.

<sup>127</sup> M u s z y ń s k a, M i ł a s z e w s k a, „Big Brother”..., s. 66.

(bo ramówki telewizyjne są ich pełne), a z drugiej, widzowie są najczęściej słabo przygotowani do ich krytycznego odbioru.

Pęd młodych ludzi do zaistnienia w mediach przynosi już swoje negatywne owoce. W Polsce najlepszym tego przykładem są wydarzenia związane z młodocianym przestępcą Mariuszem Socką, nazwanym przez media Rurabomberem. Dziewiętnastolatek w okresie dwóch lat (1998-1999) podłożył kilka skonstruowanych samodzielnie przez siebie bomb. Na pytanie sądu odpowiedział, że „kocha ładunki wybuchowe, a środki masowego przekazu lubią informować o bombach”<sup>128</sup>. Media dostarczyły Mariuszowi Soćko tego co chciał, rozgłosu i sławy przed kamerami. Również KRRiT zajęła się sposobem przekazywania informacji o przestępstwach Rurabombera. Potępiła „zwłaszcza ich sensacyjność i bezmyślne eksponowanie osoby przestępcy”<sup>129</sup>. Zaleciła „konieczność zachowania profesjonalnych standardów informowania społeczeństwa o przestępstwach, ich sprawcach i ofiarach”<sup>130</sup>.

Z tendencji programowych współczesnej telewizji należy wnioskować, że programów typu *reality show* nie można próbować przeczekać. Jest to silna i wielowątkowa orientacja. Ludzie zaangażowani w problemy wychowania i edukacji nie mogą stać obok tego, co niesie dziś kultura masowa, i ograniczać się do jej krytyki. Wydaje się, że o wiele bardziej wskazane jest przygotowanie się na dyskusję z nowym partnerem edukacyjnym, jakim są programy typu *reality show*. Trzeba wykorzystać ich ewentualne zalety w komunikacji z młodymi i przeciwdziałać zagrożeniom<sup>131</sup>. Odwracanie się do nich plecami może spowodować, że miniemy się z istotnymi problemami, sygnalizowanymi przez młodych widzów tych programów. Bynajmniej nie chodzi o schlebianie produktom kultury masowej, ale o próbę zrozumienia, na jakie potrzeby współczesnych one odpowiadają. *Reality show* wydaje się być doskonałym przykładem postmodernistycznej koncepcji człowieka, która zakłada, że ludzkie działania napędza przede wszystkim deficyt bodźców. Telewizja wywołuje dziś uczucie intymności bez jakiegokolwiek wspólnoty

<sup>128</sup> S. W i k a r i a k, *Miłość do bomb i sławy*, „Rzeczpospolita” 2000, nr 58, s. C1.

<sup>129</sup> JS, „Biuletyn KRRiT” 2001, nr 1 i 2, <http://www.krrit.gov.pl>.

<sup>130</sup> Tamże.

<sup>131</sup> K w i e k, *Reality show...*, s. 94-95.

i stara się to upowszechnić jako standard<sup>132</sup>. Wchodząc w ostrożny dialog z nowoczesną telewizją trzeba mieć na uwadze dobro człowieka jako wielowymiarowej całości, a także dobro społeczne. Jedyną kategorią jej funkcjonowania nie może być zysk finansowy. To nie tylko szkodzi odbiorcom, ale również samym mediom, które mają do odegrania istotną społeczną rolę.

SOME ASPECTS OF THE RECEPTION THE REALITY SHOW  
PROGRAMMES IN PEDAGOGIC REFLECTION

S u m m a r y

Media pedagogy is a discipline of pedagogy that stems from the need to reflect on the development of the contemporary media. Television still occupies a dominating position among them and has the greatest social influence. It also poses complex educational difficulties. The reasons for this are often such programmes as reality show. Young people eagerly watch them and they have found a permanent place in the educational area. Such programmes have brought about a number of ethical, psychological, and educational doubts. The reality show programmes contribute to the destruction of many socially essential values. The television medium is still developing and some negative tendencies are clearly manifested. Pedagogy initiates dialogue with the new educational partner. It cannot limit itself merely to criticism, but seeks to understand the language of modern television. This will allow to provide effective education and formation which seem indispensable today for the development of media culture of the young generation.

*Translated by Jan Kłos*

**Słowa kluczowe:** pedagogika medialna, *mass media*, telewizja, reality show, kultura masowa.

**Key words:** medial pedagogy, mass media, television, reality show, mass culture.

---

<sup>132</sup> Ks. T. Z a s ę p a, *Media, człowiek, społeczeństwo: doświadczenia europejsko-amerykańskie*, Częstochowa 2000, s. 170.