

Katarzyna Małysz, IPN – KŚZpNP Oddział w Lublinie

Potoczność, wulgarność i agresja w programach *reality show* na wybranych przykładach „Big Brothera”

*Colloquiality, vulgarity and aggression in various reality shows
on the basis of „Big Brother”*

STRESZCZENIE:

CELEM ARTYKUŁU JEST UKAZANIE POTOCZNOŚCI W PROGRAMACH REALITY SHOW. TEGO TYPU PRODUKCJE NARUSZAJĄ GODNOŚĆ LUDZKĄ ORAZ PODSTAWOWE FUNKCJE, JAKIE POWINNA PEŁNIĆ TELEWIZJA. TV, JAK KAŻDE MEDIUM, POWINNO DOSTARCZAĆ INFORMACJI, EDUKACJI ORAZ ROZRYWKI. W ARTYKULE STARAŁAM SIĘ UDOWODNIĆ, CZYM TAK NAPRAWDĘ JEST ROZRYWKA. W SŁOWNIKU POD REDAKCJĄ MIECZYŚŁAWA SZYMCZAKA ROZRYWKA ZOSTAŁA WYJAŚNIONA NASTĘPUJĄCO: „TO, CO SŁUŻY ODPREŻENIU, WYPOCZYNKOWI, CO UPRIJEMNIA CZAS, BAWI, ROZWESELA; PRZYJEMNOŚĆ POŁĄCZONA Z WYPOCZYNKIEM, ZABAWA”. PROGRAM „BIG BROTHER” JAKO JEDEN Z PRZYKŁADÓW REALITY SHOW BYŁ NIEETYCZNY I NIEMORALNY. DLACZEGO WIĘC ZYSKAŁ TAK DUŻĄ POPULARNOŚĆ? CZYM KIEROWALI SIĘ WIDZOWIE? CZYM REALIZATORZY PROGRAMU? A CZYM JEGO UCZESTNICZY? CO TAK NAPRAWDĘ NALEŻY ROZUMIEĆ POD POJĘCIEM „POTOCZNOŚĆ”? NA TE I INNE PYTANIA STARAŁAM SIĘ ODPOWIEDZIEĆ W TYM OTO ARTYKULE. POTOCZNOŚĆ W PROGRAMIE „BIG BROTHER” CHARAKTERYZOWAŁ SIĘ NA: UŻYWANIU WULGARNYCH SŁÓW, BICIU, PONIŻANIU, MANIPULOWANIU, WCHODZENIU W CZYJAŚ PRYWATNĄ LUB INTYMNĄ SFERĘ. IDEA PROGRAMU BYŁA NASTĘPUJĄCA - KILKANAŚCIE OSÓB ZAMKNIĘTYCH

ABSTRACT:

THE AIM OF THIS ARTICLE IS TO SHOW THE INFORMAL NATURE OF LANGUAGE IN REALITY SHOWS. THEY VIOLATE HUMAN DIGNITY AND THE BASIC FUNCTIONS OF TELEVISION. TV, LIKE ANY MEDIUM, SHOULD PROVIDE THE VIEWERS WITH INFORMATION, EDUCATION AND ENTERTAINMENT. IN THIS ARTICLE I HAVE TRIED TO EXPLAIN WHAT ENTERTAINMENT REALLY IS. MIECZYŚŁAW SZYMCZAK, THE EDITOR OF THE DICTIONARY, DESCRIBES THE CONCEPT OF ENTERTAINMENT AS: “A WAY OF RELAXATION, REST, SOMETHING ENJOYABLE AND CHEERFUL; PLEASURE COMBINED WITH RELAXATION AND FUN”. THE “BIG BROTHER” SHOW IS PRESENTED AS ONE EXAMPLE OF UNETHICAL AND IMMORAL REALITY SHOWS. SO WHY HAS THE BIG BROTHER GAINED SO MUCH POPULARITY? WHAT LED THE AUDIENCE AND THE PRODUCERS? AND WHAT AFFECTED ITS PARTICIPANTS? WHAT IS REALLY MEANT BY “COMMONNESS”? THESE AND OTHER QUESTIONS ARE GOING TO BE ANSWERED IN THIS ARTICLE. COLLOQUIALITY IN THE “BIG BROTHER” WAS BASED ON: USING VULGAR WORDS, BEATING, HUMILIATION, MANIPULATION, ENTERING SOMEONE'S PRIVATE OR INTIMATE SPHERE. THE IDEA OF THE PROGRAM WAS AS FOLLOWS - A DOZEN OF PEOPLE WERE LOCKED IN A BIG BROTHER'S HOUSE WHICH IS CUT OFF FROM THE OUTSIDE WORLD. THE ‘HOUSEMATES’ LIVE TOGETHER FOR THE

W DOMU WIELKIEGO BRATA. I TAK PRZEZ KILKA KOLEJNYCH EDYCJI, AŻ DO MOMENTU, KIEDY TEN „CYRK” ZNUDZI SIĘ LUDZIOM. STAWKĄ BYŁY DUŻE PIENIĄDZE, A ZWYCIĘZCA MÓGŁ BYĆ TYLKO JEDEN. ANALIZA, KTÓREJ DOKONAŁAM, UKAZUJE, ŻE PROGRAM TEN, POMIMO TAK OGROMNEJ POPULARNOŚCI, JEST NIEMORALNY I BEZWARTOŚCIOWY. NARUSZA PRAWA CZŁOWIEKA, ETYKĘ I DZIAŁA NIEBEZPIECZNIE NA PSYCHIKĘ LUDZI NIE TYLKO BIORĄCYCH W NICH UDZIAŁ, ALE TEŻ NA WIDZÓW. NIEBEZPIECZEŃSTWEM JEST RÓWNIEŻ TO, IŻ OSOBY, KTÓRE WZIĘŁY UDZIAŁ W „BIG BROTHER”, ZACZEŁY DZIAŁAĆ W POLITYCE, MEDIACH, DZIENNIKARSTWIE, MIMO ŻE NIE MIAŁY DO TEGO KOMPETENCJI I DOŚWIADCZENIA W TYM ZAKRESIE.

SŁOWA KLUCZOWE:

„BIG BROTHER”, REALITY SHOW, POTOCZNOŚĆ, NIEMORALNOŚĆ, TELEWIZJA, FUNKCJE TELEWIZJI

A FEW EDITIONS, UP TO THE MOMENT WHEN THIS "CIRCUS" TIRED OF PEOPLE. THE WINNER COULD BE ONLY ONE AND COULD GET THE FINAL CASH PRIZE. IN MY ANALYSIS I AM WILLING TO SHOW THAT THE PROGRAM, IN SPITE OF SUCH HUGE POPULARITY, IS IMMORAL AND WORTHLESS. THIS REALITY SHOW VIOLATES HUMAN RIGHTS, ETHICS AND HAS A DANGEROUS PSYCHOLOGICAL IMPACT NOT ONLY ON THE PARTICIPANTS BUT ALSO ON THE AUDIENCE. WHAT IS MORE, PEOPLE WHO TOOK PART IN THE "BIG BROTHER", ENGAGED INTO POLITICS, MEDIA, AND JOURNALISM IN GENERAL WITHOUT HAVING ANY KNOWLEDGE ABOUT THE SUBJECT.

KEYWORDS:

"BIG BROTHER", REALITY SHOW, COLLOQUIALISM, IMMORALITY, TELEVISION, THE FUNCTIONS OF TELEVISION

W 2001 roku wyemitowano pierwszą edycję programu „Big Brother”. Był to jeden z pierwszych gatunków *reality show*, w którym rządziła agresja, wulgarność oraz potoczność. Czym są programy *reality show*? Dlaczego zyskały tak dużą popularność? Czym kierowali się widzowie? Czym uczestnicy programu? A czym jego założyciele? Co oznacza termin „potoczność”? Na te, i inne pytania, odpowiem w niniejszym artykule.

Według „Słownika wiedzy o mediach” pod red. Edwarda Chudzińskiego *reality show*, w tłumaczeniu z języka angielskiego, oznacza: „prawdziwy występ, przedstawienie”¹. W tym samym słowniku jest informacja, że „*reality show* odgrywa rolę megagatunku, ponieważ zawiera elementy charakterystyczne dla teleturniejów zręcznościowych (*game show*), jak i tych dotyczących wiedzy (*quiz show*), talk show, telenoweli dokumentalnej oraz opery mydlanej”². Dodać można do tego jeszcze element ukrytej kamery. Natomiast gatunek *reality show* nie zalicza się do telenoweli dokumentalnej, ponieważ każdy film czy serial dokumentalny powinien posiadać strukturę, ukazywać prawdę o świecie i nieść wartość dla kolejnych pokoleń. W przypadku programów *reality show* mija się to z celem. Nie ukazują one prawdy o świecie i ludziach, nie wnoszą żadnych wartości, a poza tym pozbawione są struktury (wstępu, rozwinięcia, zakończenia, miejsc zwrotnych, kontrastu). Trudno też powiedzieć, że programy *reality show* zawierają w sobie ele-

¹ *Reality show jako megagatunek*, w: Edward Chudziński (red.), *Słownik wiedzy o mediach*, ParkEdukacja, Warszawa – Bielsko – Biała 2009, s. 323.

² Tamże, s. 323.

menty teleturniejów zręcznościowych, czy tym bardziej dotyczących wiedzy. Aczkolwiek posiadają elementy typowe dla teleturniejów: gra, rywalizacja, walka o duże pieniądze.

Programy *reality show* dają tylko pewną namiastkę rzeczywistości. W przypadku programu „Big Brother” rzeczywista była budowa budynku mieszkalnego w Sękocinie pod Warszawą, zamknięcie w nim kilkunastu osób i odizolowanie ich od reszty społeczeństwa. Realne były kamery, podpatrujące każdy ruch uczestnika programu, głosowania, kto powinien odejść, zadania wymyślone przez producentów programu, czy nagroda pieniężna.

Programy *reality show* nie ukazywały jednak normalnego, rzeczywistego życia uczestników. Osoby biorące w nich udział, pod presją kamer, chęci wygranej, czy zyskania sobie sympatii odbiorców, nie zachowywały się naturalnie i nie ukazywały tego, jak sobie radzą z konkretnymi problemami życiowymi. Rozwiązywały tylko wyreżyserowane przez twórców telewizyjnych problemy, zwykle nie mające nic wspólnego z realnym życiem³. Trudno też mówić o realnym życiu uczestników, w momencie gdy byli oni odizolowani od swych rodzin, znajomych, miejsc pracy, nauki. Ich świat nie był światem, jaki mają normalni ludzie.

Gatunek jakim jest *reality show* trudno tak naprawdę określić jako *reality show*. Mija się on z pokazywaniem prawdy, rzeczywistości. Na pewno jest to jednak show, które bardzo szybko stało się popularne, oglądane, lubiane, ale też często krytykowane. Show wokół którego było dużo hałasu, ogromna liczba fanów, dużo kontrowersji i pytań dlaczego? Uprawomocnieniu tego show służyła produkcja i szeroki obieg tzw. „produktów okołomedialnych”: koszulki z napisem „Big Brother”, gazety, naklejki, długopisy, programy telewizyjne i filmy z udziałem uczestników *reality show*, czy ciekawa piosenka zespołu De Mono pod tytułem „Poznaj siebie”, ułożona i wykonana dla potrzeb programu⁴.

Realizatorzy *reality show* postawili sobie za główny cel przyciągnięcie i zatrzymanie uwagi widzów. Dlatego Wielki Brat wymyślał nowe zadania i zapraszał do domu różne sławy. W napięciu trzymała też widzów ciekawość, kto opuści program, kto zwycięży, kto zgarnie ogromną kwotę pieniężną, kto po wyjściu zostanie „gwiazdą” (jak zapowiadali producenci programów), co wydarzy się w programie oraz element ukrytej kamery. To wszystko można określić jako jeden wielki pokaz, ale niewiele związany z rzeczywistością.

Telewizja jako jeden ze środków przekazu

Telewizja, czyli „widzenie na odległość”, należy do bardzo niejednoznacznych terminów. Może oznaczać konkretny program, ale też ciąg przekazów odbieranych przez widza. Telewizja to również ważna instytucja życia społecznego (publiczna, społeczna lub prywatna), a także jej pracownicy. Jest to również zespół zachowań i obyczajów, związanych z użytkowaniem telewizji, a także elektroniczna sfera publiczna w znaczeniu przestrzeni do negocjacji pozycji ideologicznych⁵.

³ Zob. K. Łuszczek, *Nowoczesna telewizja czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Saturnus Media, Tychy 2004, s. 27.

⁴ Zob. *reality show jako mega gatunek*, w: E. Chudziński, ..., dz. cyt., s. 323.



Programy reality show nie ukazywały jednak normalnego, rzeczywistego życia uczestników. Osoby biorące w nich udział, pod presją kamer, chęci wygranej, czy zyskania sobie sympatii odbiorców, nie zachowywały się naturalnie i nie ukazywały tego, jak sobie radzą z konkretnymi problemami życiowymi. Rozwiązywały tylko wyreżyserowane przez twórców telewizyjnych problemy, zwykle nie mające nic wspólnego z realnym życiem.

Telewizja była najważniejszym medium ubiegłego wieku. W książce pt. „Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkanie z kulturą masową” z 2004 roku Krzysztof Łuszczek pisze: „Telewizja stała się integralnym elementem naszego życia. Współcześni poświęcają jej coraz więcej czasu i zastępują nią inne formy aktywności. Staje się ona często „towarzyszem życia”. Przeciętny Polak poświęca jej dziennie około 4 godzin, a w weekendy od 6 do 8 godzin”⁶.

Obecnie telewizja jest często zastępowana przez inne środki masowego przekazu. Społeczeństwo częściej korzysta z internetu i telefonów komórkowych aniżeli z telewizji. Jednak trzeba przyznać, że jeszcze nie tak dawno medium to było kluczowym, a często i jedynym sposobem uczestniczenia w kulturze. Dla wielu była ono „oknem na świat”, kreowała obraz rzeczywistości, budowała opinie i tworzyła mody⁷.

Ocena telewizji bywa często bardzo negatywna. Jerry Mandera powiedział, iż jest to medium antydemokratyczne – przypomina narkotyk, narzędzie niszczenia wyobraźni i obrazowania rzeczywistości. W innych dyskusjach oskarża się ten środek przekazu o upadek humanistyki⁸. Noel Coward powiedział, że „Telewizja jest po to, żeby się w niej pokazywać, a nie patrzeć na nią”, natomiast reżyser filmowy Orson Welles oznajmił, iż „nie cierpi telewizji tak bardzo jak orzeszków, które – oczywiście na przekór swojej nieowości – zjada w dużych ilościach”⁹. Medioznawczyni Agnieszka Ogonowska oznajmiła:

⁵ Zob. M. Piechota, *Telewizja a rozrywka*, w: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak (red.), *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej*, Lublin 2011, s. 123.

⁶ Zob. K. Łuszczek, dz. cyt., s. 5.

⁷ Tamże, s. 5.

⁸ Zob. W. Godzic, *Telewizja. Ziemia jałowa czy pieszczota dla oczu?*, w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, w: Z. Bauer i E. Chudziński (red.), Universitas, Kraków 2004, s. 72.

⁹ Zob. W. Godzic, *Dlaczego telewizja jest ważna i które z jej programów są najważniejsze*, w: W. Godzic (red.), *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, Trio TVN S.A., Warszawa 2005, s. 7.

„Co warte podkreślenia, od samego właściwie początku wiązano telewizję ze sferą rozrywki, kultury popularnej oraz praktykami podglądania codziennego życia, a nie kulturą wysoką, sztuką czy formą elitarną twórczości. Stąd też traktowano nowy wynalazek z przymrużeniem oka, jak technologiczną nowinkę”¹⁰.

David Bianculli w książce pt. „Telewizyjna kompetencja. Traktując telewizję poważnie”¹¹ pisze, iż telewizja jest znakomitym nauczycielem. Poza tym podkreśla, że telewizja jest formą współczesnej literatury i doradcą w świecie kultury¹². Strumień przekazu telewizyjnego powinien służyć informacji, edukacji i rozrywce (czasami dodaje się: godziwej rozrywce)¹³. Spośród tzw. tradycyjnych mediów masowych (prasa, radio, telewizja) telewizja najbardziej kojarzona jest z rozrywką i to „niewysokich lotów”¹⁴.

Czym jednak powinna być ta rozrywka? W „Słowniku języka polskiego” pod redakcją Witolda Doroszewskiego, w tomie siódmym wydanym w 1965 roku pod hasłem *rozrywka* kryje się następująca definicja: „przyjemność połączona z wypoczynkiem, zabawa, uciecha¹⁵”. Przyjemność w tym samym źródle definiowana jest jako „wywołane czymś przyjemne, miłe wrażenie, uczucie zadowolenia, upodobanie w czymś”, „rzecz wywołująca przyjemne, miłe wrażenie, dostarczająca przyjemnych doznań¹⁶”, a *zabawa* opatrzona jest następującym wyjaśnieniem „wszelkie czynności (jak ćwiczenia, gry itp.) bawiące, cieszące kogoś, pozwalające przyjemnie spędzać czas, bawienie (się); to co bawi, cieszy, sprawia przyjemność, rozrywka¹⁷”. W słowniku Doroszewskiego znajduje się również hasło *rozrywkowy*, w którym podana jest następująca definicja: „służący do rozrywki, zabawy, dostarczający rozrywki, zabawy, związany z rozrywką, zabawą¹⁸”, a jako przykłady użycia z literaturą i publicystyką przytoczone zostają zastępujące połączenia – rozrywkowa lektura, lokale rozrywkowe, ogródek rozrywkowy, letni teatr rozrywkowy¹⁹. W słowniku pod redakcją Mieczysława Szymczaka *rozrywka* została wyjaśniona następująco: „to, co służy odprężeniu, wypoczynkowi, co uprzyjemnia czas, bawi, rozwesela; przyjemność połączona z wypoczynkiem, zabawa²⁰”.

W „Innym słowniku języka polskiego” z 2000 roku pod redakcją Mirosława Bańki w definicji *rozrywki* pojawia się sugestia, iż obecnie jest ona dla nas bardzo istotna: 1.

¹⁰ Zob. M. Piechota, *Telewizja...*, dz. cyt., s. 134.

¹¹ Zob. D. Bianculli, *Teleliteracy. Taking Television Seriously*, New York, 1992.

¹² Zob. W. Godzic, *Telewizja...*, art. cyt., s. 72.

¹³ Zob. J. Uszyński, *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Telewizja Polska S.A., Warszawa 2004, s. 14.

¹⁴ Zob. M. Piechota, *Telewizja...*, dz. cyt., s. 124.

¹⁵ *Rozrywka*, w: W. Doroszewski (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 7, PWN, Warszawa 1965, s. 1266.

¹⁶ Tamże, s. 537.

¹⁷ *Zabawa*, w: W. Doroszewski (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 10, PWN, Warszawa 1965, s. 402.

¹⁸ Tamże, s. 402.

¹⁹ Zob. M. Piechota, *Rozrywka – ujęcia i konteksty*, w: M. Piechota, G. Stachyra, P. Nowak (red.), dz. cyt., s. 10-11.

²⁰ *Rozrywka*, w: prof. dr M. Szymczak, *Słownik języka polskiego*, t. 1, PWN, Warszawa 1978, s. 115.

„zajęcia, które odwracają naszą uwagę od codziennych obowiązków i kłopotów, sprawiają nam przyjemność i bawią nas”, 2. „sfera życia publicznego, związana ze stwarzaniem ludziom możliwości takich zajęć, obejmująca m.in. kabaret, rewię, hazard, także radio, telewizję i teatr”, a po drugim z wyjaśnień pojawia się jedno z częściej stosowanych w publicystyce i nie tylko połączeń „komercjalizacja polskiej rozrywki”²¹.

Według tego słownika programy, w których ukazana jest przemoc, agresja, jak również potoczność, nie będą rozrywką, ponieważ nie odwrócą naszej uwagi od codziennych kłopotów, a wręcz ich przysporzą. Przemoc i agresja ukazywana w mediach źle wpływa na rozwój i psychikę człowieka, a przede wszystkim dziecka, które jest małe, naiwne i nie zna życia. Hasła *przyjemność i zabawa*, zarówno w słowniku M. Szymczaka, jak i M. Bańki, nie odbiegają znacząco od przytoczonych za słownikiem W. Doroszewskiego, a ze słownika M. Bańki warto przytoczyć jeszcze hasło *zabawić/zabawiać*. „1. Jeśli zabawiliśmy się, to spędziliśmy pewien czas, robiąc coś przyjemnego lub ciekawego, zwykle po to, aby się nie nudzić (...) 2. Jeśli zabawiamy kogoś, to zajmujemy go przez pewien czas czymś przyjemnym, np. miłą rozmową lub ciekawym opowiadaniem”²².

Definicja *rozrywki* kojarzona jest z czymś pozytywnym, co umila czas, dostarcza zabawy, a jednocześnie coś, co odpręża, nie zakłóca nam spokoju. Patrząc na różne programy telewizyjne, które rzekomo mają pełnić funkcję rozrywkową jak np. *reality show*, trudno powiedzieć, że realizują one to zadanie. Tym bardziej ciężko jest mówić o spełnieniu roli edukacyjnej czy informacyjnej przez tego typu programy.

Prócz funkcji edukacyjnej, informacyjnej i rozrywkowej, regulator rynku audio-wizualnego dyskretnie nie wspomina o jeszcze jednym zadaniu, czyli o obowiązku przyciągnięcia uwagi jak największej liczby widzów²³. Produkt, który nie zostaje sprzedany, nie ma sensu, żeby istniał. Jednak próby przyciągnięcia jak największej liczby odbiorców i co za tym idzie rywalizacje ze sobą różnych stacji telewizyjnych, prowadzi do upotocznienia języka mediów, wulgarności, pokazywania przemocy, agresji oraz do rozgłaszania sensacji i naśmiewania się z innych²⁴. Programy telewizyjne, audycje radiowe, artykuły prasowe, które trzymają w napięciu, dostarczają sensacji, adrenaliny, wrażeń, zaspokajają ciekawość, włączając się do czyjegoś życia prywatnego i obejmując cudzych spraw i problemów, są potoczne, ale za to chętnie kupowane przez społeczeństwo. Wielu dziennikarzy zapomina lub nie chce wiedzieć nic o prawdziwej misji i zadaniu, jaki niesie za sobą ten zawód. Jak powiedział doktor Judym w „Ludziach bezdomnych”: „Lekarz to nie jest zawód; to posłannictwo”, tak samo można to odnieść do bycia dziennikarzem, do wyszukiwania i przekazywania informacji, które będą miały jakiś wartościowy cel, sens dla ludzi i dla kolejnych pokoleń, tworzenie filmów dokumentalnych, reportaży oraz programów edukacyjnych. Pogoń za zyskiem i za sensacją nie jestem domeną prawdziwego dziennikarza.

²¹ *Rozrywka*, w: M. Bańko, *Inny słownik języka polskiego*, t. P - Ź, Warszawa 2000, s. 497.

²² Tamże, s. 1187.

²³ Zob. J. Uszyński, dz. cyt., s. 14.

²⁴ Zob. M. Bugajski, *Język w komunikowaniu*, PWN, Warszawa 2007, s. 483.

Telewizja sama w sobie nie jest zła. To wszystko zależy od tego, w jaki sposób zostaje przez ludzi wykorzystywana. W telewizji jest wiele programów i rzeczy, które nie powinny być pokazywane, czy w taki sposób nagłaśnianie. Jednak trzeba pamiętać o tym, że w medium tym puszcanych jest również mnóstwo programów pouczających i na poziomie, jak: teatr telewizji, filmy dokumentalne i fabularne, reportaże, niektóre programy informacyjne, debaty, filmy animowane, programy poradnikowe, czy kulturalne. Telewizja jest ważnym ośrodkiem komunikacyjnym i poznawczym. Za jej pośrednictwem możemy zaczerpnąć wielu istotnych informacji o świecie i czegoś się dowiedzieć. Filmy dokumentalne oraz spektakle teatru telewizji uwrażliwiają, zmuszają do refleksji oraz zastanowienia się nad własnym życiem.

Media ułatwiają osobom niepełnosprawnym (na przykład głuchoniemym, czy niewidomym) w poznawaniu świata i w funkcjonowaniu w nim. Poza tym różne filmy animowane ułatwiają najmłodszym odróżnić dobro od zła. Media łączą ludzi, stwarzają więź między nimi, polepszają stosunki, relacje z innymi, ułatwiają w komunikacji społecznej i międzykulturowej. Dzięki mediom, w tym również telewizji, możemy dowiedzieć się, co dzieje się w innych krajach, a nawet na drugim końcu świata. Za pomocą telewizora możemy uczestniczyć w wielu wydarzeniach medialnych, na przykład w Euro 2012, których na żywo byśmy nie zobaczyli.

Etyka mediów a telewizja

W Telewizji Polskiej nad przestrzeganiem zasad etyki dziennikarskiej stoi siedmioosobowa Komisja Etyki TVP, powoływana przez Zarząd TVP S.A. na dwuletnią kadencję spośród osób rekomendowanych przez kolegia: TVP1, TVP2, TV Polonia, TAI, Agencji Produkcji Telewizyjnych i Agencji Filmowej, Oddziałów Terenowych, Ośrodka Szkolenia – Akademii Telewizyjnej, Biura Reklamy i stowarzyszeń twórczych²⁵. Komisja orzeka, czy dziennikarze i pracownicy programowi postępują zgodnie z *Zasadami etyki dziennikarskiej w TVP S.A.* Działalność Komisji służy wzmocnieniu wiarygodności telewizji publicznej i budowaniu dobrego imienia pracy dziennikarzy²⁶.

Bardzo ważnym elementem w etyce dziennikarskiej jest zasada ochrony prywatności. Według „Słownika języka polskiego” *prywatny* to: „1. Dotyczący kogoś osobiście, czyichś spraw osobistych, stanowiący czyjąś osobistą własność; nie związany z żadną instytucją itp.”²⁷. Ochrona prywatności obejmuje również osoby, znajdujące się na terenie publicznym – na imprezach kulturalnych czy sportowych, naradach, wiecach, zgromadzeniach oraz w programach telewizyjnych²⁸. Osoby publiczne są wyłączone z ochrony prywatności, ale tylko wtedy, gdy zdarzenie ma związek z pełnioną przez nie funkcją publiczną²⁹.

²⁵ Zob. I. Rutkiewicz, *Jak być przyzwoitym w mediach. Rady dla dziennikarzy telewizyjnych i nie tylko*, Biblioteka Akademii Telewizyjnej TVP, Warszawa 2003, s. 74.

²⁶ Tamże, s. 74.

²⁷ *Prywatny*, w: prof. dr M. Szymczak, *Słownik języka polskiego*, t. 2, PWN, Warszawa 1979, s. 951.

²⁸ Zob. I. Rutkiewicz, dz. cyt., s. 40.

²⁹ Tamże, s. 41.

W Karcie Etycznej Mediów mamy również zasadę szacunku, która obowiązuje wszystkich ludzi, bez względu na ich rasę, narodowość, poglądy religijne, czy odrębności obyczajowe. Zasada szacunku dotyczy również słownictwa, jakim dziennikarze powinni operować. „Język przekazu telewizyjnego powinien być wolny od słów i określeń wartościujących i stronniczych, a także takich, które uchodzą za obraźliwe wobec osób czy grup społecznych, tym bardziej słów i wyrażań wulgarnych, obscenicznych”³⁰. Programy telewizyjne powinny być pozbawione jakichkolwiek wulgaryzmów, słów obraźliwym, poniżających i zniesławiających. Istotne jest aby telewizja, jako jedno z medium i jako jeden z bardzo ciekawych i ogólnodostępnych środków przekazu, dostarczała wiedzy, informacji i godziwej rozrywki. Zarówno dziennikarze, jak i wydawcy, reporterzy, montażyści, operatorzy, powinni pamiętać o podstawowych zasadach etycznych, o funkcjach i zadaniach jakie powinna pełnić telewizja, o posłannictwie i wyzwaniu jakie niesie za sobą zawód dziennikarza oraz o podstawowych prawach i zasadach człowieka jakie są zapisane w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej.

Perspektywa etyczna skłania nas do refleksji, w jaki sposób zachowują się dziennikarze, wydawcy i realizatorzy programów? Co robią odbiorcy, kim oni są i dlaczego oglądają takie a nie inne programy? Powinniśmy zastanowić się, czym może stać się telewizja? Jakie niesie zagrożenia, na które ludzie sami wyrażają nie tylko zgodę, ale i własne dobrowolne chęci³¹. Powinniśmy się starać, aby telewizja przede wszystkim uczyła, dostarczała wiedzy, informacji i rozrywki, ale jak powiedział J. Uszyński – „godziwej rozrywki”³².

Podstawowe zagadnienia dotyczące potoczności

Na temat społecznej genezy potoczności wiadomo niewiele. Jako zjawisko społeczne jest dużo starsze niż jako obiekt badań³³. W *Słowniku języka polskiego*, red. J. Karłowicz, A. A. Kryński, W. Niedźwiedzki, t. I - VIII, Warszawa 1900-1927, w ogóle nie znajdziemy kwalifikatora „potoczny”, choć występują określenia bliskie, odnoszące się do zidentyfikowanego kontekstu, takie jak: gminny, pogardliwy, poufały czy rubaszny, co można by w dzisiejszych kategoriach interpretować jako „potoczny”. Samo słowo potoczny ma w słowniku kilka znaczeń. Jedno z nich brzmi: „bieżący, zwyczajny, zwykły, codzienny, powszedni bywa używany raczej w znaczeniu rzeczy potoczne, potoczne sprawy, potoczne potrzeby”³⁴.

Potoczność uznaje się powszechnie za odmianę języka etnicznego, która obsługuje sferę komunikacji codziennej. Język ten określanany jest również jako kolokwialny, mówiony lub ustny, jako codzienna obiegowa, nieoficjalna polszczyzna³⁵. W tym znaczeniu,

³⁰ Tamże, s. 43.

³¹ Zob. M. Briggs, *Telewizja i jej odbiorcy w życiu codziennym*, UJ, Kraków, 2010, s. 150.

³² Zob. J. Uszyński, dz. cyt., s. 14.

³³ Zob. J. Warchała, *Kategoria potoczności w języku*, UŚ, Katowice 2003, s. 131.

³⁴ Tamże, s. 132.

³⁵ Tamże, s. 7.

jako odmiana języka etnicznego, język potoczny jest opisywany w innych językach. W pracach anglojęzycznych używa się pokrewnych terminów, takich jak: „język codzienny” (everyday language), „zwykły, prosty język” (ordinary language), „niestandardowy język” (nonstandard English) lub „język mówiony” (spoken language)³⁶.

W polskich słownikach i encyklopediach specjalistycznych możemy znaleźć następujące definicje potoczności:

1. „Język ogólny, przede wszystkim mówiony, stojący w mniejszym lub większym przeciwieństwie do języka literackiego, oficjalnego. Charakteryzuje go mniejsza staranność w przestrzeganiu norm językowych i w związku z tym większa podatność na zmiany oraz wpływy dialektów środowiskowych i terytorialnych” (Z. Gołąb, A. Heine, K. Polański: Słownik terminologii językoznawczej).
2. „Ogólnonarodowa odmiana języka narodowego o niższym stopniu zdyscyplinowania, głównie w jego wersji mówionej” (Encyklopedia językoznawstwa ogólnego pod redakcją K. Polańskiego).
3. „Język ogólny mówiony, jakim się ludzie posługują na co dzień, w swobodnych rozmowach, a więc mniej staranny od literackiego, z pewnymi cechami regionalnymi” (Encyklopedia języka polskiego pod redakcją S. Urbańczyka)³⁷.

Wszystkie powyższe definicje świadczą o tym, że potoczność jest określeniem niekorzystnym, w porównaniu z innymi odmianami językowymi. Cechuje się większą niedbałością i niestarannością³⁸. Warte przytoczenia są również sądy wartościujące język potoczny. Wyrażany został pogląd, prezentowany zwłaszcza przez niektórych socjologów języka, że „jest to gorsza, żargonowa odmiana języka, której należy się wystrzegać i rugować, zastępując ją polszczyzną literacką”³⁹.

Dlaczego więc tak szybko rozwija się język potoczny? Jedną z prawdopodobnych odpowiedzi jest to, iż język ten okazał się najlepszym narzędziem symbolizacji zmieniającego się od II wojny światowej społeczeństwa. Kiedy społeczeństwo przesuwają się w kierunku demokratyzacji, poszukuje demokratycznego, a nie elitarnego języka⁴⁰.

System społeczny składa się z czterech zintegrowanych komponentów (podsystemów): politycznego, gospodarczego, podsystemu kultury symbolicznej oraz według Talcotta Parsonsa – podsystemu osobowościowego (Dyczewski, 2001: 143). Leon Dyczewski uważa, iż to klasyczne ujęcie należy uzupełnić jeszcze jednym komponentem systemu społecznego: podsystemem medialnym. Społeczna równowaga systemu utrzymywana jest przez komponenty kulturowe, takie jak język, który okazuje się niezbędnym środkiem do powstania komunikacji społecznej, a co za tym idzie – do ukonstytuowania się interakcji o charakterze przede wszystkim symbolicznym. Takie procesy symbolizacji

³⁶ Tamże, s. 11.

³⁷ Tamże, s. 12-13.

³⁸ Tamże, s. 13.

³⁹ Tamże, s. 21.

⁴⁰ Tamże, s. 137.

odbywają się na wszystkich płaszczyznach systemu społecznego. Język jest zatem elementem systemu społecznego⁴¹.

Potoczna odmiana języka realizowana jest w formie dialogu mówionego. W tej sytuacji komunikaty są nie tylko efektem współdziałania przynajmniej dwóch rozmówców, tworzących komunikat, ale również współwystępowaniem różnych płaszczyzn, na których dochodzi do komunikacji⁴².

Płaszczyzna werbalna. Można wyodrębnić pewne ogólne reguły rządzące „gramatyką” tekstu potocznego:

- zasada eliptyczności – pozwala na redukcowanie tych elementów warstwy werbalnej, które aktualny nadawca ocenia jako znane odbiorcy lub nieistotne z punktu widzenia komunikacji. Znacznej redukcji podlega zwłaszcza warstwa dźwiękowa tekstu (uproszczenia artykulacyjne, zmiana całych grup dźwiękowych);
- zasada (pozornej) redundacji – to powtarzanie komponentów, które nadawca uznaje za ważne dla odbiorcy oraz nasycenie elementami zapewniającymi spójność tekstu (zwroty bezpośrednie do odbiorcy, powtarzanie wyrażeń takich jak *wiesz, słuchaj*); powtarzanie tych samych łączników, pauzy wypełnione ułatwiające percepcję tekstu;
- zasada zmniejszonego stopnia zgramatyzowania tekstu – przeważnie oceniana z punktu widzenia struktury tekstu pisanego, gdzie poprawność gramatyczna struktury syntaktycznej jest warunkiem podstawowym budowania poprawnych, a zarazem akceptowalnych tekstów. W języku mówionym struktura informacyjna tekstu nie jest kształtowana jedynie poprzez formalno-gramatyczne struktury kodu werbalnego⁴³.

Płaszczyzna niewerbalna. Komunikat potoczny charakteryzuje się współdziałaniem kodu werbalnego z niewerbalnym. Komunikacja niewerbalna zawiera wszelkie gesty, postawę ciała, mimikę, zachowania wzrokowe, dotyk, wygląd fizyczny, ubiór. Wszystkie te elementy niosą pewną wiadomość, informację, co prawda z reguły trzeba je umiejętnie zinterpretować, ale podobnie jak treści werbalne odgrywają istotną rolę. Tak samo jak przy komunikacji werbalnej, mogą pojawić się gesty, postawy, ruchy wulgarne, obraźliwe, lekceważące, ignorujące, niestosowne, potoczne. Mogą one stanowić naruszenie norm grzecznościowych i być krzywdzące dla innych osób⁴⁴.

Płaszczyzna proksemiczna. Każdy z nas ma wokół siebie pewną przestrzeń, którą uważa za swoją. Pozwala ona zachować dystans wobec innych osób oraz chronić swoich spraw prywatnych i osobistych. W płaszczyźnie proksemicznej wyróżnia się cztery sfery przestrzeni: sferę intymną, obejmującą najbliższą naszemu ciału przestrzeń; prywatną (0,4/0,5 – 1m), określoną odległością między ludźmi zaprzyjaźnionymi; profesjonalną (1

⁴¹ Tamże, s. 136.

⁴² Tamże, s. 43.

⁴³ Tamże, s. 43-44.

⁴⁴ Tamże, s. 45-46.

- 1,5/2m), oddzielając osoby nieznaną, a jednak pozostającą w kontakcie oraz typową (1,5/2 - 5m), wyznaczoną na przykład podczas przemówień, konferencji. Zachowanie zbyt dużego dystansu może oznaczać usztywnienie stosunków, podczas gdy zbliżanie się do siebie będzie symbolizować sytuację bardziej poufną. Wchodzenie w cudzą sferę osobistą bez pozwolenia drugiej osoby, odbierane zostaje jako niepożądane⁴⁵.

Płaszczyzna parajęzykowa. Do znaków parajęzykowych należą: właściwości głosu, cechy artykulacyjne, a przede wszystkim: intonacja, głośność, tempo mówienia, barwa, rytm wypowiedzi, wreszcie tzw. niegramatyczne pauzy i pauzy wypełnione. Elementy parajęzykowe są nierozzerwalnie związane z komunikacją werbalną. Właściwości głosu spełniają różne funkcje i wyrażają różne emocje, odczucia, doznania. Świadczą też o kulturze osobistej, inteligencji, umiejętnościach i zdobytej wiedzy⁴⁶. Sygnały parajęzykowe jak intonacja, tempo, głośność mówienia, a także komunikaty niewerbalne: wygląd, gesty, mimika, postawy mogą być przejawem potoczności i nieumiejętności dostosowania się do danej sytuacji i danego miejsca.

Płaszczyzna inferencji i presupozycji. Wszystkie wypowiedzi są uwikłane w system przekonań, poglądów, przesądów, wierzeń, które tworzą coś, co określamy mianem „wiedzy o świecie” uczestników komunikacji. W sytuacjach potocznych wnioski z komunikatu wyciągamy nie tylko z tego, co nadawca do nas mówi, ale również z jego wyglądu, rodzaju języka, postawy, gestów, mimiki, barwy, głośności, tonu głosu. Wszystko to może wpłynąć na kierunek i rodzaj całej rozmowy⁴⁷.

Telewizja jest jednym z głównych mediów kulturalnych. Przeciętny Polak spędza około pięć godzin dziennie na oglądaniu telewizji⁴⁸. W mediach masowych, a zwłaszcza w telewizji, używane słowa powinny być zadbane, nie wulgarne, nie obraźliwe, poprawne pod względem stylistycznym, ortograficznym i językowym. Stosowne i kulturalne muszą być także inne elementy używane podczas komunikatu: zachowania wzrokowe, gesty, postawy, jak również elementy parajęzykowe, czy proksemiczne. Świadczą one nie tylko o kulturze, czy dobrym wychowaniu, ale wpływają na naszego rozmówcę - odbiorcę, który dzięki temu nie zostanie w żaden sposób urażony, czy znieważony i chętniej będzie chciał z nami utrzymywać dalszy kontakt. Poza tym odpowiednie zachowania dziennikarzy rzutują na wizerunek mediów, na to jak są odbierane i oceniane przez społeczeństwo oraz na to, czy spełniają swoje role i zadania.

Język w mediach masowych

W ostatnich czasach najważniejszymi instytucjami kształtującymi język są media. Rola szkoły w tej sferze bardzo zmalała. Zarówno uczniowie jak i nauczyciele posługują się często językiem potocznym, kształtowanym przez środki masowego przekazu. Jednym

⁴⁵ Tamże, s. 46-47.

⁴⁶ Tamże, s. 47-48.

⁴⁷ Tamże, s. 48-49.

⁴⁸ Zob. W. Lubaś, *Słownictwo potoczne w mediach*, w: J. Bralczyk i K. Mosiołek - Kłosińska, *Język w mediach masowych*, Upowszechnienie Nauki - Oświata „UN-O”, Warszawa 2000, s. 84.

ze skutków tego zjawiska jest dziś nieostrość pojęcia i terminu „język literacki”, ponieważ literatura piękna jako główny nośnik polszczyzny została wyparta przez media masowe⁴⁹. Media działają głównie przez język. Mają też inne sposoby działania, jak na przykład obraz, ale język jest najbardziej zasadniczym środkiem przekazu treści i formy⁵⁰.

Środki masowego przekazu mają ogromny wpływ na nasze życie, kształtują obowiązujące zwyczaje językowe, postawy, opinie. Wyznaczają zasady postępowania i hierarchie wartości. Język w mediach jest narzędziem wartościowania, nosicielem wartości i informuje o wartościach⁵¹. Dlatego istotne jest, aby był on poprawny pod względem stylistycznym, ortograficznym i językowym, pozbawiony jakichkolwiek wulgaryzmów i potoczności, zwłaszcza, że ze środków masowego przekazu, w tym również telewizji, korzystają też dzieci. Spośród wszystkich środków językowych za najbardziej nieprzyzwoite uważa się wulgaryzmy⁵².

W *Słowniku języka polskiego* wyraz *wulgarny* oznacza: 1. „ordynarny, nieprzyzwoity, prostacki, trywialny, grubiański”; 2. „rozumiany, interpretowany powierzchownie, nadmiernie uproszczony, spłycony, np. o teorii, systemie naukowym, zwłaszcza filozoficznym”⁵³. Wulgaryzmy obrażają uczucia i poczucie estetyki. Ich stosowanie świadczy o braku kultury osobistej, kultury języka, a także są dowodem agresji i brutalizacji życia⁵⁴.

W mediach słownictwo potoczne występuje przede wszystkim w tekstach i wypowiedziach, które powstają z myślą wzbudzenia sensacji wśród widzów, czytelników i słuchaczy, zyskania sobie przychylności i jak największej liczby odbiorców⁵⁵. Takim kontrolersyjnym programem, wzbudzającym wiele sensacji i przyciągającym mnóstwo widzów przed ekrany był program „Big Brother”. Dlaczego zyskał tak dużą popularność? Czy był on wartościowy, czy raczej przepełniony wulgarnością, agresją, prostotą i potocznością? Czym kierowali się widzowie, czym realizatorzy, a czym sami uczestnicy? Na te pytania postaram się odpowiedzieć w dalszej części pracy.

„Big Brother” – jako „sukces” TVN

Największą popularnością ze wszystkich programów *reality show* cieszył się „Big Brother”⁵⁶, w przetłumaczeniu z języka angielskiego oznacza „Wielki Brat”. Inspiracją do powstania programu była powieść George’a Orwella⁵⁷ pod tytułem „Rok 1984”. W tej an-

⁴⁹ Zob. M. Bugajski, dz. cyt., s. 476.

⁵⁰ Zob. J. Bralczyk, G. Majkowska, *Język mediów – perspektywa aksjologiczna*, w: J. Bralczyk i K. Mosiołek – Kłosińska, *Język w mediach masowych*, Upowszechnienie Nauki – Oświata „UN – O”, Warszawa 2000, s. 43.

⁵¹ Tamże, s. 43- 44.

⁵² Tamże, s. 112.

⁵³ *Wulgarny*, w: prof. M. Szymczak (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 3, PWN, Warszawa, 1981, s. 779.

⁵⁴ zob. J. Bralczyk, G. Majkowska, art. cyt., s. 112.

⁵⁵ Zob. W. Lubaś, art. cyt., s. 86.

⁵⁶ Zob. K. Łuszczek, dz. cyt., s. 27.

tytologii został przedstawiony obraz państwa totalitarnego, w którym Wielki Brat kontrolował całe życie mieszkańców.

Program „Big Brother” pierwsza wyemitowała holenderska stacja Veronica w 1999 roku. Został wymyślony i wyprodukowany przez spółkę producencką Endemol – Enterta – inment. Jego formuła polegała na zamknięciu obcych sobie ludzi w Almere pod Amsterdamem na określony czas (około trzech miesięcy) i poddaniu ich ciągłej obserwacji przy pomocy kamer. Nie mieli kontaktu ze światem zewnętrznym. „Porządku” w ich domu pilnował i nadzorował Wielki Brat, którego mieszkańcy nie widzieli, ale słyszeli. Co pewien czas dom musiała opuścić jedna osoba wytypowana przez widzów. Ostatnia, która pozostała, otrzymała nagrodę pieniężną⁵⁸.

Po sukcesie w Holandii Endemol – Entertainment sprzedał licencję na produkcję *BB* (skrót od „Big Brothera”) innym sieciom telewizyjnym. Zarówno w Holandii, jak i we Włoszech, czy w Niemczech program cieszył się dużą popularnością i oglądalnością⁵⁹. Polska wersja, która ruszyła na początku 2001 roku zakładała, że dwanaście nie znających się wcześniej osób (tyle samo kobiet i mężczyzn), zamieszka pod jednym dachem na okres stu dni. Przez cały pobyt będą obserwowani przez 27 kamer⁶⁰. Do budynku uczestnicy mogli wnieść po dwie walizki z rzeczami osobistymi, takimi jak ubrania i środki higieny. Jeśli komuś skończyło się mydło lub szampon, otrzymywał od telewizji artykuł tej samej marki. Każdy z zawodników mógł też wziąć jedną książkę. W przypadku Piotra z Warszawy zgodzono się na wniesienie przez niego gitary⁶¹. Natomiast nikt z uczestników nie mógł zabrać ze sobą żadnych urządzeń, pozwalających nawiązać kontakt ze światem zewnętrznym – włączając w to ołówek i kartkę papieru⁶².

„Big Brother” okazał się dla TVN sukcesem komercyjnym. W ciągu drugiego tygodnia oglądalność odcinka o godz. 20.00 przedstawiała się następująco: 11 marca – 29,10%, 12 marca – 21,80%, 13 marca – 17,20%, 14 marca – 24,00%, 15 marca – 24,00%, 16 marca – 22,60%, 18 marca – 30,90%. Dane określają, jaka część osób, które w danym czasie oglądały telewizję, było widzami „Big Brothera”. Trzeba zaznaczyć, że TVN nie miał takiego zasięgu jak telewizja publiczna czy chociażby Polsat. Wpływy z reklam podczas trwania

⁵⁷ George Orwell - **Orwell George**, właściwie **Eric Arthur Blair** (1903-1950), ur. 1903, zm. 1950. Pisarz ang. W 1921 – 28 służył w policji imperialnej w Birnie, potem wiodł życie włóczęgi. Brał udział w wojnie domowej w Hiszpanii jako członek milicji robotniczej POUM (1936 – 37). W 1945 był korespondentem wojennym. Autor m.in. satyr.-groteskowej powieści „Folwark zwierzęcy” (1945), poddającej drobiazgowej analizie system totalitarny, oraz futurystycznej „Rok 1984” (1949), przedstawiającej zagrożenia płynące z nadmiernej kontroli państwa nad jednostką, zob. *Orwell George*, w: *OXFORD 2005 Wielka Encyklopedia Świata*, t. 11, Odra – Opole 2005, s. 56.

⁵⁸ Zob. K. Łuszczek, dz. cyt., s. 28.

⁵⁹ Tamże, s. 28.

⁶⁰ Zob. W. Godzic, „Wielki Brat” a sprawa polska, w: W. Godzic, *Podglądanie Wielkiego Brata*, Rabid, Kraków 2001, s. 17.

⁶¹ Zob. W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, UNIVERSITAS, Kraków 2004, s. 124.

⁶² Zob. M. Krzypiet, *Fenomen ekshibicjonizmu w telewizji*, Oficyna Wydawnicza „Impuls, Kraków 2005, s. 14.



Polska wersja, która ruszyła na początku 2001 roku zakładała, że dwanaście nie znających się wcześniej osób (tyle samo kobiet i mężczyzn), zamieszka pod jednym dachem na okres stu dni. Przez cały pobyt będą obserwowani przez 27 kamer. Do budynku uczestnicy mogli wnieść po dwie walizki z rzeczami osobistymi, takimi jak ubrania i środki higieny.

pierwszej edycji „Wielkiego Brata” wyniosły 119,6 miliona złotych⁶³. Poza tym stacja zyskała fundusze dzięki smsom i telefonom, które wysyłali widzowie programu, chcąc wyeliminować jednego z uczestników. To dzięki pierwszej edycji „Big Brothera” TVN stał się najbogatszą stacją telewizyjną w Polsce. Ogromne zyski, jakie przyniósł program, przyczyniły się do jego kolejnych edycji.

Można powiedzieć, że dzięki „Big Brotherowi” TVN odniósł wielki sukces. Ma swoją siedzibę zarówno w Warszawie, jak i w Krakowie oraz w Katowicach. Ponadto stacja wykorzystuje mniejsze lokale w kilkunastu miastach Polski, gdzie mieszczą się lokalne oddziały „Faktów” i zarazem TVN24⁶⁴. Jednak wartość telewizji nie ceni się po pieniądzach, które posiada ani nie mierzy po liczbie jej kanałów czy widzów. Wartość telewizji ceni się i mierzy po funkcjach, zadaniach i misji, jaką powinna ona pełnić.

Czym kierowali się uczestnicy programów *reality show*?

Większość uczestników programów *reality show*, jeśli wierzyć ich słowom, nastawionych było na zabawę. Część z nich chciała zostać sławna, odmienić swoje życie, a nawet pracować w telewizji⁶⁵. Oto wypowiedzi niektórych zawodników pierwszej edycji „Big Brother”: „Nie muszę wygrać. Wystarczy mi, że zmieni się moje życie. Będę sławna i popularna” (Monika); „Liczę, że znajdę pracę w telewizji, ale jeszcze nie wiem jaką. Nie znam swoich walorów. Chciałabym osiągnąć sukces” (Alicja); „Liczę, że zaistnieję w show – biznesie, na przykład w telewizji, która dziś zarezerwowana jest dla gwiazd. Liczę, że będę znany i lubiany. Czy teraz nie jestem lubiany? Jestem, ale znany trochę mniej” (Grzegorz)”⁶⁶.

Większość zawodników pierwszej edycji „Big Brothera” zagrała w filmie Jerzego Gruzego pod tytułem „Gulczas, a jak myślisz?”. Dorota Rabczewska, dzięki udziałowi

⁶³ Zob. K. Łuszczek, dz. cyt., s. 31.

⁶⁴ http://pl.wikipedia.org/wiki/Grupa_TV_N

⁶⁵ Zob. W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki...*, dz. cyt., s. 124-125.

⁶⁶ Zob. M. Krzypiet, dz. cyt., s. 96.

w drugiej edycji „Baru”, została piosenkarką, czy raczej celebrytką⁶⁷. Niektórzy uczestnicy pierwszej edycji „Big Brothera”, na fali popularności, po zakończeniu programu, zaczęli prowadzić własne programy w TVN. Klaudiusz Sevkovic miał swój program kulinarny „Wielka niespodzianka Klaudiusza”; Manuela Michalak była prezenterką „Maratonu uśmiechu”; a Małgorzata Maier prowadziła dwa programy: „Kto Was tak urządził?” i „Dom pełen pomysłów”. Zarówno Klaudiusz Sevkovic jak i Piotr Gulczyński (uczestnicy pierwszej edycji „Big Brothera”) wydali książki. Poza tym wielu zawodników *reality show* zagrało w reklamach, wystąpiło na okładkach gazet, a nawet wydało płyty.

Kilku uczestników programów *reality show*, zyskawszy na popularności, „wkręciło się” do polityki. Sebastian Florek⁶⁸ (uczestnik pierwszej edycji „Big Brothera”) został posłem na Sejm IV kadencji; Klaudiusz Sevkovic (uczestnik pierwszej edycji „Big Brothera”) w 2006 został radnym miasta Chorzów z listy KWW Koalicja Wspólny Chorzów⁶⁹; a zwycięzca pierwszej edycji „Big Brothera” – Janusz Dzieciół w latach 2002 – 2006 i 2006 – 2010 był radnym i wiceprzewodniczącym rady miejskiej w Grudziądzu. Poza tym został posłem na Sejm VI i VII kadencji⁷⁰.

Uczestnicy *reality show* stawali się dla młodych osób idolami i autorytetami. Większość nastolatków chciała być tak znana i lubiana, jak uczestnicy pierwszej edycji „Big Brothera”. Wystarczyło tak niewiele – doczekać do osiemnastych urodzin, zgłosić się na casting i przejść eliminacje. Programy tego typu wytwarzają przekonanie, że aby zdobyć uznanie i pieniądze, należy za wszelką cenę pokazać się w telewizji i zwrócić na siebie uwagę, najlepiej wywołując jakiś skandal⁷¹.

Opinie etyczne i psychologiczne na temat gatunku *reality show*

Programy *reality show*, wywołały dyskusję nad granicami, których telewizja nie powinna przekraczać⁷². Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji określiła je jako szkodliwe społecznie, będące apoteozą głupoty, prostactwa i prymitywizmu. Jeden z jej członków – Jarosław Sellin – domagał się kary grzywny w wysokości 2 mln zł dla Polsatu oraz po 1 mln zł dla TVN i TV4. Był to precedens na skalę światową⁷³.

⁶⁷ Celebryta - osoba popularna, często pojawiająca się w środkach masowego przekazu; celebrity, zob. <http://sjp.pl/CELEBRYTA>. Zgodnie z definicją sformułowaną przez Daniela Boorstina w 1961 roku „celebryta to osoba, która jest znana z tego, że jest znana”.

⁶⁸ Sebastian Florek (ur. 28 stycznia 1971 w Olsztynie) – polski przedsiębiorca i polityk, poseł na Sejm IV kadencji, uczestnik reality show, zob. <http://orka.sejm.gov.pl/ArchAll2.nsf/f37879dbe37d1bd1c1257088003d7beb/5a81f7e9ba6d2185c125708a004724cd?OpenDocument>.

⁶⁹ <http://www.portalsamorzadowy.pl/ocen-radnych/osoba/klaudiusz-sevkovic,3137.html>

⁷⁰ <http://www.bip.grudziadz.pl/strony/zmiany/736.dhtml>, <http://www.bip.grudziadz.pl/strony/zmiany/247.dhtml>,

<http://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/po-traci-kolejnego-posla-odchodzi-janusz-dzieciol/fj04nc9>
https://pl.wikipedia.org/wiki/Janusz_Dzi%C4%99cio%C5%82

⁷¹ Zob. K. Łuszczek, dz. cyt., s. 71.

⁷² Tamże, s. 63.

⁷³ Tamże, s. 65.



W kontraktach, jakie zawarto z uczestnikami reality show, znajdowało się zastrzeżenie, że nie mogą oni żądać odszkodowania za ewentualne załamanie nerwowe w późniejszym czasie. Niebezpieczeństwa dotyczyły nie tylko życia w zamknięciu, niewoli, z dala od znajomych i rodzin, czy ciągłej kontroli i bycia podglądanym, ale również nawiązania ponownego kontaktu z rzeczywistością, po zakończeniu programu.

Rada Etyki Mediów wyraziła 6 marca 2001 roku zaniepokojenie w związku z rozpoczęciem w Polsce emisji programu „Big Brother”⁷⁴. Zwróciła ona uwagę na fakt, że program nawiązuje do tragicznej orwellowskiej wersji totalitaryzmu. Dzieje się to w niedługim czasie po upadku komunizmu w Europie⁷⁵. Zwrot „Wielki Brat patrzy” („Big Brother is watching you”), który Orwell zastosował w swej słynnej powieści, był często używany w programie *reality show*. Rada Etyki Mediów uznała, że tego typu programy przyczyniają się do szerzenia orwellowskiej wizji totalitaryzmu, upowszechniają naganany nawyk podglądania i osłabiają poczucie prywatności⁷⁶.

W kontraktach, jakie zawarto z uczestnikami *reality show*, znajdowało się zastrzeżenie, że nie mogą oni żądać odszkodowania za ewentualne załamanie nerwowe w późniejszym czasie⁷⁷. Niebezpieczeństwa dotyczyły nie tylko życia w zamknięciu, niewoli, z dala od znajomych i rodzin, czy ciągłej kontroli i bycia podglądanym, ale również nawiązania ponownego kontaktu z rzeczywistością, po zakończeniu programu. Dla wielu zawodników, powrót do codzienności, mógł okazać się bardzo trudny⁷⁸.

Mimo tego, że kamery śledzą każdy ruch zawodników, tak naprawdę w telewizji ukazywane są tylko niektóre sceny, zdaniem producentów – najciekawsze. Nie sposób zresztą byłoby emitować, co robią, jak się zachowują wszyscy gracze. Telewizja w ten sposób manipuluje widzami. Odbiorcy mają wrażenie, że oglądają realną TV. Tak naprawdę wiele wypowiedzi jest wyciętych z kontekstu, ukazane w ten sposób, aby wzbudzić sensację i zainteresowanie u widzów.

⁷⁴ zob. W. Godzic, *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 92.

⁷⁵ Zob. K. Łuszczek, dz. cyt., s. 65.

⁷⁶ Zob. W. Godzic, *Media audiowizualne,...*, dz. cyt., s. 92.

⁷⁷ Tamże, s. 68.

⁷⁸ Tamże, s. 68.

Amerykański psycholog – Zimbardo dowiódł, że ludzie pod wpływem presji, izolacji, czy poniżania, ulegają wpływom otoczenia, autorytetu. Stają się mu posłuszni. W programach *reality show*, niektóre osoby wykreowane były na „kozły ofiarne”, na niezaradne życiowo. Tak naprawdę nie wiadomo, jak sami byśmy się zachowywali, przebywając w zamknięciu, zniewoleni, pod ciągłą obserwacją kamer i dużej publiczności. Niepokojące wydaje się więc przekonanie, że *reality show* zdolne są przekazać wierny obraz rzeczywistości⁷⁹.

Ten pozorny obraz rzeczywistości mógł zachęcić widzów do oglądania tego typu programów. Ludzie interesują się zazwyczaj codziennymi, przyziemnymi sprawami, a oglądanie zwykłych ludzi, w bardzo zwykłym programie im to ułatwia. Dlatego telewizja coraz częściej nie kreuje wzorów, tylko odtwarza zwyczajne życie odbiorców albo po prostu udaje, że je odtwarza. Twórcy *reality show* zapominają jednak o podstawowych funkcjach i zadaniach, jakie powinny spełniać media.

Analiza potoczności w programie „Big Brother”

W polskich (i nie tylko) edycjach „Big Brothera” występowało dużo elementów potoczności. W przypadku komunikacji werbalnej mieliśmy do czynienia z wieloma wulgaryzmacjami, niecenzurowanymi słowami, sloganami, potocznymi zwrotami i wyrażeniami. Przykładem mogą być piosenki ułożone przez uczestników pierwszej edycji na polecenie Wielkiego Brata. Jedną z nich był „Hymn mieszkańców domu Wielkiego Brata”, którą gracze wymyślili niemal na początku edycji: „*W ogrodzonej chacie, zamknąłeś nas Wielki Bracie. Sześć facetów, sześć towaru, to żadna dla nas kara. I jeden cel tylko mamy – wygramy, wygramy, wygramy!*”. „Towar” według „Słownika języka polskiego” to potocznie: „młoda, atrakcyjna seksualnie kobieta⁸⁰”. Wyraz „towaru” został na dodatek źle odmieniony. W tym przypadku mamy do czynienia z potocznością na płaszczyźnie werbalnej.

Z okazji dnia kobiet: Klaudiusz, Piotr Gulczyński, Sebastian, Grzegorz i Piotr Lato ułożyli dla kobiet, mieszkających w domu Wielkiego Brata, piosenkę. Przedtem ustalili jednak, że: „*nie będą dawać d*py*”. Piotr Gulczyński powiedział do kolegów: „*Jest taka sprawa - nie będziemy dawać d*py*”. Klaudiusz zapytał: „*Jak d*py?*” Na co Sebastian odpowiedział: „*Nie, d*py nie dajemy*”. Następnie mężczyźni występowali przed dziewczynami. Nie mieli na sobie nic, oprócz zielonych fartuchów kuchennych. Zaśpiewali: „*Dzień kobiet, dzień kobiet; niech każdy się dowie, że dziś jest dzień kobiet! Dzień kobiet, dzień kobiet; niech każdy się dowie, że dzisiaj jest święto kobiet!*”. Po czym zaczęli skakać, obracać się, tańczyć i wygłupiać. W tym przypadku mamy do czynienia z potocznością zarówno na płaszczyźnie werbalnej: niestosowne wyrażenia, jak również i niewerbalnej: ubiór lub jego brak.

Często w *reality show* uczestnicy pokazywani byli w pidżamach, szlafrokach, skąpych strojach. W jednej z edycji pokazano Monikę Sewioło, uczestniczkę pierwszej edy-

⁷⁹ zob. W. Godzic, *Big Brother, czyli flirt z rzeczywistością*, w: W. Godzic (red.), *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, Trio TVN S.A., Warszawa 2005, s. 54.

⁸⁰ <http://sjp.pwn.pl/szukaj/towar>

cji, stojącą nago pod prysznicem. Prysznic nie miał zamkniętych drzwi i każdy z graczy, przechodząc do pokoju, czy do lustra mógł kobietę podejrzeć. W momencie, gdy Monika się myła i kamery pokazały ją nago w planie amerykańskim i w pół zbliżeniu, z krzesłami podeszli do niej: Gulczas, Sebastian i Klaudiusz. Usiedli, patrząc się na nią. Dziewczyna próbowała ich wygonić, krzycząc na nich, rzucając w nich ręcznikiem, trochę się przy tym śmiejąc. Mężczyźni, pijąc alkohol, nie reagowali. W tym przypadku mieliśmy do czynienia z potocznością na płaszczyźnie proksemicznej. Zarówno operatorzy kamer, jak i uczestnicy *reality show* bez przyzwolenia weszli w sferę osobistą Moniki. Poza tym wystąpiła tu też potoczność werbalna oraz parajęzykowa, ponieważ dziewczyna podniosła głos, czyli ton mówienia, przerywała wypowiedzi i używała potocznych słów typu „wynocha”. Widząc tą całą sytuację Manuela wypowiedziała wulgaryzm: „*ja pier**ielę*”, co również jest elementem potoczności na płaszczyźnie werbalnej.

W innym odcinku pokazane zostało jak Manuela paliła papierosy z Alicją. Rozmawiały na temat swojego kolegi – Grzegorza. Manuela zwierzała się Ali, że zakochała się w Grześku. Podczas niespełna dwuminutowego ujęcia, użyła aż jedenaście razy elementu metatekstowego: „*wiesz*”. Rozmowa ta należy do komunikatu potocznego na płaszczyźnie werbalnej.

W innej scenie pokazani zostali Gosia, Gulczas, Ania i Karolina - kiedy rozmawiają przed domem i palą papierosy. Gosia używała przy tym wyrażenia: „*prze*ąbane*”. Następnie marudziła, że w domu Wielkiego Brata wszyscy mężczyźni są zajęci. Opowiadała kolegom, co przed wejściem do programu radzili „*wszyscy*” jej znajomi: „*Jedź Gosia i zrób sobie dziecko*”. Dziecko zostało w tym wyrażeniu potraktowane jako przedmiot, który można sobie zrobić. Mamy tu do czynienia z potocznością na płaszczyźnie werbalnej oraz na płaszczyźnie inferencji i presupozycji.

W innej scenie Ania zapytała Sebastiana: „*czy trzymałeś czterdziestoletnią babę za tyłek?*”. Sebastian odpowiedział, że nie; po czym Ania odparła: „*To potrzyмай sobie*”. Mężczyzna odpowiedział: „*dobra jest*”. Później pokazane zostało, jak uczestniczka tańczyła przy kanapie, nachylając się i kręcąc pupą. Jest to przykład potoczności na płaszczyźnie komunikacji werbalnej (słownej) i niewerbalnej - haptycznej.

Przykładem potoczności na płaszczyźnie niewerbalnej - kinezycznej jest moment, gdy Klaudiusz siedział na kanapie z Moniką Sewiolo i karmił ją bananem. Dziewczyna nie chciała jeść tego owocu, odpychała kolegę. Był to dość jednoznaczny gest ze strony Klaudiusza, niestosowny, zwłaszcza, że uczestniczka miała męża. Poza tym naruszona została przestrzeń kobiety, czyli płaszczyzna proksemiczna. W tym przypadku możemy mówić o zaistnieniu potoczności na płaszczyźnie niewerbalnej - haptycznej oraz proksemicznej.

W innym z odcinków Wielki Brat był zadowolony z postawy i zachowania Janusza w czasie alarmu przeciwpożarowego. Dał mu do wyboru jedną z dwóch nagród: telefon do rodziny albo paczkę papierosów dla każdego z graczy. Mężczyzna z ciężkim bólem w sercu zrezygnował z rozmowy z najbliższymi i zdecydował się na papierosy. W tej sytuacji Wielki Brat zagrał na uczuciach jednego z uczestników. Decyzja, którą musiał podjąć Janusz, była ciężka, ponieważ w głębi serca tęsknił i wolałby zadzwonić, ale z drugiej strony nie chciał się narażać współmieszkańcom. Wolał, żeby nie mieli do niego żalu

i pretensji. Poza tym nie wiedział, czy telefon do rodziny nie wywoła jeszcze większej tęsknoty za najbliższymi. Był to przykład potoczności na płaszczyźnie niewerbalnej oraz inferencji i presupozycji.

W jednym z odcinków uczestnicy mieli za zadanie przygotować przedstawienie cyrkowe. Piotr Lato udawał fokę, Piotr Gulczyński – małpę, Janusz – słonia afrykańskiego, Sebastian – nietoperza, Gosia, Alicja i Manuela – były koźmi, Karolina – przebrana za tancerkę, ukazana została jako „Blachara Karela”. Klaudiusz prowadził występ, krzyczał, wołał: „*dawaj*” i mówił: „*głupi słonik*”. Jest to przykład potoczności werbalnej, jak również jednego z dziwnych zadań Wielkiego Brata.

W innej scenie pokazana została Alicja z Sebastianem i z Piotrem Gulczyńskim. Siedzieli na kanapie i rozmawiali. Piotr w żartach wygiął rękę Alicji, co ją zabolalo i mimochodem uderzyła kolegę w twarz. Gulczas zdenerwował się. Spytał: „*Czemu mnie pizgasz po dyni? Pizgać to możesz swojego starego*”. Po czym obraził się i odszedł. Alicja przeproszała kolegę. Mówiła że zrobiła to niechcący, bo ją zabolalo. Natomiast Piotr odpowiedział jej: „*Takie kity to możesz u siebie w chacie robić*”. Dodał też: „*Muszę wyjść na chwilę, bo zaraz świra dostanę. Przysięgam Ci: Jeszcze raz mnie uderzysz, to Cię łapa zaboli*”. Zachowanie Piotra było przykładem potoczności werbalnej. Używał potocznych słów typu: *dynia* zamiast *głowa*, *pizgać* zamiast *uderzyć*, *chata* zamiast *dom*, *stary* zamiast *mąż*, *łapa* zamiast *ręka*. Poza tym groził dziewczynie i powiedział, że w taki sposób może traktować swojego męża, ale nie jego. W tym przypadku występuje też potoczność na płaszczyźnie niewerbalnej – haptycznej: potoczne ruchy, gesty, grymasy twarzy, odejście mężczyzny, jak również uderzenie przez Alicję współmieszkańca. Poza tym widoczne są elementy potoczności na płaszczyźnie parajęzykowej: podniesiony ton głosu, przyspieszone tempo mówienia.

Innym przykładem potoczności werbalnej był moment, gdy Piotr Gulczyński wieczorem przyszedł do pokoju kobiet. Najpierw próbował zaczepić Karolinę, mówiąc: „*Karolina ja Ciebie chcem. Masz fajną komórkę*”. Tym sposobem naśmiewał się z koleżanki, która często używała zwrotów: „*chcem*”, „*lubiam*”, zamiast: „*chcę*”, „*lubię*” i podrywała chłopaków, którzy posiadali samochody i telefony komórkowe. Gulczas udawał przy tym ton mówienia, akcent i barwę głosu koleżanki. Na zaczepki mężczyzny Karolina odpowiedziała: „*spie**alaj*”. Zarówno zachowanie Piotra jak i młodej dziewczyny posiadało elementy potoczności. Wulgaryzmy i błędy językowe są przykładem potoczności werbalnej. Naśmiewanie się z dziewczyny, elementy kpiny i ironii należą do potoczności parajęzykowej. Sam wydzźwięk tej rozmowy zawierał w sobie potoczność na płaszczyźnie inferencji i presupozycji, ponieważ Piotr chciał przekazać dziewczynie, iż jego zdaniem jest ona śmieszna i głupia.

Przykładem potoczności na płaszczyźnie werbalnej była też wypowiedź Karoliny, gdy do domu Wielkiego Brata na miejsce Piotra Lato przyszły dwie nowe osoby: Wojtek i Patrycja. Karolina, zazdrosna o Grześka, powiedziała do Manueli, Gosi i Gulczasa: „*O widzę, że Grzesiu poczuł świeże mięso*”. Mówiąc to miała na myśli Patrycję. Wypowiedź Karoliny była potocznością na płaszczyźnie inferencji i presupozycji, ponieważ wypowiadając słowo „*świeże mięso*” miała na myśli nową uczestniczkę gry.

Później na temat Patrycji rozmawiali też Piotr Gulczyński, Grzegorz i Klaudiusz. Grzesiek powiedział, iż dziewczyna mu się podoba, bo ma „duże cycki”. Piotr dodał: „Obiektywnie mi się widzi. Tylko trochę za blada”. Ocena Piotra jest raczej subiektywna, a nie obiektywna. Następnie stwierdzili, że chętnie by ją „przelecieli”. Jest to przykład potoczności na płaszczyźnie werbalnej oraz na płaszczyźnie inferencji i presupozycji.

Przykładem potoczności na płaszczyźnie proksemicznej jest moment, kiedy Wojtek brał prysznic. Dziewczyny: Patrycja, Gosia, Manuela i Karolina wzięły krzesła i poszły go podglądać. Mimo, że chłopak próbował je przegonić, dziewczyny nie chciały odejść. Naruszona została w ten sposób prywatna przestrzeń gracza. W innych odcinkach nago pokazane zostały również Alicja, Patrycja i Manuela.

Do potocznych zadań, wymyślonych przez Wielkiego Brata, należał tydzień udawania przez wszystkich graczy jednego, konkretnego i z góry narzuconego uczestnika. Janusz miał za zadanie naśladować Karolinę. Bardzo się z niej przy tym naśmiewał, dokuczał. Dziewczyna nie czuła się z tym dobrze, było jej przykro, mało się nie rozplakała. Gdy Wielki Brat zaprosił Janusza do pokoju zwierzeń, zapytał: „Witam Karolino. Jak się dzisiaj czujesz?” Janusz odpowiedział: „Gulczas, a jak myślisz? Czy ja mogę odpowiadać na takie pytania? Bo może oni chcą ze mnie zrobić idiotkę”. Janusz kpił z Karoliny. Jego zachowanie należało do potoczności na płaszczyźnie parajęzykowej (kпина); inferencji i presupozycji, ponieważ miało ukryte znaczenie; jak również parajęzykowej i niewerbalnej, ponieważ mężczyzna udawał barwę, ton i tempo mówienia koleżanki. Janusz bezpośrednio zadał też pytanie Karolinie, która miała za zadanie naśladować Patrycję: „Patrycja, a jak myślisz, czy my tam na zewnątrz mamy swoich fanów?”. W tym momencie Karolina wstała z kanapy i stwierdziła: „Nie. Słuchajcie, mnie to nie bawi w ogóle. Tyle powiem. Wiedziałam, że będzie ch**owa zabawa”. Używanie wulgaryzmów jest przykładem potoczności na płaszczyźnie werbalnej. Potocznością na płaszczyźnie werbalnej jest też pytanie Gosi do Manuely, udającej Janusza: „Janusz idziesz zaja*ać?”.

Potocznością na płaszczyźnie niewerbalnej – kinetycznej było kładzenie nóg na stół przez zawodników, na przykład przez Piotra Lato i przez Grzegorza.

W czwartej edycji „Big Brothera” nastąpiły podejrzenia, że jeden z uczestników - Adrian Nadolski jest homoseksualistą. Zrobiła się z tego afera. Zarówno w internecie, jak i w gazetach pisano, iż chłopak jest „gejem”, kłamcą i hipokrytą⁸¹. Adrian bardzo przeżywał tę sytuację, do tego stopnia, iż płakał i chciał dobrowolnie opuścić program. W ten sposób naruszona została sfera prywatna gracza. Nie musiał przyznawać się publicznie do swoich preferencji seksualnych. Tak naprawdę nie wiadomo też, ile prawdy było w tej aferze i czemu miała ona służyć. Można więc mówić o istnieniu w programie potoczności na płaszczyźnie proksemicznej. Każdy człowiek „wytwarza” bowiem wokół siebie pewną przestrzeń, którą uważa za swoją. Pozwala ona każdemu z nas zachować dystans wobec innych osób⁸². Być może Adrian chciał utrzymać dystans innych wobec swoich

⁸¹ K. San, *Adrian Nadolski z „Big Brothera” ma chłopaka!* z 3.09.2012 r.,

<http://tvscandal.blogspot.com/2012/09/adrian-nadolski-z-big-brothera-ma.html> (dostęp 3.09. 2012 r.)

⁸² Zob. J. Warchała, dz. cyt., s. 46.

spraw osobistych i nie przyznawać się do orientacji seksualnej, a być może gazety i artykuły umieszczone w internecie kłamały i podawały fałszywe plotki o chłopaku. W tym przypadku doszło do zaistnienia nie tylko potoczności na płaszczyźnie proksemicznej, ale też werbalnej. Uczestnik programu został obrzucony wyzwiskami, epitetami, wulgaryzmami i różnymi komentarzami.

Z kolei w trzeciej edycji programu – „Big Brother – Bitwa”, pokazano leżących nago i całujących się w jacuzzi Agnieszkę Frykowską i Łukasza. Potoczne było zarazem samo zachowanie graczy, jak również producentów programu, że zostały pokazane tak prywatne sprawy uczestników.

Podsumowując „Big Brother” sam w sobie był potoczny i wulgarny. Począwszy od zachowań niektórych uczestników, po tytuł programu, nawiązujący do słynnej książki George’a Orwella, po ukazanie niektórych scen i zachowań przez producentów programu, kończąc na samym celu i założeniu tego przedsięwzięcia. Program, w którym kilkanaście osób zamkniętych było w domu „Wielkiego Brata”, dwadzieścia cztery godziny na dobę nieustannie obserwowane przez kamery nawet w łazience, czy w sypialni, zawierały elementy potoczności przede wszystkim na płaszczyźnie proksemicznej. Naruszona bowiem zostaje sfera profesjonalna, prywatna oraz intymna uczestników. W takich warunkach trudno byłoby się zachowywać naturalnie, mając świadomość, że jest się ciągle nagrywanym, puszczanym w telewizji i oglądanym przez miliony widzów. „Big Brother” był to program dla ludzi o mocnych nerwach, bo nie wszyscy gracze wytrzymali presji kamer i otoczenia. Program ten tak naprawdę niczego nie uczył, nie informował, nie dostarczał rozrywki, nic nie wnosił, nie posiadał żadnych wartości. Może on być jedynie przestrożą, że tego typu przedsięwzięcia w ogóle nie powinny istnieć. Na pewno nie spełnia on podstawowych zadań, jakie powinna dostarczać telewizja.

Zakończenie

Uważam, że powinno się zakończyć emitowanie programów typu *reality show*. Termin *reality show*, według „Słownika terminologii medialnej” pod redakcją Walerego Pisarka, oznacza „pokaz rzeczywistości”. W przypadku tego typu programów można mówić o pokazie, ale nie rzeczywistości. Tak naprawdę jest to jeden, wielki pokaz potoczności: wulgarne słownictwo, niestosowne zachowania, bicie, poniżanie, znieważanie, wchodzenie w czyjąś prywatną lub intymną sferę. Elementami potoczności posługiwali się nie tylko uczestnicy programów, rywalizujący o duże kwoty pieniężne. Potoczne było samo założenie programu, jego idea, cele, strategie, manipulacja widzami. W telewizji ukazywano jedynie urywki pewnych zachowań graczy. Często były to słowa i gesty wyjęte z kontekstu.

Idea tego typu programów była następująca – kilkanaście osób zamkniętych w domu Wielkiego Brata. I tak przez kilka kolejnych edycji, aż do momentu, kiedy ten „cyrk” znudzi się ludziom, kiedy przestanie bawić widzów i nie będzie już cieszyć się popularnością. Stawką były duże pieniądze, a zwycięzca mógł być tylko jeden.

Uczestnikami programów *reality show* kierowała chęć wyróżnienia się, pociąg za sławą, popularnością, czasami władzą, a przede wszystkim chęć zdobycia pieniędzy. Aby zjednać sobie widzów, gracze starali się odróżnić od innych przez komunikację werbalną, niewerbalną, parajęzykową, proksemiczną. Agresja, wulgarność i potoczność wydawały się najskuteczniejszą drogą do osiągnięcia celu. Osoba, która zwyciężyła w programie, otrzymywała wysoką nagrodę. W pierwszej edycji *Big Brothera*, która miała miejsce w 2001 roku, uczestnicy walczyli o pół miliona złotych.

Niebezpiecznym zjawiskiem po emisji tego typu programów, które na początku XXI wieku zyskały ogromną popularność, było to, iż niektórzy uczestnicy zostali posłami, radnymi, dziennikarzami, tylko dlatego, że wzięli udział w takim, a nie innym programie i tylko dlatego, że ich twarze stały się rozpoznawane. Zazwyczaj gracze nie znali się przecież ani na polityce ani na dziennikarstwie. Osoby te były jednak powszechnie znane i lubiane. Wielu odbiorców tych programów wierzyło w długotrwałą popularność, sławę i uznanie tych ludzi, a przede wszystkim, że podobnie jak oni, również mają szansę zaistnieć przez udział w telewizji. Trzeba jednak pamiętać, że telewizja to nie jest narzędzie do pokazywania i wykreowania własnej osoby, mechanizm do robienia biznesu i wyzyskiwania innych ludzi. Telewizja to medium, które za pomocą dźwięku i obrazu ma przekazać pewne wartości. Potoczność, jaka występuje w programach *reality show*, mija się nie tylko z etyką, ale też z prawem, z psychologią oraz z podstawowymi celami i założeniami telewizji. ■

BIBLIOGRAFIA:

- Bianculli D., *Teeliteracy. Taking Television Seriously*, New York 1992.
- Bralczyk J., Majkowska G., *Język mediów - perspektywa aksjologiczna*, w: Bralczyk J., Mosiołek - Kłosińska K., *Język w mediach masowych*, Upowszechnienie Nauki - Oświata „UN - O”, Warszawa 2000.
- Briggs M., *Telewizja i jej odbiorcy w życiu codziennym*, UJ, Kraków 2010.
- Bugański M., *Język w komunikowaniu*, PWN, Warszawa 2007.
- Godzic W., *Big Brother, czyli flirt z rzeczywistością*, w: Godzic W., *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, Trio TVN S.A., Warszawa 2005.
- Godzic W., *Dlaczego telewizja jest ważna i które z jej programów są najważniejsze*, w: W. Godzic (red.), *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, Trio TVN S.A., Warszawa 2005.
- Godzic W., *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, UNIVERSITAS, Kraków 2004.
- Godzic W., *Telewizja. Ziemia jałowa czy pieszczota dla oczu?*, w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, w: Z. Bauer i E. Chudziński (red.), Universitas, Kraków 2004, s. 72.

- Godzic W., „*Wielki Brat*” a sprawa polska, w: W. Godzic, *Podglądanie Wielkiego Brata*, Rabid, Kraków 2001.
- Krzpiał M., *Fenomen ekshibicjonizmu w telewizji*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2005.
- Lubaś W., *Słownictwo potoczne w mediach*, w: Bralczyk J., Mosiołek – Kłosińska K., *Język w mediach masowych*, Upowszechnienie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000.
- Łuszczek K., *Nowoczesna telewizja czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Saternus Media, Tychy 2004.
- Mosiołek – Kłosińska K., *Język w mediach masowych*, Upowszechnienie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000.
- Orwell George, w: *OXFORD 2005 Wielka Encyklopedia Świata*, t. 11, Odra – Opole 2005.
- Piechota M., *Telewizja a rozrywka*, w: Piechota M., Stachyra G., Nowak P. (red.), *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej*, Lublin 2011.
- Prywatny*, w: *Słownik języka polskiego*, t. 2, PWN, Warszawa 1979, s. 951.
- Reality show*, w: Edward Chudziński (red.), *Słownik wiedzy o mediach*, Park Edukacja, Warszawa – Bielsko – Biała 2009.
- Rozrywka*, w: Doroszewski W. (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 7, PWN, Warszawa 1965.
- Rozrywka*, w: *Słownik języka polskiego*, t. 1, PWN, Warszawa 1978.
- Rutkiewicz I., *Jak być przyzwoitym w mediach. Rady dla dziennikarzy telewizyjnych i nie tylko*, Biblioteka Akademii Telewizyjnej TVP, Warszawa 2003.
- Warchala J., *Kategoria potoczności w języku*, UŚ, Katowice 2003.
- Uszyński J., *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Telewizja Polska S.A., Warszawa 2004.
- Wulgarny*, w: prof. Szymczak M. (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 3, PWN, Warszawa, 1981.
- Zabawa*, w: Doroszewski W. (red.), *Słownik języka polskiego*, t. 10, PWN, Warszawa 1965.

NETOGRAFIA

- Hasło: celebryta, SJP PWN, brak daty opublikowania, <http://sjp.pl/CELEBRYTA> (brak daty dostępu).
- Hasło: Grupa TVN, brak daty opublikowania, http://pl.wikipedia.org/wiki/Grupa_TVN (brak daty dostępu).
- Hasło: Janusz Dzieciół – radny rady miejskiej IV kadencji, BIP – Urząd Miejski w Grudziądzu, brak daty opublikowania,

<http://www.bip.grudziadz.pl/strony/zmiany/736.dhtml> (brak daty dostępu).

Hasło: Janusz Dzieciół – radny rady miejskiej V kadencji, BIP – Urząd Miejski w Grudziądzu, brak daty opublikowania,

<http://www.bip.grudziadz.pl/strony/zmiany/736.dhtml> (brak daty dostępu).

Hasło : Klaudiusz Sevkovic, portal samorządowy, brak daty opublikowania, <http://www.portalsamorzadowy.pl/ocen-radnych/osoba/klaudiusz-sevkovic,3137.html>, (brak daty dostępu).

Hasło: towar, SJP PWN, brak daty opublikowania, <http://sjp.pwn.pl/szukaj/towar> (brak daty dostępu).

Ozdoba T., PO traci kolejnego posła. Gwiazda Big Brothera odchodzi z PO, „Fakt 24 pl” z 14.10.2013 r.,

<http://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/po-traci-kolejnego-posla-odchodzi-janusz-dzieciol/fj04nc9> (dostęp 14.10.2013 r.).

Posłowie IV kadencji 2001 – 2005, brak daty opublikowania, <http://orka.sejm.gov.pl/ArchAll2.nsf/f37879dbe37d1bd1c1257088003d7beb/5a81f7e9ba6d2185c125708a004724cd?OpenDocument> (brak daty dostępu).

San K., *Adrian Nadolski z „Big Brothera” ma chłopaka!*, „Skandale, Plotki, Gwiazdy, Szolbiznes” z 3.09.2012 r.,

<http://tvscandal.blogspot.com/2012/09/adrian-nadolski-z-big-brothera-ma.html> (dostęp 3.09. 2012 r.).

O AUTORCE:

mgr Katarzyna Małysz – doktorantka socjologii na KUL. Ukończyła dziennikarstwo i komunikację społeczną na KUL oraz informację naukową i bibliotekoznawstwo na UMCS w Lublinie. Interesuje się sztuką, fotografią, poezją, systemami politycznymi, filmem dokumentalnym, telewizją, reklamą, geografią społeczno-gospodarczą Polski i świata, informacją naukową, socjologią, psychologią, sportem oraz modą. Adres do korespondencji: Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Katedra Filozofii Społecznej, Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin.