

Hraní na celebritu: Big Brother jako rituální událost

// Playing for Celebrity: Big Brother as Ritual Event¹

Nick Couldry

Překlad: Jan Staněk, Michal Šimůnek

Pokud máme na seriálové pořady, jako je například první britská verze reality show Big Brother,² nahlížet jakožto na události spíše než jako na texty nebo výrobní procesy, musíme vycházet z antropologické teorie, jakou je například teorie mediální události Dayana a Katze. Tento článek se snaží z antropologické perspektivy vyložit status pořadu Big Brother jako události, jeho dvojnásobný nárok na zobrazení sociální „reality“ a s tím související ambicí nabídnout „živost“ v nové, internetem umocněné podobě. Zmíněné dvojnásobnosti lze vysledovat nejen v diskurzu samotného pořadu, ale i v diskurzích producentů a ostatních lidí kolem něj; přičemž jde o dvojnásobnosti, které jsou stejně ideologické jako byl „mýtus“ pro Rolanda Barthesa.

Poznámka autora: Rád bych poděkoval Janet Jonesové za to, že se mnou diskutovala o svém, byť ještě nepublikovaném výzkumu, editorům Annettě Hillové a Garethu Palmerovi za jejich užitečné poznámky k prvním verzím tohoto článku a mým kolegům za komentáře k podobnému textu, který jsem přednesl v únoru roku 2001 na LSE (London School of Economics and Political Science).

Ačkoli ve Velké Británii běžely již dvě série Big Brothera a třetí se plánuje na rok 2002,³ máme zvláštní důvod pro to, abychom se zaměřili, tak jak to činím já, na první sérii vysílanou ve Velké Británii stanicí Channel Four (od června do září 2000, dále v textu jako BBUK1). Chci se zamyslet nad *Big Brotherem* ne jako nad produkcí či jako nad textem, ale jako nad událostí mající různá dějiště, jako nad „okamžitou kondenzací“ (Maffesoli 1993: xv)⁴ účasti, která byla rovněž neodbytnou *reprezentací* účasti. Chci se, stručně řečeno, zamyslet nad *Big Brotherem* jako nad mediální událostí. Jelikož poutavost mediálních událostí závisí částečně na našem vědomí jejich jedinečnosti, podléhají zákonu klesajících výnosů; z tohoto důvodu se naší analýze nabízí právě první série *Big Brothera*.

1 Text je zkráceným překladem studie: Couldry, Nick. 2002. „Playing for Celebrity: Big Brother as Ritual Event.“ Pp. 283–293 in *Television & New Media*, r. 3, č. 3.

2 Formát televizní reality show Big Brother z dílny nizozemské produkční společnosti Endemol v některých aspektech přímo odkazuje na Orwellův román *1984*. Ačkoli české překlady tohoto románu překládají spojení „Big Brother“ jako „Velký bratr“ (srov. např. Orwell 1991 v překladu Evy Šimečkové), rozhodli jsme se v kontextu Couldryho článku o reality show ponechat původní anglický název Big Brother, protože česká verze této reality show, vysílaná doposud v jediné sérii od srpna do prosince 2005 na TV Nova, rovněž užívala anglického označení. (Pozn. překl.)

3 V roce 2007 Channel Four odvysílala již osmou sérii Big Brothera, v současné době probíhá konkurz na sérii devátou. (Pozn. překl.)

4 V originále „instant condensation“. (Pozn. překl.)

Analýza mediálních událostí vyžaduje širší teoretický rámec. Pokud stejně jako Raymond Williams (1975: 9) přistoupíme na to, že součástí moci televize je její schopnost poskytovat nám „obrazy našeho života, jaký je“, pak musíme vnímat televizi jako ohnisko bojů o to, které obrazy sociálního světa se budou jevit samozřejmé (srov. Bourdieu 1990), jinak řečeno, jako místo masivního soustředění symbolické moci se všemi vyplývajícími rituálními rozměry. Dnes, více než dvě desetiletí po vydání Williamsova textu a v situaci, kdy velká část mediální produkce (týká se to nejen televize, ale i internetu) je věnována výhradně předvádění „obyčejné“ skutečnosti, je potřeba takovéto analýzy, jež se zaměřuje na otázku rituálu, o to naléhavější. V tomto článku chci ve schematické podobě prozkoumat možnosti tohoto přístupu.

Nejde mi o to, interpretovat BBUK1 jako text a vyvozovat z toho závěry o britské společnosti (představovat si, že texty zachycují výřezy sociálního jednání, je nesprávné). Cílem je prozkoumat, jak BBUK1 jakožto událost dává smysl z perspektivy některých teorií rituálních rozměrů médií, včetně mé vlastní (Couldry 2000b, 2003) BBUK1 je prostě testem, zda a do jaké míry jsou takovéto teorie užitečné.

Nástin teoretického pozadí

Daniel Dayan a Elihu Katz (1992) ve své průkopnické práci o medializovaných veřejných událostech tvrdili, že analýza médií se s tak komplexními procesy, jakým bylo například vysílání pohřbu prezidenta Kennedyho v roce 1963, může adekvátně vypořádat pouze tak, že bude vycházet z širšího pole antropologických teorií. Událost, která měla sama o sobě velký veřejný význam, byla v takovýchto případech medializací transformována určitými způsoby, jež je možno analyzovat. Byla zesílena, retextualizována, přenesena do jiných rozměrů, ve kterých by mohlo docházet k diskusi o jejím významu nebo k jeho zpochybnování. Řečeno výstižnou formulací Dayana a Katze, televize „zesiluje hru“ (1992: 186), přičemž „hra“ – navazujeme zde na její chápání u Victora Turnera – má vážný význam jakožto proces vytržený z běhu každodenního života; proces, který společnost přivádí k reflexi sebe samé.

Vážná hra je, v určitém ohledu, nástupcem, a nikoli příkladem náboženských rituálů (Turner 1992: 124). V širším smyslu však takováto hra – spolu s mediálními událostmi, které se na ni soustředí – stále představuje rituál, posunutý ovšem do jiné polohy.⁵ Hra, jak prohlašoval již Roger Silverstone (1981, 1988), sám vycházející z Douglase (1984: 63–64), se podílí na rituálním rámci, skrze nějž se členové společnosti vztahují k nejdůležitějším sdíleným významům a hodnotám. Televize hraje v našich sociálních a individuálních životech především roli rámce, přes který získáváme přístup k tomu, co se jakožto sociální odlišuje od pouze individuálního. Mediální události jsou jednoduše nejkondenzovanější a nejorganizovanější příklady širšího procesu, jenž ustavuje a znovu-ustavuje média (televizi, ale také rozhlas a tisk) jako místo, kde hledáme tu realitu, kterou nazýváme „sociální“: toto je „rámující“ rozměr mediální moci. (Couldry 2000b: 42–4)

Takovým způsobem – skrze spojení s procesem zarámování – můžeme užít konceptu „mediální události“ i mimo liminální sociální dramata, na nichž byla založena (opět v závislosti na Victoru Turnerovi) argumentace Dayana a Katze. Mediální události jsou procesy, jimiž společnost „bere na vědomí sama sebe“ (Turner 1974: 239), či spíše díky nimž *vypadá*, že tak činí. Mediální události proto nemusí zahrnovat důležité sociální krize, ale to ještě

5 Nadužívání pojmu *rituál* ve vztahu k médiím je problematické (Corner 1999), avšak tato výtka není, jak bych rád ukázal, v našem případě rozhodující.

neznamená, že je Boorstinovým (1961) přezíravým způsobem zredukujeme na kategorii „pseudoudalosti“.

Tento přístup k mediálním událostem skrze jejich význam pro ústřední hodnoty společnosti a vůbec naše vnímání sebe samých jako bytostí náležejících sociálnímu řádu se odvozuje z Durkheimova klasického díla o společenské povaze náboženství. (Durkheim [1912] 2002) Z této durkheimovské argumentace můžeme, jak podrobněji vysvětlují jiní (Couldry 2000b, 2003), čerpat, aniž bychom museli přijmout její funkcionalismus. Zásadní je ono svrchu dodané upřesnění – „díky nimž vypadá, že tak činí“. Klíčovým bodem, o němž Durkheim pomlčel a na který, pokud budeme Durkheima přizpůsobovat svým záměrům, musíme klást zvláštní důraz, je to, že v soudobých společnostech ovládaných masovými médii jsou všechny nebo téměř všechny naše zkušenosti s „rámováním“ medializované, a nikoli bezprostřední, a proto procházejí institucionálními mechanismy reprezentace, které nevyhnutelně způsobují jejich více či méně závažná zkreslení. Média, vyskytující se v jakékoli společnosti, mají sklon být naturalizována jako její rituální rámec, takže zkreslení vlastní té které institucionalizaci přestává být z hlediska politického nebo sociálního konfliktu patrné. Autorita médií je konstrukcí. To však neznamená, že by ke sporům o oprávněnost nároku médií na zobrazování „světa“ nedocházelo, jen jsou zřídka explicitně formulovány. Pokud tedy ve vztahu k BBUK1 hovořím o „rituálu“ a „zarámování“, nenaznačuji, že tato mediální událost bezproblémově „sloužila“ k potvrzování sociálního, natož abych ji velebil jako cosi, co Británii jako národ spojilo! Vycházím-li z Durkheima, jde mi o to ukázat, co vše je v sázce, když si televize činí nárok na zobrazování „reality“.

Tyto sázky jsou komplikovány ve světle nedávných adaptací Durkheima, které kladou důraz ani ne tak na schopnost „společnosti“ (*society*) sjednotit se kolem jedné zkušenosti „sociálního“ (*the social*), jako spíše na lokální „společenství“ (*socialities*), v nichž lidé objevují to, co je spojuje. Zde nacházíme onen zdánlivě fragmentární, ale trvale propojený sociální prostor, o němž Maffesoli píše v knize *The Time of the Tribes*, prostor stmelelý tím, co Maffesoli nazývá „estetikou sdíleného my“ („*aesthetic of the we*“). (Maffesoli 1996: 12) Formy sociální soudržnosti již podle Maffesoliho nejsou předem zřejmé, nýbrž je neustále nacházíme a vyhledáváme v poměrně malých měřítcích. Přes všechny své nedostatky⁶ je Maffesoliho vize sociálního prostoru nevyhnutelně ovládaného zmíněnou „estetikou sdíleného my“ – to jest hledáním kontextů, ve kterých se můžeme vnímat skrze společně sdílené – užitečným výchozím bodem pro analýzu BBUK1 jako události.

Tři linie analýzy „Živá“ událost

„Velký bratr tě bude sledovat – ale nakonec, kdo nebude?“

Davina McColl, moderátorka BBUK,
vysílání z 18. srpna 2000

Všechny mediální události vyžadují vlastnost „živosti“. Je to právě živost, která umožňuje vzdálenému publiku nabytí dojmu, že sleduje událost zevnitř. (Dayan a Katz 1992: 115) Živost události není podmíněna tím, že každá její část je vysílána živě, ale spíše

6 Maffesoli dále tvrdí, že energie těchto společenství nahradila „třidu“ jakožto princip strukturace společnosti: vymazání třídních pojmů z veřejných prohlášení však neznamená, že by třídní princip přestal hrát roli. (srov. Couldry 2001) Maffesoliho názor obecně postrádá ukotvení v analýze současného kapitalismu a role médií v něm.

přesvědčením, že sledování jejího mediálního pokrytí poskytuje obecně sdílený, ale přesto výlučný přístup k tomu, jak se odehrává. (Média, která komentují, co se „právě“ odehrálo, nebo předjímají, co se ještě odehraje, k vytvoření dojmu „živé“ televizní události přispívají též.) Živost vskutku není prostým faktem, nýbrž „konvenčním očekáváním“ (Saenz 1994: 576), předpokladem soudržnosti, kterou média usilovně budují.⁷

Snaha médií vytvořit z BBUK1 „živou“ událost velkých rozměrů byla zcela zjevná. Nejzřejmější to bylo při pátečním nočním vysílání, kdy byly oznamovány výsledky diváckého hlasování o tom, kdo bude z vily⁸ vykázán. Tyto přenosy se stále snažily utvrdit diváka v přesvědčení, že právě „ted“ se každý dívá, rozhoduje a hlasuje: skvělý příklad „ideologie živosti“. (Feuer 1983) Důležitá byla rovněž skutečnost, že tisk o průběhu BBUK1 průběžně přinášel zprávy. Nejpozoruhodnější byla nicméně – jako potvrzení faktu, že „živost“ je konstrukce vytvářená napříč různými médii – role webové stránky BBUK1, kde bylo možno bez přestání sledovat záznamy z vily. Podle Guardianu (*Guardian*, 18. srpen 2000, s. 1) byl přenos nejdramatičtější části první řady, vyloučení „Nasty Nicka“, v Británii nesledovanějším webovým přenosem vůbec. „Živé“ internetové přenosy byly dále „remediovány“ (Bolter and Grusin 1999) a každou hodinu přenášeny na obří obrazovku „Global Media Interface“ umístěnou na londýnském Leicester Square; slovy webové stránky BBUK1: „Toto okno do světa Big Brothera se každou hodinu otevře na patnáct minut.“⁹ Stěžejní význam webové stránky pro mediální událost, během níž byl Nick vyloučen, byl ohromující (Lawson 2000), přesto však bylo samotné televizní vysílání následně hodnoceno jako jeden z „vrcholných televizních momentů“ srovnatelný s přenosem z pohřbu princezny Diany. (*Metro*, 19. říjen 2000, s. 7) „Živost“ byla v tomto případě, podobně jako v řadě dalších případů, intermediální konstrukcí, avšak BBUK1 byla významná tím, že prohloubila složitosti propojení mezi jednotlivými médii a rozšířila stěžejní úlohu webu pro tato propojení. Tento proces byl ještě zintenzivněn během vysílání BBUK2, kdy bylo na digitálním kanálu E4¹⁰ zajištěno nepřetržité živé vysílání z vily.

Výše uvedené však nevysvětluje, jaká část obsahu učinila z BBUK1 mediální událost. Na rozdíl od případů zkoumaných Dayanem a Katzem se v případě BBUK1 nesetkáváme s významnou veřejnou událostí, která by předcházela události mediální: deset o peníze soutěžících lidí zamčených v uzavřeném objektu nemá samo o sobě veřejný význam! *Jediným* výchozím bodem pro analýzu významu toho, co se ve vile *Big Brothera* odehrálo, byla přítomnost televizních kamer. Proto bylo důležité *upořádování* této skutečnosti v průběhu televizního vysílání a současné zdůrazňování, že události nejsou do posledního detailu nijak podřizovány účelům jejich mediální prezentace. Výstižně tuto strategii vyjádřila šéfredaktrka BBUK1 Ruth Wrigleyová: „Chtěla jsem, aby to vypadalo živě a bylo to vzrušující... nemělo to být uhlazené drama. *Točili jsme to na ostro* a silnou stránkou vysílání bylo, že diváci to tak vnímali.“ (citováno dle oficiální knihy BBUK1, Ritchie 2000: 11, kurzíva NC) Natačení „na ostro“ se paradoxně zasloužilo o to, že diváci *nenabyli* dojmu, že se dívají pouze na deset lidí předvádějících se před kamerou. Psychologický diskurz pořadu (s najatými psychology) sehrál svou roli, jelikož podporoval představu

7 Paddy Scannell (1996) výraznou měrou přispěl k analýze toho, jak je tato konstrukce udržována.

8 V britských reality show „typu vila“ se pro označení objektu, ve kterém jsou uzavřeni soutěžící, používá slova „house“ (dům). Při překladu jsme podrželi v českém kontextu zažitě označení *vila*, které bylo užíváno jednak v průběhu dvou taktů zaměřených show (*Big Brother* na TV Nova a *VyVolení* na TV Prima) a rovněž v publicistických i odborných reflexích těchto televizních formátů. (Pozn. překl.)

9 http://www.bigbrother.terra.com/links/links_001.htm, (18.8. 2000).

10 Digitální televizní kanál, který v roce 2001 spustila televizní stanice Channel Four. (Pozn. překl.)

(stěží nenapadnutelnou!), že podrobení deseti lidí celonárodnímu dohledu po dobu dvou měsíců odhalí jejich „skutečnou“ lidskou přirozenost. Jak poznamenal Wrigley, „nikdo se nedokáže před kamerou po celou dobu ovládat a přetvařovat – veřejnost se neodvratně blížila k tomu, spatřit je [účastníky] takové, jací skutečně byli“ (Ritchie 2000: 26), uzříť „pravdu“ natolik nezvyklou, že musela být podpořena „odborným“ názorem psychologů. Cílem BBUK1, jak se bez ironie píše v oficiální knize pořadu, „nemělo být pouhé ukazování toho, co se dělo ve vile, nybrž měly být prozkoumány za pomoci nejlepších psychologů lidské vztahy“. (Ritchie 2000: 9)

Jak „živost“ BBUK1, tak i představa, že je tato živost *důležitá*, tedy byly komplexními konstrukcemi, přičemž obě tyto konstrukce odlišnými způsoby závisely na medializaci (dané přítomností kamer a velkého celonárodního publika). Proto není překvapující, že ztvárnění BBUK1 *jako* mediální události („dnes večer se bude celý národ dívat a rozhodovat“)¹¹ bylo významnou částí jejího obsahu.

Média/Obyčejné

„Všechno, co [po skončení série] zbylo, jsou dveře, kterými soutěžící vešli jako neznámé tváře a vyšli jako nejnovější britské celebrity.“

Heat 23. 29. září 2000, s. 10

Tím vším nechceme popírat, že BBUK1 mělo jistý obsah i mimo své sebepotvrzování jakožto mediální události. Bylo zábavné a fascinující sledovat rozpory v projevech soutěžících, když přecházeli z medializovaného jeviště do medializovaného zákulisí (když ve zpovědnici [*diary room*] před miliónovým publikem vybírali toho, kdo jako další ve hře skončí) a pak se znovu vraceli do prostoru vily. Můžeme se ovšem ptát: A co má být? Nic z toho by neospravedlnilo pojmání BBUK1 jako mediální *události*.

Vedle podrobností zachycených na záznamu soutěže tu nicméně byly ještě dva další faktory, které ke statutu BBUK1 coby události přispívaly: zaprvé v pozadí stále přítomný nárok médií zobrazovat skutečnost a zadruhé hierarchický rozdíl mezi lidmi objevujícími se v médiích (včetně celebrit) a („obyčejnými“) lidmi, kteří se v médiích neobjevují (k tomuto vztahu viz též Couldry 2000b, kap. 3).

První faktor zde již byl implicitně přítomný. Myšlenka, že BBUK1 odhaluje něco důležitého o povaze lidské interakce *bez* kamery, byla klíčovou pro celý pořad, stejně jako je klíčová pro jakoukoliv televizní reality show. Slovy producenta nejnovější úspěšné britské show *Popstars*: „Není to jen zábava, je to drama ze skutečného života.“¹² Tato myšlenka – že nanejvýš umělé, medializované prostředí, jakým bylo BBUK1, by mohlo odhalit něco významného o lidské interakci *mimo* kameru – je zjevně nevěrohodná. V pozadí tohoto přesvědčení – potud, pokud bylo přijato (o tom viz níže) – nebyl pouze již zmíněný „odborný“ psychologický názor, ale bylo tu i něco podstatnějšího: naturalizované přesvědčení, že média jsou rámcem, skrze nějž máme obvykle přístup k sociální realitě. Bez opory v tomto přesvědčení by se podle mne narativní nárok pořadu zhroutil vlastní vahou. Paradoxně to byla právě „obyčejnost“ toho, co nám ukazovaly kamery *Big Brothera*, která potvrzovala širší nárok televize zobrazovat „naši“ skutečnost: do té míry, nakolik byla „obyčejná“, to byla skutečnost, jež by existovala i bez přítomnosti médií.

11 Davina McCollová o BBUK 15. září 2000.

12 Nigel Lythgow, citováno v *Guardianu*, 10. leden 2001, s. 7.

Obyčejnost je vskutku tím, co nám média často chtějí ukazovat: BBUK1 byl pořadem, kde „poprvé v Británii byli obyčejní lidé pozorováni celých 24 hodin“. (Ritchie 2000: 8) Proto bylo pro producenty BBUK1 tak důležité tvrdit, že ti, kdo vstupují do světa show, se nikdy předtím nezapletli se světem médií. To je nejlepší vysvětlení pro jinak velmi přísné pravidlo, že kdokoli, kdo se jen zmíní médiím o svém nastávajícím vystupování v pořadu, z něj bude automaticky vyloučen. (Ritchie 2000: 28) Jak jinak by mohla být zaručena obyčejnost reality, již nabízela show? Z toho samého důvodu se série *Celebrity Big Brother*, vysílaná rovněž v roce 2001, jejíž výtěžky putovaly na dobročinné účely, mnohým paradoxně zdála méně úspěšná. S celebrity, nikoliv „obyčejnými“ lidmi jako obyvateli vily, bylo mnohem méně jasné, co se vlastně „odhalovalo“ během hry či při jejím vyvrcholení: samozřejmě víme, že celebrity jsou *ve skutečnosti* „obyčejné“, a pohled na celebrity potvrzující svůj status celebrity tím, že vyhraje soutěž, nepřinášel žádné vzrušení.

Přesto, a zde se dostáváme k druhému faktoru podporujícímu status BBUK1 jako mediální události, to byl přesně onen přechod od obyčejné (v médiích se neobjevující) osoby k celebritě (v médiích se objevující osobě), jenž byl cílem celé hry. Zde máme hlavní rámec, bez kterého by hra nedávala smysl, i když během ní měli soutěžící sklon o tom nemluvit. Většina soutěžících výslovně zmiňovala záměr vstoupit do mediálního světa (Ritchie 2000: 34, 36, 40, 44, 77) a nikdo, kdo sledoval páteční noční show, když vyloučený hráč vyšel ze studia do špalíru skandujících fanoušků – nemluvě o finálové noci s jejím velkým pódiem, videomosty, fotografy od tisku, podpurnými vyjádřeními celebrity atd. –, nemohl být na pochybách o tom, že proměna v celebrity byla vyvrcholením celého pořadu.

Kategorie celebrity – ustavující hierarchický rozdíl mezi lidmi objevujícími se v médiích a lidmi, kteří se v nich neobjevují – je zpochybnitelná viditelněji než status médií jako autoritativního zdroje reprezentací sociální reality. Pozice celebrity upevňuje hranici mezi těmi, kdo jsou v médiích, a těmi, kdo v nich nejsou: tato hranice byla jasně znázorněna, když byli vítězové během finálové noci zpovídáni jako celebrity a při rozhovorech živě propovíáni s přáteli a známými na různých místech. Darrenovi (skončil třetí) ukázali *lollipop lady*,¹³ která mu jako dítěti pomáhala přes ulici. Nepamatoval se na ni, a o to možná šlo: ukázat stereotyp sociální obyčejnosti nahlížený z pozice celebrity a tím potvrdit vzdálenost, kterou Darren urazil.

Ke „změkčení“ hierarchického rozdílu mezi mediálním a obyčejným byly použity minimálně dvě strategie: zaprvé trvání na tom, že *všichni* účastníci se stali celebrity (všichni se při finálové noci objevili na jevišti), a zadruhé zdůrazňování jiných příběhů, které zakrývaly proměnu v celebrity, zejména dojemného *návratu* účastníků k rodině a blízkým přátelům. Bylo by ale podivné z toho vyvozovat, že série prostě obhajovala „obyčejný život“. I zběžný pohled na soutěžící potvrdil, že byli vybráni kvůli své přizpůsobenosti konvencím platným pro vzhled lidí z médií. Oficiální kniha BBUK1 je opět odzbrojujícím způsobem upřímná. Kdokoli ve věku 45 let nebo starší byl vyřazen, či spíše, jak se eufemisticky vyjádřil jeden psycholog najatý televizí, „nebyli vyloučeni, ale museli jsme zvlášť pečlivě prozkoumat jejich motivy“, přičemž zůstalo nevysvětleno, proč to vůbec bylo nutné. Lidé, kteří se vyznačovali tím, co bylo považováno za psychologické slabosti, byli rovněž vyřazeni. Klíčovou rolí byla tautologická role mediální přátelskosti: „Sáhli jsme prostě po lidech,

13 Jako *lollipop lady* a *lollipop man* jsou v Británii nazýváni dobrovolníci, kteří pomáhají (například v blízkosti škol) dětem přejít přes ulici. V ruce drží velkou na tyči připevněnou značku „STOP“, která připomíná lízátko. Odtud jejich označení Lollipop Lady/Man (Paní/Pán s lízátkem). (Pozn. překl.)

kteří se nám líbili, po lidech, kteří měli charisma, byli zajímaví....¹⁴ Skutečné diskriminace, na nichž je založen mediální obraz světa (zejména hierarchický rozdíl mezi „lidmi objevujícími se v médiích“ a „obyčejnými lidmi“), jsou sem vpašovány slovem „prostě“, jedním z oněch „malých slov“ která, jak tvrdí Michael Billig (1997), odvádějí tolik ideologické práce. A ve větším měřítku to byly právě tyto diskriminace, které potvrdila série jako celek.

Fikce, nebo falešné pravdy?

Nedomnívám se však, že BBUK1 přesvědčila většinu svých diváků o tom, že poskytuje vhled do naší sociální „reality“. Je obzvláště složité zkoumat, v co lidé věří. Mezi předpoklady, na jejichž základě lidé obvykle jednají (a bez nichž by většina debat o pořadu byla těžko vysvětlitelná), a explicitně vyjadřovanými názory, ke kterým by se na dotaz otevřeně přihlásili, je podstatný rozdíl. Výzkum Janet Jonesové, jeden z prvních o fanoušcích webových stránek BBUK1 (Jones 2001), ukázal, že jasná většina diváků vysoce hodnotila pravdomluvnost a upřímnost soutěžících, což naznačuje, že vysílání bylo alespoň částečně čteno jako odhalení pravé povahy soutěžících, a nikoli pouze jako hra, ve které jde o to vyhrát. Toto zjištění potvrdil a do širších souvislostí uvedl rozsáhlejší výzkum Annette Hillové zaměřený na publika televizních reality show. (Hill 2002)

Důležitější může být právě dvojnáčnost pořadu a události. BBUK1, stejně jako všechny úspěšné kolektivní hry, z dvojnáčnosti těží: ano, byla to pouze hra, v jejím průběhu však byly odhaleny významné pravdy. Vezměte si například nakládání s antihrdinou pořadu všeobecně známým jako „Nasty Nick“. „Provinil se“ nikoli tím, že by hrál špatně, nýbrž tím, že jeho hraní bylo v krátkodobé perspektivě příliš účinné, neboť se snažil ovlivňovat ostatní soutěžící při rozhodování o tom, kdo bude vyloučen z vily; byl rovněž soutěžícím, který se nejusilovněji snažil kontrolovat svůj obraz předkládaný širokému mediálnímu publiku. Ličení jeho machinací bulvárním tiskem bylo v prvních týdnech vysílání jedním z faktorů, které vytvářely dramatickou „hloubku“ pořadu. Na Nickovu hlavu se snesla spousta morálních odsudků, což se projevilo i v tom, jak s ním nakládali v samotné vile: těsně před tím, než byl vyloučen z vily, připustil v průběhu své zpovědi: „Udělal jsem chybu, musím se s ní naučit žít.“ Několik málo dní po jeho vyloučení stvrdil jeden z bulvárních deníků, který jej původně pomlouval, jeho status celebrity tím, že mu zorganizoval setkání s Bradem Pittem, jenž údajně projevil zájem setkat se s ním. (*The Sun*, 24. srpen 2000. s. 1, 4)

Nejpodivnější dvojnáčnost se týkala toho, co obnáší zkušenost uvěznění ve vile *Big Brothera*. Craig, konečný vítěz soutěže, prohlásil ve zpovědnici (uvedeno v Ritchie 2000: 108), že to znamenalo konfrontaci s vlastním životem: „Ve vile pro mě byl nejhorší asi nedostatek svobody dívat se trochu na telku a jít vyvenčit psy. Televize odvádí od přemýšlení o vašem vlastním životě, je to rozptýlení a nemyslím pak na špatné věci.“ Význam těch *druhých*, kteří sledují vysílání, tak byl dvojnáčný: jak rozptýlení (pouhá druhotná realita), tak poučná zkušenost (sledování druhých, jak objevují sebe sama). Média byla jak fiktivním prostorem, tak oknem do skutečnosti. Média nemají potřebu podobné dvojnáčnosti řešit, neboť právě na těchto dvojnáčnostech závisí jejich symbolická autorita. (Coudry 2000b: 50–51; Meyrowitz 1992)

Závěr

Je pozoruhodné, jak velké úsilí je dnes věnováno televiznímu zobrazování obyčejného, blízkého, spíše než spektakulárního; zdá se, že jsme dospěli k pravému opaku společnosti

14 Ritchie (2000: 23, 25, 26).

spektáklu. Rozporuplnost tohoto tvrzení je však pouze zdánlivá. I když necháme stranou ostatní související faktory (ekonomické tlaky, nutnost vyplnit více vysílacího času), nenápadné předvádění každodenní „reality“ pravděpodobně vytváří nejčistší formu legitimizace mediálního rámce. (Couldry 2000b: 16–17)

Fakt, že tato legitimizace obvykle funguje, je zcela v souladu se skepticismem ohledně realističnosti jednotlivých pořadů, přičemž je stejně tak důležitý, neboť právě všeobecná praxe vytváření a sledování „televizních reality show“ a její vytrvalost překonávající občasně skandály¹⁵ jsou tím, co potřebuje naše vysvětlení.

Klíčovou částí této praxe, jak tomu alespoň nasvědčuje BBUK1, je nepřetržité pohrávání si s dvojznačným nárokem na věrné předvádění skutečnosti. Pořad a diskurz s ním spojený v různých momentech vykresluje BBUK1 jako pouhé rozptýlení (jako fikci) a jako poznávání společnosti (jako skutečnost). Je to právě tato dvojznačnost a s ní související nevyřešené přecházení mezi těmito dvěma nesmiřitelnými pozicemi (tím, co Roland Barthes [2004] nazýval „otáčivým efektem“ [*turnstile effect*]¹⁶), která je obecnou charakteristikou mýtu.

To je jeden z důvodů trvalého zájmu o televizní reality show, který je třeba dále sledovat prostřednictvím mezinárodního srovnávání kultur, které tyto pořady obklopují. *Big Brother*, alespoň ve své britské verzi, dále rozvíjí ambivalentní povahu pořadu tím, že se snaží vsugerovat představu o možnosti upevnit společenství prostřednictvím sledování hry, ve které jednotlivci soupeří o přízeň spolusoutěžících a přihlížejících diváků. Předpokládáme, že tento televizní formát dlouhodobě přetrvává: je nejasné, zdali nám to více osvětlí dnešní „nasycený individualismus“ (Maffesoli 1996: 64) nebo potřebu podpořit uvědomovanou krizi autority medií jakožto našeho „příkladného středu“. ¹⁷ (Geertz 1980: 13) Možná, že bude platit obojí. Ať už rozvádíme naše spekulace jakkoliv, podstatné je, jaký teoretický rámec si zvolíme za průvodce tímto spleťtým teritoriem; doufám, že jsem ukázal jednu z možných cest vpřed.

O autorovi:

Nick Couldry přednášel v letech 2001 až 2006 na London School of Economics, od září roku 2006 působí na Goldsmiths College na University of London. Je autorem či editorem řady knih: *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age* (Routledge, 2000), *Inside Culture* (Sage, 2000), *Media Rituals: A Critical Approach* (Routledge, 2003), *Media Space: Place, Scale and Culture in a Media Age* (společně s Annou McCarthyovou, Routledge, 2003), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (společně s Jamesem Curranem, Rowman and Littlefield, 2006), *Listening Beyond the Echoes: Media, Ethics, and Agency in an Uncertain World* (Paradigm Publishers, 2006). Couldry vychází z antropologických a kulturních přístupů, ve svých výzkumech se zaměřuje na televizní reality formáty, alternativní a komunitní média, vztah médií a demokracie a na metodologické aspekty výzkumu médií. V nedávné době se podílel na výzkumném projektu *Media consumption and the Future of Public Connection*, jehož závěry publikoval společně se Soniou Livingstonovou a Timem Markhamem v knize *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention* (Palgrave Macmillan, 2007). Couldry spolu-

15 Viz Couldry (2000a).

16 Couldry zde odkazuje na – pro mýtus charakteristickou – dynamiku, která je založena na otáčení formy a smyslu a kterou Barthes rozvinul v knize *Mytologie*. (viz Barthes 2004: 119–126) (Pozn. překl.)

17 Překlad pojmu „*exemplary center*“ jsme převzali z českého překladu Geertzovy eseje *Politika minulosti, politika přítomnosti: Několik poznámek k využití antropologie v chápání nových států* (překlad Hedvika Humlíčková), která vyšla v knize *Interpretace kultur*. (Geertz 2000: 363–380) (Pozn. překl.)

pracuje na rozsáhlém výzkumném programu Goldsmiths Media Research Programme: Spaces, Connections, Control a je vedoucím Center for the Study of Global Media and Democracy, které v roce 2007 spoluzákladal právě na Goldsmiths University.

E-mail: n.couldry@gold.ac.uk

Literatura:

- Barthes, Roland. 2004. *Mytologie*. Praha: Dokořán.
- Billig, Michael. 1997. „From Codes to Utterances: Cultural Studies, Discourse and Psychology.“ Pp. 205–226 in *Cultural Studies in Question*. Ed. M. Ferguson – P. Golding. London: Sage.
- Bolter, Jay David – Grusin, Richard. 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Boorstin, Daniel. 1961. *The Image—Or What Happened to the American Dream*. London: Weidenfeld and Nicholson.
- Bourdieu, Pierre. 1990. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity.
- Corner, John. 1999. „Review of *Media Ritual and Identity*, edited by T. Liebes and J. Curran.“ Pp. 416–419 in *European Journal of Cultural Studies*, r. 2, č. 3.
- Couldry, Nick. 2000a. *Fake Talk Shows and Other Scandals: Taking Media (Un)Belief Seriously*. (Nepublikovaný rukopis.)
- Couldry, Nick. 2000b. *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of Media Power*. London: Routledge.
- Couldry, Nick. 2001. „The Umbrella Man: Crossing a Landscape of Speech and Silence.“ Pp. 131–152 in *European Journal of Cultural Studies*, r. 4, č. 2.
- Couldry, Nick. 2003. *Media Rituals*. London: Routledge.
- Dayan, Daniel – Katz, Elihu. 1992. *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Douglas, Mary. 1984. *Purity and Danger*. London: Ark Paperbacks.
- Durkheim, Emile. [1912] 2002. *Elementární formy náboženského života*. Praha: Oikoymenh.
- Feuer, Jane. 1983. „The Concept of Live Television: Ontology as Ideology.“ In *Regarding Television*. Ed. Kaplan, E. A. Los Angeles: The American Film Institute.
- Geertz, Clifford. 1980. *Negara: The Theatre State in Nineteenth Century Bali*. Princeton: Princeton University Press.
- Hill, Anette. 2002. „Big Brother: The Real Audience.“ Pp. 323–340 in *Television & New Media*, r. 3, č. 3.
- Jones, Janet. 2001. „Pore Close TV.“ (Přednáška.) *MeCCSA Conference*, Loughborough University, leden 2001.
- Lawson, Mark. 2000. „Where Were You When Nasty Nick Was Kicked Out of Big Brother?“ Pp. G2:2–3 in *Guardian*, 18. srpen 2000.
- Maffesoli, Michel. 1993. *The Shadow of Dionysus*. New York: State University of New York Press.
- Maffesoli, Michel. 1996. *The Time of the Tribes*. London: Sage.
- Meyrowitz, Joshua. 1992. „The Power of TV News.“ In *The World and I*, červen 1992.
- Ritchie, Jean. 2000. *Big Brother: The Official Unseen Story*. London: Channel Four Books.
- Saenz, Michael. 1994. „Television Viewing as a Cultural Practice.“ In *Television: The Critical View*. (Čtvrté vydání.) Ed. Newcombe, H. New York: Oxford University Press.
- Scannell, Paddy. 1996. *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.
- Silverstone, Roger. 1981. *The Message of Television*. London: Heinemann Educational Books.
- Silverstone, Roger. 1988. „Television Myth and Culture.“ In *Media Myths and Narratives*. E. Carey, J. Newbury Park: Sage.

Turner, Victor. 1974. *Dramas Fields and Metaphors*. Ithaca: Cornell University Press.

Turner, Victor. 1992. *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ.

Williams, Raymond. 1975. *Drama in a Dramatised Society*. Cambridge: Cambridge University Press.

Literatura odkazovaná překladateli:

Geertz, Clifford 2000. *Interpretace kultur*. Praha: SLON.

Orwell, George 1991. 1984. Praha: Naše vojsko.