

**Srđan Prodanović**

*Institut za filozofiju i društvenu teoriju,  
Univerzitet u Beogradu  
sdpro@gmail.com*

## **Između heterotopije i ideologije: o realnostima rijaliti programa u Srbiji\***

**Apstrakt** U ovom radu ćemo nastojati da fenomen rijaliti programa teorijski analiziramo koristeći Fukoovu koncepciju heterotopije. Prvo ćemo razmotriti neke od glavnih teorijskih dilema koje prate pojavu ovog televizijskog formata, a koje se pre svega tiču stepena demokratizacije savremenih medija i eksploatacije „običnih aktera“. Takođe, tvrdićemo da su ambivalentnost i hibridnost inherentna odlika rijaliti televizije, te da se ta svojstva, kao što ćemo u drugom delu pokazati, mogu temeljnije teorijski razumeti ukoliko im pristupimo kao specifičnim oblicima heterotopije. Nakon toga ćemo na primeru lokalnih modifikacija formata pokušati da pokažemo kako heterotopijske priroda rijalitija gledaocima nudi jednu specifičnu (kvazi)refleksiju nad strukturalnim odlikama datog društva koja zapravo samo doprinosi njenoj daljoj fragmentaciji.

**Ključne reči:** rijaliti televizija, heterotopija, demokratizacija medija, društvena dominacija

Rijaliti kao TV format teško da predstavlja neku naročitu medijsku novinu u Srbiji, ipak kontroverznost ove vrste televizijskih emisija u javnoj sferi ne samo da ne jenjava, već se stiče utisak da zapravo iz godine u godinu raste. Ta tendencija, naravno, sama po sebi ne bi trebalo preterano da nas začudi, budući da sam format nužno podrazumeva proizvodnju one „vrste realnosti“ koja će intrigirati ili skandalizovati publiku. Međutim, svakako je začuđujuće da – uprkos sve većem broju i zastupljenosti rijaliti emisija u programskim šemama – adekvatna analiza ovog medijskog fenomena naprosto izostaje. Naravno, u našoj javnoj sferi zasigurno ne manjka apsolutno konsterniranih „kritičara“ i „komentatora“ koji se usled „skandaloznog sadržaja“ rijaliti programa vajakaju nad „sunovra-

---

\* Ovaj rad je realizovan u okviru projekta 43007 koji finansira Ministarstvo za prosvetu i nauku Republike Srbije u okviru programa Integrisanih i interdisciplinarnih istraživanja.

tom vrednosti“ ili „nedostatkom intelektualne elite“ i potom sledstveno zagovaraju (blaže) oblike cenzure kao jedino rešenje za ovaj problem. Ipak, čini se da ovo „obilje“ kritizerskog uvida samo stvara određenu vrstu prazne ozlojeđenosti u javnosti, pre nego što pruža uvid u strukturalne uslove na osnovu kojih bismo mogli da zaista razumemo zbog čega je ova vrsta televizijskog programa sve raznovrsnija, kao i razloge za njegovu sve veću popularnost.

U domaćoj akademskoj zajednici postojalo je određeno interesovanje za fenomen rijaliti televizije.<sup>1</sup> Međutim, uprkos ovim naporima i dalje se ponekad stiče utisak da je samo bavljenje rijalitetima donekle trivijalno, efemerno, možda čak i nedostojno akademsko interesovanje koje ne može pružiti neke važnije uvide u društvenu stvarnost u kojoj živimo. Nasuprot ovom uvreženom mišljenju, u radu ćemo pružiti skroman doprinos argumentima koji idu u prilog suprotnoj tezi, prema kojoj proučavanje ove vrste formata može da predstavlja jedan od važnih faktora za uvid u to kako danas kao društvo percipiramo svakodnevicu, slavu, demokratiju, komunikaciju, kao i uopšte javnu sferu. U tom pogledu, fokusiranje na formu i kontekst upotrebe rijaliti programa, pre nego na sekundarnu „skandaloznost“ samog sadržaja, trebalo bi da nam omogući da na teorijski relevantan i nadasve kritički način razmotrimo ove važne relacije između medija i različitih aspekata ovdašnje društvene strukture.

U ovom tekstu ćemo nastojati da pokažemo da sagledavanje rijalitija kao specifične vrste fukoovskih heterotopija može da pomogne pri proučavanju ambivalentne prirode ovog medijskog fenomena. Konkretno, pokušaćemo da kroz teorijsku analizu rijaliti programa, koji su *proizvod domaćih medijskih kuća*, pokažemo zbog čega deo popularnosti samog formata u Srbiji, makar delimično, valja potražiti u činjenici da ove vrste programa svojoj publici nude određenu vrstu kvazi-refleksije o aktuelnim društvenim problemima. Pri tom, glavni argument o heterotopijskom ustrojstvu domaćih rijaliti programa će biti, prevashodno, ilustrovan kroz analizu emisija „Zadruga“ (RTV Pink) i „Parovi“ (Happy TV), gde su, kao što ćemo videti, lokalne, „autohtone“ modifikacije samog formata rijaliti televizije trenutno najopsežnije sprovedene. Međutim, u prikazu opštih teorijskih dilema vezanih za rijaliti kao društveni fenomen (npr. voajerizam publike, demokratizacija medija, problem eksploatacije učesnika) jednako ćemo nastojati da ponudimo primere – ali u tom slučaju *nećemo* našu pažnju usmeriti samo ka emisijama koje su isključivo produkt domaće produkcije, već ćemo se osvrnuti i na međunarodno licencirane programe poput: „Sa Tamarom u akciji“ (RTS), „Kuća od srca“ (RTV Pink), „Veliki Brat“ (RTV B92, RTV Pink). Shodno tome, u prvom delu teksta kratko ćemo se osvrnuti na različite teorijske pristupe fenomenu rijaliti televizije, kao i na društveno-politič-

<sup>1</sup> U tom pogledu svakako vredi konsultovati: Mitrović 2008; Namkosse 2009; Volčič and Erjavec 2015; Volcic and Erjavec 2013; Milin-Perković 2012; Milin-Perković i Matović 2014; Radulović i Erdei 2017.

ke implikacije samog formata. Nakon toga ćemo pokušati da objasnimo zbog čega Fukoov pojam heterotopije, koji podrazumeva materijalnu sintezu izrazito nekompatibilnih diskursa, može da predstavlja heuristički plodan dodatak postojećim nastojanjima da se teorijski objasni ova vrsta televizijskog formata. Naposljetku, u poslednja tri kratka odeljka pokušaćemo da opišemo na koji način teorijsko uokviravanje rijalitija kao heterotopije pomaže da razumemo specifične modifikacije koje su (domaće) produkcije ovaj program načinile relevantnim spram strukturalno determinisanih izazova s kojima se naše društvo suočava.

### O ambivalencijama formata rijaliti programa

Intenzivniji razvoj rijaliti televizije započinje u drugoj polovini devedesetih godina prošlog veka, a razloge za pojavu ove vrste programa možemo vrlo uopšteno razvrstati na tehnološke i društvene. Naime, da bi se uopšte mogla dokumentovati svakodnevica i generisati program onim ubrzanim tempom po kojem je ovaj format postao poznat, prethodno je bio potreban razvoj relativno kompaktnih digitalnih kamera, kao i profesionalnog softvera za montažu koji su omogućili lako celodnevno nadgledanje studija ili terensko snimanje, ali i brzu pripremu specijalnih emisija (dnevni pregleda) za emitovanje (Bignell 2014, 104). Pojava Interneta kao novog medija – a naročito razvoj društvenih mreža koje su svakodnevne i naizgled banalne događaje postavili u centar svojih medijskih platformi – takođe je posredno uticala na širenje i razvoj rijalitija kao TV žanra. Drugi, u velikoj meri značajniji, faktor bilo je jačanje neoliberalnih doktrina u svim sferama društva. U medijskoj sferi neoliberalni zaokret je pre svega podrazumevao privatizaciju javnih servisa kao i apsolutnu komodifikaciju kulture, komunikacije i svakodnevnog života (Hallin 2008, 45–46; Hesmondhalgh 2008, 101). Rijaliti program, svojom tehničkom sposobnošću da dokumentuje svaki aspekt svakodnevice, omogućio je tako televizijskim stanicama da izbegnu visoke produkcijske troškove „konvencionalnog“ programa (dokumentarnog, igranog ili obrazovno-naučnog). Drugim rečima, talenti, lične nedaće i odnosi „običnih“ aktera su kroz rijaliti format dobili cenu i postali naplativi, te tako danas za neke komercijalne televizije predstavljaju okosnicu programske šeme.<sup>2</sup>

Ovim dolazimo do jednog od važnijih pitanja ovog teksta: da li novostečena medijska pažnja koju obični akteri i svakodnevica dobijaju u medijskom prostoru podrazumeva i neke pozitivne promene, pre svega u pogledu demokratizacije medija? Na ovo pitanje nije jednostavno odgovoriti. Džon Hartli nam sugerise kako moderni televizijski žanrovi koji u središte medijske pažnje stavljaju svakodnevne probleme „običnih“ aktera i u kojima publika kroz glasanja

<sup>2</sup> Up. takođe Nikolić 2010, 43.

o ishodima zapleta igra aktivnu ulogu zapravo pružaju neku vrstu postmoderne mešovine (proto)političkog obrazovanja i zabave. Hartli je za ovakvu vrstu navodne simbioze demokratije i zabave skovao relativno neprevodivi neologizam „demokratejment“, kojim želi da dodatno istakne kako ovi novi interaktivni TV formati, uprkos kritikama, zapravo mogu da „podstaknu želju za slobodom, komforom, politikom, kulturom“ (Hartley 1999, 188). U relativno sličnom tonu, Ketrin Lambi argumentuje da nas ovo približavanje televizije „običnom akteru“ primorava da „preispitamo same temelje konvencionalnog liberalnog okvira putem kojeg formulišemo medijsku etiku“ (Lumby 2003, 12,) zbog toga što na koncu rijaliteti nude „forum za refleksiju o politici svakodnevnog života“ (Lumby 2003, 23).

Međutim, ovde valja biti oprezan. Novi obrasci interakcije sa medijima, koji otvaraju mogućnost da se putem SMS ili Interneta utiče na krajnji ishod tekuće sezone „Zvezda Granda“ ili „Parova“, svakako podrazumevaju veću participaciju publike. Ipak, ovakva vrsta „inkluzivnosti“ medijskog sadržaja ne mora nužno da garantuje da smo danas svedoci procesa značajnije demokratizacije medija. Shodno tome, neki autori poput Grejema Tarnera (Turner 2013) smatraju da bi trebalo praviti razliku između takozvanog „demotičkog“ i (još neostvarenog) demokratskog zaokreta u studijama televizije, tvrdeći da povećanje participacije ne mora nužno da sobom povlači i povećanje moći delanja i uopšte političkog značaja „običnih ljudi“. U tom smislu bi demotički karakter rijaliti programa upravo označavao proces u kome postoji značajno uvećanje televizijskog prisustva različitih aspekata sveta svakodnevice kao i pojačana participacija običnih aktera, ali u kome izostaje politički relevantna iskustva inkluzivnosti i eksperimentalnosti društvenog delanja koja su inherentna svakom obliku demokratskog odlučivanja. Drugim rečima, asimetrija moći između onih koji kreiraju medijski sadržaj i onih koji ga konzumiraju ostaje nepromenjena uprkos tome što se uvećava stepen prisustva „običnih ljudi“ i što naizgled njihovo mišljenje utiče na sadržaj konkretnih emisija. Štaviše, činjenica da danas „obični ljudi“ poput Miljane Kulić, Nenada Marinkovića „Gastozza“ ili Kristine „Kije“ Kockar, mogu da dosegnu slavu, ne može da se uzme kao pouzdan pokazatelj toga da mediji postaju više demokratski i otvoreni spram svakodnevice, već se naprotiv može tumačiti kao simptom nekontrolisanog jačanja njihovog autoriteta i uticaja. Upravo je takvog mišljenja Nik Kouldri koji smatra da savremeni mediji teže da reprodukuju mit o „medijskoj centralizaciji“ (Couldry 2005, 2), odnosno da sami sebe pozicioniraju kao presudno važan faktor u reprodukciji i samorazumevanju kulture.<sup>3</sup> Da bi se to postiglo, smatra Kouldri, upravo je potrebna što poroznija granica između svakodnevice i medija koja zapravo otvara sve veći prostor za takozvane *medijske rituale* (Couldry 2005, 28–31), koji pak

<sup>3</sup> Up. takođe Vuksanović 2010, 115.

podrazumevaju sve invazivniji upliv medija u svakodnevne prakse korišćenja slobodnog vremena, obrazovanja, informisanja itd. – čime se potvrđuje inicijalna teza da su upravo mediji prečica za razumevanje celokupne reprodukcije društveno-kulturnog sistema. Tako pojava medijskih ličnosti kao što su Kija i Gastozz koji zamagljuju granicu između publike i slavni ličnosti u velikoj meri uvećava inicijalno asimetrične odnose moći koje postoje između svakodnevice i medija, upravo zbog toga što se potvrđuje ideološka teza da sama pažnja medija može da stvori slavu.<sup>4</sup>

Drugo važno pitanje koje je i ujedno čest predmet teorijskih sporova tiče se samih učesnika rijaliti programa, odnosno modaliteta i stepena njihove eksploatacije od strane medijskih kuća. Naime, činjenica da su savremeni mediji danas u stanju da takoreći *ex nihilo* generišu slavne ličnosti rezultirala je time da u javnom diskursu razlikujemo slavne ličnosti „starog kova“, odnosno one koji su radom u nekim drugim društveno priznatim delatnostima stekli slavu (umetnici, sportisti, naučnici, političari, estradne zvezde itd.) i „samozvane (DiY)“<sup>5</sup> medijske ličnosti koji su, kako se ponekad ističe, „poznate zbog toga što su poznate“. Međutim, kao što primećuje Su Kolins, hiperprodukcija „nebitnih slavni ličnosti“ (*dispensable celebrity*) suštinski je u funkciji očuvanja i ojačavanja već postojećih sistema valorizacije slave zbog toga što, kroz svoju sveprisutnost, „nebitna slava“ suštinski podiže vrednost „istinske i zaslužene slave“ time što je čini redom bez rizika da je ikad ugrozi (Collins 2008, 95–96).

Strategija pojeftinjenja slave jeste logika koju su domaće produkcije rijalitija dodatno razradile. Naime, već iskusni „rijaliti igrači“,<sup>6</sup> koji se često višestruko vraćaju formatu u nadi da će popularnost preusmeriti ka nekim „drugim projektima“ (obično iz sfere znatno društveno priznatijeg domena estrade), često su izloženi pritisku dokazivanja pred pravom salvom „novih takmičara“ koji obično ostaju vrlo kratko u datom rijalitiju, a kao strategiju opstanka najčešće koriste napad na „jake i već ustanovljene rijaliti igrače“. Ovim ne samo da se učvršćuje razlika između „novopečenih“ i „istinski etabliranih“ zvezda, već i unutrašnja distinkcija između „rijaliti igrača“ i „običnih rijaliti učesnika“. Dakle, proliferacija učesnika, koju strateški sprovodi produkcija, dodatno potvrđuje već postojeće distinkcije u poimanju slave, ali istovremeno „oprobane rijaliti igrače“ drži čvrsto prikovane za konkretnu produkcijsku kuću, budući da

<sup>4</sup> Detaljnije o lokalnim specifičnostima ovog opšteg procesa pogledati u Vukadinović 2013.

<sup>5</sup> DiY je engleski akronim od „Do it Yourself“ koji označava svojevrsnu filozofiju apsolutne autonomnosti, a mogla bi se prevesti kao „uradi sam“.

<sup>6</sup> Rijaliti igrač bi se provizorno mogao okarakterisati kao učesnik koji redovno učestvuje u rijaliti programima i ima već izgrađenu publiku, ili koga, ponekad, uprkos animozitetu publike, produkcija uvek iznova zove zbog toga što je u stanju da vešto kreira različite vrste narativa.

ih hiperprodukcijom igrača čini sve daljim od drugih sfera samopotvrđivanja, ali i od prekarnosti apsolutne anonimnosti. Tako lojalnost ovihiskusnih rijaliti igrača konkretnoj franšizi ostaje relativno zagarantovana. Pored toga, svi rijaliti učesnici su pod konstantnim pritiskom kastinga, odnosno kreiranja i ispunjavanja uloge koju im je dodelila produkcija ili (u manjoj meri) publika. Kao što pokazuju istraživanja u sferi studija medija, učesnici i produkcija su svesni da mora postojati određena raspodela uloga kako bi se održala pažnja publike (Hill 2014, 122). U tom pogledu, učesnici vrlo često trpe izrazit psihološki pritisak zbog toga što moraju da balansiraju između očekivanja i uloge koju im dodeljuje (ili kroz svoje odluke nameće) produkcija, publika i s druge strane „slike o sebi“ koju oni sami žele da emituju.

Jedan od faktora koji se, naročito u akademskim analizama, često zanemaruje tiče se odnosa između klase i rijaliti televizije. Ovde vredi istaći da je rijaliti kao format suštinski veoma komplementaran sa neoliberalnim režimima društvene reprodukcije, pre svega zbog toga što iznova fragmentira društvo. Sve interakcije između učesnika su uvek duboko „personalizovane“ što je zasigurno posledica formatom zadate pažnje ka izrazitim specifičnostima „životnih priča“ svakog učesnika, pre nego li kontekstualizaciji društvenih okolnosti koje bi mogle povezati te iste specifičnosti. Drugim rečima, slika stvarnosti koju rijaliteti odašilju je uvek nominalistička; posledice rata, recesije, nemaština su samo puka uvertira za „istinski zaplet“ u kome pojedinci i njihove jedinstvene crte ličnosti preuzimaju primat u narativu. Tako na primer u emisijama kao što je „Kuća od srca“ (TV Pink) ili „Sa Tamarom u akciji“ (RTS) objektivni i veoma složeni socijalni problemi učesnika bivaju redukovani u partikularni problem koji voditeljska ekipa treba da razreši u kratkom vremenskom periodu. Društveni razlozi zbog kojih je neko ostao bez posla ili postao samohrani roditelj tako bivaju svedeni na „udicu“ koja treba da nas emotivno priveže (neizvesnom) stambenom rešenju u kome namesto „bezličnih“ rešenja koje je nekad nudila država, sada televizija gradi i renovira stanove koju su visoko prilagođeni ličnim preferencijama učesnika.<sup>7</sup>

S druge strane, u svojim skorašnjim nastojanjima da vrate klasnu analizu u proučavanje rijaliti programa, Skegs i Vud (Skeggs 2009; Wood and Skeggs 2011) su pokušale da ukažu na to u kojoj meri se kroz rijaliti program vrednosti srednje klase predstavljaju kao nešto što je „normativno i univerzalno“ (Wood and Skeggs 2011, 8). Nasuprot etički poželjnoj formi srednjoklasne subjektivnosti koja je „obdarena“ umerenošću, pristojnošću i samokontrolom stoji, primećuje Skegs, „loše sopstvo“ (Beverly Skeggs 2005, 974) koje je najčešće vezano za radničku klasu i žene. Po njenom mišljenju, ova vrsta subjektivnosti „...ne može da pribavi vrednost zbog toga što je njeno samoiska-

<sup>7</sup> U sledećem odeljku ćemo se detaljnije pozabaviti ovom problematikom.



zivanje devalvirajuće time što vizuelno kalibrira neuspešnost samokontrole“ (Skeggs 2005, 974).

Naposletku, važno je istaći da razumevanje prirode (medijskog prikazivanja) stvarnosti takođe predstavlja jedan važan skup problema u pokušajima da se teorijski razume fenomen rijaliti televizije. Jedna od verovatno najrasprostranjenijih kritika je da stvarnost rijaliti televizije uopšte nije stvarna. To je, naravno, potpuno trivijalan uvid tim pre što ni produkcija, ni učesnici, ni publika ne misle da je apsolutno van svakog insceniranog okvira.<sup>8</sup> Naime, potpuno je očigledno da različite vrste rijaliti programa sobom povlače različite proporcije iskrenih (realnih) reakcija učesnika; tako će u „Zvezdama Granda“ (TV Prva) ili „Nikad nije kasno“ (TV Prva) učesnikova sposobnost da numeru „učini svojom“ time što će pružiti interpretaciju a ne imitaciju, kao i reakcije rodbine nude realnu emotivnu osnovu sa kojom publika može da se poistoveti, dotle će se u „Survajvoru“ (TV Fox), „Velikom Bratu“ ili „Parovima“ stvarati (naravno krajnje neodrživ) imperativ „apsolutne iskrenosti“ u takmičenju sa svojim takmacima.<sup>9</sup> Upravo znanje da je okvir interakcije delimično fabrikovan (Goffman 1974) pruža publici mogućnost da se razotkriju odstupanja, odnosno one situacije u kojima se neko poneo „kalkulantski“ ili naprosto nije uspeo da „predstavljajući sebe“ zainteresuje druge da ga gledaju.<sup>10</sup>

Svi problemi koji su detektovani u literaturi i koji su ovde kratko opisani vrlo jasno ukazuju da razumevanje popularnosti i sve većeg prisustva rijaliti programa u medijskom prostoru preseca neke od krucijalnih društvenih problema. Takođe, već i ovaj kratki presek stanja je dovoljan da sugerišemo da upravo *hibridnost i ambivalentnost* samog formata rijaliti programa predstavljaju neke od njegovih ključnih karakteristika koji bi mogle da pomognu objašnjenju njegove društvene funkcije. Naime, kao što ćemo u nastavku videti, glavna specifičnost rijaliti programa je upravo u tome što je u stanju da, poput fukoovkse heterotopije, objedini različite teško spojive aktere, narative i događaje koji kroz svoju interakciju stvaraju kod gledalaca osećaj nepatvorenosti nekog ponašanja ili dešavanja u TV programu, što otvara mogućnost da se svakodnevna praksa i rijaliti dešavanja međusobno ogledaju i prožimaju. Sledstveno tome, nastojaćemo da na primerima iz lokalne medijske sfere ispitamo u kojoj meri publika ostvaruje specifičan uvid u šire društveno-kulturne odnose koji mogu da budu instruktivni koliko i varljivi.

---

<sup>8</sup> Istraživanje koje je sprovedeno u Velikoj Britaniji na uzorku od 10000 ljudi pokazalo je da samo 12% ispitanika misli da su događaji u rijaliti programima zaista stvarni (Hill 2014, 123).

<sup>9</sup> Radulović i Erdei, na sličnom tragu, primećuju da još od vremena Velikog brata „iskrenost“ i „prirodnost predstavljaju neke od najvažnijih vrednosti kako za učesnike, tako i za komentatore na forumima“ (Radulović i Erdei 2017, 38).

<sup>10</sup> Up. takođe Vujanović 2002.

## Heterotopijski prostor rijaliti televizije (primer Srbije)

U ovom radu ćemo pre svega pokušati da pokažemo da se format rijaliti televizije – ali i sve političko-socijalne implikacije koje sobom nosi – mogu bolje razumeti ukoliko ovom medijskom fenomenu pristupimo kao specifičnoj vrste heterotopije. Iako fukoovski inspirisane analize rijalitija često polaze od njegovih uvida u odnos između nadziranja i modernih institucija (Mathisen 1997; Andrejevic 2003), čini nam se da se pomalo neopravdano zanemaruje eksplanatorna vrednost njegovog razmatranja heterotopija. Naime, po Fukou, heterotopije predstavljaju stvarna, ali ujedno na određen način izmeštena mesta koja su u stanju da aktera nagnaju da problematizuje uvrežene obrasce tumačenja društvene stvarnosti koja okružuje izvan heterotopije. Pokušavajući da objasni kompleksni odnos između heterotopije i vrlo bliskog pojma utopije, Fuko analizira praksu ogledanja:

Ogledalo je, na koncu, isto tako utopija [...] U ogledalu, vidim sebe tamo gde nisam, u jednom nestvarnom prostoru koji se virtuelno otvara iza površine, ja sam tamo, tamo gde me nema [...] Ali to je jednako tako heterotopija, u meri u kojoj ogledalo zaista postoji, i u kojoj ima, spram mesta koje zauzizam, neku vrstu povratnog dejstva; krenuvši ka njemu ja otkrivam svoje odsustvo na mestu na kojem sam, zato što se vidim tamo. Pošavši od tog pogleda koji mi se u izvesnoj meri vraća, iz dubine tog virtuelnog prostora koji je s onu stranu stakla, ja se okrećem sebi, iznova upućujući moj pogled ka sebi samom, rekonstituišući se tamo gde stvarno jesam; ogledalo funkcioniše kao heterotopija u značenju da, kad god obuhvatim to mesto koje zauzizam u času kada vidim sebe u staklu, ono zapravo postaje potpuno stvarno, u povezanosti sa celokupnim prostorom koji ga okružuje, i potpuno nestvarno, jer je nužno, da bi bilo primećeno, da prođe kroz tu virtuelnu tačku koja se nalazi tamo, u ogledalu. (Fuko 2005, 30)

Ogledalo, dakle, po Fukoovom mišljenju predstavlja kombinaciju fikcije i stvarnosti koja pobuđuje (samo)refleksiju. Prostor koji nam otkriva ogledalo u kome se odražava ili naglašava određeni aspekt stvarnosti, po Fukou podrazumeva pojavu (proto)kritike: drugim rečima, ogledanje uvek nudi mogućnost da kroz virtuelni odraz sagledamo celinu našeg sopstva, kao i relacije koje imamo s okruženjem. Ukoliko bismo ovu analogiju prebacili u jezik društvene nauke, onda bismo rekli da kada „borave“ u heterotopijama akteri, po Fukoovom mišljenju, uvećavaju mogućnost da se refleksivno osvrnu nad konvencijama od kojih zavisi reprodukcija društvene stvarnosti (iako radikalnost samog refleksivnog osvrta ostaje veoma varijabilna).

Fuko razlikuje šest svojstava heterotopije. Tako je prva *univerzalnost* – heterotopije se pojavljuju u svim kulturama i svim vremenskim razdobljima ljudske istorije. One su, potom, *istorijski zavisne* (forma i organizacija heterotopija zavisi od „istorijski pređenog puta“), po svojoj unutrašnjoj strukturi su izrazito *he-*



*terogene*, odnosno, kako sam Fuko ističe: „Heterotopija ima moć da na jednom stvarnom mestu sučeli više prostora, više razmeštanja koja su međusobno nepojiva“ (Fuko 2005:34). One su takođe mesta u kojima se ostvaruje određena vrsta (*vremenskog*) *diskontinuiteta*; ona su dakle van svakodnevne rutine. Heterotopije, takođe, kao svoju petu značajnu osobinu imaju *pravila* koje određuju kako i kada im se pristupa. Šesto, najapstraktnije svojstvo heterotopije ogleda se u sposobnosti takve vrste mesta da kroz objedinjene suprotnosti dovede u pitanje postojeće konvencije „stvarnog sveta“, one dakle imaju ulogu da „stvore jedan prostor privida koji razobličava iznova svu iluzornost stvarnog sveta, sva ta razmeštanja unutar kojih je ljudski život ispregrađivan“ (Fuko 2005,35).<sup>11</sup>

Rijaliti programi se mogu razumeti kao specifična vrsta heterotopije iz više razloga. Sasvim je očigledno da rijaliti kao format često insistira na diskontinuitetu; bilo time što naglašava sopstvenu spektakularnost nauštrb svakodnevice (tako se iznova ukazuje na luksuz kulisa, odnosno raznoraznih kuća i vila u kojima obitavaju „parovi“, „zvezde Granda“, zadrugari, itd.), bilo što njihov kadar iz korena menja život učesnika (emisije poput „Sa Tamarom u akciji“, „Kuća od srca“, „Srbija ima talenat“, „Zvezde Granda“ itd. rešavaju socijalne probleme i „pružaju priliku“ učesnicima da debituju na televiziji). Pored toga, možda je važnije primetiti da ovaj program takođe podrazumeva da se u okviru jednog istog kadra okupljaju različite, čak i međusobno teško spojive situacije, sposobnosti, „životne priče“ i crte ličnosti. Upravo radikalnost tih kontrasta, koja je artificijelno objedinjena pod okrilje formata, pomalo paradoksalno čini da „rijaliti“ zaliči na stvarnost, odnosno da gledaoci određenom ponašanju u okviru programa pridaju toliko prestižan epitet iskrenosti. Drugim rečima, ukoliko nalazimo da je ponašanje nekog takmičara autentično,<sup>12</sup> onda je vrlo verovatno da će taj osećaj biti utoliko pojačan ukoliko postoji nekolicina suparnika koji se, po našem mišljenju, ponašaju izveštačeno i neodmereno, ili pak naprosto zastupaju „pogrešne sisteme vrednosti“. Produkcijaska kuća, znajući psihološke profile takmičara, kao i prateći temeljno interakcije svih učesnika, može vrlo lako da aktivno podstrekava i po potrebi produbljuje takve vrste „produktivnih razlika“.

Skorašnji lokalni primer takvog heterotopijskog zbrajanja „teško spojivih aktera“ dogodio se u „Zadruzi“ (TV Pink) gde su se u okviru istog kadra okupili vinovnici sada već nadaleko znanog ljubavnog trougla koji se odigrao između „Kije“ Kockar, Slobodana Radanovića i Lune Đogani. Publika se odmah pode-

<sup>11</sup> Za detaljniju analizu heterotopija pogledati Prodanović i Krstić 2012.

<sup>12</sup> Možemo, sledeći Marijanu Mitrović (Mitrović 2008, 130), primetiti da je Miki Đuričić prvi „rijaliti igrač“ koji je svoju „prirodnost“ i „nepatvorenost“ zapravo zasnovao na svojevrstnoj internalizaciji različitih diskurzivnih borbi u društvu, odnosno – ukoliko su validni naši argumenti o heterotopijskom ustrojstvu rijaliti televizije – uspešnoj internalizaciji samog formata rijaliti programa.

lila na tabor koji „podržava ljubav“, odnosno emotivnu vezu koju su Radanović i Luna započeli u programu i onu grupu koja se „bori za brak“ (Radanović je i u trenutku preljube i dalje bio u braku sa Kockarevom). Neprekidno veštački izazivana prisutnost „nemogućih“ društvenih interakcija ne samo da je pojačavala kod publike osećaj privrženosti spram određenih učesnika, nego je i davala karakter realističnosti / isfabrikovanosti njihovim društvenim relacijama.<sup>13</sup>

Dakle, čak i minimalna količina ovako generisane simpatije između gledaoca i učesnika rijaliti programa pravi izvesni presek između društvene stvarnosti i rijaliti stvarnosti, što dalje omogućava ovom formatu da kroz svoju heterotopijsku ustrojenost sasvim kredibilno spoji svet realnosti i svet fikcije. To što mi se sviđa odnos Slobe i Lune, ili Slobe i Kije, ili pristojnost Branke Okuke, ili pevanje Adnana Nezirova je na neki način samo ulaznica za čitav jedan skup preklapanja i sadržaja koji mi zapravo uopšte nije blizak ili spram kojeg mogu da imam negativan vrednosni stav. Manjak sumnje u iskrenost u to da je neki rijaliti igrač „stvaran“, odnosno da je „i u spoljnim svetu isti takav“ na neki način daje sigurnost da je rijaliti program dovoljno stvaran, te da se shodno tome mogu upustiti u osudu „neiskrenog“, „izveštačenog“ i „manipulativnog“ ponašanja s izvesnom dozom sigurnosti.

Ovde je zanimljivo primetiti da se na taj način može odbaciti ideja da je jedan od glavnih motiva za gledanje rijaliti televizijskog programa voajerizam. Naime, nekoliko studija iz oblasti socijalne psihologije i psihologije medija odbacilo je ovu uvreženu tvrdnju (Nabi et al. 2003; Papacharissi and Mendelson 2007, 367) i zapravo pokazalo da je težnja ka priznanju i potvrđivanju društvenog statusa (Reiss and Wiltz 2004, 372–73) mnogo češći motiv za gledanje rijaliti programa. Analizirajući zbog čega empirijska istraživanja sugerišu da je, u stvari, potreba za statusom glavni motiv za gledanje rijaliti televizije, psiholozi Rejs i Vilc, sasvim saglasno našim nalazima o heterotopijskoj prirodi ove vrste televizije, zaključuju da „...gledaoci osećaju da su važniji (imaju viši status) od običnih ljudi koji se prikazuju u rijaliti TV programima. Ideja da su to 'stvarni' ljudi daje psihološki značaj gledaočevoj percepciji superiornosti – možda čak nije važno koliko je tok radnje realističan, dok god su likovi obični ljudi“ (Reiss and Wiltz 2004, 373–74).

Pored okupljanja nespojivih aktera i sadržaja, odnosno fikcije i stvarnosti koje su relativno univerzalna odlika rijalitija kao vrste TV formata, domaće produkcije te vrsta programa iskazuju još neke vrlo specifične karakteristike, pa tako formati kao što su Parovi i Zadruga u heterotopiju domaćeg rijaliti programa, kao izvor narativa, ugrađuju još dva važna elementa: produkciju kao

<sup>13</sup> Upravo u tom smislu su gledaoci mogu s razlogom da tvrde da rijaliti odslikava stanje društva: za njih prepoznavanje autentičnosti određenih aktera i njihovih odnosa jeste garant da se „svačija igra“ može odgonetnuti i samim tim uspešno valorizovati.

(polu)aktera i širu javnu sferu. Od samog začetka, jedno od najvažnijih i najčešćih pravila svakog rijalitija je da se uloga produkcije pred publikom mora skoro u potpunosti minimalizovati. Ukoliko se pogledaju strani formati koji su prikazivani i u Srbiji, poput „Survajvera“ i „Velikog brata“, uloga voditelja je uvek bila vrlo rudimentarna i uglavnom se svodila na specijalne emisije kada se pravi „nedeljni pregled događaja“ ili izbacivanja učesnika.<sup>14</sup> Taj tip emisija odvija se u prostoru koji je u potpunosti izmešten od prostora u kome se odvija najveći deo aktivnosti učesnika. Nasuprot tome, u formatima koji su osmislile domaće produkcijske kuće voditelji su, kako sami ističu, „kao predstavnici produkcije“ skoro svakodnevno prisutni i aktivno usmeravaju tok vrlo popularnih večernjih uključenja (takozvanih „lajvova“) postavljajući pitanja u ime režije ili gledalaca<sup>15</sup> i zavodeći disciplinu za zajedničkim stolom gde se ove posebne emisije najčešće odvijaju.<sup>16</sup> Na taj način, otelovljena u liku voditelja, produkcija se javlja kao neka vrsta (polu)učesnika koji je prisutan, ali je istovremeno na izvestan način nepogrešiv, budući da se odluke produkcije, često i po pravilima ugovora, ne mogu dovoditi u pitanje. Druga važna lokalna inovacija u rijaliti programu tiče se izolacije učesnika od „spoljnog sveta“. Jedno od rasprostranjenih pravila je da učesnici ne smeju imati kontakt s novinarima, svojim „fanovima“, porodicom i prijateljima. Međutim, u domaćim verzijama rijaliti programa ispitivanja novinara su redovan segment i često je ceo jedan „lajv“ posvećen upravo takvim direktnim intervencijama javnosti na sam tok igre. Parovi verovatno prednjače u tim hibridnim formama, jer u emisijama kao što su „Upoznajte Parove“ skoro svakodnevno gostuju razni predstavnici „spoljnog sveta“ koji su u različitim stepenima profesionalne i lične bliskosti s učesnicima samog programa. Tako u istoj emisiji mogu da gostuju član rodbine nekog od „parova“, čuveni astrolog i predstavnik tabloida koji svi zajedno komentarišu skorašnja „dešavanja u kući“.

---

<sup>14</sup> Za detaljniju analizu domaće produkcije Velikog brata konsultovati: Radulović i Erdei 2017; Namkosse 2009.

<sup>15</sup> U Zadruzi i Parovima postoje posebni dani koji su posvećeni „pitanjima gledalaca“ gde voditelji čitaju pitanja koja su postavljena na društvenim mrežama (naravno i ovde potpunu kontrolu ima produkcija koja vrši selekciju pitanja, pri tom za same učesnike pitanje autentičnosti ovih intervencija iz spoljnog sveta uvek ostaje problematična, budući da nikad ne mogu da budu sigurni u kojoj meri je pitanja publike zapravo izmislila produkcija).

<sup>16</sup> Dubravka Valić Nedeljković primećuje da domaća implementacija licenciranih „uvoznih“ programa takođe može da podrazumeva određenu tendenciju da se pažnja publike (pre)usmeri na međuljudske odnose. Tako se inače izvorno strani format, Farma (RTV Pink) u Srbiji prikazivao u jesen kada se smanjuje obim poljoprivrednih poslova – što je doprinelo tome da međusobni odnosi učesnika preuzmu primat nad zadacima koji su diktirani licencom samog rijaliti programa (Valić-Nedeljković 2011, 296).

Upravo ovi „lokalni elementi“ koji su pridodati heterotopiji rijaliti formata su ključni za razumevanje njegove simboličke (i ideološke) funkcije u našem medijskom prostoru, tačnije za razumevanje toga koji su to strukturalno determinisani problemi koje rijaliti, poput ogledala, nastoji da reflektuje (iako naravno stepen izvitoperenosti i tačnosti ove refleksije ostaje zasebno pitanje koje takođe valja razmotriti). U nastavku ćemo se shodno tome detaljnije pozabaviti sa tri političke i teorijske implikacije lokalnih modifikacija rijaliti formata: rijaliti kao zajednica, javnost i arbitar.

## Rijaliti kao zajednica

Kao što smo već primetili, rijaliti televizija u izvesnom smislu predstavlja pravog eksponenta neoliberalnog režima u okviru kojeg se, kao što ističe jedna od autorki, „...odnosi unutar zajednice konstruišu pre svega u pogledu individualne konkurencije i samopreduzetništva“ (Ouellette 2009, 224). Ipak u domaćim verzijama rijaliti programa ova činjenica ostaje donekle skrivena. Naime, kao što smo već primetili, za emisije kao što su „Parovi“ i „Zadruga“ tipično je da u „lajvovima“ voditelji i voditeljke provode nekoliko sati za istim stolom s učesnicima i na izvestan način moderiraju tok interakcija između učesnika. To je svakako najveća *differentia specifica* autentičnih rijaliti formata u odnosu na strane, budući da se u ovim potonjim često organizuju mini-igre i nadmetanja putem kojih se proizvodi narativ. Iako kroz veći deo emisije voditelji podstiču suočavanje učesnika time što insistiraju da prokomentarišu događaje ili ponašanje drugih učesnika, takođe često znaju da zagovaraju „kulturu dijaloga“ i da pričanje uglavnom sankcionišu novčanim kaznama uz obrazloženje da se „tako narušava elementarni kućni red“. Takođe u vreme religijskih praznika sami učesnici često naglašavaju da „danas ne žele svađu“, a u „Parovima“ nedeljom se emituje specijalna emisija pod krajnje predvidljivim nazivom „Nedeljni ručak“ gde se takođe s različitim stepenom uspešnosti zahteva „mir u kući“.

Naravno, ovo insistiranje na redu i *pristojnosti* i *zajedništvu* koju voditelji makar načelno sugerišu akterima služi kao svojevršno oružje za diskreditaciju suparnika kao nekulturnih, nevaspitanih i uopšteno uzev lišenih samokontrole. Implicitni ideal pristojnosti u „lajvovima“ zapravo omogućava perpetuiranje ideje o „lošem sopstvu“ o kome govori Skegs. Pored toga, aktivno nastojanje da se ponašanje nekog učesnika podvede pod karakteristike lošeg sopstva ne samo da je diskurzivna strategija učesnika da sebe postave kao „zanimljive, ali ipak pristojne“, već takođe pruža osećaj priznanja i nadmoći samim gledaocima – što je, kao što smo videli, jedan od važnijih motiva da se uopšte gledaju ovakve vrste televizijskih emisija.

To zajedništvo u srpskim rijaliti programima je u svakako značajnoj meri proizvod određenih strukturalnih činilaca. Naime, ukoliko znamo da ovu vrstu programa, prema skorašnjim istraživanjima,<sup>17</sup> prati preko 60% sugrađana starosti preko 60 godina, i ukoliko znamo da je ova starosna grupacija među socijalno najugroženijima, onda heterotopijsko okupljanje oko stola zapravo treba da vrši neku vrstu palijativa za usamljenost i isključenost koja je glavna posledica ovih sistemskih činjenica. Moglo bi se tvrditi da je sama lokalna modifikacija formata, na način da se zaista veliki vremenski period rijalitija odvija za stolom, zapravo napravljena pre svega da bi se omogućilo da se „pritiskom na dugme“ postane delom nečijeg „nedeljnog ručka“. U „Parovima“ je čak postojala mogućnost da gledaoci pozovu i uključe se u program u vreme žurki (kada je dobar deo učesnika pod dejstvom alkohola) i u „tajnoj sobi“ uz direktno uključanje razgovaraju sa svojim favoritima (prekorevajući ih često zbog prekomerne upotrebe alkohola). Naravno, ova interakcija je često poprimala formu prekorevanja i savetovanja koja se odvija u porodici.<sup>18</sup> Heterotopijski pojam zajednice, porodice i nadasve iskrenog prijateljstva se najviše ispoljavao prilikom „rijaliti svadbi“ koje su praktikovane kako u „Parovima“, tako i u „Zadruzi“ a u kojima bi učesnici, koji su već ostvarili neku vrstu emotivne veze, tokom emitovanja programa prolazili kroz sve rituale svadbe u Srbiji („kupovina mlade“, „skidanje jabuke“ itd.) a pri tom bi im bilo dozvoljeno da im se u emisiji pridruže porodica i prijatelji. Nakon toga bi se učesnici zajedno s ostatkom javnosti (koja je sudelovala kroz komentare preko društvenih mreža ili imala mogućnost direktnog uključanja) detaljno analizirali atmosferu na svadbi, ponašanje svatova i mladenaca, ali i opštu perspektivu da „ljubav srećnog para opstane i van rijalitija“.

Dakle, pojam zajednice koji je strukturalno diktiran starosnom strukturom publike i stepenom brige koje jedno društvo upućuje socijalno ugroženima u domaćoj produkciji rijalitija postao je vrsta narativa koja dodatno približava i uvezuje daleke sadržaje heterotopijskog kadra rijaliti programa. Pojam direktne i nadasve bezočne konkurencije evidentno je za starije gledaoce moralno neprihvatljiv, verovatno zbog činjenice da su značajan deo životnog veka proveli u društvu gde je dominantni oblik legitimizacije vlasti bio egalitarističke prirode, te je shodno tome za odbacivanje i diskreditovanje „lošeg sopstva“ potrebna prepoznatljiva forma porodičnog stola, nedeljnog ručka i svadbe.

---

<sup>17</sup> Ipsos „Brandpuls“ 2017.

<sup>18</sup> O važnosti starije populacije za domaće rijaliti produkcije govori i modifikacija popularnog takmičenja u talentu, „Zvezde Granda“ u „Nikad nije kasno“ (TV Prva) gde se za nagradu bore stariji sugrađani koji nisu imali priliku da se „dokažu i pokažu“ u ovdašnjoj muzičkoj industriji.

## Rijaliti kao javnost

Hibridna i heterotopijska svojstva rijaliti programa takođe omogućava medijima da ovaj format predstave kao određenu vrstu javnog prostora. Naime, kao što smo već istakli, rijaliti program po definiciji pretenduje na autentičnu povezanost sa svetom svakodnevice zbog toga što su učesnici „obični ljudi“ koji se trude da tokom igre „ostanu iskreni i otvoreni“. Navodnu nepatvorenost ove veze mediji koriste kao uporište da (često puta inscenirana) dešavanja u virtuelnoj zajednici projektuju kao „stanje javnog mnjenja“. Ova funkcija rijaliti programa kao medijskog formata je samo dodatno naglašena činjenicom da postoji direktna participacija „naroda“ u vidu SMS glasanja, poruka sa društvenih mreža i telefonskih uključenja.

Naravno, različite vrste rijaliti programa u različitoj meri projektuju stvarnost sopstvenog formata na širu društvenu stvarnost i javnu sferu. Tako na primer, programi kao što su „Kuća od srca“ ili „Sa Tamarom u akciji“ mogu „zarad konteksta“ da se pozabave fenomenom izbeglištva ili alkoholizma, ali sama dužina trajanja kao i osnovna premisa emisije ne dozvoljava da se bilo koji javni problem postavi u centar pažnje. Ni rijaliti programi, koji se fokusiraju na potragu za talentima, ne libe se da naglase neku vrstu svedenog i rudimentarnog samoprikazivanja svoje intrinzične javne uloge, najpre u tome što doprinose „meritokratizaciji“ Srbije time što otkrivaju i razvijaju ljudski potencijal običnih građana, koji inače nemaju sredstava za skup poduhvat ostvarivanja estradne karijere.

Ipak, sasvim očekivano, emisije čije emitovanje po sezoni traje mnogo duže i čije je polazište upravo u prikazivanju „svakodnevice“ imaju znatno veći prostor da prave „ekstrapolaciju“ problema iz realnosti rijaliti programa u širu društvenu stvarnost. Tako je u „Zadruzi“ postojao poseban dan za pripadnike tabloidnih novina koji su tokom ovih emisija često znali da postavljaju pitanja koja su se – zbog već opisanog razvoja događaja između učesnika koji su ujedno bili i bračni par i ljubavnici – ticala bračnih odnosa, razvoda i preljube, naravno uz tradicionalne rijaliti dileme poput moralne ispravnosti (ne)iskazivanja sopstvenog karaktera na televiziji za novac. Rijaliti program „Parovi“ je svakako otišao najdalje u istraživanju ovih potencijala formata. Naime, u redovnom segmentu pod nazivom „Ispovesti u Parovima“ voditeljka bi ugostila ljude koje su proživeli različite vrste nedaća i tragedija (gubitak deteta pod nerazjašnjenim okolnostima, silovanje i porodično nasilje) gde bi nakon „ispovedanja“ sami učesnici imali priliku da daju svoje mišljenje „o slučaju“. Ono što je uvek bila zajednička crta tih segmenata bila je činjenica da, po mišljenju ispovednika, državne institucije nisu efikasno sprovodile svoje nadležnosti, te su shodno tome učesnici nudili savete kako da se ove manjkavosti otklone. Neretko bi ljudi koji su se „ispovedali“ donosili sa sobom dokumentaciju koja je pratila slučaj koju bi onda učesnici „Parova“ pregledali i zajedno potom „većali“ kako o interpretaciji



relevantnih događaja, tako i o eventualnim sledećim koracima koje bi „ispovednik“ trebalo da preduzme.<sup>19</sup>

Takođe je zanimljivo razmotriti lokalni aspekt rijaliti programa iz perspektive samih ispovednika. Ti ljudi su pre svega dolazili i izlagali svoju tragediju „kako bi se njihova priča čula“ ili „da bi se izbeglo da se ponovi nekom drugom“, drugim rečima, osnovni motiv je bio da se skretanjem medijske pažnje (ovi segmenti su znali traju više sati) utiče na ishod ili posledice konkretne nebaće u kojoj su se zatekli. Funkcija učesnika „Parova“ je, iz perspektive samog formata, dvostruka: s jedne strane oni treba da još jednom pokažu gledaocu da imaju kapacitet da budu zajednica time što će pružiti saosećanje spram tragične sudbine koju izlaže „ispovednik“, dok su s druge strane, poput nekakvih laičkih islednika, učesnici „razrađivali“ sam slučaj (obično u pravcu narativa o toku, ishodima i posledicama koju je nudio sam ispovednik i/ili produkcija) i time potvrde da svojim učešćem u rijaliti programu na televiziji zapravo vrše određenu vrstu delatnosti koja je od javnog značaja.

Kao i u slučaju sa zajednicom, i ovde postoji važan strukturalni faktor koji se ogleda u heterotopijskoj stvarnosti rijaliti programa i prevashodno se – pored očiglednog problema slabosti institucija – tiče i slabosti „stvarne“ javnosti i „ozbiljnih medija“ da izvrše pritisak da se kršenje zakona i pravila adekvatno sankcioniše. U rijalitiju se, dakle, reflektuju opšti nedostaci javne sfere, ali samo da bi ubrzo bili „popunjeni“ narativom samog formata, odnosno javnim forumom koji je suštinski insceniran.

## Rijaliti kao arbitar

Naposletku, jedna od specifičnih posledica domaće verzije heterotopijskog prostora koji stvara rijaliti program jeste njegova uloga javnog sudije ili arbitra. Ona se ispoljava na nekoliko međusobno povezanih načina. Prvi se tiče same činjenice da su učesnici pod konstantnim video nadzorom, što produkciji omogućava različite vrste „razotkrivanja“ paktova, tračarenja, izdaja itd. Pored toga, učesnici „Parova“ i „Zadruge“ su u svojim međusobnim sukobima uvek iznova insistirali da „se sve snima“ i da je shodno tome „glupo lagati“. Dakle, svaka vrsta prestupa ili ogrešenja o lojalnost, savezništva, prijateljstva i ljubavi, koja su izgrađena tokom ili pre snimanja samog programa, potencijalno se mogla naći kao predmet razmatranja i osude heterotopijske rijaliti zajednice – čime se upućuje na to da gledalac ima određenu aktivnu ulogu u razotkrivanju moralno dubioznih, „manipulatorskih“ poteza. Drugi način na koji rijaliti, kao format, vrši arbitražu jeste kroz same voditelje koji, kao što smo već primetili, više sati

<sup>19</sup> Ovde je važno istaći da je reakcija parova na istinski tragične sudbine bila veoma emotivna i u izvesnoj meri je podsticala ideju da postoji zajedništvo samih učesnika.

prisustvuju samom programu i (ponekad uz video „dokazni materijal“) rešavaju sporove na relaciji produkcija/učesnici. Kada izriču kazne zbog galame za stolom ili zbog mnogo ozbiljnijih prestupa kao što je oslovljavanje ljudi iz produkcije, voditelji ne propuštaju da naglase kako je pravičnost i „fer plej“ u fokusu datog formata – čime se sugeriše da produkcija poput kakvog *deus ex machina* može da uvede red u odnose u zajednici.

Ipak, verovatno najekstremniji primer rijaliti arbitraže predstavljaju segmenti u kojima se na poligrafu proveravala tačnost tvrdnji koji su učesnici iznosili jedni o drugima tokom igre.<sup>20</sup> U „Zadruzi“ ovaj segment nije bio u tolikoj meri zastupljen, dok je u „Parovima“ odeljak pod nazivom „Parograf“ bio redovan. U njemu bi igrači sedeli na posebnoj stolici pored voditeljke koja bi čitala pitanja, koja je prethodno „stručni tehničar“ postavljao učesniku, a potom bi se uz dramatičnu muziku saopštavalo kakve rezultate je pokazalo testiranje na poligrafu. U oba slučaja učesnici su imali određeni uticaj na to koja pitanja će im biti postavljena, s tim što bi voditeljka naglasila na kojim pitanjima je odbijena saradnja. Poligraf je bio od neobične važnosti za same takmičare zbog toga što su na taj način mogli da daju odgovore na tvrdnje o njihovom ponašanju ili karakteru koje su se ticale „spoljnog sveta“, gde nije postojala sveprisutna arbitraža televizijskih kamera. Takođe važno je primeti da drugi učesnici mogu i moraju da komentarišu odgovore sa poligrafa, što otvara sasvim neobične načine međusobnog razračunavanja. Naime, ukoliko neki akter primeti da se medijima ili tokom rijalitija razotkriva neka „neugodna istina“, on može da postavi pitanje kako bi pružio (iskupljujući) kontekst svog ogrešenja što, s druge strane, rijaliti takmaci mogu kroz komentare da nastoje da mu ospore ili opovrgnu. Druga mogućnost jeste da onaj učesnik, koji je podvrgnut ovoj vrsti testiranja, „dokaže“ da su o njemu „širene laži“, što mu pruža svojevrsno moralno uporište da izvrši (kontra)napad spram onih takmaca koje smatra odgovornim za klevetu.

Funkcija arbitraže u domaćim rijaliti programima, po svemu sudeći, treba gledaocima da omogući redukciju složenosti stvarnosti. Naime, unutar domaće rijaliti heterotopije se svaka vrsta zakulisnog spletkarenja i makijavelizma brzo razotkriva snimkom, poligrafom ili, u ređim slučajevima, dekretom produkcije. Drugim rečima, domaći rijaliti nastoji da pruži izvesnost interakciji učesnika; lokalnim modifikacijama formata želi se sugerisati da učesnici ne mogu da manipulišu gledaocima jer format pruža toliko načina da se razotkrije laž da je gledalac sam kriv ukoliko nasedne na nečiju manipulaciju. Ukoliko imamo u vidu u kojoj meri u zemlji koja ima slabe institucije postoje klijentelističke mreže koje upravo zahtevaju raznorazne stepene makijavelizma onda je jasno da rijaliti i u ovom slučaju reflektuje realne društvene probleme za koje u svom okrilju nudi gotova i pouzdana rešenja.

<sup>20</sup> Ovde naravno nećemo ulaziti u to koliko su ova testiranja validna ili inscenirana.

## Zaključak

Nakon naše analize prirodno se nameće pitanje u kojoj meri rijaliti program ipak vrši neku vrstu pozitivne društvene funkcije? Ovde je odgovor dosta komplikovan; s jedne strane, kao što smo već ukazali, svakako da ta vrsta emisija umanjuje negativne posledice društvene nepravde u onom smislu u kome se najčešći gledaoci, zbog modifikacije formata, mogu subjektivno osećati manje usamljenim. Pored toga, rijaliti program u Srbiji, makar u pojavnj ravni, dotiče različite društvene probleme (od razvoda do izbeglištva) što kod gledalaca sigurno doprinosi utisku da ne gledaju potpuno isprazan sadržaj. Ipak, s druge strane, ova vrsta programa po definiciji udaljava sve gledaoce od same ideje društvenosti time što nudi isključivo participaciju sa virtuelnom zajednicom, koja je pri tom zasnovana na ličnim preferencijama. Na taj način ova vrsta programa gledaoce čini suštinski apolitičnim, budući da je svaka vrsta refleksije o strukturalnim razlozima društvene nepravde sprečena samom artificijelnošću rijaliti zajednice, koja je na koncu tu sastavljena zbog individualne dobiti učesnika i profita velikih medijskih kuća. Na neki način može se reći da heterotopijski aspekt rijaliti programa upravo omogućava da se kroz naizgled relevantnu refleksiju o normama – koja je duboko posredovana produkcijskim odlukama i striktno je individualizovana i personalizovana – zapravo izbegne svaka vrsta otvorene debate koja bi problematizovala društvene konvencije i naše sopstvene svakodnevnne navike. Štaviše, mogli bismo tvrditi da domaći rijaliti program predstavlja jedan specifičan oblik medijske dominacije u kome se, na osnovu heterotopijske prirode rijaliti formata, stvara određena vrsta „laičke sociologije“ koja je kreirana i kontrolisana od strane produkcije i koja se u suštini koristi kao svojevrtni marketinški trik da je gledanje rijaliti programa ista ili dovoljno slična vrsta aktivnosti kao i sudelovanje u javnom životu. Međutim, ova vrsta dominacije se može razotkriti samo pažljivom naučnom i teorijskom analizom, nikako ne ishitrenim moralizatorskim denunciranjem.

### Literatura

- Andrejevic, Mark. 2003. *Reality TV: The Work of Being Watched*. Lanham, Md: Rowman & Littlefield Publishers.
- Bignell, Jonathan. 2014. "Realism and Reality Formats." In *A Companion to Reality Television*, edited by Laurie Ouellette, 116–33. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Collins, Sue. 2008. "Making the Most out of 15: Reality TV's Dispensable Celebrity." *Television & New Media* 9 (2): 87–110.
- Couldry, Nick. 2005. *Media Rituals: A Critical Approach*. London: Routledge.
- Fuko, Mišel. 2005. *Mišel Fuko 1926–1984–2004 hrestomatija*, uredili Pavle Milenković i Dušan Marinković. Novi Sad: Vojvođanska sociološka asocijacija.

- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hallin, Daniel C. 2008. "Neoliberalism, Social Movements and Change in Media Systems in the Late Twentieth Century." In *The Media and Social Theory*, edited by David Hesmondhalgh and Jason Toynbee, 43–58. London: Routledge.
- Hartley, John. 1999. *Uses of Television*. 1 edition. London – New York: Routledge.
- Hesmondhalgh, David. 2008. "Neoliberalism, Imperialism and the Media." In *Media and Social Theory*, edited by David Hesmondhalgh and Jason Toynbee, 95–111. London: Routledge.
- Hill, Annette. 2014. "Reality TV Experiences." In *A Companion to Reality Television*, edited by Laurie Ouellette, 116–33. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Lumby, Catharine. 2003. "Real Appeal: The Ethics of Reality TV." In *Remote Control: New Media, New Ethics*, edited by Catharine Lumby and Elspeth Probyn. Cambridge – Port Melbourne – Vic: Cambridge University Press.
- Mathisen, Thomas. 1997. "The Viewer Society: Michel Foucault's 'Panopticon' Revisited." *Theoretical Criminology* 1 (2): 215–34.
- Milin-Perković, Snežana, i Marijana Matović. 2014. "Rijaliti programi u Srbiji i 'nepriremeni sadržaj.'" *Godišnjak Fakulteta političkih nauka* 8 (11): 131–46.
- Milin-Perković, Snežana. 2012. "Mejkover Televizija i mit o lepoti." *Kultura*, no. 136: 108–22.
- Mitrović, Marijana. 2008. "Serbia – From Miki and Kupinovo to Europe: Public Performance and the Social Role of Celebrity." *Glasnik Etnografskog Instituta SANU* 56 (2): 117–31.
- Nabi, Robin L., Erica N. Biely, Sara J. Morgan, and Carmen R. Stitt. 2003. "Reality-Based Television Programming and the Psychology of Its Appeal." *Media Psychology* 5 (4): 303–30.
- Namkosse, Baya Bangué. 2009. „Rijaliti” televizijski format sa posebnim osvrtom na emisiju „Veliki brat’.” *CM Communication and Media* 4 (10): 49–70.
- Nikolić, Mirjana. 2010. "Etika medija – između lične, profesionalne i društvene odgovornosti." *Kultura*, no.127: 35–51.
- Ouellette, Laurie J. 2009. "Take Responsibility for Yourself: Judge Judy and the Neoliberal Citizen: Remaking Television Culture" 2nd Edition. In *Reality TV: Remaking Television Culture 2nd Edition*, edited by Laurie Ouellette, 223–42. New York: NYU Press.
- Papacharissi, Zizi, and Andrew L. Mendelson. 2007. "An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 51 (2): 355–70.
- Prodanović, Srđan, i Predrag Krstić. 2012. "Javni prostor i slobodno delanje: Fuko vs. Lefevr." *Sociologija* 54 (3): 423–436.
- Radulović, Lidija, i Ildiko Erdei. 2017. "“Veliki brat vas gleda”/“Vi gledate Velikog brata”. Fenomen (nad)gledanja i imperativ gledanosti u rijaliti programu." *Etnoantropološki problemi* 12 (1): 19–50.
- Reiss, Steven, and James Wiltz. 2004. "Why People Watch Reality TV." *Media Psychology* 6 (4): 363–78.

- Skeggs, Beverley. 2005. "The Making of Class and Gender through Visualizing Moral Subject." *Sociology* 39 (5): 965–82.
- Skeggs, Beverley. 2009. "The Moral Economy of Person Production: The Class Relations of Self-Performance on 'Reality' Television." *The Sociological Review* 57 (4): 626–44.
- Turner, Graeme. 2013. *Understanding Celebrity*. Second edition. Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Valić-Nedeljković, Dubravka. 2011. "Rijaliti programi – izjednačavanje javnog i privatnog diskursa." *Kultura*, no.133: 289–305.
- Volcic, Zala, and Karmen Erjavec. 2013. "Commercial and Sexualized Nationalism on Serbian Reality TV." *International Journal of Cultural Studies* 16 (6): 597–614.
- Volčić, Zala, and Karmen Erjavec. 2015. "Watching Pink Reality TV." *Feminist Media Studies* 15 (1): 74–91.
- Vujanović, Ana. 2002. "Javni nastup i društvena uloga." *Kultura*, no. 102: 54–62.
- Vukadinović, Maja. 2013. *Zvezde supermarket kulture*. Beograd: Clio.
- Vuksanović, Divna. 2010. "Etika i disleksija: granice medijske kulture." *Kultura*, no.127: 102–118.
- Wood, Helen, and Beverley Skeggs. 2011. *Reality Television and Class*. 2011 edition. London – New York: British Film Institute.

Srđan Prodanović

Institute for philosophy and social theory,  
University of Belgrade, Serbia

*Between Heterotopy and Ideology: On the Realities of Reality TV in Serbia*

**Abstract** In this paper we will try to explain the phenomenon of reality TV using Foucault's concept of heterotopia. First, we will consider some of the major theoretical dilemmas that go together with the emergence of this television format, which primarily concerns the degree of democratization of contemporary media, as well as the degree of exploitation of "ordinary actors". We will also claim that ambivalence and hybridity are an inherent feature of television, and that, as we will show in the second part, they can be more comprehensively theoretically understood if we approach them as a specific kind of heterotopia. We will then use the local modifications of the format in order to illustrate the way in which the heterotopic nature of the reality TV offers to its viewers a specific (quasi)reflection regarding the structural features of the giving society that, in fact, only contributes to its further fragmentation.

**Key words:** reality TV, heterotopy, media democratization, social domination

*Entre hétérotopie et idéologie: sur les réalités  
des programmes de télé-réalité en Serbie*

Dans ce travail nous allons nous efforcer d'analyser d'un point de vue théorique le phénomène des programmes de télé-réalité, en prenant appui sur la conception foucauldienne de l'hétérotopie. Nous allons d'abord étudier certains des dilemmes théoriques principaux qui accompagnent l'apparition de ce format télévisé, et qui concernent avant tout le degré de démocratisation des médias contemporains et l'exploitation des « individus ordinaires ». Nous allons également affirmer que l'ambivalence et l'hybridité sont des caractéristiques inhérentes aux programmes de télé-réalité, ensuite que ces caractéristiques, comme nous allons le montrer dans la deuxième partie, peuvent être comprises d'un point de vue théorique et de manière plus approfondie si elles sont abordées comme des formes spécifiques d'hétérotopie. Enfin, sur l'exemple des modifications locales de ces formats, nous allons tenter de montrer comment la nature hétérotopique des télé-réalités offre aux spectateurs une (quasi) réflexion particulière sur les caractéristiques structurales de la société donnée, qui, en réalité ne fait que contribuer à la poursuite de sa fragmentation.

*Mots clés:* télé-réalités, hétérotopie, démocratisation des médias, domination sociale

Primljeno / Received: 30.10.2018.

Prihvaćeno / Accepted: 29.12.2018.