

Dorota Majka-Rostek

<https://orcid.org/0000-0002-1175-6028>

Instytut Socjologii

Uniwersytet Wrocławski

Medialne ideologie miłości i małżeństwa prezentowane w programie *Ślub od pierwszego wejrzenia*

Słowa kluczowe: reality show, ideologia, miłość, małżeństwo, telewizja

Key words: reality show, ideology, love, marriage, television

Wstęp

Namysł nad ideologicznym funkcjonowaniem mediów masowych ma swoje podstawowe źródło w marksistowskich teoriach kultury. Teoretycy szkoły frankfurckiej oraz kontynuatorzy jej dziedzictwa wypracowali takie koncepcje ideologii, które traktują ją jako fałszywą i manipulacyjną siłę, działającą na rzecz realizacji interesów klas panujących (Strinati 1998: 59). Grupa posiadająca władzę uprawomocnia oraz umożliwia reprodukcję tej władzy między innymi poprzez kontrolę nad mediami, zaś media służą do legitymizowania poglądów i idei wspierających system kapitalistyczny. Oddziaływanie ideologii polega na tym, że jej odbiorcy, czyli klasy podporządkowane, przyjmują idee klasy dominującej jako swoje własne, a zarazem „oczywiste” i „naturalne”, nie zauważając ich opresyjnego charakteru. O takiej manipulacji pisze Theodor Adorno (2001: 99), dowodząc, że przemysł kulturalny żeruje na masach, każąc im wierzyć w swoją podmiotowość, podczas gdy są one jedynie przedmiotem. Współczesne badania ideologiczne mediów wychodzą często poza owe marksistowskie założenia, traktując ideologię szerzej – nie tylko jako „fałszywą świadomość” generowaną w interesie kreatorów i beneficjentów kapitalizmu, ale jako zestaw opinii powiązanych z tendencjami społecznymi, które bazują na systemie wartości wspierającym typowe społeczne zachowania i poglądy (Petrilli 2013: 347). Kiedy badacze zajmują się produktami medialnymi w aspekcie ideologii, zainteresowani są tym, jaki obraz społeczeństwa pojawia się w ich przekazach. Ideologia w tym kontekście stanowi system znaczeń, który pomaga definiować i wyjaśniać świat, nie tylko ukazując pewne zjawiska, ale dokonując ocen wartościujących (Croteau i Hoynes 2014: 152). W takim ujęciu ideologiczność jest immanentną cechą i specyfiką funkcjonowania mediów. Jak twierdzi Tomasz Goban-Klas (1999: 129), „[...] prawidłowością zauważalną w oddziaływaniu środków komunikowania masowego jest ideologiczny

charakter ogółu przekazów, czyli całego komunikowania masowego. Przekazy masowe wzięte jako całość nie odzwierciedlają rzeczywistości społecznej, w której powstały [...], ale odtwarzają i współtworzą wartości dominujące w danym społeczeństwie”. Media ukazują obrazy zjawisk, interakcji czy instytucji, wpływając na ich społeczne definicje. Sugerują, co jest właściwe, a co nie, co jest „normalne”, a co wykracza poza normę. Nie tylko dostarczają informacji, ale „[...] kreują wizję świata, rozbudzają emocje i potrzeby, kształtują postawy, wpływają na zachowania” (Siemieńska 1997: 9). Analiza ideologiczna treści medialnych „[...] usiłuje zrozumieć, w jaki sposób tekst kulturowy ucieleśnia i przedstawia określony zakres wartości, przekonań, idei” (White 1998: 154). W tym kontekście zastanawiać się można nad medialnymi ideologiami konkretnych zjawisk, instytucji i konstrukcji społecznych – między innymi nad ideologiami miłości i małżeństwa. Szerokie ujmowanie ideologii traktowanej jako „[...] ogólny proces wytwarzania znaczeń i idei” jest bazą takich badań z obszaru komunikacji masowej, które skupiają się na interakcjach człowieka ze znakami (Fiske 1999: 206). John Fiske (1999: 213), analizując relacje pomiędzy ideologią i sygnifikacjami, kładzie nacisk na to, że ideologia nie jest statycznym zbiorem wartości i sposobów postrzegania świata, ale jest konkretną praktyką i działaniem społecznym. Jest ona interakcją pomiędzy intencjami nadawcy a dekodowaniem odbiorcy. Odbiorcy przekazów medialnych mogą preferować nieco odmienne sposoby odczytania. W myśl koncepcji Stuarta Halla (1987: 58) mogą to robić w sposób dominujący (zgodny z intencjami nadawcy), negocjacyjny lub opozycyjny. Samo jednak uczestniczenie w tych procesach jest zjawiskiem umacniającym ideologię. Nawet bardzo polisemiczne odczytania przekazu nie negują bowiem założenia, że dane treści są istotne i warte odniesienia się do nich.

Ślub od pierwszego wejrzenia – specyfika programu

Ślub od pierwszego wejrzenia to program telewizyjny, którego format powstał w 2014 roku w Danii i szybko został przejęty przez inne telewizje (w 2017 roku był nadawany już w jedenastu krajach). W Polsce emitowano do tej pory trzy edycje – pierwszą w 2016, drugą w 2017, a trzecią w 2018 roku. Do programu zgłaszają się osoby, które chciałyby znaleźć życiowego partnera. Kilkoro specjalistów analizuje ich zgłoszenia, następnie wybiera osoby, które poddawane są testom i badaniom. Na ich podstawie eksperci kojarzą pary, które według nich mają szansę na stworzenie związku. Wybrane pary spotykają się pierwszy raz w urzędzie stanu cywilnego, chwilę przed własnym ślubem. Po weselu jadą w podróż poślubną, następnie starają się układać swoje życie jako małżeństwo. W tym wszystkim oczywiście towarzyszą im telewizyjne kamery. Po miesiącu uczestnicy programu podejmują decyzję o kontynuowaniu związku lub o rozwodzie.

Program ten można zaklasyfikować do gatunku reality show – tłumaczonego jako „widowisko rzeczywistości” (Przybyła 2008: 141). Wiesław Godzic

(2001: 20), analizując fenomen popularności programu *Big Brother*, twierdzi, że produkcje tego typu są megagatunkami, bowiem zawierają w sobie cechy wielu starszych gatunków, takich jak: teleturniej, reportaż dokumentalny, serial czy talk show. Reality show jako gatunek od początku swego powstania generował krytykę. Jako cechy gatunku wskazywano pogoń za sensacją, woyeryzm, zacieranie granicy między rzeczywistością a reżyserowaną fikcją, uzależniający charakter, prymitywizm itp. Zarzucano mu promowanie „okrucieństwa kultury popularnej” (Hill 2004: 7). Podstawowe funkcje reality show to oczywiście funkcja ekonomiczna (dochody producentów) oraz rozrywkowa. Ze względu na realizację tych funkcji gatunek ten ciągle sięga po nowe obszary tematyczne. O takich tendencjach pisze Beata Łaciak (2015: 6): „Widzowie, oglądając coraz więcej audycji tego typu, coraz szybciej się nudzą, producenci prześcigają się więc w kreowaniu coraz bardziej zaskakujących, szokujących i nietypowych sytuacji, w jakich mogą postawić uczestników, wkraczając w coraz bardziej intymne sfery ludzkiego życia”. W *Ślubie od pierwszego wejrzenia* strategię tego typu realizowane są przede wszystkim poprzez element aranżowania związku przez „ekspertów” oraz zawarcie małżeństwa z nieznaną osobą. Sami twórcy programu kreowali go jako produkt „kontrowersyjny”, aczkolwiek w jego opisach kładli nacisk na „realność” i związek z faktyczną rzeczywistością społeczną. Ilustrują to słowa Bogdana Czai, zastępcy dyrektora programowego TVN: „[...] myślę, że jeśli ktoś zaczął oglądać ten program, to przekonał się, że nie ma tu żadnej zabawy uczuciami. To jest prawdziwe życie. Prowadzony na serio eksperyment, który skłania do zastanowienia się nad naturą związków dwojga ludzi” (Pallus 2016).

Ślub od pierwszego wejrzenia, tak jak wiele współczesnych produkcji telewizyjnych, funkcjonuje też poza swoim głównym medium – doniesienia z poszczególnych odcinków pojawiają się w prasie, na Instagramie, Twitterze czy w serwisie YouTube, w Internecie tworzą się też oddolne fora dyskusyjne. Oficjalny profil programu jest prowadzony na Facebooku. Zamieszczane są tam zapowiedzi odcinków, ich fragmenty oraz kadry, które nie znalazły się w emisji. Przede wszystkim zaś jest to miejsce, gdzie realizuje się współczesna interaktywność telewizji. Odbiorcy programu komentują zarówno jego całościową ideę, jak i konkretne zachowania bohaterów, dywagują nad dopasowaniem par oraz nad ich szansami zbudowania trwałej relacji. Stanowi to znakomitą ilustrację funkcjonowania tak zwanej social TV. Pojęcie to dotyczy współczesnych związków pomiędzy telewizją a mediami społecznościowymi. Stanowią one jeden z elementów zjawiska nazywanego „drugim ekranem” (*second screen*), odnoszącego się do doświadczeń kontaktu z treściami medialnymi nie tylko za pośrednictwem ekranu odbiornika telewizyjnego, ale również ekranu smartfona, tabletu czy laptopa (Blake 2017: 3). Ten typ multikonsumpcji staje się coraz częstszym sposobem korzystania z mediów. Odbiorcy treści telewizyjnych dzięki aplikacjom mogą na przykład na drugim ekranie oglądać sceny w innym ujęciu czy sceny pogłębiające historię albo jedynie wyszukiwać dodatkowe informacje na temat tego, co widzą, angażować się w głosowania, dyskusje itp. Występuje tu zjawisko jednoczesnego funkcjonowania w roli odbiorcy i nadawcy.

W przypadku social TV telewidzowie korzystają z mediów społecznościowych, używając urządzeń mobilnych. Może to być aktywność synchroniczna – bezpośrednio podczas oglądania programu, lub asynchroniczna – po jego obejrzeniu. Jej funkcjami są między innymi: zwiększenie zaangażowania odbiorców oraz korzyści dla nadawcy wynikające ze sprzężenia zwrotnego – twórcy przekazu mają możliwość dostosowania się do potrzeb odbiorców i dzięki temu zwiększenia swoich zysków.

Miłość i małżeństwo według ekspertów

W dwóch pierwszych polskich edycjach *Ślubu od pierwszego wejrzenia* w roli ekspertów występują: prof. Bogusław Pawłowski – kierownik Katedry Biologii Człowieka Uniwersytetu Wrocławskiego, Monika Staruch – seksuolog, i dr Piotr Mosak – psycholog. Dobór kandydatów na małżonków dokonuje się zatem na podstawie kryteriów dopasowania biologicznego, seksuologicznego i psychologicznego. Na początku każdej edycji programu widzowie mogą zobaczyć, jak uczestnicy wypełniają testy, udzielają wywiadów, biorą udział w zadaniach, są dokładnie ważeni i mierzeni (między innymi sprawdzana jest długość palców i nosa, proporcje twarzy i sylwetki), wachają koszulki z zapachami ciał, testują odbiór różnych typów ludzkich głosów. Eksperci pojawiają się nie tylko w tej fazie doboru, ale również potem, w kolejnych odcinkach komentują zachowania uczestników. Narrator wielokrotnie podkreśla istotność ich roli, twierdząc: „Eksperci włożyli mnóstwo wysiłku w badania i analizy”¹. O działaniach Bogusława Pawłowskiego mówi: „Wyniki badań Profesora są twardymi danymi liczbowymi”. Aurę naukowości podkreślają też sami eksperci. Seksuolożka swoje badania, których podstawą był wywiad i obserwacja, określa jako „[...] najnowsze amerykańskie metody, które ujawniają osobowość seksualną”. Także psycholog kładzie nacisk na to, że „Tutaj tak naprawdę jest nauka, jest doświadczenie”. Eksperci wielokrotnie podkreślają to, że program ma charakter naukowego eksperymentu, polegającego na tym, że „[...] małżeństwo jest zaaranżowane przez naukę”. Ich podejście do wyboru par wiąże się z prezentowaną przez nich dyscypliną naukową. Pawłowski odwołuje się do uzasadnień ewolucyjnych. Twierdzi, że dla kobiety najważniejsze jest to, aby mężczyzna miał odpowiedni status społeczno-ekonomiczny oraz żeby chciał się kobietą opiekować i dawać jej poczucie bezpieczeństwa. Do realizacji tej funkcji opiekuńczej potrzebne jest uczucie. Jeśli chodzi o mężczyzn, to ekspert nazywa ich „mniej skomplikowaną płcią”, twierdząc, że potoczne postrzeganie mężczyzn jako wzrokowców ma podłoże ewolucyjne. Dla mężczyzn bowiem istotne są te

¹ Wszystkie cytowane w niniejszym opracowaniu wypowiedzi pochodzą z drugiej edycji programu, emitowanej w TVN od 11 września do 27 listopada 2017 roku. Z nagrań dwunastu odcinków wyselekcjonowano te wypowiedzi ekspertów oraz narratora, które zaklasyfikowano jako wyjaśniające specyfikę programu oraz ilustrujące podejście autorów wypowiedzi do relacji, miłości i małżeństwa.

cechy kobiety, które świadczą o jej potencjale reprodukcyjnym. Uczucie kobiety do mężczyzny ma być dla niego gwarancją wierności i pewności swojego ojcostwa. Monika Staruch w swoich wypowiedziach podkreśla, że udane życie seksualne jest największym spoiwem związku. W związku z tym partnerzy muszą być dopasowani pod względem specyfiki swoich potrzeb i preferencji seksualnych. Ekspertka z aprobatą wyraża się o sytuacji, kiedy jedna z par nie kryła, że od razu po ślubie rozpoczęła życie seksualne. Zdaniem seksuolożki była to bardzo dobra decyzja, sprzyjająca poznaniu się, otworzeniu na siebie, mówieniu o sobie. Najczęściej pojawiającym się na ekranie ekspertem jest Piotr Mosak. Psycholog komentuje prezentowane zdarzenia, interweniuje też w sytuacjach kryzysowych, przeprowadzając z bohaterami programu rozmowy. Jego wypowiedzi bazują na charakterystycznym dla współczesnego dominującego dyskursu psychologicznego przekonaniu, że kluczem do stworzenia dobrej relacji jest wzajemna komunikacja. Ekspert wyjaśnia małżonkom, że niezbędne do osiągnięcia intymności jest mówienie wprost o swoich uczuciach, emocjach i pragnieniach. Kładzie nacisk na konieczność rozmowy, a w razie konfliktów – ustalania „[...] obszarów neutralnych, w których się mogą spotkać”. Mówi o potrzebie szczerości, kilkakrotnie używa sformułowania „Bądź sobą!”. Zasady doboru par wiąże przede wszystkim z kwestią podobieństwa – podkreśla to, że podobny styl życia, w tym stosunek do wartości czy też codziennych praktyk, wzmacnia szanse na stabilność związku. Jednak przypadek pary, w wizerunku której dominują różnice, komentuje, mówiąc, że te różnice są ciekawe, a podobieństwa są dopiero do odkrycia. Twierdzi zatem, że związek można budować nie tylko na zasadach symetrii, ale także na zasadach komplementarności, co ilustrują słowa na temat jednego z małżeństw: „Tam, gdzie Krzysztof ma ten luz, odklejony jest od rzeczywistości, tam przydałaby się Paulina z tym uporządkowanym życiem”. Krytykuje parę, która po podróży poślubnej nie decyduje się na wspólne zamieszkanie, tłumacząc, że dla związku bardzo istotna jest codzienność i codzienne decyzje, czynności, rozmowy. W przypadku mężczyzny, który obawia się zbytniego zaangażowania i utraty swojego „ja”, psycholog mówi: „Ludzie źle podchodzą do związków. Nadają dużą wartość swojej wolności, utożsamiając ją z samotnością”. Komentarze eksperta dotyczą też ról genderowych. Wizje owych ról pozostają pod wyraźnym wpływem tradycyjnych definicji. Ilustruje to sytuacja, kiedy Piotr Mosak chce „wydobyć męskość” z jednego z uczestników, argumentując: „Jednak kobiety szukają mężczyzny, który potrafi być i delikatny, i subtelny, ale kiedy trzeba, żeby mógł pokazać siłę, żeby czuły się przy nim bezpiecznie”.

Ideologiczne konotacje programu nie są jednoznaczne. Z jednej strony nacisk zostaje położony na „zewnątrzny” dobór, pomijający osobiste zaangażowanie przyszłych małżonków w poszukiwanie i pozyskanie partnera, z drugiej strony dyskurs ekspercki uwydatnia konieczność traktowania relacji w kontekście własnego wysiłku, pracy i starań. Naukowe podstawy doboru same w sobie zatem nie są prezentowane jako gwarant powodzenia w małżeństwie. Eksperci przedstawiają małżeństwo jako proces dochodzenia do kompromisów na bazie otwartej komunikacji, poszukiwania podobieństw oraz traktowania

różnic jako urozmaiceń i wzajemnych dopełnień. Kładą nacisk na konieczność obopólnego zaangażowania i nietraktowania związku w kategoriach utraty wolności. Pomimo tego, że małżeństwa mają charakter związków aranżowanych, bezustannie pojawiają się w programie odwołania do uczuć i emocji, eksperci poszukują w relacjach nowożeńców „iskrzenia”. Za zaaranżowaniem powinna bowiem przyjść miłość, co wyrażają słowa psychologa: „Uczuć nie da się oszukać. Jeśli będziecie ze sobą szczerzy, to uczucie, które kiełkuje, będzie miało szansę się rozwinąć”. Naukowemu, a więc racjonalnemu doborowi par towarzyszy romantyczna scenografia zawierania związku małżeńskiego. Sam proces, mimo że przyspieszony i przebiegający bez wcześniejszej wzajemnej znajomości przyszłych małżonków, ma bardzo tradycyjny charakter. Bohaterowie programu przygotowują ślubne zaproszenia, wybierają stroje – panowie garnitury, panie długie suknie, wianki bądź welony, wiązanki itp. Wesela także mają typowy charakter – są tam torty, przemówienia, tłuczenie szkła, tańce, niekiedy weselne rytuały. Podróże poślubne zawierają takie elementy, jak nocne spacery, kolacje przy winie i świecach, randki z pocałunkami i kwiatami. Przekaz ten jest wzmacniany przez komentarze narratora, mówiącego o „bajkowym weselu” czy „podróży poślubnej z marzeń”. Program prezentuje aranżowane, a zatem pozornie dalekie od romantyzmu małżeństwo, wraz ze wszystkimi jego „romantycznymi” atrybutami.

Jakkolwiek przekaz ideologiczny płynący ze strony nadawców programu nie jest całkiem spójny, to za jego podstawowy element można uznać wspieranie istotności i wagi małżeństwa. Bohaterowie prezentowani są jako ludzie pod wieloma względami spełnieni, którym do szczęścia brakuje tylko męża bądź żony. Nowoczesność związana z odwołaniami do nauki współlistnieje tu z tradycyjnymi wizjami małżeństwa jako jedynej właściwej drogi życiowej. Ilustruje to sytuacja, kiedy jedną z uczestniczek programu, demonstrującą niechęć do wybranego jej partnera, ekspertka strofuje pytaniem: „Czy chcesz być starą panną z kotem?”.

Miłość i małżeństwo według odbiorców programu

Ślub od pierwszego wejrzenia jest programem o stosunkowo wysokim poziomie oglądalności. Pierwszy sezon oglądało średnio blisko 1,5 mln widzów, drugi – 1,24 mln. TVN w paśmie jego nadawania był liderem lub wiceliderem rynku telewizyjnego. Odbiorcy *Ślubu...* po każdym odcinku komentowali bieżące wydarzenia na oficjalnym profilu programu w serwisie Facebook². Po zaprezentowaniu par dobranych przez ekspertów pierwsze komentarze

² Z oficjalnej strony *Ślubu od pierwszego wejrzenia* w serwisie Facebook (<https://www.facebook.com/slubodpierwszegowejrzeniaTVN/>) spośród wszystkich komentarzy dotyczących drugiej edycji programu publikowanych przez użytkowników FB między 11 września 2017 a 30 listopada 2017 roku wyselekcjonowano te zaklasyfikowane jako odnoszące się do wizji miłości i małżeństwa, następnie dokonano kategoryzacji najczęściej pojawiających się wątków. W cytowanych komentarzach poprawiono – dla czytelności wypowiedzi – część błędów ortograficznych i literowych.

dotyczyły przede wszystkim zasadności dopasowania przyszłych małżonków i ich szans na stworzenie związku. W opiniach tych dominowało przeświadczenie o istotności zasady podobieństwa. Osobom postrzeganym jako zbyt różniące się od siebie nie wrócono możliwości dłuższej małżeńskiej relacji. Postulowana konieczność podobieństwa związana była głównie z trzema obszarami – wyglądem, cechami charakteru oraz poziomem zamożności. Osoby, które uważały jedną z par za niedopasowaną pod względem stopnia atrakcyjności fizycznej, przede wszystkim kobiecie zarzucały braki w aparycji. Uwagę zwracano zwłaszcza na niedostatki sylwetki, czyli to, że według autorów komentarzy uczestniczka programu odbiegała od współczesnych kanonów szczupłości:

[...] urodą nie grzeszy... młoda dziewczyna a już z nadwagą. Wszystko w kostiumie kąpielowym się trzęsie i wisi. Należy dbać o całokształt a nie tylko wypudrować buzię i zrobić kreski...

Krytyka aparycji uczestników programu była stałym elementem internetowych dyskusji. Można to uznać za typowy rys „hejterskiego” stylu dyskusji internetowych, można też wnioskować, że zdaniem komentatorów atrakcyjność fizyczna zwiększa szansę na stworzenie związku. Krytyka wyglądu danego uczestnika szła bowiem w parze z przeświadczeniem, że nie odnajduje się on w roli małżonka:

I tak, nie jest atrakcyjny za grosz. Taka uroda wiejskiego lovelasa. Ten kolczyk, te włosy jak wykałaczkę, sposób mówienia, te koszulki oblesne, a w szczególności całokształt.

Niedopasowania charakterologiczne postrzegano głównie w takich kontekstach, jak: chaotyczność – uporządkowanie, domatorstwo – rozrywkowość, powaga – brak powagi:

Dwa różne charaktery nie stworzą porozumienia w związku, woda i ogień! nie stworzą pary.

Istotnym aspektem dopasowania był też według komentatorów status ekonomiczny. Zwłaszcza sytuacja, kiedy to mężczyzna prezentowany był jako mniej zamożny od swojej żony, generowała wątpliwości co do szans przetrwania związku:

Cale życie będzie mieszkał w JEJ domu, jeździł autem JEJ ojca, a ona będzie mu dawać za każdym razem, kiedy powie „króliczku”. Niedobrze się czasem robi. Anka - uciekaj od tego buca.

Totalne przeciwieństwa... ona opływa w luksusie, wspierającą ma rodzinę a on, biedny pokoik wynajmowany, brak wsparcia znajomych, rodziny, nie wróże im miłości...

Nie tylko zbytne różnice, ale także zbytne podobieństwa traktowane były jako przeszkoda w budowaniu trwałej relacji. Dotyczyło to pary, w której obie osoby były postrzegane jako bardzo podobne w aspektach stylu życia, ambicji, postaw wobec własnej kariery zawodowej i celów życiowych. Ich wizerunek

sugerował według uczestników forum zbyt dużą autonomię i samodzielność, a co za tym idzie, brak dążenia do wzięcia pod uwagę interesów i potrzeb współmałżonka:

Z tej pary raczej nic nie będzie, 2 zbyt silne, niezależne i skoncentrowane na karierze osobowości.

Komentarze na temat problemowych sytuacji, z którymi konfrontowali się nowi małżonkowie, najczęściej wskazywały na konieczność dochodzenia do kompromisów. Uczestnicy dyskusji wyrażali przekonanie, że w związku nie ma możliwości całkowitego, idealnego dopasowania charakterologicznego, zatem kluczową umiejętnością małżeńską jest wzajemne ustępowanie. Równie istotna była według nich akceptacja drobnych niedoskonałości współmałżonka i pewna doza tolerancji:

Prawda jest taka, że aby stworzyć związek, trzeba się trochę nagiąć, nie mówię, że zmienić się diametralnie, ale coś dla tej drugiej osoby w sobie zmienić. On pokazał, że mu zależy - mieli szczerą rozmowę, usłyszał co jej w nim przeszkadza i postanowił to zmienić. Sama powiedziała, że widzi zmianę i to docenia. Dlaczego w takim razie ona nie potrafi spróbować zmienić się dla niego?

Nie nie, dla tej pani nie ma idealnego mężczyzny, żyjąc z kims trzeba akceptować takie małe wady.

Przekonanie o kluczowej roli komunikacji w małżeństwie prezentowane przez ekspertów znalazło swoje odzwierciedlenie w opiniach komentatorów programu. Kładli oni nacisk na to, że rozmowa nie tylko jest niezbędna w sytuacjach konfliktowych, ale jest też środkiem zapobiegania konfliktom:

Szczerze rozmowy, o życiu, o tym co się robi, na co chce się mieć czas tylko dla siebie, jakie ma się pragnienia, oczekiwania, co się lubi czego się nie lubi u siebie u innych. Czy to takie trudne? Problemy wynikają tylko przez to że się nie rozmawia, nie rozmawia szczerze.

W dyskusjach widzów pojawiały się wątki związane z definicjami genderowymi – kulturowymi wzorami kobiecości i męskości. Dominowało tu przeświadczenie, że gwarantem powodzenia małżeństwa jest jednak zbyt nieodchodzenie od tradycyjnego podziału ról płciowych. W przypadku jednej z uczestniczek programu komentarz eksperta brzmiał: „Jest nietypową kandydatką na żonę – nie lubi prac domowych i gotowania”. W komentarzach widzów owa „nietypowość” spotykała się z krytyką i przekonaniem, że osoba nierealizująca wymogów tradycyjnej roli kobiecej w sferze gospodarstwa domowego nie będzie w stanie stworzyć prawidłowej relacji małżeńskiej:

Uciekaj póki czas 😂😄😁 ! I sie nie zastanawiaj wąpnię ze wyciągnie rękę widac ze kobieta nie jest rodzinna ani domowa ona nawet garów nie ma w domu to jak chce dbać o męża?

Zresztą co to za kobieta, która nie ma garów w kuchni... gospodyni nie z tej ziemi.

Akceptacja tradycyjnego podziału ról nie dotyczyła jedynie kwestii podziału obowiązków, ale również męskich i kobiecych cech osobowościowych. W wersji tradycyjnej męskość jest wiązana z dominacją, decyzywnością, byciem oparciem dla słabszej kobiety. Kobiecość natomiast to uległość i zależność. Zachowania uczestników programu, które postrzegano jako odbieganie od tych wzorów, traktowano jako wskaźniki braku szans na przetrwanie małżeństwa:

Nie, myślę że ona w ogóle nie nadaje się do związku. Bardzo zadufana w sobie. Zbyt pewna i chyba taka prym wiodaca a jaki chłop to wytrzyma????

Aniu, bardzo dobra decyzja, kobieta potrzebuje faceta nie mięczaka.

Konserwatywne poglądy były też widoczne w komentarzach dotyczących seksualnych relacji uczestników programu. Prezentowały one taką wizję kobiecości i męskości, w której to do mężczyzny powinna należeć inicjatywa w sferze seksualnej, kobieta natomiast powinna być powściągliwa i skromna. W przypadku pary, która nie kryła tego, że szybko po ślubie rozpoczęła życie intymne, krytyka odnosiła się przede wszystkim do kobiety:

Jest za łatwa faceci lubią zdobywać.

Ona jest tak mało atrakcyjna, że ja się nie dziwie, że tak się skończyło, poza tym za szybko mu wskoczyła do łóżka.

Elementem dyskusji było postrzeganie kobiety jako osoby bardziej odpowiedzialnej za związek i relacje. To kobieta powinna być bardziej dojrzała i rozsądna, powinna potrafić wychować sobie męża. Wizja taka jest związana z potocznym przeświadczeniem, że mężczyzna dzięki staraniom żony może zmienić się po ślubie:

Może się chłop zmienić to fajna i wesola dziewczyna. Dzieci chłopcy często dorastają później może i on dorośnie i zrozumie że życie to nie wieczna zabawa.

Model związku preferowany przez dyskutantów z jednej strony zawierał elementy współczesne, takie jak konieczność kompromisów oraz istotność komunikacji, z drugiej strony był silnie oparty na wzorcach tradycyjnych. Widzowie nie brali na przykład pod uwagę możliwości małżeństwa na odległość. Wspólne mieszkanie było dla nich oczywistym wymogiem małżeńskiej relacji:

Jakie normalne małżeństwo mieszka osobno i to z własnej, nieprzymuszonej woli? Patologia. Coś tu jest nie tak.

Komentarze dotyczące uczestników programu często prezentowały konwencję romantyczną. Widzowie poszukiwali w zachowaniach uczestników oznak miłości bądź przeciwnie, dostrzegali ich brak. Miłość traktowano jako coś zewnętrznego, na co człowiek nie ma wpływu:

Wyglądają jakby ta miłość kwitła od wieków.

Nie można nikogo zmusić do miłości, jest namiętność, albo jej nie ma, a bez namiętności i porywu serca nic się nie uda. To jest tak od nas niezależne, to po prostu się dzieje, i nas ogarnia. Grzesiek tego nie poczuł, i to nie jego wina.

Wraz z wizjami romantycznymi współzystawały pragmatyczne – małżeństwo jawiło się w nich nie jako wynik „strzały amora”, ale przede wszystkim starań i wysiłków:

Ten kto jest w związku, wie, że to nie jest codzienna sielanka, tylko, żeby związek przetrwał trzeba pracować nad nim każdego dnia;) nic nie jest na zawsze.

Widzowie programu prezentowali w dyskusjach duże zaangażowanie emocjonalne. Z ich wypowiedzi wynika, że małżeństwo to według nich instytucja oparta na pewnych sprzecznościach. Powinno bazować na właściwym, racjonalnym dobraniu się pod względem zasobów kulturowych i materialnych, ale jednocześnie – na emocjach i namiętnościach. Małżonkowie powinni charakteryzować się podobnym stopniem zaangażowania i pracy nad relacjami, potrafić ze sobą rozmawiać i dochodzić do kompromisów, lecz jednocześnie nie odbiegać zbyt od tradycyjnych wzorców relacji genderowych.

Ślub od pierwszego wejrzenia w kontekście współczesnych przemian miłości i małżeństwa

Badacze mediów od lat stawiają pytania dotyczące relacji między zawartością mediów a „rzeczywistym” światem – na ile media kreują, a na ile odzwierciedlają pewne cechy rzeczywistości. Badacze zawartości mediów, angażując się w próby odpowiedzi na te pytania, wychodzą z różnych założeń, bazujących na ogół na którejś z następujących perspektyw:

- treść jako odzwierciedlenie specyfiki i potrzeb producentów;
- treść jako odzwierciedlenie preferencji odbiorców;
- treść jako ogólne odzwierciedlenie społeczeństwa (norm, wartości, postaw społecznych);
- treść jako strategia wpływu na odbiorców;
- treść jako podmiot samodzielny, analizowany niezależnie od otoczenia (Croetau i Hoynes 2014: 190).

Przyglądając się ideologii miłości i małżeństwa prezentowanej zarówno przez nadawców, jak i odbiorców telewizyjnego reality show, zastanawiać się można nad każdym z pięciu wyżej wymienionych kontekstów. Są one zresztą ze sobą połączone – przykładowo odzwierciedlanie preferencji odbiorców może się wiązać z ogólnym odzwierciedlaniem dominujących systemów aksjonormatywnych, co z kolei wynika z potrzeb nadawców komunikatu. Poniżej zostaną nakreślone pewne spostrzeżenia wywodzące się z perspektywy łączenia treści medialnych z cechami rzeczywistości społecznej, otaczającej medialne komunikaty. Wynikają one z pytania o związki pomiędzy medialnymi wizjami relacji intymnych a społecznymi przemianami tych relacji.

Współczesne wzorce relacji intymnych, pomimo że podlegają różnorodnym przekształceniom, wciąż bazują w dużej mierze na micie romantycznej miłości. Podobnie małżeństwo – mimo że zmianom ulega czas i częstotliwość jego

zawierania, długość trwania, funkcje czy struktura, jest nieodmiennie związane z silnym romantycznym komponentem afektywnym. Ann Swidler (2001: 114), badając współczesne „narracje miłości”, wyodrębniła jej dwa rodzaje – romantyczną i realną. Miłość romantyczna bazuje na nagłym porywie, osobistym wyborze partnera (przy czym wybór ten jest nierzadko dokonywany w opozycji wobec zewnętrznych nacisków społecznych), idealizacji partnera, wierze w „jedną prawdziwą miłość”. Miłość realna nie jest nagła, powstaje w procesie stopniowej kreacji. Zależy od wielu praktycznych czynników i nie musi trwać wiecznie. Autorzy programu *Ślub od pierwszego wejrzenia* starają się łączyć obie te narracje. Mimo że nie ma tu elementu osobistego wyboru małżonka, pojawia się motyw sprzeciwu wobec nacisków społecznych – uczestnicy muszą mierzyć się ze swoimi rodzinami, często bardzo niechętnie nastawionymi do idei programu. Eksperci i widzowie oczekują od uczestników programu realizacji zarówno wizji realnej, jak i romantycznej – codziennej pracy nad związkiem i „iskrzenia”, porywu uczuć.

Z wyodrębnionych przez Macieja Gdulę (2009: 11) trzech współczesnych dyskursów miłosnych *Ślub od pierwszego wejrzenia* reprezentuje podstawową cechę każdego z nich. Zarówno bowiem dyskurs tradycyjny, utylitarny, jak i utopijny definiuje związek jako sferę, w której pojawiają się problemy, a para wspólnym wysiłkiem powinna je racjonalnie rozwiązać. Idea programu najbardziej jednak reprezentuje specyfikę dyskursu utylitarnego, który „[...] uzasadnia istnienie związku jego wydajnością w dostarczaniu partnerom przyjemności” (Gdula 2009: 13). W tym ujęciu jednostka najpierw powinna rozpoznać swoje preferencje, następnie sporządzić portret adekwatnego partnera i potem starać się o dopasowanie go do owych preferencji. Jeżeli okaże się to niemożliwe, związek można zakończyć. W omawianym programie zakłada się taką możliwość – jeżeli małżonkowie wzajemnie nie spełniają swoich oczekiwań, po miesiącu decydują się na rozwód.

Ślub od pierwszego wejrzenia można potraktować jako ilustrację wielu aspektów specyfiki współczesnych relacji intymnych, o których pisze Eva Illouz (2016). Wychodząc od analizy XIX-wiecznych romansów, twierdzi, że dziś do rozterek ich bohaterek „[...] z pomocą ruszyłaby cała armia ekspertów: doradcy psychologiczni, specjaliści od terapii grupowej, prawnicy od spraw rozwodowych, specjaliści od medytacji” (Illouz 2016: 8). Dzisiejsze reality show jest zatem odzwierciedleniem „kultury eksperckiej”, charakterystycznej dla późnej nowoczesności (Giddens 2001: 26). W coraz bardziej skomplikowanej rzeczywistości jednostka nie jest w stanie poradzić sobie bez ekspertów nie tylko w codziennych czynnościach, ale i w kluczowych decyzjach osobistych. Illouz (2016: 244) opisuje też proces, w trakcie którego „miłość staje się nauką”. Popularność naukowych metod objaśniania miłości stanowi element „odczarowania świata”. Badaczka zwraca uwagę na to, że przed nastaniem nowożytności decyzje o wyborze małżonka też były podejmowane przez osoby z zewnątrz. Podstawą oceny kandydatów były takie elementy, jak posąg, zamożność czy reputacja – nie zadawano sobie trudu gromadzenia danych na temat cech charakteru, gustu czy stylu życia kandydatów. Współczesne, prezentowane w programie podejście naukowe ma,

podobnie jak to przednowożytne, racjonalny i pragmatyczny charakter, różni się natomiast kryteriami oraz celem. Celem jest bowiem szczęście małżonków na bazie miłości, która ma się pojawić dzięki właściwemu dopasowaniu. Wśród kryteriów mających swe źródło w biologii, psychologii oraz neurobiologii bardzo istotną rolę pełni atrakcyjność seksualna. Staje się ona znaczącym elementem wartościowania i pozycjonowania na rynku matrymonialnym. Określić ją można mianem „nieostrego wskaźnika statusu” (Illouz 2016: 90).

Zarówno dyskurs ekspercki, jak i komentarze odbiorców stanowią ilustrację specyfiki współczesnych związków intymnych, które Anthony Giddens (2006: 90) przeciwstawia związkom opartym na uzależnieniu. W odróżnieniu od uzależnienia intymność jest relacją, która krok po kroku ewoluuje. Bazuje na dobrowolności, równowadze i wzajemności. Kluczem powodzenia związku jest umiejętność szukania kompromisów, negocjowania i wspólnego „przepracowywania” wszystkich problemów. Taka ideologia intymności jest ściśle związana ze współczesną kulturą ekspercką. Dominuje ona nad wiedzą spontaniczną, zobowiązując jednostki „[...] do kontroli swojego postępowania i do refleksywizacji działań” (Gdula 2009: 13).

Podsumowanie

Program *Ślub od pierwszego wejrzenia* stanowi mieszaną wzorów tradycyjnych i nowoczesnych. Z jednej strony jest rodzajem powrotu do modelu małżeństwa aranżowanego, z drugiej strony inne niż kiedyś są cele oraz kryteria tej aranżacji. Opiera się na założeniach racjonalnych – związek ma być skonstruowany na bazie danych naukowych, ale powiela powiązanie małżeństwa z ideą romantycznej miłości. Odwrócony natomiast zostaje romantyczny porządek – tu najpierw zawiera się małżeństwo, później czeka się na zakochanie. Główne założenia ideologiczne programu są zgodne z dominującym wzorem społeczno-kulturowym – dążeniem do przekształcenia singli w małżeństwa. Widowisko to, pomimo etykiety kontrowersyjności, reprodukuje wzorzec realizowania siebie i projektowania swojego życia poprzez bycie w związku. Niesie ze sobą komunikat sugerujący, że kluczem do szczęścia jest małżeństwo jednocześnie oparte na rozważnym doborze i romantycznej miłości.

Bibliografia

- Adorno, Theodor. 2001. *The Culture Industry*. London – New York: Routledge.
- Blake, James. 2017. *Television and the Second Screen: Interactive TV in the Age of Social Participation*. London – New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Croteau, David, i Hoynes, William D. 2014. *Media/Society: Industries, Images and Audiences*. London: Sage Publications, Inc.
- Fiske, John. 1999. *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Tłum. Aleksandra Gierczak. Wrocław: Astrum.
- Gdula, Maciej. 2009. *Trzy dyskursy miłosne*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

- Giddens, Anthony. 2001. *Nowoczesność i tożsamość*. Tłum. Alina Szulżycka. Warszawa: PWN.
- Giddens, Anthony. 2006. *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*. Tłum. Alina Szulżycka. Warszawa: PWN.
- Goban-Klas, Tomasz. 1999. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.
- Godzic, Wiesław. 2001. „Wielki Brat” a sprawa polska. W: Godzic, Wiesław (red.). *Podglądanie Wielkiego Brata*. Kraków: Rabid, s. 13–23.
- Hall, Stuart. 1987. Kodowanie i dekodowanie. *Przekazy i Opinie*, 1–2, s. 58–71.
- Hill, Annette. 2004. *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Illouz, Eva. 2016. *Dlaczego miłość rani*. Tłum. Michał Filipczuk. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Petrilli, Susan. 2013. Ideology Theory. W: Danesi, Marcel (red.). *Encyclopedia of Media and Communication*. Toronto: University of Toronto Press, s. 345–348.
- Przybyła, Tomasz. 2008. Programy typu reality show – perspektywa edukacyjna. *Neodidagmata*, 29–30, s. 141–147.
- Siemieńska, Renata. 1997. Środki masowego przekazu jako twórcy obrazu świata. W: Siemieńska, Renata (red.). *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 9–26.
- Strinati, Dominic. 1998. *Wprowadzenie do kultury popularnej*. Tłum. Wojciech Burszta. Poznań: Zysk i S-ka.
- Swidler, Ann. 2001. *Talk of Love: How Culture Matters*. Chicago – London: University of Chicago Press.
- White, Mimi. 1998. Analiza ideologiczna a telewizja. W: Allen, Robert C. (red.). *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*. Tłum. Edyta Stawowczyk. Kielce: Wydawnictwo Szumacher, s. 152–189.

Netografia

- Łaciak, Beata. 2015. *Wizerunek kobiety w audycjach reality show. Analiza I edycji audycji Rolnik szuka żony i Kto poślubi mojego syna?* [Online]. KRRiT. Dostęp: https://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/komunikaty/wizerunek-kobiet/wizerunek-kobiety-w-audycjach-reality-show.pdf [28.02.2018].
- Pallus, Patryk. 2016. *Kontrowersje dobrze się sprzedają. „Ślub od pierwszego wejrzenia” hitem TVN*. [Online]. Businessinsider.com.pl. Dostęp: <https://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/ogladalnosc-programu-tvn-slub-od-pierwszego-wejrzenia/4680nfm> [22.02.2018].

Streszczenie

Celem autorki artykułu jest przyjrzenie się założeniom i specyfice popularnego programu telewizyjnego *Ślub od pierwszego wejrzenia* jako komunikatu ideologicznego, prezentującego określone wzorce relacji małżeńskich oraz małżeństwa. Elementy kreowanego w programie dyskursu eksperckiego oraz elementy dyskursu odbiorców programu przedstawiono w kontekście współczesnych przemian relacji intymnych. Zastosowana metoda badawcza to jakościowa analiza tekstów wypowiedzi uczestników internetowego forum dotyczącego analizowanego programu. Prezentowana tam ideologia miłości i małżeństwa to mieszanka wzorów tradycyjnych (na przykład tradycyjny podział ról genderowych) i nowoczesnych (przykładowo postulat otwartej i ciągłej komunikacji). Jej zasadniczym rysem jest założenie, że jednym z podstawowych celów życiowych człowieka powinno być małżeństwo oparte jednocześnie na racjonalnym wyborze i romantycznej miłości.

Media Ideologies of Love and Marriage Presented in the Program *Wedding at First Sight*

S u m m a r y

This article examines the assumptions and character of the popular TV show *Wedding at First Sight* as an ideological message which presents certain models of marriage and marital relations. Elements of the expertise discourse created in the show, as well as elements of viewers' discourse, are presented in the context of contemporary changes in intimate relationships. The research method used is a qualitative analysis of posts on an Internet forum dedicated to the TV show *Wedding at First Sight*. The ideology of love and marriage presented there is a mixture of traditional (e.g. traditional division of gender roles) and modern (e.g. open and steady communication) models. Its fundamental characteristic is the assumption that among one's primary life goals should be a marriage based on rational choice and romantic love at first sight.