




Dezydery Barłowski

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

 <https://orcid.org/0000-0003-0872-5439>

Męskości w soczewce
Neotelewizyjne konstruowanie tożsamości
w programie MTV *Ex na plaży Polska*

Masculinity as Focused by a Lens
The Neo-television’s “Constructing” of New Identities
in MTV’s Show *Ex on the Beach Poland*

Abstract: The article presents an analysis of an MTV’s show *Ex on the Beach Poland*, which focuses on male characters who exhibit masculinity “patterns” promoted (“constructed”) by the reality show in question. First off, the show’s “format” is presented, including its specificity in the context of reality show genre development in relation to the theory of paleo- and neo-television. The article’s subsequent sections analyse the characters appearing in the second series of *Ex on the Beach Poland*. In the end, the conclusions are presented that pertain most of all to entirety of commercial side of promoting particular “patterns” of masculinity.

Keywords: masculinity, neo-television, reality show

Dzień 4 marca 2001 roku okazał się datą przełomową w historii polskiej telewizji. Dokładnie tego dnia w godzinach wieczornych stacja TVN przeprowadziła pierwszą oficjalną transmisję z domu Wielkiego Brata (zob. *Jak wyglądały początki Big Brothera w Polsce?*, 2019). Uczestnicy i uczestniczki zakwalifikowani do programu mieli wówczas przed sobą perspektywę spędzenia kilku tygodni w zamkniętej willi pod ciągłą obserwacją kamer rozstawionych na terenie całej posiadłości. Każda z osób goszczących u Wielkiego Brata całkowicie dobrowolnie godziła się na przestrzeganie rygorystycznego regulaminu, nieustanną inwigilację ze strony producentów oraz krytyczne oceny widzów, tudzież „współlokatorów”. Niniejsze „ograniczenie wolności” okazało się jednak stosunkowo niską ceną za profity, jakie dawało uczestnictwo w tym *reality show*. Biorący udział w pierwszej edycji *Big Brothera* stali się „z marszu” telewizyjnymi gwiazdami, celebrytami na miarę XXI wieku, a ich popularność nie malała po opuszczeniu przez te osoby programu (bohaterzy *Big Brothera* grali w reklamach, filmach, serialach, byli zatrudniani jako konferansjerzy i komentatorzy – „osobowości telewizyjne”). Mieszkańcy domu Wielkiego Brata bez wątpienia wkroczyli do medialnej sfery publicznej – osiągnęli przy tym status niemal równy statusowi aktorów czy piosenkarzy.

Piętnaście lat później na antenie MTV Polska zaczyna się emisja krajowej edycji *Ex na plaży*. Choć program ten pozornie

realizuje ten sam format co *Big Brother*, to jego społeczne oddziaływanie przedstawia się inaczej niż w przypadku cyklu emitowanego wcześniej przez TVN. *Ex na plaży* sięga zdecydowanie głębiej w świat realny niż *Big Brother*, jest zdecydowanie bliżej odbiorcy – i wykazuje zdecydowanie większą koherencję między postawami społecznymi „na ekranie” i „w realu”. Program stacji MTV Polska to nowy typ rozrywki, który przekracza gatunek *reality show* – stworzony zostaje względnie samoistny rezerwuar specyficznych postaw społecznych. Świadomość bycia oglądanym oraz konieczność poddania się specyficznym schematom programu, który uwagę widza kieruje przede wszystkim na kwestie seksualności, daje możliwość kreowania charakterystycznego wizerunku postaci. Można stwierdzić – powołam się na słowa Michaela Kimmela: „Jeśli męskość jest konstruowana społecznie, to jednym z podstawowych elementów tej konstrukcji jawi się przedstawianie męskości w mediach” (KIMMEL, 1992, s. XI-XII) – iż w cieszącym się dużą popularnością *Ex na plaży* da się odnaleźć charaktery realizujące specyficzne współczesne wzorce męskości w ich najbardziej transparentnym środowisku – jakby w soczewce.

„Czyj »eks« jest next?”

Trudno oszacować, czy telewizja lat osiemdziesiątych XX wieku znalazłaby w dzisiejszych czasach wielu stałych odbiorców. Gdy jednak spoglądamy na przepaść pomiędzy peerelowskimi programami a mediami w dobie wszechobecnego internetu, bardziej prawdopodobna wydaje się teza, iż dawny model telewizji nie cieszyłby się współcześnie wielką popularnością. Do innych wniosków doprowadziłoby nas zapewne porównanie dzisiejszych mediów do tych z początku XXI stulecia, kiedy to na antenie TVN-u zagościł po raz pierwszy *Big Brother*. Choć internet roku 2020 ma zdecydowanie większy zasięg niż ten w roku 2001, a programy typu *reality show* uległy widocznej „transformacji”, to ostatnie dwie dekady należy raczej uznać za jedną, rozwijającą się nieustannie, „epokę” „telewizji realności” (SANAKIEWICZ, 2016, s. 261-263). Co więcej, pionierskie formaty sprzed dwudziestu lat nadal mogą cieszyć się sporą popularnością – świadczy o tym choćby dość dobry odbiór „reaktywowanego” niedawno na antenie TVN7 *Big Brothera*, którego średnia oglądalność w pierwszych tygodniach wyniosła 1,03 mln widzów (zob. mk/łb, 2019).

Paralelne do przedstawionego modelu periodyzacji (ustanawiający cezurę u schyłku XX stulecia) można odnaleźć w teorii paleo- i neotelewizji. Ujęcie to rozwijają Francesco Casetti i Roger Odin. Zgodnie z ich definicją, paleotelewizja – szeroko obecna w głównym nurcie jeszcze w latach osiemdziesiątych XX wieku – opierała się na kontrakcie edukacyjnym, silnej roli autorytetu

telewizji, a co za tym idzie – realizowała schemat tzw. okna na świat (ODIN, CASSETTI, 1994, s. 188-189). W tym modelu osoby mówiące do odbiorcy z ekranu sytuują się w przyjętej hierarchii komunikacyjnej wyżej niż widz. Przekaz płynący z anteny jest w niniejszym przypadku mentorskim monologiem. Relacja ta zmienia się po przejściu telewizji w nowe stadium, określane neotelewizją. Nowy model jest, jak tłumaczy Mirosław Przyłipiak, „przedłużeniem codziennej gadaniny. Najważniejszym punktem odniesienia staje się życie codzienne. Przejawia się to w czasowej strukturze strumienia telewizyjnego, w zagospodarowywaniu przestrzeni studia, w treści programów. Ramówka telewizyjna dzieli programy na poranne, południowe, popołudniowe, wieczorne i nocne. Każdy z tych bloków charakteryzuje się pewnego typu dominantą tematyczną i stylistyczną, będącą w istocie projekcją rytmu dnia przeciętnego obywatela: »rano – picie kawy i robienie zakupów, w południe – jedzenie potraw przygotowanych w trakcie programów kulinarnych, wieczorem – śmiech w gronie przyjaciół, wypicie szklaneczki whisky, a jeżeli chodzi o noc – jest to odpowiednia chwila na ‘Erotyczne pasje’«” (PRZYLIPIAK, 2004, s. 202).

W neotelewizji przekaz medialny towarzyszy widzowi cały czas i niejako dostosowuje się do jego trybu życia oraz jego potrzeb. Na szklanym ekranie odbiorca nie widzi już uprzywilejowanych person, a „ludzi takich jak on” – osoby, z którymi mógłby się spoufalić czy „zakolegować”. Neotelewizja „nie zachęca swoich widzów do wykonywania operacji produkowania znaczeń i emocji, lecz po prostu zachęca ich do życia z telewizją lub do emocjonalnego wibrowania wraz z nią” (ODIN, CASSETTI, 1994, s. 131). Jednocześnie – jak zaznaczają badacze – współuczestnictwo widza w telewizyjnym spektaklu jest pozorne, a zachęcanie odbiorcy do aktywności, prowadzi tylko do pomnażania społecznego szumu, powszedniej „paplaniny” (ODIN, CASSETTI, 1994, s. 131-132). Ponadto – między innymi wskutek nakładania się na siebie kolejnych form przekazu – w neotelewizji gatunki programów tracą swą wyrazistość, powstają formy hybrydowe, a przestrzeń medialna staje się obszarem wspólnego biesiadowania (PRZYLIPIAK, 2004, s. 201-203).

W warunkach neotelewizji powstaje zarówno program *Big Brother*, jak i *Ex na plaży*. W definicji korelacji między formatami wcześniejszym i późniejszym *reality show* można stwierdzić, że produkcja MTV czerpie z kapitału wypracowanego przez kolejne edycje *Wielkiego Brata*. Program emitowany na antenie TVN-u niewątpliwie oswajał publiczność z radykalnym wkroczeniem w „realność”, co niejako torowało drogę dla kolejnych tego typu serii.

Warto przy tym podkreślić, że premierę pierwszej edycji *Ex na plaży* w MTV Polska poprzedziło *reality show* realizowane w po-

dobnej konwencji – *Warsaw Shore: Ekipa z Warszawy* (pierwszą edycję – opartą na amerykańskim „formacie” *Ekipy z New Jersey* – wyemitowano na antenie MTV Polska w 2013 roku) (LISOWSKI, 2013). Program ten nie tylko przyzwyczaił publiczność do określonego profilu bohaterów, lecz także stał się swoistą „wytwórnią”, tudzież „zapleczem” celebrytów, wkomponowywanych później do kolejnych serii *Ex na plaży*. Natomiast w dalszych edycjach *Warsaw Shore* występowali uczestnicy „transferowani” z kolei z *Ex na plaży*. W neotelewizyjnych *reality show* można więc zauważyć tendencję do kooperacji wewnątrz różnych tytułów i między nimi w celu wzajemnego wspomagania rozwoju poszczególnych programów, prowadzącego do pomnażania kapitału producentów wielu programów.

Zarówno *Ex na plaży*, jak i *Warsaw Shore* są formatami telewizyjnymi stworzonymi i zrealizowanymi już wcześniej w krajach anglojęzycznych przez MTV. Pod terminem „format” kryje się tu ogólny zamysł i „brand” chronione prawami autorskimi programu, a właściwe odtworzenie oryginalnego schematu na nowym rynku decyduje o komercyjnym powodzeniu kolejnej odsłony danej produkcji (MORAN, MALBON, 2006, s. 6). Koncepcja *Ex na plaży* z pozoru wydaje się banalna. Akcja całej edycji (siedem odcinków po 40–50 minut) toczy się przez siedem dni w słonecznym kurorcie w Chorwacji (w pierwszych edycjach), gdzie mieści się wielka willa z basenem zaopatrzona w prowiant i dużą ilość różnorodnych alkoholi. Pierwszego dnia do gry wchodzi ośmioro atrakcyjnych „singli” – cztery uczestniczki i czterech uczestników. Uczestnicy szybko dobierają się w pary, by później – już we dwoje – zająć sobie konkretny pokój na noc (w każdym mieści się jedno łóżko małżeńskie), w którym mogą uprawiać seks. Większość czasu „ekipa” spędza w salonie i wokół basenu, rozmawiając, biesiadując, z rzadka trzeźwiejąc. Prawdziwe emocje zaczynają się jednak dopiero wtedy, gdy „tablet grozy” (urządzenie pełniące funkcję pojawiającego się znienacka boskiego posłańca zwiastującego złą lub dobrą nowinę) niepokojącym dzwonkiem obwieszcza, iż organizatorzy wysłali im nowe informacje (tj. nowe rozkazy). Czasem jest to zaproszenie na randkę dla pary uczestników, zestawionych niekoniecznie po ich myśli; innym razem – ogłoszenie zaplanowanej na dany dzień atrakcji dla całej grupy. Ale największe napięcie rodzą wiadomości z poleceniem dla (zazwyczaj) trójki uczestników, by ci wyruszyli razem na plażę, gdzie z wody wynurzy się tytułowy „eks” jednego z nich i – co istotne – nikt nie wie, czyj to „eks”. Swoiste motto programu stanowią słowa: „czyj »eks« jest next?”. Zazwyczaj z morskiej toni (dosłownie) wyłania się jeden „eks” dziennie i w zależności od aprobaty (bądź jej braku) grupy zostaje ciepło lub chłodno przyjęty. W programie są również sytuacje, gdy jeden z uczestników jest zmuszony do opuszczenia programu – albo z powodu

złamania regulaminu, albo w konsekwencji rozkazu, jaki akurat został obwieszczony przez „tablet grozy”.

Zawijazywane są intrygi, tworzą są romanse, trjkt, czworokt. Są zdrady, sprzeczki, nawet bójki – podsypane alkoholowym upojeniem (lub narkotycznym odurzeniem – niemniej w oficjalnej narracji mowa jest wylczynie o legalnych uyw-kach); czasem musi nawet interweniowa ochrona. Czsciowo program przyjmuje popularną w tego typu produkcjach form *game show* – uczestnicy musz bra udział w mniej lub bardziej spontanicznych konkurencjach w celu zdobycia względów dane- go uczestnika lub uczestniczki bd innych korzyści, udogodnień dostępnych w okresie trwania programu (MIKUCKI, 2016, s. 73). Mimo wszystko dominuje klimat „melanzowej” bd „imprezo- wy” – jak mwi sami bohaterowie owego *reality show*. Zresztą uczestnicy to stali bywalcy znanych klubów tanecznych (kul- towych dla „melanzowej” „subkultury” dyskotek w róznych za- ktkach Polski) i dlatego też organizatorzy na castingach mogli stosunkowo łatwo zdoby informacje na temat byłych partne- rów potencjalnych uczestników programu (tytułowych „eksw”). Poszukiwanie „eksw” przez producentów *reality show* dodatko- wo było uproszczone samym skategoryzowaniem statusu takiej osoby – „eksem” mogła być zarówno osoba porzucona po kilku- letnim związku, jak i będąca bohaterem przelotnej, jedno-, dwu- nocnej „przygody” seksualnej.

Ex na plaży stanowi hybryd dwóch typów programów i funk- cjonuj w nim dwa główne modele przekazu, swoistej komu- nikacji z telewizzdem. Prócz widoku z rozstawionych po całej posiadłości kamer odbiorca co kilka minut otrzymuje przebitki z komentarzami do poszczegolnych scen wypowiedzanymi przez kolejnych uczestników z „miejsca poza dziejącą są akcj”, rzecz można, w „komentarzowej linii narracji”. Ow *reality show* jest więc czsciowo reżyserowany, choć producenci starają są sku- pi uwagę widza na spontanicznym wymiarze programu i w jak najmniejszym stopniu ukazywa elementy świadczące o „ste- rowaniu” przebiegiem akcji „przez gr”. W ten sposób *Ex na plaży* realizuje typową dla neotelewizji hybryd aczc gatunek dokumentalny (paradokumentalny) z czystko komercyjnym (rozrywkowym) (PRZYLIPIAK, 2004, s. 193-194). Dzięki takiemu zabiegowi każdy z uczestników może poczu są specyficznym aktorem – ma odgrywa najbardziej „spontaniczną” i „spekta- kularn” postc samego siebie. Takie okolicznci sprawiają też, że prezentowane przez uczestników typy męskości mog „wy- brzmiewa” w unikatowy, jak na telewizyjne standardy, sposób.

Do analizy wybrałem sezon drugi *Ex na plaży*, poniewz wyst- pujące w tej edycji – w porównaniu z innymi dotąd wyemitowa- nymi – męskie charaktery wykazują największą rznorodnoc.

Filip, co (nie) zawsze może

Jako pierwszy uczestnik drugiego sezonu w willi melduje się Filip. To chudy, wysoki nastolatek z przyjazną aparycją, szerokim uśmiechem, przyjemnym niskim głosem, twarzą piłkarza z ligi juniorów, krótko przystrzyżonymi włosami i ogolonymi skroniami oraz odstającymi uszami. Chłopak zaczyna przedstawienie swojej osoby od standardowych informacji:

Mam na imię Filip, mam 19 lat, pochodzę z Gdańska. Na co dzień lubię imprezować, chlać, no i ruchać, no i zajebiście, nie!¹

Filip w komentarzu (w „komentarzowej linii narracji” poza „miejscem dziania się akcji”) śmieje się ze swojej wypowiedzi, w czasie akcji (w „miejscu dziania się akcji”) zwiedza willę, a w czasie prezentacji (w zdjęciach dodanych do „komentarzowej linii narracji” poza „miejscem dziania się akcji”) prezentuje się z nagą klatką piersiową, gdy na zmianę rozbija jajka na patelni i obsmarowuje sobie ciało olejkiem. Bezpośrednio po streszczeniu informacji na swój temat nastolatek przechodzi do zrelacjonowania istotnego wydarzenia ze swojego życia:

Prawictwo straciłem z trzema typiarkami, nie. Miałem dziewczynę i jedna z jej koleżanek wpadła na taki pomysł właśnie, żeby... walnąć czworokąta po prostu. No co ja wam mogę powiedzieć więcej... Pykło

- stwierdza neutralnym tonem. Później Filip rozwija temat swoich relacji z płcią przeciwną.

Nie mam ideału. Po prostu musi być to coś i tyle. Mam dużo fanek, zawsze mogę [się parzyć - D.B.]

- proklamuje z dumą.

Jestem duszą towarzystwa. Lubię po prostu siedzieć w grupie moich świniaczków, oczywiście. Świniaczki to są moi bracia, koledzy, przyjaciele. Planuję się tu dobrze zabawić, imprezować i żeby było „si”

- oznajmia z powagą. Na koniec określa swoje odczucia po obejrzeniu willi:

¹ Wszystkie cytaty - w pełni oryginalne - pochodzą z pierwszego odcinka drugiego sezonu *Ex na plaży Polska* (zob. bibliografia).

Wszedłem sobie. Zobaczyłem ten dom. Jest w sumie bardzo zajebisty. Zwiedziłem wszystkie sypialnie, jacuzzi. Podoba mi się w chuj. Basen też jest fajny.

Po Filipie w drzwiach willi ukazuje się Lena i daje chłopakowi „buzi” „na dzień dobry”. Kobieta ma długie blond włosy, jest niskiego wzrostu i nosi dwuczęściowy seledynowy strój kąpielowy. Schemat jej wypowiedzi jest podobny do schematu wywodu Filipa. Jednakże Lena większą uwagę podczas prezentacji przykładła do poprawiania majtek i ściskania biustu niż do smarowania się olejkiem czy zabawy z jajkami. Niemniej uczestniczka również zaczyna od konkretów:

Mam świadomość, że jestem atrakcyjną kobietą. Mam świadomość, że działam na mężczyzn, że pobudzam ich zmysły, ich wyobraźnię, iii... w ogóle mi to nie przeszkadza. Lubię czuć to, jak mężczyzna się stara. Lubię być zdobywana. Na co dzień jestem barmanką. Uwielbiam swój zawód, ponieważ uwielbiam upijać ludzi. Oprócz tego też w weekendy jestem tancerką sceniczną. Lubię być adorowana, więc mam nadzieję, że faceci mnie pokochają i będą o mnie walczyli. Bardzo lubię chodzić na randki. Szczególnie uwielbiam aktywne randki. Czasami jestem niegrzeczną dziewczynką. Lubię łamać męskie serca. Mam nadzieję, że będę się dobrze bawiła, że poznam fantastycznych ludzi i może też miłość swojego życia, kto wie!

Warto już w tym momencie wspomnieć, że właśnie ta dwójka połączy się w parę jeszcze pierwszego dnia. Niemniej program budowany jest na nieustannym podtrzymywaniu napięcia seksualnego między uczestnikami i na przykład w czwartej edycji brytyjskiego *Ex on the Beach* średnia liczba romansów (zazwyczaj zwieńczonych seksem) jednego uczestnika to około cztery „zauroczenia” na tydzień. Zatem można się spodziewać, że nasza pierwsza para – tj. Lena, która „lubi być zdobywana”, i Filip, który „zawsze może” – nie utrzyma się do końca programu. Dzieje się jednak coś zupełnie niespodziewanego: Filip wciela się w rolę „wiernego dżentelmena” i przeprowadza kulturalne rytuały godowe, typowe dla kapitalistycznej kultury klasy średniej (SUSSMAN, 2018, s. 305-308) – przyrządza posiłki dla swej wybranki, chodzi z nią na spacer, dotyka, całuje itd. Lenie to odpowiada i twierdzi nawet, że najprawdopodobniej nie będzie już szukała nikogo nowego w tym programie. Dziewczyna, choć z początku liczyła, iż faceci będą o nią walczyć i doświadczy wielu aktywnych randek w programie, daje sobie spokój z romansami na boku i wchodzi w rolę wiernej kobiety-partnerki. Filip również zawiesza swój status „turboruchacza”

i staje się poważnym mężczyzną w związku. Pozostają razem do końca programu.

Para przez cały tydzień odznacza się największym w grupie zrównoważeniem emocjonalnym, największą dojrzałością w kontaktach z innymi uczestnikami, umiejętnością rozważnego picia alkoholu, największą kulturą osobistą itd. Przyjęcie jasno zdefiniowanej społeczno-kulturowej roli zobowiązuje. Lena i Filip wpasowują się jakby w mieszczańskie normy życia, które zakładają pohamowanie własnych instynktów i skupienie na jednym, poważnym związku (SKUCHA, 2014, s. 225-227). Pilnują się wzajemnie, a pozostali członkowie grupy afirmują ich status i nie wchodzą im w drogę.

Rzecz jasna, pojawiają się także „zgrzyty”. Kiedy Filip chce być szarmancki i przygotowuje w tajemnicy przed Leną romantyczną kolację przy świecach, dziewczyna z lekka się oburza. Według niej, chłopak jest już zbyt cukierkowy. Pozostali mężczyźni w wili okładają się po twarzach i walczą o inne kobiety, lecz nie o nią. Potencjał atrakcyjności Leny nie jest spełniony, a jej „aktywna uległość” także pozostaje bez pokrycia. Wydaje się, że większy problem ma Filip, który śpi z Leną codziennie, ale nie otrzymuje seksu w żadnej formie. Dość wymowna jest sytuacja, gdy grupa pod koniec programu urządza dla Filipa i Leny niby-ślub, po którym oczywiście następuje noc poślubna. Lecz i wtedy nie dochodzi do zbliżenia. Cóż, Filip jednak nie „zawsze może”...

Kolejnego dnia chłopak całkowicie rezygnuje z opowiadania kolegom o tym, co się stało w nocy, i twierdzi, że pragnie zachować to dla siebie. Współcześnie wśród młodych ludzi otwarte przyznawanie się do zaniechania stałej aktywności seksualnej wiąże się z represjami i sankcjami środowiskowymi, a tego Filip jest świadom. Poza tym jego poczucie męskości ewidentnie zostaje podrażnione, do czego – grając wedle wzorca męskiego mężczyzny – również nie może się przyznać. Męskość Filipa okazuje się tu zbyt zachowawcza, niewystarczająco „nadmierna”, toteż mało atrakcyjna dla odbiorcy tego formatu *reality show* (LA CECLA, 2014, s. 56-57).

Polak sam zdobycz wybierający

Kolejny uczestnik programu to gwiazda sezonu – Piotr Polak, ściągnięty do *Ex na plaży z Warsaw Shore: Ekipa z Warszawy*. Jego prezentacja wyróżnia się rzetelnością:

Mam na imię Piotrek. Pochodzę z Krakowa. Pewnie mnie znacie z programu *Warsaw Shore*. Jako że mam doświadczenie, pokażę innym, jak imprezować

– twierdzi z zacięciem godnym profesjonalisty. Mężczyzna epatuje wręcz pewnością siebie:

Zawsze jestem samcem alfa. Sam sobie wybieram zdobycz. Jestem pewny siebie, więc po prostu działam... Seks na pierwszej randce – jak najbardziej tak. W sumie częściej zdarzał mi się seks na pierwszej randce niż jakieś dłuższe spotkanie, a później dopiero seks.

Montażysta dodatkowo podpira wypowiedź Piotra ujęciami z *Warsaw Shore*, w których ten kopuluje z różnymi partnerkami. Po takim przedstawieniu widz powinien być przekonany, że uczestnik ten ma wieść prym wśród „melanżowników” tej edycji.

Bez uprzedniego wyprodukowania kilku edycji *Warsaw Shore* trudno sobie wyobrazić inicjacyjną serię *Ex na plaży* lub inaczej mówiąc – bez przejścia przez *Warsaw Shore* MTV nie osiągnęło by takiego poziomu *Ex na plaży*. Warto również wspomnieć, że w pierwszym sezonie polskiej edycji *Ex on the Beach* pojawia się celebryta z poprzedniej wielkiej produkcji MTV – Wojtek, gwiazdor *Warsaw Shore*. W opisywanej drugiej edycji rolę (zdefiniowaną przez „format”) sławnego, zasłużonego dla „subkultury” koryfeusza „melanżu” gra właśnie Piotrek.

Piotrek to charakterystyczny uczestnik. Odznacza się przede wszystkim przymiotami typowymi dla maczystowskiego habitusu – „szorstkimi manierami”, które pozostają jednak z lekka uładzone przez konwencje programu akceptowalnego w neoliberalnym konsumpcjonizmie. Piotrek nie może pozwolić sobie na okazywanie jakiegokolwiek słabości, działa więc w sposób bezwzględny. Wdaje się w bójki, nie okazuje głębszych uczuć, okłamuje kolegów i partnerki, zaleca się niemal do wszystkich uczestniczek, a gdy tylko pojawia się możliwość kopulacji – korzysta z niej. Robi wszystko, by tylko jego szorstkie męstwo nie było nawet przez chwile podważane. Genderowa tożsamość Piotra jest praktycznie zredukowana do maczystowskich zachowań. Choć wydaje się on najbarwniejszą (bo „najostrzej” imprezującą) postacią programu, to tak naprawdę osobowość mężczyzny okazuje się najbardziej stereotypowa, a jej charakterystykę można zamknąć w kilku zdaniach. Piotr ma za zadanie przyciągnąć typowego konsumenta rozrywki typu *reality show* spod znaku MTV. Polak jest znany publiczności ze swoich występów w poprzednich programach, postępuje w sposób przewidywalny i swoimi działaniami – często wulgarnymi i skrajnie niemoralnymi – nie wychodzi poza powszechnie znany schemat dyspozycji macho. Umieszczenie postaci pokroju Piotra jako stałego elementu „ekipy” wpisuje się w korpus mechanizmów makdonaldyzacji *reality show*, których celem jest dążenie między innymi do przerostu aspektu przewidywalności i ujednolicenia wszelakich produktów i usług w celu maksymalizacji zysków producenta (RITZER, 2005). Piotr stanowi więc „żywą reklamę” omawianej edycji – a reklama osiąga wszak największą efek-

tywność, gdy „jest zgodna z istniejącymi stereotypami, przekonaniami, wartościami i oczekiwaniami odbiorców” (FRĄTCZAK-RUDNICKA, 1997, s. 101).

Rola, jaką Polak przyjmuje w programie, okazuje się już dobrze wyćwiczona przez niego w *Warsaw Shore*, więc mężczyzna realizuje ją „najpełniej” ze wszystkich uczestników, gdy może być dumny z siebie „tęym ruchaczem” (tak go określiła jedna z uczestniczek). Kreacja Piotra to wręcz „chodzący fantazmat” – produkt MTV w najczystszej postaci.

Artysta-striptizer seksualnie wątpliwy i motocyklistka grzebiąca

Po Piotrze Polaku w willi pojawia się prawdopodobnie „najbardziej osobliwy” bohater sezonu, czyli Dżekob – dobrze zbudowany blondyn, o przyjaznej aparycji, z manierą głosu charakterystyczną dla „przeziętych” (zob. LIS, 2015, s. 493–548). Mężczyzna mówi w sposób najbardziej elokwentny z całej grupy:

Nazywam się Kuba, dla przyjaciół – Dżekob. Urodzony byłem w Warszawie. Mam lat, oj, już sporo... Co do tego, czym się zajmuję. Słyszałem kiedyś bardzo, ale to bardzo mądre zdanie. Znajdź pracę, którą kochasz, a nie przepracujesz ani jednego dnia.

W czasie prezentacji Dżekoba (w zdjęciach dodanych do „komentarzowej linii narracji” poza „miejscem dziania się akcji”) pojawiają się ujęcia z jego pracy – mężczyzna z zawodu jest striptizerem, a właściwie – striptizerem romantykiem:

Jeśli chodzi o miłość. Czytałem kiedyś *Zemstę* i tam właśnie Papkin powiedział: „Niech się dzieje wola nieba, z nią się zawsze zgadzać trzeba”

– oznajmia z akcentem charakterystycznym dla osób rozmówianych w kulturze wysokiej. Natomiast „w czasie akcji” Dżekob wita się z Leną, z którą łączy go dawna znajomość – kiedyś razem tańczyli na planie teledysku disco polo.

Po Piotrze, a przed Dżekobem wchodzi jeszcze Martyna, której wywód nie różni się zbyt od prezentacji Leny. Martyna, pseudonim „Mała”, spośród wszystkich kobiet tego sezonu wyróżnia się tym, iż jeździ na motorach i lubi przy nich „grzebać”. „Mała” ma wiele cech charakterystycznych dla „chłopczycy”, czyli typu bohaterki wpisanej w „format” omawianego programu.

Istotna jest również sekwencja prezentowania kolejnych uczestników. Konstrukcja „wizerunków kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu opiera się na ich przeciwstawieniu”, toteż przed „przeziętym” („zniewieściałym” w oczach uczestników)

Dżekobem ukazuje się „chłopczyca” (SIEMIĘSKA, 1997, s. 18). Choć zachowany jest tu tradycyjny schemat, to jednak jego elementy poddano inwersji, co uruchamia potencjał kontrowersyjności w odniesieniu do relacji międzyosobowych wewnątrz willi.

Co ciekawe, na początku to właśnie z „Małą” Dżekob nawiązuje bliższą relację. Kobieta ceni w nim inteligencję, erudycję, poczucie humoru. Jednak po dwóch, trzech dniach ich nieskonsumowany związek umiera, bo Dżekob okazuje się dla Martyny za bardzo emocjonalny, „zbyt uczuciowy”. Warto tu zaznaczyć, że tuż przed rozstaniem na forum grupy zaczyna rozkwitać cicha debata nad seksualnością Dżekoba – przez współuczestników jest on posądzany o biseksualność. Jasno wkracza tu dyskurs homofobiczny, który w montażu i tak wydaje się mocno zlągadzony (zob. HEREK, 2004).

Męskość Dżekoba wyróżnia się cechami typowymi dla męskości alternatywnej (R.W. Connell), dzięki temu jego „inność” staje się niebezpieczna dla reszty grupy, w tym dla „Małej” (SKUCHA, 2014, s. 218–221). Inni mężczyźni z „ekipy” wyśmiewają specyficznego striptizera; poziom negatywnych uczuć wobec niego również wzrasta. Pada dowcip, że niedługo na plaży wyłoni się „były” Dżekob. Recz jasna, wszyscy śmieją się z niewybrednego żartu, sam Dżekob także. Wraz z upływem akcji dystans do siebie oraz otwarcie eksponowane „przejęcie” striptizera doprowadzają innych mężczyzn do wściekłości – są oni oburzeni tym, że nie jest on jak pozostali wierny habitusowi i nie przestrzega zasad przyjętych w strukturach męskiej dominacji (BOURDIEU, 2004). Kobiety boją się nawiązywać z Dżekobem bliższe relacje – strach przed „skażeniem innością” i ryzyko bycia posądzoną o romans z „innym” są za duże. W konsekwencji Dżekob do ostatnich chwil w programie pozostaje sam.

Homofobiczne zachowania mieszkańców willi nie kończą się jednak na seksualnym ostracyzmie. Piotrek, mający najbardziej ograniczoną tożsamość, nie może już wytrzymać postawy mężczyzny z barwniejszą osobowością i wraz z kolegą przygotowuje „zamach na striptizera”. Z całej sytuacji rodzi się bójka. Interweniuje ochrona. Gdy pod koniec tygodnia sytuacja się powtarza, obaj mężczyźni zostają wyrzuceni z programu. Piotrek potrzebował tej „rozmowy”, by potwierdzić swą dominującą pozycję w męskiej grupie. Ponadto osobowość Dżekoba uruchamiała w nim własny ból braku i – by go uśmierzyć – musiał rzucić się na striptizera z piśćciami.

Postać Dżekoba, choć w pewnym stopniu była realizacją określonych wzorców społecznych, nie dawała się tak łatwo zaakceptować – wprowadzenie tego typu osobowości w ówczesnych polskich warunkach skończyło się porażką. Pilnująca (w każdym razie w anglosaskiej wersji) poprawności politycznej stacja MTV albo nie spodziewała się wybuchu homofobii w chorwackim ku-

rorcie, albo wręcz przeciwne – spodziewała się i liczyła na obfitującą w przyrost oglądalności sensację. Warto jeszcze powiedzieć, że jedynym mężczyzną, który odciął się od nagonki na Dzejkoba, był Filip, którego *libido* zostało skoncentrowane na wyznaczonej partnerce.

Dzika przyjaźń oraz tajemnica „objawienia” moszny

W dalszej części programu w drzwiach willi staje Damian, pseudonim „Dzik”. Z jego dość niewyraźnego wywodu (uczestnik ten ma wadę wymowy mocno obniżającą jego komunikatywność) dowiadujemy się, że jest to trener personalny – „robi masę w tygodniu”, a „cardio na weekendach”, co skutkuje u mężczyzny „sześciopakiem”. Poza tym Damian informuje, że został zraniony przez swoją największą miłość, więc teraz:

Tydzień w tydzień nówki, nówki trzeba kręcić.

Mężczyzna ma sylwetkę kulturysty. Gdy opisuje swój styl życia, stwierdza, iż w jego wykonaniu:

imprezy są bardzo grube, lecimy non stop. Po kolegach nie lubię brać [samic do kopulacji – D.B.].

Natomiast gdy mowa o aktualnych aspiracjach Dzika, oznajmia on:

Planuję dobrze się bawić, no i lecieć grubo, i ruchać ogólnie!

Jak widzimy, trzech z czterech panów jasno sprecyzowało swoje cele na najbliższy tydzień. Najlepiej z męskiej części ekipy dogadują się Dzik i Piotr – obaj twierdzą, iż „pokażą komuś jaja”.

Dzik i Piotr to taki duet à la Pinki i Mózg (z amerykańskiego serialu animowanego *Pinky and the Brain*, 1995–1998). Zasady funkcjonowania ich relacji jasno ilustruje opracowana przez Pierre’a BOURDIEU (2004) teoria męskiej dominacji. Mężczyźni się wspierają, razem piją, przygotowują intrygi (na przykład przeciwko Dzejkobowi), pytają się wzajemnie o zgodę na „przeruchanie” swoich byłych dziewczyn w domu, twierdzą, że „najpierw kumpel, później dupy”, a po tym, jak nie udaje się im znaleźć partnerek do kopulacji, to – a jakże! – pokazują sobie nawzajem własne worki mosznowe (choć we wstępnych założeniach widok ten miał być przeznaczony dla kogoś innej płci). W tym przypadku seksualna energia musiała znaleźć jakieś miejsce ujęcia, by prawa libidalnej ekonomii zostały zachowane.

Hierarchia w męskiej grupie jest jasno ustalona. Piotr realizuje potencjał *libido dominandi*, czyli dominuje w grupie. Dzikowi

natomiast pozostają przymioty *libido dominantis* – pełni on funkcję sługi Piotra, choć nie jest tego świadomy. Piotr jest uwielbiany przez Dziką, który darzy mężczyznę szacunkiem i okazuje mu wierność: rzuca się z nim na Dżejko, nie „rucha” – jak sam mówi – samic po swoim „przyjacielu”, a swą sympatią otacza te same osoby, co samiec alfa. Piotr jednak nie przestrzega tych samych zasad. Gdy nadarza się okazja, parzy się z „eks” Dziką. Wychodzi to jednak na jaw, a wówczas Piotr zaprzecza, jakoby miał kopulować z tą kobietą, i wprost okłamuje swojego „serdecznego kumpla”, który zresztą sam był utajonym świadkiem całego zdarzenia, o czym Piotr nie wie. Co ciekawe, Dzik afirmuje tę niekorzystną dla niego sytuację i uczestnicy pozostają „przyjaciółmi”.

Status obu mężczyzn, zgodnie z teorią BOURDIEU (2004, s. 64–67), nie jest bynajmniej jednoznaczny: zarówno jeden, jak i drugi uczestnik przyjmują z góry ustalone role i choć mają z tego tytułu określone korzyści, to jednocześnie obaj na tym cierpią. Piotrek musi nieprzerwanie odgrywać rolę macho i robić przykrość swojemu wiernemu „kumplowi” (potwierdza swoje męstwo, uprawiając seks z byłą dziewczyną „przyjaciela”, gdy tylko nadarza się okazja), jest znienawidzony przez połowę grupy i w ostateczności zostaje wyrzucony z programu. Z kolei Dzik musi znieść upokorzenia, afirmować oszustwa, „zdrady” swojego kumpla, a jako jedyną odpowiedź na wszystkie nieprzyjemności, jakich doświadcza ze strony „przyjaciela”, wyrażać akceptację, którą werbalizuje stwierdzeniem: „A w chuju to mam”.

Rozmówiona w połykaniu nasienia wojskowa i kosmetolożka do puknięcia

Prezentacja Patrycji, kolejnej uczestniczki programu, podobna jest do prezentacji „Małej”. Różnica tkwi w tym, że Mała jeździ na motorze, a Patrycja chodzi do szkoły wojskowej. Niestety, dziewczyna nie potrafi się odnaleźć w nowym środowisku i niewiele się o niej dowiadujemy – poza tym, że lubi połykać spermę, z czego po pijaku zwierza się całej grupie. Patrycja od samego wejścia do programu próbuje wytworzyć i wyeksponować swoją podmiotowość w grupie. Wprowadzona do dyskusji sperma miała dać uczestniczce – której „brakuje »tego, co własne«” – pewność (KRISTEVA, 2007, s. 54). Przygoda Patrycji kończy się w połowie dystansu, gdy dziewczyna sama decyduje się na opuszczenie willi. Co ciekawe, szukająca afirmacji w grupie kobieta – której celem jest wytworzenie swej okolicznościowej podmiotowości – posiłkuje się spermą, męskim abiektem. Pokazuje to, że w opinii Patrycji to za sprawą wyeksponowania męskich przymiotów dziewczyna będzie mogła odnaleźć „to, co własne”. Ergo – świadomość uczestników ukształtowana została przez patriarchalne, seksistowskie wzorce, zgodnie z którymi „to, co kobiece” przy-

nosi kobiecie wstyd, a „to, co męskie” może być podmiototwórcze nawet dla płci żeńskiej.

Patrycja miała reprezentować drugi – nieco bardziej agresywny seksualnie – typ „chłopczycy” przewidziany w ramach koncepcji programu. Wybór tej uczestniczki okazał się jednak nie trafiony – rola Patrycji w nowym środowisku przerosła ją.

Ostatnią uczestniczką sezonu drugiego *Ex na plaży* jest Kornelia, która konkretnością swych wypowiedzi niemal dorównuje Piotrowi:

Mam na imię Kornelia, pochodzę z Gdańska. Jestem jedy-naczką, więc to, co chcę, dostaję, jak tego nie mam, to o to walczę i tyle. Studiuję kosmetologię. Mam jedynie co po-większone usta i to wszystko. Jestem zabawowa, atrakcyj-na i towarzyska. Bardzo lubię drinki, jak już wypiję drinki, to lubię szoty. A piwo dopijam tylko na kaca.

Niestety życie Kornelii nie jawi się już tak kolorowo:

Mam bardzo dużo wrogów, w postaci kobiet na pewno. Każda kobieta jednak drugiej nie lubi i nawet najlepsza przyjaciółka może cię skrzywdzić.

Niemniej Kornelia nawet w kwestii mężczyzn stawia sprawę jasno:

Mój ideał jest brunetem, ma metr osiemdziesiąt wzrostu, ciemne oczy, zadbane dłonie i proste zęby.

Zapewne właśnie owa „konkretność” szybko zbliża Kornelię z Piotrkim, który nawet kiedyś pisał coś do niej na „mesendże-rze”. Kornelia nie komentuje otwarcie szans na relację z Piotr-kim. Natomiast gwiazdor *Warsaw Shore* w komentarzu (w „ko-mentarzowej linii narracji” poza „miejscem dziania się akcji”) wyjaśnia swój stosunek do uczestniczki:

Kornelia? Do puknięcia, jak najbardziej.

Kornelia ciągle się obraża, nie zanurza się w wodzie, ponie-waż ma „specjalne rzęsy”, długo pracuje nad swoim makijażem i dba, by jej ciało eksponowało się perfekcyjnie. Jest przykładem kobiety zamkniętej w wymogach mitu urody (WOLF, 2014), nie-mal w całości redukuje się do fizyczności, która mam dziewczy-nie zapewnić uwagę innych. Odgrywa więc starannie swoją rolę „lalki”, mimo że nie czerpie z tego prawie żadnych korzyści. Ko-biety nie lubią Kornelii, mężczyźni nie traktują jej „na poważnie”, a ona sama głównie skupia się na wszczynaniu konfliktów. Jest

idealnym wytworem późnokapitalistycznego patriarchy, jej postawa – szczególnie wobec innych kobiet – wpisuje w specyfikę neoliberalnego backlashu (FALUDI, 2013).

Co gorsza, przyjęta przez dziewczynę rola niejako skazuje ją na innego uczestnika o najbardziej ograniczonej osobowości – Piotra. Gwiazdor ma jednak dużo innych dziewczyn „do obskoczenia” i w ferworze emocji (niejako w afekcie) stosuje przemoc fizyczną wobec Kornelii; po chwili ją przeprasza, a ta mu wybacza.

Jaka męskość?

Choć *Ex na plaży* jawi się nowoczesnym programem neotelewizyjny, to *de facto* spełnia funkcje przypisane klasycznym formom środków masowego przekazu. Funkcje te wymienia Renata Siemieńska: „(1) dostarczanie informacji o tym, co się dzieje na świecie; (2) interpretacja znaczenia tych faktów; (3) socjalizacja jednostek w ich kulturowo i społecznie określonym środowisku. [...] należy wymienić jeszcze inną funkcję, jaką środki masowego przekazu spełniają, a mianowicie zamierzoną manipulację odbiorcami. Dotyczy to różnych dziedzin życia: wzorów zachowań, wartości, stylów życia. W gruncie rzeczy, wypełnianie każdej z poprzednio wymienionych funkcji zawiera element intencjonalnej bądź nieintencjonalnej manipulacji” (SIEMIEŃSKA, 1997, s. 9).

W programie *Ex na plaży*, rzecz jasna, również dochodzi do manipulacji, i jest to niewątpliwie manipulacja intencjonalna. Główne narzędzie w tym procesie stanowi natomiast hiperbola. Choć zasadniczo przyjmuje się, że telewizja „powoduje powstawanie nierealistycznych opinii o kobietach i mężczyznach” oraz prezentuje oderwane od rzeczywistości wzorce genderowe, to producenci programów typu *reality show* z MTV nie oferują swym odbiorcom zupełnie zafałszowanej rzeczywistości (SIEMIEŃSKA, 1997, s. 24).

Zarówno do *Ex na plaży*, jak i do *Warsaw Shore* przyjmowane są realne osoby, doświadczeni „impresowicze”, stali bywalcy dyskotek, określone osobowości odpowiadające założeniom „formatu”, a nie zawodowi aktorzy. Casting ma wykluczyć „najwybitniejszych”, najbardziej „symptomatycznych” reprezentantów każdego **typu charakteru**, jaki określa konwencja produkcji. Dlatego też męskości uczestników propagowane w *Ex na plaży* są zazwyczaj nadmierne, przerysowane, doprowadzone do skrajności (LA CECLA, 2014, s. 56–57). Dodatkowo uczestnicy przebywają z sobą wyłącznie przez tydzień – i przez te siedem dni muszą wyeksponować swoje przymioty, by zyskać przychylność odbiorców oraz innych mieszkańców chorwackiej willi. Każda z męskich postaci – dzięki temu, że producenci kierują uwagę widza na konfrontacyjne sytuacje między bohaterami, specyficznie prowadzi narrację oraz montaż – maksymalnie eksponuje cechy

reprezentowanego przez siebie „typu” – tak by potencjonalny odbiorca mógł się utożsamić z daną postacią, podążać za nią i ją „konsumować”. Stąd bierze się odczuwalna w programie hiperbolizacja rzeczywistości.

Jak słusznie zauważają Piotr Prósiniowski i Joanna Ranachowska: „Przekazywane treści kulturowe sugerują, jak powinni wyglądać ludzie, jak powinni się zachowywać, ale podejmowane są także próby przełamania konwencji – mniej lub bardziej udane – którym także należy przyjrzeć się na nowo, bo jak żywe byty ciągle zmieniają się, ewoluują, obcuja z człowiekiem. Można powiedzieć, że w pewien filozoficzny sposób dochodzi do symbiozy człowieka oraz technologii także w postaci reklam, gier i filmów/animacji, gdyż tworzą one nowe środowisko życia codziennego” (PRÓŚINOWSKI, RANACHOWSKA, 2014, s. 207).

Program *Ex na plaży* – a także *Warsaw Shore* – wchodzi w interakcje ze swoimi odbiorcami. „Melanżowa subkultura” z początku jest rezerwuarem propagowanych wzorców osobowościowych oraz samych uczestników programów MTV, by następnie wejść w ścisłą symbiozę z przestrzenią wykreowaną przez *reality show*. Sfery telewizyjnego programu i realnej subkultury (której telewidzowie są częścią) uzupełniają się wzajemnie w kapitalistycznym mechanizmie napędzającym oglądalność i zwiększającym zysk zaangażowanych w produkcję globalnych korporacji. Ostatecznie obie te przestrzenie przenikają się, a bariera między nadawcą a odbiorcą zanika. Ukazywane w sezonie charaktery okazują się hiperbolami wzorców osobowościowych obecnych w konsumpcjonistycznym społeczeństwie, a specyficzne – uwypuklające sferę seksualności – prezentowanie ich w programie ma napędzić procesy społeczne korzystne dla kapitału obracającego się wokół MTV.

W kolejnych sezonach *Warsaw Shore* uczestniczą celebryci wykreowani w *Ex na plaży*, a w późniejszych edycjach *Ex na plaży* występują gwiazdorzyc poprzednich sezonów *Warsaw Shore*. Co więcej, do *Ekipy z Warszawy* są wprowadzani uczestnicy zagranicznych edycji *Shore* (na przykład w dwunastym sezonie *Warsaw Shore*, edycji *Summer Camp*, bierze udział węgierski celebryta Gábor „Gabo” Szabó, który wcześniej uczestniczył między innymi w *Jersey Shore*).

Ponadto, do nowych edycji *Ex na plaży* i *Warsaw Shore* wchodzi młodzie uczestnicy, dla których bohaterzy pierwszych sezonów są wzorcami do naśladowania. Programy tego typu niejako same wychowują sobie własne „gwiazdy”, konstruując tym samym własne – gotowe do konsumpcji – określone typy charakterów.

Warto również zaznaczyć, że programy typu *Ex na plaży* nie produkują wyłącznie „negatywnych wzorców”. Na przykład w dwunastym sezonie programu *Warsaw Shore* członkiem ekipy zostaje znany z czwartego sezonu *Ex na plaży* queerowy Don Kasjo,

który zaleca się zarówno do kobiet, jak i do mężczyzn. Podczas jednej z imprez Don Kasjo zostaje zaczepiony przez obcych mężczyzn, którym przeszkadza to, że bohater publicznie tańczył i obściskiwał się z innym uczestnikiem programu, Divą („przeiętym” gejem). Wówczas cała „ekipa” rusza uczestnikowi programu na pomoc, by odeprzeć homofobiczny atak. Ponadto do składu ekipy – poza „przeiętym” Divą i queerowym Don Kasjo – dołączają: biseksualny Spiker, Białorusinka Anastazija, pochodzący z wschodniej granicy Sasha Muzheiko czy też – wspomniany już – węgierski celebryta „Gabo”.

Programy MTV nie tylko wchodzą więc w symbiozę z odbiorcą, lecz także – w późniejszych seriach – promują zachodnie wzorce tolerancji (rzecz jasna, promowane one są w takim zakresie, jaki obecnie jest w stanie przyjąć i skonsumentować przeciętny odbiorca polskiego *reality show*), a nawet reagują na aktualne zmiany społeczne w Polsce (wprowadzane są postacie eksponujące współczesne problemy społeczne w naszym kraju). Dzięki tym zabiegom zyskują coraz szerszą rzeszę fanów (konsumentów) reprezentujących różne tożsamości seksualne, płciowe czy narodowe, a w ten sposób pomnażają swój kapitał.

Bibliografia

- BOURDIEU Pierre, 2004: *Męska dominacja*. Przeł. Lucyna KOPCIEWICZ. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- FALUDI Susan, 2013: *Reakcja. Niewypowiedziana wojna przeciwko kobietom*. Przeł. Anna DZIERZGOWSKA. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- FRĄTCZAK-RUDNICKA Barbara, 1997: *Kobiety w reklamie – kobiety o reklamie*. W: *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*. Red. Renata SIEMIEŃSKA. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- HEREK Gregory M., 2004: *Beyond „Homophobia”: Thinking About Sexual Prejudice and Stigma in the Twenty-First Century*. „Sexuality Research & Social Policy”, vol. 1, no. 2.
- Jak wyglądały początki Big Brothera w Polsce?, 2019. Big Brother TVN. 27.02.2019. [Online:] <https://bigbrother.tvn.pl/big-brother-takbylo,3691,n/jak-wygladaly-poczatki-big-brothera-w-polsce,285028.html> [10.01.2020].
- KIMMEL Michael S., 1992: *Foreword*. In: *Men, Masculinity and the Media*. Ed. Steve CRAIG. London: Sage Publications.
- KRISTEVA Julia, 2007: *Potęga obrzydzenia. Esej o wstręcie*. Przeł. Maciej FAŁSKI. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- LA CECLA Franco, 2014: *Szorstkim być. Antropologia mężczyzn*. Przeł. Hanna SERKOWSKA. Warszawa: Wydawnictwo Sic!

- LIS Bartek, 2015: *Gejowskie (nie)męskości. Normy płciowe a strategie tożsamości gejów*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- LISOWSKI Krzysztof, 2013: „Warsaw Shore” to najniższa forma sztuki telewizyjnej (opinie). *Wirtualne Media*. 5.12.2013. [Online:] <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/warsaw-shore-to-najnizsza-forma-sztuki-telewizyjnej-opinie> [11.01.2020].
- MIKUCKI Jacek, 2016: *Format programu telewizyjnego a normy kulturowe. Przypadek reality show „Rolnik szuka żony”*. „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 1.
- mk/łb, 2019: 1,03 mln widzów głównych emisji „Big Brothera” w TVN7. *Wirtualne Media*. 8.04.2019. [Online:] <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/big-brother-hitem-tvn7-wyniki-ogladalnosci-3-ty-godnie> [11.01.2020].
- MORAN Albert, MALBON Justin, 2006: *Understanding the Global TV Format*. Bristol: Intellect.
- ODIN Roger, CASSETTI Francesco, 1994: *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki*. Przeł. Iwona OSTASZEWSKA. W: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Wybór, wprowadzenie i oprac. Andrzej GWÓŹDŹ. Kraków: Universitas.
- PRÓŚINOWSKI Piotr, RANACHOWSKA Joanna, 2014: *Męskość na waszych ekranach: konstrukty mężczyzn i ich seksualności w komputerowych grach fabularnych, filmach i reklamach*. „Ars Educandi”, nr 11.
- PRZYLIPIAK Mirosław, 2004: *U źródeł reality show*. W: „Słupskie Prace Filologiczne. Seria Filologia Polska”, nr 3.
- RITZER George, 2005: *Makdonaldyzacja społeczeństwa. Wydanie na nowy wiek*. Przeł. Ludwik STAWOWY. Wyd. 2. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza.
- SANAKIEWICZ Marcin, 2016: *Telewizja reality jako performans – próba interpretacji i definicji*. W: *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*. Red. Wiesław GODZIC, Andrzej KOZIEŁ, Joanna SZYLKO-KWAS. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- SIEMIĘŃSKA Renata, 1997: *Środki masowego przekazu jako twórcy obrazu świata*. W: *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*. Red. Renata SIEMIĘŃSKA. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- SKUCHA Mateusz, 2014: *Ładni chłopcy i szalone. Męskość i kobiecość w późnym piarstwie Józefa Ignacego Kraszewskiego*. Kraków: Collegium Columbium.
- SUSSMAN Herbert, 2018: *Męczyzna ekonomiczny i powstanie klasy średniej*. Przeł. Tomasz KALIŚCIAK. W: *Formy męskości. Antologia przykładów*. 3. Red. Adam DZIADEK. [Warszawa]: IBL.
- WOLF Naomi, 2014: *Mit urody*. Przeł. Monika ROGOWSKA-STANGRET. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.

Materiały telewizyjne

- Ex na plaży Polska: Sezon 1 – Odcinek 1.* So1/Eo1/2016. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-1,So1Eo1,71001> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 1.* So2/Eo1/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-1,So2Eo1,72393> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 2.* So2/Eo2/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-2,So2Eo2,72469> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 3.* So2/Eo3/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-3,So2Eo3,72470> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 4.* So2/Eo4/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-4,So2Eo4,72471> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 5.* So2/Eo5/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-5,So2Eo5,72472> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 6.* So2/Eo6/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-6,So2Eo6,72473> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 7.* So2/Eo7/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-7,So2Eo7,73345> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 2 – Odcinek 8.* So2/Eo8/2017. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-8,So2Eo8,73346> [10.01.2020].
- Ex na plaży Polska: Sezon 4 – Odcinek 1.* So4/Eo1/2018. [Online:] <https://player.pl/programy-online/ex-na-plazy-polska-odcinki,5095/odcinek-1,So4Eo1,115070> [10.01.2020].
- Warsaw Shore: Ekipa z Warszawy: Sezon 12 – Odcinek 9.* S12/Eo9/2019. [Online:] <https://player.pl/programy-online/warsaw-shore-ekipa-z-warszawy-odcinki,4365/odcinek-9,S12Eo9,152638> [10.01.2020].