

## IZVEDBENI ELEMENTI U BIG BROTHERU<sup>1</sup>

**KORANA RADMAN**

Šubićeva 10  
10 000 Zagreb, Hrvatska  
korana.radman@gmail.com

**UDK:** 316.774:654.197

Kategorija: Izvorni znanstveni članak

Primljeno: 2. 7. 2008.

Prihvaćeno: 4. 11. 2008.

*Big Brother publici nudi "ultimativnu stvarnost" osiguranu cjelodnevnom nadzorom televizijskih kamera, o čemu je polemizirano od početka njegova prikazivanja u Europi i svijetu. Imajući to na umu, ovaj rad je pristupio Big Brotheru iz perspektive izvedbenih studija, pokušavajući u njemu prepoznati neke od mogućih izvedbi.*

*Ključne riječi: izvedbena teorija / Big Brother / reality televizija*

### UVOD

Od svojeg prvog prikazivanja<sup>2</sup> Big Brother je snažno utjecao na gotovo sve medije, promičući svakodnevicu u televizijski fenomen. O njemu i sličnim tipovima *reality* televizijskih emisija uglavnom se govori kao proizvodima "posljednje, ekspanzivne faze globalnog kapitala" (Blagonić, Kovač i Madžarević 2004: 88), čime se ističe njihov negativan utjecaj na druge medije, sudionike, publiku i slično (usp. Andrejević 2002; Blagonić, Kovač i Madžarević 2004; Bratich 2006; Corner 2002; Couldry 2002; Hubbard i Mathers 2004; Jacobs 2007; Palmer 2002; Turner 2006). Taj trend nije zaobišao ni domaću znanost<sup>3</sup> pa je fenomen Big Brothera interpretirao i Sandi Blagonić u svom eseju "Seks, drugs i Endemol": – "Bigbraderovska demokratizacija slave, demonopolizacija javnih interesa elite, rastvaranje intime, interaktivnost – slučajno dopadljivi ili

---

<sup>1</sup> Članak se temelji na diplomskom radu *Izvedbeni elementi u "Big Brotheru"*, koji je pohranjen u Arhivi Odsjeka za etnologiju i kulturnu antropologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

<sup>2</sup> Prva emisija Big Brothera u svijetu prikazana je 1999. u Nizozemskoj, a nedugo nakon toga počela se prikazivati, pod licencom kompanije Endemol, u drugim europskim zemljama i u SAD-u (van Zoonen 2001: 669). U Hrvatskoj prikazivanje Big Brothera započinje 2004. na hrvatskoj RTL televiziji, a u 2008. godini doživljava svoje 6. izdanje.

<sup>3</sup> Domaća antropološka i etnološka znanost gotovo se uopće nije bavila fenomenom Big Brothera, osim eseja Sandija Blagonića (Blagonić, Kovač i Madžarević 2004). Pretraživanjem Hrvatske znanstvene bibliografije (<http://bib.irb.hr/index.html>) nalazimo tek tri rada iz drugih društvenih i humanističkih disciplina: Janković, A., Sindik, J., Jaman, K. "Kako predškolska djeca vide Big Brother show?" (2007), Sindik, J. "Neke karakteristike međusobnih nominacija kandidata u reality show-u Big Brother" (2005), Nemeč, K. "Od feljtonskih romana i 'sveščića' do sapunica i Big Brothera" (2006).

nedopadljivi, s lošim ili dobrim učincima – sporedni su. U profitu se susreću Cézaneeve kupačice i Marinine tange"<sup>4</sup> (Blagonić, Kovač i Madžarević 2004: 79). Blagoniću se doista može zamjeriti ne samo priklanjanje kritiziranim stavovima o popularnoj kulturi kao štetnom supstratu "visoke" kulture"<sup>5</sup> već i inzistiranje na, u njegovu radu, nepotkrijepljenoj tvrdnji kako je upravo ona zbog toga i "profitabilnija".

Iako spomenute kritike Big Brothera ovdje nisu dovedene u pitanje, smatramo da postoji još niz mogućih modusa istraživanja toga fenomena. Ovdje stoga nismo željeli previdjeti političke, gospodarske, globalne i medijske prilike u kojima se razvija ovaj žanr kao ni njihovu kritiku, već smo krenuli u istraživanje svjesno ih ostavljajući sa strane. Djelomično smo tomu pribjegli i stoga što problem smatramo dovoljno zastupljenim u navedenoj literaturi, a djelomično i stoga jer nam je to omogućilo da se usmjerimo na proučavanje individualnih izvedbi.

Ideja ovoga rada bila je prepoznati neke izvedbene strategije koje bi mogle poslužiti kao svojevrsan okvir za razumijevanje ponašanja nekih stanara u Big Brother kući. Kako nije posrijedi sirov, neadaptiran materijal, promatranje potencijalnih izvedbi bilo je ograničeno od samoga početka.<sup>6</sup> S druge strane, problem istraživanja materijala "iz druge ruke" omogućio je raspravu o trima razinama izvedbe u Big Brotheru. Riječ je o izvedbenom značaju same emisije, specifičnoj izvedbi roda u Big Brother kući te pojedinačnoj izvedbi u kontekstu strategije prema ukućanima i/ili publici.

Izvedba se ovdje promatra na dvjema mogućim perspektivama, komunikacijskoj i rodnoj, a sam pojam u ovome radu označava izvedbeni tekst u koji su upisani kodovi, značenja, ponašanja i komunikacijske strategije. S obzirom na sve mogućnosti ove definicije ovdje se isključivo promatraju izvedbe pojedinih sudionika Big Brothera kao potencijalne komunikacijske strategije prema publici i prema ostalim sudionicima emisije. Također, kad govorimo o rodnoj izvedbi u Big Brother kući, riječ je o izvedbi kao jednom od mogućih načina tumačenja i ostvarenja rodnih uloga sudionika emisije. Iako se rad bavi mogućim interpretacijama pojedinih izvedbi u emisiji, istraživanje nije bilo usmjereno prema recepciji publike. Etnografija publike zasebna je cjelina istraživanja Big Brothera, koja ovdje nije obuhvaćena jer je rad usmjeren na interpretaciju pojedinačnih izvedbi i na izvedbeni značaj emisije.

---

<sup>4</sup> Marina Bajlo, sudionica prve sezone Big Brothera u Hrvatskoj.

<sup>5</sup> Za detaljniji prikaz i kritiku teorija masovne kulture vidi poglavlje "Mass culture and popular culture" u Strinati 1995: 8-50.

<sup>6</sup> Svakodnevica Big Brother kuće može se pratiti primjerice i na programima MaxTV-a, no ni on nije potpuno oslobođen producerskih "zahvata". Primjerice, situacije iz kuće mogu se pratiti na tri kanala, koji prikazuju "najzanimljivije" događaje, odnosno one u kojima sudjeluje najviše stanara. U tome je smislu nemoguće, primjerice pratiti jednoga stanara u svim aktivnostima i interakcijama tijekom dana. Također, kamere prikazuju sadržaj u stvarnome vremenu, što znači da ako gledate razgovor stanara, primjerice u dnevnoj sobi, neizbježno vam promiče razgovor nekih drugih stanara na terasi i slično. Stoga je jasno da se ni gledanjem tih programa ne može dobiti cjelovita slika izvedbi u kući jer su i one u određenoj mjeri usmjerene na "interesantnije" situacije u kući, iako su znatno manje strukturirane od svakodnevnih emisija.

Činjenica je da je gotovo svako istraživanje fenomena medijske kulture vrlo izazovno, ali i istodobno vrlo zahtjevno. Naime, ovaj se rad ograničio samo na neke od mogućih primjera izvedbi unutar Big Brothera koje su se nametnule u analizi građe i proučavanju relevantne literature. S obzirom na široko područje izvedbenih studija, taj se pristup može i kritizirati, ali i uputiti na nova, potencijalna mjesta istraživanja, poput, primjerice istraživanja publike na "fanovskim" forumima ili izvedbe usmjerene na postizanje statusa medijske zvijezde (eng. *celebrity*). Stoga je ova građa samo jedan od mogućih priloga istraživanjima *reality* televizijskih žanrova i Big Brothera u kontekstu izvedbenih studija.

### **IZVEDBENA TEORIJA, MEDIJI I BIG BROTHER**

Sintagma *izvedbeni studiji* (eng. *performance studies*) obuhvaća skup različitih teorijskih i istraživačkih praksi koje inspiraciju crpe iz temeljnih disciplina poput antropologije, sociologije i teatrologije, a koje naglašavaju različite aspekte izvedbe.<sup>7</sup> Takva širina osnovne paradigme omogućuje niz raznovrsnih pristupa i njihovih kombinacija, ali i donekle otežava konkretnu primjenu u istraživanju s obzirom na to da se gotovo svaki aspekt društvenoga života može tretirati kao izvedba.

Mary Strine izvedbu općenito smatra "bitno spornim konceptom" te naglašava da je riječ o konceptu u čiju je bit ugrađen spor oko njegove uporabe i operacionalizacije, a spor je i u zajednici okupljenoj oko izvedbenih studija, koja stvara u atmosferi "s sofisticiranog neslaganja", pokušavajući artikulirati i pregovarati sve moguće aspekte izvedbe (prema Carlson 2004: 68). Ovakav se opis situacije unutar izvedbenih studija doista pokazuje opravdanim pri samom pokušaju definiranja izvedbe, poput primjerice Marvina Carlsona, koji izvedbu na jednome mjestu promatra kao "specifičan događaj čija je liminalna narav u prvom planu, gotovo se redovito jasno odvaja od ostatka života, uprizoruju je izvođači i nazoči joj publika, a i jedni i drugi u tom iskustvu vide materijal koji treba tumačiti, o kojemu treba promišljati i u nj se uključiti – osjećajima, umom, a možda i tjelesno" (Carlson prema McKenzie 2006: 80). No, već na drugome mjestu Carlson odustaje od jasnih granica između izvedbe i stvarnoga života, podupirući tvrdnju da se svakodnevica može promatrati kao izvedba jer je strukturirana prema ponavljajućim društveno uvjetovanim modelima ponašanja (Carlson 2004: 70).

Izvedba je u svakome smislu dio ljudskog života, važan oblik komunikacije i interakcije s drugima, mjesto gdje nastaju značenja koja daju smisao svijetu (Hastrup 2004: 230). S obzirom na to da je u prvome riječ o svijetu simbola i značenja unutar društvene sfere u kojoj se reproduciraju, Kirsten Hastrup smatra da nas uloge koje u životu preuzimamo prisiljavaju na to da ulažemo kreativni napor u razumijevanje svijeta

---

<sup>7</sup> Autori iz različitih disciplina različito definiraju izvedbu, a raspon tih definicija bitno varira (Bial 2004); za Barbaru Kirshenblatt-Gimblett izvedba je, primjerice način komunikacije u današnjem naprednom tehnološkom dobu (2004: 50), dok je za Johannesa Fabiana izvedba način preživljavanja među stranim kulturama (2004: 176).

oko sebe, te da se u skladu s tim razumijevanjem i ponašamo (2004: 226). U tome je smislu naš svijet cjelina zamišljenih socijalnih prostora, stvoren u praksi iz koje osjećaj realnosti proizlazi, a stvorili su ga pojedinci koji svojim akcijama i govorom podržavaju institucionalni red i specifične interese (Ibidem: 232).

Izvedba je također tekst, mjesto proizvodnje značenja. U tome smislu, prema De Marinisu, izvedbeni tekst je sinonim za kazališnu izvedbu, skup je neuređenih tekstualnih jedinica, odnosno izraza koji proizvode komunikacijske strategije produkcijom i recepcijom kodova sadržanih u njima (De Marinis 2004: 233). Postavljajući dva zahtjeva prema izvedbenom tekstu/kazališnoj izvedbi, stvarnu prisutnost glumaca i publike na istome mjestu te proizvodnju i komunikaciju značenja (Ibidem: 235), De Marinis ograničava izvedbu na samo one oblike u kojima akteri i publika postoje u istom a ne posredovanom prostoru. Tako su iz definicije izvedbe izostavljeni svi oblici mogućih izvedbi koje se odvijaju u društvenom prostoru posredovanjem medija, što je jedna od zanimljivijih perspektiva u izvedbenoj teoriji (vidi Manning 1996). Izvedba se doista može promatrati kao tekst i to bez načela o istodobnom postojanju publike i aktera jer je poruka dostupna uvijek prilikom izvedbe, bilo da se izvodi pred nama ili u nekom mediju koji tu izvedbu može reproducirati. Unatoč manama takve definicije, inzistiranje na semiotičkom potencijalu izvedbe i temeljnom odnosu proizvodnje i recepcije značenja što se ovdje perpetuiraju, daje perspektivu koja je itekako korisna u promatranju izvedbenih elemenata u širem društvenom i kulturnom kontekstu.

### **Svakodnevnica kao televizijski projekt**

Televizija i elektronički mediji danas su sastavni dio naše stvarnosti, a živjeti u svijetu posredovanih iskustava omogućava, primjerice i kombiniranje informativnog i zabavnog sadržaja u programima (Altheide i Snow prema Manning 1996: 263). Tako "suvremeni mediji uokviruju posebnu vrstu stvarnosti – onu koja se razlikuje od svakodnevice – reflektiranu na stiliziran način i više pod utjecajem logike medija nego religije ili nacionalizma" (Manning 1996: 263).

Cjelokupan zaokret televizije kao medija Pierre Bourdieu smješta u devedesete godine, kad je, maksimalno podilazeći ukusima gledatelja, počela prikazivati programe "čija je paradigma *talk-show*, isječci iz života, razotkrivanje proživljenih, često krajnjih iskustava koji mogu zadovoljiti neki oblik voajerizma i egzibicionizma" (2005: 295). Televizija se posvetila stvaranju senzacija, dodajući važnost i težinu te medijski prostor događajima koji to zapravo ne zavređuju (Bourdieu 2005: 276). Ovdje je sasvim jasno kako je opisan proces samo odraz dubljih društveno-političkih procesa u kojima tržište određuje koje su činjenice poželjne kao vijest, odnosno fikcija postaje poželjnom robom i "mašta u stvarnosti koja je sama izmišljena" (Edelman 2005: 352).

U takvu medijskom okruženju nastaje i emisija Big Brother. Okarakterizirana kao *gamedoc* (spoj eng. riječi *game* i *documentary*), Big Brother je mješavina televizijskog kviza (eng. *game show*), osnaženog sudjelovanjem publike i "opservacijskog epizodnog

dokumentarnog filma" radi osvajanja što šireg sloja gledateljstva (Jones 2003: 404). Okosnicu šezdesetominutne emisije, koja se emitira u 25 država diljem svijeta, čini "određeni broj kandidata koji provodi određeni broj dana živeći u kontroliranim uvjetima pred stalnim okom kamera gdje kombinacija međusobnog nominiranja i glasova publike određuje konačnog pobjednika koji napušta kuću s visokom novčanom nagradom" (Blagonić, Kovač i Madžarević 2004: 9). Ovdje su gledatelji ti koji zapravo "igraju igru", nastojeći prepoznati tko je među sudionicima dosljedan sebi, a tko "glumi", konstruirajući sami strategije gledanja i ocjenjivanja natjecatelja, određujući tako tijek same emisije (Jones 2003: 411). Tako gledanje postaje igra u kojoj je važno "pronaći istinu u spektakularnom/izvedbenom okruženju" (Hill 2002: 337).

### **IZVEDBENI ELEMENTI BIG BROTHERA**

Iz rečenoga je vidljivo da je rad unutar ove paradigme, a pogotovo u odnosu na predmet proučavanja, izazov. Upravo zahvaljujući tomu nemoguće je istodobno obuhvatiti sve elemente izvedbe koji se mogu ili trebaju proučavati unutar fenomena Big Brothera. U tome kontekstu razine izvedbe, o kojima će nadalje biti riječi, govore u prilog tvrdnji da je suvremena televizija sama po sebi izvedbena jer stvara posredovano i reprezentirano iskustvo (Manning 1996: 263-264), a djelomično i tomu da sudionici sami "proizvode" vlastite izvedbe.<sup>8</sup>

#### **Stvoriti izvedbu ili "raditi od govna pitu"**

Kao što smo konstatirali, izvedba je važan modus komunikacije (vidi Hastrup 2004; Kirschenblatt-Gimblett 2004). Televizija kao sveprisutan medij u suvremenom životu, koristeći se izvedbenim tehnikama u proizvodnji vlastitih programa, osigurava "da 'stvarnost' zadovoljavajuće izvode obični građani čak i onda kada je njihova 'uobičajenost' – uzimajući u obzir selekcijske procese kroz koje su morali proći – u najmanju ruku upitna" (Turner 2006: 158). U tome smislu ne samo da je sama televizija izvedbena nego i sam žanr emisije Big Brother. Tomu prinosi činjenica da on uvelike kapitalizira svoju popularnost na izvedbenome potencijalu sudionika, ali i na činjenici da je emisija režirana, producirana i montirana, drugim riječima servirana publici u svom rafiniranom i interpretiranom obliku.

Svaka epizoda Big Brothera zapravo je proizvod pomno odabranih inserata za koje je zadužen produkcijski tim, čija je jedina zadaća odabirati reprezentativne elemente

---

<sup>8</sup> Ovdje bismo mogli raspravljati i o tome proizvodi li izvedbe i istraživač koji istražuje izvedbu, što je uostalom kritika koja se može primijeniti na sve takve pokušaje, no ovdje se nećemo baviti tim problemom. U svoju obranu možemo samo reći kako se slična spoznajno-teorijska pitanja mogu postaviti većini antropoloških istraživanja te stoga rasprave o prirodi "prave" i "istraživački konstruirane" stvarnosti svjesno ostavljamo drugima.

i sklopiti ih u dramaturšku cjelinu.<sup>9</sup> Da je Big Brother emisija koja je visoko konstruirana i proizvedena (Jones 2004: 410), govori i briga produkcije Big Brothera oko izbora kandidata, čije emisije ovise o njihovim izvedbenim mogućnostima. U tome smislu ništa nije prepušteno slučaju:

*"Odabrani kandidati vjerojatno predstavljaju sve ono što korporacijskom umu izgleda kao publici poželjno: mladi su, komunikativni, nemaju ni trunke subverzivnog u sebi, prihvaćaju se igrati po bilo kakvim pravilima, ne preispitujući odluke autoriteta i, što je najvažnije, nisu skloni konfliktu... Nažalost, korporacijska špranca se odlučila za tipično sterilnu opciju nekonfliktnog suživota po američkom TV mainstream modelu i nama je ostalo krpati što se dade i ponekad raditi od govna pitu..."* (Blagonić, Kovač i Madžarević 2004: 28).

Iz navedenoga postaje jasno da je riječ o programu koji je, unatoč tomu što se gledateljima predstavlja kao neposredan i vjeran prikaz "stvarnih" događanja unutar Big Brother kuće, u konačnici ipak samo proizvod.<sup>10</sup> Stoga postaje jasno da u njegovu stvaranju ne sudjeluju samo "kreativne" sile producenata i urednika emisije već i znatno ozbiljnije gospodarske i političke sile, poput primjerice sponzora i lokalne politike (vidi Kovač u Blagonić, Kovač i Madžarević 2004).

### **Konfliktne rodne izvedbe**

Ujesen 2007. godine, kad je u Big Brother kuću ušlo četrnaest sudionika (sedam muškaraca i sedam žena), hrvatska je publika prvi put mogla u emisiji vidjeti deklariranog homoseksualca, što je iznenadilo i sudionike i gledateljstvo. U profilu dvadesetsedmogodišnjeg Hrvoja iz Rijeke, na službenim stranicama Big Brothera, objavljen je sljedeći opis:

*"Za sebe kaže da je 'jedina istinska diva' u BB kući, obožava TV i kamere, svjetla reflektora njegov su prirodni milje. (...) Hrvoje s oduševljenjem priča o shoppingu i kremicama za lice, dugim pripremama za izlaske i svojoj dvogodišnjoj vezi s tajanstvenim dečkom. (...) Obožava shopping pa se već nekoliko puta uvalio u dugove. Strast mu je peglanje kartica, kozmetika Shiseido i nastupi u klubovima."*<sup>11</sup>

Za razliku od sudionika Big Brothera, kojima prethodno nije rečeno ništa o njihovim budućim sustanarima, publika je imala prilike pogledati i kratki spot u kojem se Hrvoje opisao i nedvojbeno izjasnio o svojoj seksualnoj orijentaciji.

---

<sup>9</sup> Više o procesu nastajanja emisije u Blagonić, Kovač i Madžarević 2004: 22-23.

<sup>10</sup> Producenti tim zadužen je i za animiranje ukućana i zadaća mu je kreirati svakodnevicu u Big Brother kući zadacima ili dnevnim aktivnostima (vidi Blagonić, Kovač i Madžarević 2004). Takvim intervencijama, ponekad i neugodnim za sudionike, izbjegava se pasivnost i stvara dramaturška napetost.

<sup>11</sup> Originalno objavljeno na stranici [www.bigbrother.rtl.hr](http://www.bigbrother.rtl.hr), a prenijeto na fan-blog <http://www.bigbrother.blogger.hr/default.aspx?tag=sezona>.

Hrvojeva prisutnost od početka je u kuću unijela napetost, prije svega zbog očite nevoljkosti muškoga dijela ukućana da s njim razviju ikakvu interakciju. Situacija je uskoro poprimila i ozbiljnije razmjere pa je i produkcija Big Brothera pokušala smiriti situaciju, zadavši stanarima dnevni zadatak da oraspolože Hrvoja. Zadatak je od stanara zahtijevao organizaciju izbora za Miss Big Brother kuće, u kojem su kao kandidatkinje nastupili muški ukućani, dok je ženski dio kuće predstavljao žiri. Očekivano, zadatak je unatoč pokušaju da se kroz zabavu zaborave neslaganja samo produbio napetost. Na kraju večeri neki su stanari imali potrebu komentirati spomenuti događaj:

*Krešimir: Nakon ovog danas mi je sve svejedno.*

*Tessa: Nakon čega?*

*Senka: Nakon ove traume. (smijeh) (...)*

*Vedran: E, al uživao je u tome maksimalno! (...)*

*Tessa: Al grozno je to kužiš, biti toliko drukčiji od drugih.*

*Vedran: Ne, meni neke stvari nisu jasne, on je gej? Baš je?*

*Tessa, Senka: Da je.*

*Krešimir: Ima dečka vani.*

*Vedran: Baš dečka? (...) (govoreći o predrasudama): Ja moram bit iskren, ja imam. Al ovako, šta ja znam, on je u redu. Ovako globalno... šta ja znam... ne volim to.*

*Krešimir: Ja sam isto reko ko voli nek izvoli, al da ja volim imat u blizini, ne volim. Kužiš?*

*Vedran: Ali gledaj drugu stranu, da ne znaš istinu reko bi, ajde okej je dečko, malo drugačiji, ovo ono, razumiješ? Ne moš reć da je loš, al ono, šta ja znam...*

*Senka: Vi ste muški tu malo...vi koji imate tu muškost, vama to nako malo teško.*

*Vedran: A nije, nego ne mogu s njim naći zajedničku temu (...) al dobro, ma dobar je.*

*Senka: Zato ja s njim imam milijun tema.*

*Vedran: A dobro, vi ženske... šta da ja sad njega pitam?<sup>12</sup>*

Unatoč pokušaju da Hrvoje i dio njegovih sustanara pronađu zajednički jezik, i sljedećih je dana dolazilo do trzavica. Neki su stanari svojim ponašanjem ponovno prouzročili napetosti, poput, primjerice incidenta za vrijeme razgovora o seksu kad je Valentino upitao Hrvoja, svjestan njegove seksualne orijentacije, je li ikad "bio u vlakiću", implicirajući homoseksualni odnos s više partnera odjednom.

---

<sup>12</sup> Emisija emitirana 11. rujna 2007.

### **Izlazak "iz okvira" očekivanih rodnih izvedbi**

Iz navedenih narativa vidljive su tenzije u kući zbog Hrvojeve specifične rodne izvedbe pa ćemo stoga pokušati ponuditi okvir za razumijevanje toga konflikta.

Kako bi se lakše snalazili u socijalnim situacijama, ljudi svoje iskustvo i interakciju s drugima strukturiraju, što im omogućava lakše i jednostavnije interpretiranje i razumijevanje vlastitih i tuđih akcija u svakodnevnu životu. Takve strukture značenja Erving Goffman naziva "shemama interpretacije", odnosno "okvirima" (Goffman prema Ritzer 1997: 363). Tijekom izvedbe, u interakciji s drugima, uspostavlja se zajednički okvir za interpretaciju situacije, koji biva narušen onoga trenutka kad izvođač odaje znakove nervoze i neugodnosti, odnosno kad postaje očito da ga izvedba ne predstavlja kao osobu, nego neki lik kreiran za publiku (Goffman 1959: 206). Nadalje, situacija postaje još kompleksnijom kad je riječ o rodnoj izvedbi. Kao što Judith Butler ističe, rod je vrsta izvedbe vrlo normativnog karaktera, u kojoj su sasvim jasne kaznene posljedice za onoga koji svoj rod ne izvodi unutar propisanih i prihvatljivih kulturnih normi (Butler 2004: 161). Osim toga, "rodne norme" koje su se tijekom vremena nataložile, stvorile su sliku o tome kakvo je ponašanje prihvatljivo za koji spol i polučile određen broj tjelesnih praksi koje su s vremenom poistovječene s "prirodnom konfiguracijom tijela u spolove koji postoje u binarnom odnosu jedan s drugim" (Butler 2004: 158).

Problem oko Hrvojeve rodne izvedbe razvio se kao reakcija na uvjete u kojima se našao unutar Big Brother kuće, ali i to kako je "odabrao" izvesti svoj rodni identitet. S obzirom na to da ukućani nisu znali da će među njima biti netko homoseksualne spolne orijentacije, nisu bili spremni za takvog sustanara. Drugim riječima, sudeći prema njihovom ponašanju i reakcijama, navodili su se interpretacijskim okvirom uspostavljenim prije ulaska u kuću, odnosno pretpostavljenoj heteroseksualnoj orijentaciji svih stanara. Kada stanari nisu, niti nakon nekoliko tjedana provedenih s Hrvojem, uspjeli shvatiti da je njihov prvotni okvir netočan, a ni nositi se s prisutnošću *drukčijeg*, to je prouzročilo određene tenzije.

Svrstavanje na "žensku" stranu kuće, nedostatak tema za razgovor s "muškom" stranom, otežalo je i Hrvojevo svakodnevno ponašanje – njegov spol je kolidirao s njegovom izvedbom koja je odražavala tipično "ženske" karakteristike (ogovaranje, zanimanje za kozmetiku, ples i kupovinu, nesklonost zadacima vezanim uz fizičku aktivnost...), što je u skladu s mišljenjem Judith Butler da se izvedbe mogu interpretirati kao one koje ili podržavaju ili osporavaju očekivanja drugih (Butler 2004: 161). Hrvojeva izvedba vlastitog rodnog identiteta "citirala" je, kao što ističe Papagena Robbins, prihvaćeni ideal ženstvenosti, probijajući tako dominantno heteroseksualni diskurs kuće:

*"Načinom na koji se predstavlja ima samo moć koristiti predodžbe koje su ponavljane u toj mjeri da drugima znače 'ženu'... Nije stvar samo u tome što je publika vidjela 'takvu' frizuru na ženi ili 'takvu' žensku gestu, već izvođenje tih citiranja ima moć pretvoriti u ženski subjekt nekoga čije tijelo ne pripada u heteronormativnu definiciju ženskoga" (2005: 312).*



Drugim riječima, Hrvoje je za svoje ukućane i izvedbeno i diskurzivno postao "rodno nepojmljiv", učinivši sebe "osporavanom" granicom koja kuću dijeli na mušku i žensku stranu (Robbins 2005: 308).

Od svih muških stanara jedino je zapravo Valentino pokušao razviti interpretacijski okvir za razumijevanje Hrvoja (ali i homoseksualnosti kao takve) koji je uključivao i prihvaćanje njegove seksualnosti. Vrlo agresivnom šalom Valentino je pokušao iskoristiti ideju seksualne perverzije kao poveznicu ("ne brini, i ja sam pervertit"), koja bi premostila problem između Hrvojeva homoseksualnog i njegova naglašenog heteroseksualnog diskursa (koji je dodatno bio osnažen njegovim nastupom zavodnika, o čemu će poslije biti više riječi). Međutim, Hrvoje se nije želio povezati s okvirom tumačenja koji homoseksualnost čvrsto povezuje sa seksualnom perverzijom, na što je u više navrata odlučno reagirao, pa je pokušaj rezultirao još dubljim neslaganjem.

U konačnici, niti jedan muški stanar nije uspio pomiriti očite razlike vlastitih rodni izvedbi, koje su u skladu s kulturnim normama i prihvaćene od drugih muškaraca u kući, te Hrvojeve vlastite rodne izvedbe, koja je vidno bila u sukobu s dominantnom "paradigmom" muškosti u kući. Njegova izvedba roda rezultirala je svojevrsnom "društvenom kaznom", odnosno sustavnom izolacijom Hrvoja od muških ukućana Big Brother kuće, što je i pridonijelo njegovu osjećaju usamljenosti i neprihvaćenosti unatoč simpatijama i prijateljstvu sa ženskom stranom.<sup>13</sup>

### **Potencijalne izvedbene strategije**

Svaki od stanara u Big Brother kući prijavio se u emisiju s nekim ciljem, s nekom namjerom. U tome smislu u njihovim kratkim biografijama na službenim internetskim stranicama<sup>14</sup> neki su od stanara otkrili kako imaju aspiracije prema svijetu zabave ili novinarstva, iako nisu otvoreno govorili o tome da su se zbog toga prijavili u emisiju. Vođeni ciljevima i dojmom koji su željeli ostaviti u kući, sudionici su bili dodatno opterećeni i prisutnošću kamera koje su čitavo vrijeme snimale te bilježile svaki razgovor. Svjesni da ne mogu kontrolirati ni vlastite sustanare ni konačan sadržaj emisija koje se prikazuju, jedini element kojim su pokušali uspostaviti kontrolu nad situacijom, bila je njihova izvedba.<sup>15</sup> U takvu okruženju posežu za onim što Erving Goffman naziva "upravljanjem impresijama", odnosno pokušavaju kontrolirati sliku o sebi raznim

---

<sup>13</sup> Između ostalog, Hrvojevu odluku da prije vremena na vlastiti zahtjev izađe iz Big Brother kuće valja također promatrati u tome kontekstu.

<sup>14</sup> Preneseno s <http://www.bigbrother.blogger.hr/default.aspx?tag=sezone>; <http://www.index.hr/forum/default.aspx?q=t&idf=110&idt=143481&p=2>.

<sup>15</sup> Iako nisu mogli izravno utjecati na snimljeni materijal koji ulazi u dnevne emisije, neizravno su pokušavali kontrolirati vlastite izvedbe što je dulje bilo moguće, kako bi barem povećali vjerojatnost da se i u emisijama prikažu u skladu s vlastitim poimanjem "prikladnih izvedbi". Dobar primjer je i suzdržavanje od seksualnih aktivnosti u kući (vidi Palmer 2002: 304) jer bi one mogle gledateljima stvoriti "krivi" dojam o stanarima. Sa svim drugo pitanje je naravno jesu li takvi pokušaji kontrole uopće održivi u tri mjeseca života "ispred kamere".

taktikama i strategijama, pokušavajući pritom ostati što koherentniji ne bi li stvorili dojam da su stvari upravo onakve kakve trebaju biti (Goffman 1959: 203-207). Slično možemo konstatirati kako su zapravo svakodnevne akcije stanara u kući vođene "dvostrukom svjesnošću", odnosno stalnim pregovaranjem između vlastitih ostvarenih, potencijalnih i idealnih modela akcije (Bauman prema Carlson 2004: 71), u ovom primjeru izvedbe.

Imajući to na umu, pokušat ćemo stoga prepoznati takvu strategiju "upravljanja impresijama", kojom se pokušalo ostaviti dobar dojam na ukućane. Također, valja naglasiti kako je riječ o analizi emisija u kojima je vrlo teško pratiti sve izvedbe (i individualne i grupne) s obzirom na to da tek jedan dio ulazi u dnevne emisije. One nam postaju očite i razvidne u trenutku kad je izvedba dovedena u pitanje, odnosno kad dolazi do nesklada između akcija, njihovih posljedica i dojma koji se želi ostaviti na druge.

### **Valentinova strategija "prema unutra"**

U svojevrsnom promidžbenom materijalu koji je pratio emisiju na službenim stranicama, u profilu dvadesetttrogodišnjeg Valentina iz Novigrada bio je sljedeći opis:

*"Svoj idealan dan zamišlja s mnogo žena na Maldivima ili Sardiniji. (...) Najviše se boji bolesti pa uz novac i žene, zdravlje sigurno čini važnu stavku u njegovu životu."*<sup>16</sup>

U RTL-ovu biografskom videoisječku prikazanom prije njegova ulaska u kuću, Valentino je izjavio kako "ima više ženskih prijateljica" jer mu je to "više nekako interesantno", na pitanje koja bi životinja rado bio izjavljuje da bi bio galeb, dok ga voditeljica prije ulaska u kuću predstavlja kao "velikog zavodnika iz Istre".<sup>17</sup> Prihvaćanjem i isticanjem donžuanskih obilježja, Valentino se od početka pokušavao ponašati u skladu s tim, primjerice poklanjajući nakon ulaska u kuću svakoj djevojci bijelu ružu ili pokušavajući ih sve šarmirati prve večeri.<sup>18</sup>

Unatoč želji da bude popularan kod ženskoga dijela Big Brother kuće, svojim je ponašanjem postizao upravo suprotne efekte. Najčešće su njegovi razgovori s djevojkama završavali u svađama, a za djevojke nerijetko i u suzama,<sup>19</sup> dovodeći pritom u pitanje njegovu izvedbu zavodnika.<sup>20</sup> Uskoro su i drugi stanari počeli primjećivati Valentinove sukobe s djevojkama uzrokovane njegovim ponašanjem i uvredljivim riječima, koji su se opetovano ponavljali nekoliko dana zaredom:

---

<sup>16</sup> Preneseno s <http://www.bigbrother.blogger.hr/default.aspx?tag=sezona>.

<sup>17</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=876djer5Xzc>.

<sup>18</sup> Emisija emitirana 8. rujna 2007.

<sup>19</sup> Primjerice, kad je Tessi rekao da pleše kao striptizeta jer joj se u plesu u jednome trenutku otkrio dio donjeg rublja ili kad je Mirelu nazvao nenormalnom zato što se dere na druge.

<sup>20</sup> I na odbijanje bi se moglo gledati kao na izvedbu, no čini se kako ta reakcija doista nije bila glumljena. U prvome redu zbog Valentinova indiskretnog ponašanja, koje mu je i općenito smanjilo mogućnost uspjeha kod djevojaka u kući.

*Vedran: Kažem ti ja, previše ulaziš u te neke rasprave, konflikte, mani se toga, što će ti to.*

*Valentino: Ne, ali...*

*Vedran: Radije pričaj s nekim tko ti odgovara...*

*Valentino: Kad sam ja ušao prije toga u konflikt? Samo sa Mirelom.*

*Vedran: Pa imao si s Mirelom, imao si s Hrcom isto nešto, neke gluposti, im'o si sad s Martinom kad smo pekli torte, imao si s Martinom sada, imao si s Vitom sada (...).<sup>21</sup>*

U konačnici, Valentino je postao prvi stanar koji je, nakon dva tjedna boravka, napustio Big Brother kuću, a na nominacijama su ga izbacili gledatelji. Valentino je nominiran zbog neuspjeha svoje grupe na tjednome zadatku, ali stanari su bili gotovo složni oko toga da je on taj koji mora prvi napustiti kuću zbog ponašanja.

Iako kod kuće u Novigradu slovi kao uspješan zavodnik i prijateljuje s mnogim ženama,<sup>22</sup> takav status nije uspio zadržati za svoga boravka u kući. Njegova izvedba zavodnika, koja se može tumačiti kao jedna od mogućih komunikacijskih strategija prema ženskome dijelu kuće, ubrzo je diskreditirana nizom nenamjernih i neželjenih postupaka koji su rezultirali svađama i sukobima s djevojkama. Takvo "razotkrivanje" izvedbe rezultatom je onoga što Goffman naziva *faux pas*, odnosno situacijom u kojoj "namjerne verbalne izjave" nisu od druge strane prihvaćene u onom značenju koje mu je izvođač namijenio (Goffman 1959: 204), odnosno nisu u skladu s dojmom koji bi izvedba trebala ostaviti na publiku. U tome kontekstu Valentinove izjave (i ponašanje) koje su prouzročile svađe, bile su "greška" u odnosu na pokušaj izvedbe zavodnika u kući. Moglo bi se i raspravljati o tome je li dio njegove neuspjele komunikacijske strategije bio usmjeren i prema gledateljstvu (ili prije svega gledateljicama), no za takve bi zaključke valjalo pomnije promatrati njegovu recepciju među gledateljima izvan kuće.

## ZAKLJUČAK

Danas je gotovo nemoguće, kako to naglašava Jon McKenzie, ne govoriti o izvedbi kao o temeljnom načelu suvremenoga svijeta. Naša svakodnevica preplavljena je zahtjevima poput onog koji on ističe – "Izvedi ili snosi posljedice!". McKenzie je svoju teoriju o izvedbi implementirao u gotovo svaki aspekt ljudske egzistencije, a isti se zahtjev postavlja i stanarima Big Brother kuće – izvedi ili budi izbačen/neprihvaćen!<sup>23</sup> U tome je smislu ovaj rad pokazao kako su pojedinačne, ali i grupne izvedbe unutar konteksta zatvorenog i nadziranog prostora Big Brother kuće itekako obvezujuće za svoje

---

<sup>21</sup> Emisija emitirana 19. rujna 2007.

<sup>22</sup> <http://www.bigbrother.blogger.hr/default.aspx?tag=vijesti>.

<sup>23</sup> Usput, za detaljniji prikaz McKenziejeve definicije izvedbe kao istodobno kreativnog i normativnog procesa vidi više u poglavlju "Doba globalne izvedbe" u McKenzie 2006.

sudionike jer nemilosrdno kažnjavaju svakog tko ikako iznevjeri svoj izvedbeni okvir. Međutim, ovdje govorimo i o "proizvodu" kojim se predstavljaju izvedbe poželjne gledateljima, a koji podliježe kritikama spomenutima u uvodu.

Potraga za smislom u izvedbama Big Brothera podložna je i drugim kritikama, no to ne umanjuje njezinu vrijednost. Prema Baudrillardu, stvarnost je dokinuta našom nemogućnošću da je razlikujemo od slike (2001: 157), što ukida i reprezentaciju, ali istodobno se u dijaloškom procesu između slike i nas stvara i "neorealnost" (2005: 194), nova stvarnost koja je posredovana medijima i u kojoj značenja kruže između onih koji gledaju i onih koji izvode. Sve su izvedbe utemeljene u kulturnim i društvenim modelima ponašanja, a izvedbe unutar Big Brothera referiraju se upravo na te modele ne bi li se gledatelji u njima i prepoznali (Hromatko i Matić 2008: 91). U tome kontekstu produkcija značenja i smisla u izvedbi odraz je mnogo šireg društvenog i kulturnog konteksta u kojem se izvodi, ali i kruženja tih značenja od izvođača prema publici i obratno. To se u Big Brotheru manifestira, primjerice kad suigrači ili publika izglasavaju izvođača, kad primjerice, Valentino kuću napušta zbog neuspjele izvedbe zavodnika ili Hrvoje zbog neprilagođenosti svog rodnog identiteta dominantnim diskursima u kući. To potkrepljuje i činjenica da su stanari uglavnom svjesni kamere jer pokušavaju komunicirati s publikom u skladu s pretpostavljenim reakcijama na njihovo ponašanje.

Primjerima neuspjele rodne izvedbe zavodnika u Big Brotheru, pokazali smo kako izvedbe utječu na posljedice, ali i to da akteri sami posežu za izvedbama utemeljenim u širem društvenom i kulturnom kontekstu:

*"Dramatizirat će nastup kako bi pokazao važnost svoje uloge i time zadržao pozornost publike (jer zašto gledati nešto nebitno). Idealizirat će kako bi svoju ulogu lakše prezentirao šarolikoj publici, a kako bi to postigao, izvođač mora koristiti ekstremne stereotipe koji su u društvu prihvaćeni za tu ulogu"* (Goffman prema Hromatko i Matić 2008: 91).

Tako izvedbe, koje su ovdje poslužile kao primjer, zapravo govore i o tome na kakav se kulturni kontekst referiraju, a važan dio prepoznavanja takvih izvedbi zapravo je trenutak u kojem je akteri iznevjere. Osim toga, izvedba je u našem slučaju poslužila svojim akterima i kao vrsta otpora prema uvriježenim hegemonijskim diskursima roda i kao pokušaj da se citiranjem istih tih diskursa u izvedbi zavodnika zadobije simpatija stanarki ili gledateljica. Iako bi se moglo diskutirati i o tome koliko je takva izvedba doista bila željena, ovdje je bilo važno vidjeti na što se referira i u kojoj je mjeri bila uspješna.

Činjenica da je riječ o emisijama Big Brothera, o kojima razmišljamo kao o televizijskom proizvodu, omogućuje nam da o proučavanim izvedbama govorimo i u kontekstu "poželjnih" izvedbi. Samim time što su određene izvedbe izabrane kao "reprezentativne" za pojedine stanare kuće, pridodana im je i vrijednost jer ih je produkcija ocijenila prihvatljivima ili komercijalno vrijednima (o komercijalizaciji, slavi i njezinoj važnosti za medije u Turner 2006). Stoga i sam odabir izvedbi govori o njihovoj kulturnoj i društvenoj relevantnosti za publiku, ali i širu populaciju koja bi morala moći izvedbe prepoznati i razumjeti.

Unatoč tomu što se rad nije usredotočio na probleme Big Brothera u kontekstu televizijskog žanra *reality* i njezina odnosa prema medijima, publici i globalnoj ekonomiji, posjeduje određene prednosti. Fokus na individualne izvedbe, odnosno na njihove promašaje, omogućio je da se istakne njihov odnos prema okolini u kojoj nastaju. Čak i ako ne smatramo samu individualnu izvedbu dovoljno interesantnim aspektom Big Brothera, kulturni i društveni kontekst na koji se te izvedbe referiraju svakako nije zanemariv. Analiza širih društvenih problema, kojih je Big Brother ili posljedica ili glasnik, ako i ističe izvedbenost samoga žanra, vrlo rijetko se usmjerava na izvedbenost aktera i na značenje izvedbi. Istraživanje izvedbe u ovome radu stoga upravo treba promatrati kao pokušaj da se istaknu i interpretiraju individualne izvedbe stanara Big Brother kuće kao načina komunikacije s ostalim stanarima i/ili publikom, ali i kao odraz šireg kulturnog konteksta na koji se referiraju.

#### NAVEDENA LITERATURA

- Andrejevic, Mark. 2002. "The kinder, gentler gaze of Big Brother. Reality TV in the era of digital capitalism". *New Media & Society* 4/2: 251-270.
- Baudrillard, Jean 2001. "Onkraj istinitog i lažnog ili zloduh slike". U *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Jesenski i Turk, 155-162.
- Baudrillard, Jean. 2005. "Iznad istinitog i neistinitog". *Europski glasnik* 10/10: 189-197.
- Bial, Henry. 2004. "Introduction". U *The Performance Studies Reader*, ur. H. Bial, 1-4. London - New York: Routledge.
- Blagonić, S., M. Kovač i P. Madžarević. 2004. *Big Brother: 100 dana ispred ekrana*. Zagreb: AGM.
- Bourdieu, Pierre. 2005. "O televiziji. Pozornica i kulise". *Europski glasnik* 10/10: 371-308.
- Bratich, Jack Z. 2006. "Nothing Is Left Alone For Too Long. Reality Programming and Control Society Subjects". *Journal of Communicational Inquiry* 30/1: 65-83.
- Butler, Judith. 2004. "Performative acts and gender constitution. An essay in phenomenology and feminist theory". U *The Performance Studies Reader*. H. Bial, ur. London - New York: Routledge, 154-164.
- Carlson, Marvin. 2004. "What is performance?" U *The Performance Studies Reader*. H. Bial, ur. London - New York: Routledge, 68-73.
- Corner, John. 2002. "Performing the Real. Documentary Diversions". *Television & New Media* 3/3: 255-269.
- Couldry, Nick. 2002. "Playing for Celebrity. Big Brother as Ritual Event". *Television & New Media* 3/3: 283-293.
- De Marinis, Marco. 2004. "The performance text". U *The Performance Studies Reader*. H. Bial, ur. London - New York: Routledge, 232-251.

- Edelman, Bernard. 2005. "Četiri noge da, dvije noge dvije noge ne. Big Brother: nova funkcija autora". *Europski glasnik* 10/10: 351-361.
- Fabian, Johannes. 2004. "Theater and anthropology, theatricality and culture". U *The Performance Studies Reader*. H. Bial, ur. London - New York: Routledge, 175-182.
- Goffman, Erving. 1959. "The arts of impression management". U *The presentation of self in everyday life*. London: Penguin Books.
- Hastrup, Kirsten. 2004. "All the World's a Stage. The Imaginative Texture of Social Spaces". *Space and Culture* 7/2: 223-236.
- Hill, Annete. 2002. "Big Brother. The Real Audience". *Television & New Media* 3/3: 323-340.
- Hromatko, Ivan, Renato Matić. 2008. "Stigma – teatar kao mjesto prevladavanja stigmatizacije". *Sociologija i prostor* 46/1: 77-100.
- Hubbard, Laura, Kathryn Mathers. 2004. "Surviving American Empire in Africa: The anthropology of reality television". *Internationa Journal of Cultural Studies* 7/4: 441-459, Sage Publications via <http://online.sagepub.com/>
- Jacobs, Sean. 2007. "Big Brother, Africa is watching. Media", *Culture & Society* 29/6: 851-868. Sage Publications via <http://online.sagepub.com/>
- Janković, Andrea, Joško Sindik, Kamea Jaman. 2007. "Kako predškolska djeca vide 'Big Brother' show?". *Metodički obzori* 2/4: 67-83.
- Jones, Janet M. 2003. "Show Your Real Face: A Fan Study of the UK Big Brother transmissions (2000, 2001, 2002). Investigating the boundaries between notions of consumers and producers of factual television". *New Media & Society* 5/3: 400-421.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 2004. "Performance Studies". U *The Performance Studies Reader*. H. Bial, ur. London - New York: Routledge, 43-55.
- Manning, Peter K. 1996. "Dramaturgy, politics and the axial media event". *The Sociological Quarterly* 37/2: 261-278.
- McKenzie, Jon. 2006. *Izvedi ili snosi posljedice. Od discipline do izvedbe*. Zagreb: CDU.
- Nemec, Krešimir 2006. "Od feljtonskih romana i 'sveščića' do sapunica i Big Brothera". U *Raslojavanje jezika i književnosti: zbornik radova 34. seminara Zagrebačke slavističke škole*. Zagreb: Filozofski fakultet, Zagrebačka slavistička škola, Hrvatski seminar za strane slaviste.
- Palmer, Gareth. 2002. "Big Brother. An Experiment in Governance". *Television & New Media* 3/3: 295-310.
- Ritzer, George. 1997. "Goffmanov strukturalizam". U *Suvremena sociološkijska teorija*. Zagreb: Globus, 363-364.
- Robbins, Papagena. 2005. "Izvedba, performativnosti subverzija rodnog identiteta: Hedwig and the Angry Inch". U *Transgresija roda: Spolna/rodna ravnopravnost znači više od binarnosti Zbornik konferencijskih radova*. J. Poštić i A. Hodžić, ur. Zagreb: Ženska soba – Centar za

prevenciju, istraživanje i suzbijanje seksualnog nasilja i žensku seksualnost, CESI, 303-317.

Sindik, Joško. 2005. "Neke karakteristike međusobnih nominacija kandidata u reality show-u 'Big Brother'". *Školski Vjesnik* 54 (3/4): 379-389.

Strinati, Dominic. 1995. "The mass and popular culture". U *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London - New York: Routledge, 8-50.

Turner, Graeme. 2006. "The mass production of celebrity: 'Celestoids', reality TV and the 'demiotic turn'". *International Journal of Cultural Studies* 9/2: 153-165. Sage Publications via <http://online.sagepub.com/>

Van Zoonen, Liesbet. 2001. "Desire and resistance: Big Brother and the recognition of everyday life". *Media, Culture & Society* 23: 669-677. Sage Publications via <http://online.sagepub.com/>

### **Izvori**

Epizode prikazane na hrvatskoj RTL televiziji u razdoblju od 8. do 28. rujna. 2007.

<http://www.bigbrother.blogger.hr/default.aspx?tag=sezona> (28. 1. 2008.)

<http://www.index.hr/forum/default.aspx?q=t&idf=110&idt=143481&p=2> (28. 1. 2008)

<http://www.youtube.com/watch?v=876djer5Xzc> (30. 1. 2008.)

## PERFORMATIVE ELEMENTS IN "BIG BROTHER"

### Summary

This paper tries to shed a different light on the "Big Brother" phenomenon as it tries to imply some of the ideas which have inspired performance theories. Up until now from the academic point of view the "Big Brother" phenomenon was mostly frowned upon, considered generally a bad influence or yet another product of late capitalism. Emphasising its connections to the economic and political forces which are trying to control the innocent auditorium through the media, "Big Brother" has been presented as a one dimensional field of research with only one possible model. The idea of this paper was to introduce performance theory into the study of "Big Brother" in hope that it would induce different points of view not just for the phenomenon itself but for the postmodern media in general. The article is based on the understanding that the performances are symbolic acts which can be considered as texts because they convey meanings to their public. Taking that into consideration, this paper tried to recognise some of the communicative strategies through the performances of "Big Brother" housemates. Three levels of performance were recognised in the fourth season of "Big Brother" on the Croatian RTL TV station. On the first, most general level, the author emphasises the

performative attributes of the series as well as the postmodern media itself. On the second level the performance of gender in "Big Brother" is underlined, which is especially important since it includes the appearance of the first homosexual person in the Croatian series. The performative aspect of gender is used to explain how and why the non-dominant gender performance is unacceptable to others, primary male housemates. Finally, on the third level it is shown how individual performance is interpreted as part of a wider strategy to fit amongst others in the "Big Brother" house and potentially to win the sympathies of the viewers.

Keywords: performance theories / "Big Brother" / reality TV