

Titelblad

Specialets titel: Følelser på Tv

Vejleder: Christian Jantzen

184.841 enheder \approx 77,01

10. semester Kommunikation

Aalborg Universitet - juli- 2009

Studieretning: Kommunikation 10. semester

Kristine Højgaard Sørensen

Indhold

Titelblad	1
Forord	7
Menneskets bedste ven	9
Problemfelt	10
Den metodiske fremgangsmåde	12
1. Følelses-tv i samfundet	12
2. Følelses tv som undersøgelsesfænomen	13
Emotioner og følelser.....	14
3. Analyse af intimitetsstrategierne i caseprogrammerne	14
Den dramaturgiske værktøjskasse	15
Den offentlige og den private sfære	17
Den borgerlige offentligheds frembrud	17
Den private sfære	18
Den offentlige sfære	18
Identiteten i den flydende modernitet	19
Den medierede offentlighed	20
Adfærd i det offentlige og det private rum.....	21
To nye sfærer	22
Følelses-tv som fænomen	25
Genrebegrebet	25
Det følelses tv	26
Liveliness	26
Første-persons henvendelsen	26
Bruddet med hverdagen	27
Følelsepagten.....	28
Følelsesbaseret reality-tv	29
Fiktion og Fakta	29
Fakta og fiktion som følelsesbaseret reality-tv	30

Underholdning som følelses tv	31
Opsamling.....	32
Valg af casemateriale	33
Emotioner og følelser	35
En typologi over emotioner og følelser	35
Følelser.....	36
Medfølelse og Empati.....	37
Emotionslove	37
Emotioner og oplevelser	39
Opsamling.....	41
Tre intime programmer	42
Velkommen til Paradise Hotel	42
Paradise Hotels historieskema	43
De bærende karakterer.....	44
Paradisets opbygning	45
De bærende værdier	50
Den bærende ide	51
Værtens rolle.....	51
Kameraets rolle	53
Sladder.....	53
Parasociale relationer	54
Hvorfor se Paradise Hotel?	55
Opsamling.....	57
Velkommen til Sandhedens Time	58
Sandhedens Times historieskema.....	58
Sandhedens Times Plot.....	60
De bærende karakterer.....	63
Værtens rolle.....	63
Publikums rolle	64
De bærende værdier	65

Den bærende ide	65
Hvorfor se Sandhedens time?	66
Opsamling.....	68
Velkommen til Jagten på gnisten	69
Jagten på gnistens historieskema.....	69
Jagen på gnistens plot	70
De bærende karakterer.....	72
Værtens rolle.....	73
Speak.....	74
Den bærende ide	74
De bærende værdier	74
Kameraets Rolle.....	75
Hvorfor se Jagten på gnisten?.....	75
Opsamling.....	77
Paradiset, Sandheden og Gnisten	79
Programmernes setting	79
Programmernes dramaturgiske opbygning	80
Plottet og fremdriften	81
De bærende værdier	82
Den bærende ide.....	82
Kameraets rolle	83
Forholdet til virkeligheden	83
De bærende karakterer	84
Fortællerens rolle	85
Den parasociale relation	86
Konklusion	87
Den offentlige privathed	87
Følelsesbaseret reality-tv.....	88
Intimitetsstrategier i caseprogrammerne	89
Abstract	91

Litteraturliste	93
Bilag	95
Bilagsliste	96
Bilag 4	97
Bilag 5	100
Bilag 6	101
Bilag 7	103
Bilag 8	105
Bilag 9	106

Forord

Mit praktikophold på DR's ungdomsredaktion vakte for alvor min interesse for tv og med et fremtidig ønske om at arbejde med produktionen af tv, omhandler specialet, tilrettelægerens strategiske planlægning af følelses-tv. Udarbejdelsen af specialet er desuden drevet af min store entusiasme for følelses tv og navnligt reality-tv, hvilket har givet anledning til mange overspringshandlinger foran fjernsynet i specialeperioden.

Jeg vil takke min vejleder Christian Jantzen, som har givet kyndig vejledning og ikke mindst givet modspil i faglige diskussioner om blandt andet, hvornår man er for gammel til at se Paradise Hotel. Herudover en særlig tak til Mastiff, og STV og Strix, der er produktionsselskaberne bag specialets caseprogrammer: Paradise Hotel, Jagten på gnisten og Sandhedens Time. Jeg glæder mig til de næste sæsoner.

Menneskets bedste ven

“Den største grund til, at vi ser så meget fjernsyn, er simpelthen fordi vi kan. Fjernsynet kører i døgndrift med alle mulige udbud til os, og det er simpelthen blevet en del af vores hverdag. Og det siger meget om, hvor meget medier og tv egentlig gør for at sikre sig, at vi bliver hængende (...)”.

[Politikken den. 8. januar 2009, Vasconcelles:1]¹

Således lyder det fra Lektor Sven Mørch i en artikel bragt i Politiken den 8. januar 2009. Artiklen beretter om, at danskerne ser mere tv end nogensinde. Med et gennemsnit per dansker på 2 timer og 47 minutter om dagen i 2008, kan fjernsynet efterhånden med rette kaldes menneskets bedste ven. En ven som altid er der. En ven som vi slapper af med, griner, græder og hygger med, og som vi når som helst kan slukke for, hvis vi keder os i dets selskab.

Da danskernes tv-forbrug er stigende, kæmper medierne en brav kamp mod hinanden om at fastholdere seerens opmærksomhed, som Sven Mørch påpeger. Siden DR's monopol blev brudt i 1988, og kanalen TV2 kom på banen, har kampen om seerne raset blandt tv kanaler og produktionsselskaber. Men hvad er det så, medierne gør, for at søge seerens engagement og loyalitet? Dette spørgsmål kan besvares på flere måder, da der er mange forskellige strategier i spil på flere niveauer. Økonomiske strategier, brandingstrategier mv. På indholdssiden tegner der sig dog et billede af, at en medietendens i stigende grad fylder sendetiden. En tendens til at iscenesætte sider fra privatlivet og i særdeleshed at iscenesætte følelser på tv.

Udbuddet af programmer, der viser almindelige menneskers liv i lykkelige samt ulykkelige scener på tv, er efterhånden blevet et fast inventar på mediescenen. Det har det måske været længe, men der er en tendens til, at iscenesættelsen af det intime, private og af følelser er blevet en intimitetsstrategi, der har som formål at drage seeren til skærmen. En tendens som medieforsker Anne Jerslev meget sigende har døbt følelses-tv. Hun betegner følelses-tv som:

¹ Udtalelsen gives af Sven Mørch, Lektor på Institut for psykologi ved Københavns Universitet

“(…) en mediekultur, der udmærker sig ved en udbredt anvendelse af en intim henvendelsesform og ved at fokusere på følelser”.

[Jerslev 2004:12]

For at disse følelser programmer kan have en effekt på seeren og tjene som den intimitetsstrategi, det er tiltænkt, må det opnå at vække en følelse hos denne, og i særdeleshed kræver det, at seeren kan sætte sig i de repræsenterede menneskers følelsesmæssige tilstand. Men når jeg så pludselig fanger mig selv i at sammenligne mit parforhold med Gleager og Marias krise på Paradise Hotel, er det så i virkeligheden på tide at slukke? Er min ven, fjernsynet, blevet en fjende, der tillader eskapisme og fjerner mig fra virkeligheden udenfor skærmen? Uanset svaret på dette spørgsmål, finder jeg det interessant at undersøge, hvad der ligger til grund for, at disse nye følelser-tv-programmer formår at drage deres seere til skærmen på en sådan måde, at seeren overgiver sig fuldt ud og lader sig opsluge af det følelsesfulde drama, der udspiller sig på skærmen. Det er disse tanker, der er drivkraften bag dette speciale.

Problemfelt

Mit undersøgelsesfænomen er dermed følelser-tv betragtet som en nyere tv-tendens med en dertilhørende undren over, hvordan disse følelser-tv programmer iscenesætter et intimt møde mellem seer og program? Jeg tager i specialet udgangspunkt i følgende problemformulering:

Hvordan iscenesættes følelser-tv, og hvilke intimitetsstrategier anvendes i denne iscenesættelse?

Mit ærinde med specialet bliver dermed at kunne identificere intimitetsstrategier, som bruges i følelser-tv til at skabe intimitet og fremkalde følelser. Specialets formål er dermed også at fremskaffe resultater, der kan anvendes i fremtidig produktionen af følelser-tv.

For bedst muligt at kunne besvare min problemformulering, betragter jeg problemformuleringen som havende to fokuspunkter, som dog er tæt forbundne. Det første fokus er på iscenesættelsen af følelser-tv. For at opnå viden om denne iscenesættelse, finder jeg det nødvendigt at anskue følelser-tv i dets kontekst som tv-type i det moderne samfund, for dermed at undersøge hvordan rammerne skabes for at sætte følelser i scene.

Det andet fokuspunkt er på intimitetsstrategierne, der anvendes til at iscenesætte følelser-tv. Intimitetsstrategier betragter jeg kortfattet som strategier, der har til hensigt at skabe intimitet mellem følelser-tv programmet og seeren. Jeg antager dermed, at følelser-tv kan involvere seeren følelsesmæssigt gennem forskellige intimitetsstrategier.

Efter denne præsentation af mit undersøgelsesfænomen og problemformulering, vil jeg i følgende afsnit redegøre for, hvordan jeg vil opnå den nødvendige viden for at kunne besvare problemformuleringen.

Den metodiske fremgangsmåde

Jeg vil i nedenstående afsnit beskrive mine metodiske overvejelser og valg af teori i specialet. For at besvare problemformuleringen vil jeg foretage en empirisk analyse af tre caseprogrammer, som jeg mener er repræsentativt følelses-tv, således at jeg kan lave en komparativ analyse mellem forskellige programtypers anvendelse af intimitetsstrategierne.

Jeg vil inddеле specialet i tre hovedafsnit, hvilke er:

1. Redegørelse af den samfundsmæssige kontekst
2. Afgrænsning af følelses-tv som undersøgelsesfænomen
3. Analyse af intimitetsstrategierne i caseprogrammerne

Disse afsnit vil jeg her gennemgå og begrunde deres relevans for specialets fokus samt præsentere valg af teori, som jeg har foretaget i henhold til det enkelte afsnit.

1. Følelses-tv i samfundet

For at redegøre for hvordan følelses-tv iscenesættes, finder jeg det gavnligt at betragte undersøgelsesfænomenet i relation til den samfundsmæssige kontekst, det er vokset ud af. Da følelses-tv formidler følelser og intimitet på tv, har jeg en antagelse om, at denne tv-type vil påvirke skellet mellem det offentlige og det private rum. Dette vil jeg efterprøve som en del af redegørelsen for den samfundsmæssige kontekst, der omkranser følelses-tv.

Til at betragte skellet mellem den offentlige og den private sfære tager jeg udgangspunkt i sociolog og filosof Jürgen Habermas² beskrivelse heraf, da han er en af de første til at teoretisere over offentlighedsbegrebet, samt det han kalder den borgerlige offentlighed i bogen 'Borgerlig offentlighed - henimod en teori om det borgerlige samfund' [Habermas 1976]. Jeg inddrager

² Habermas er Professor Emeritus ved Frankfurt Universitet.

desuden professor Zygmunt Bauman³ refleksioner over samfundets flydende grænser mellem det private og det offentlige i 'Flydende modernitet' [Bauman 2006]. Han oprids heri en række konsekvenser af, at offentligheden privatiseres, og dermed også hvordan følelses-tv kan siges at præge skellet mellem det offentlige og det private.

Professor Joshua Meyrowitz⁴ har lignende refleksioner i bogen 'No sense of Place' [Meyrowitz 1986], som er fokuseret på mediernes rolle i adskillelsen mellem det offentlige og det private rum. Han ønsker at bygge bro mellem medieteorien og teorien fra sociologisk tænkning, fordi han mener, at teorien om hvordan mennesket handler i ansigt-til-ansigt situationer kan bruges til at forstå nye elektroniske mediers effekt på mennesket og samfundet [Meyrowitz 1986:23]. Når Meyrowitz taler om elektroniske medier, taler han både om telefonen, fjernsynet og computeren, men jeg vil grundet mit fokus koncentrere mig om den del af teorien, der omhandler tv. Meyrowitz teoretiserer over adfærd er inspireret af sociologen Erving Goffman⁵. Goffmans samhandlingsteori omhandler den sociale interaktion ansigt-til-ansigt betragtet ud fra en dramaturgisk vinkel. Interaktionen ses som et skuespil, hvor forskellige roller er i spil for individet alt afhængig af situationen, det deltager i [Meyrowitz 1986:24]. Denne tanke tilslutter Meyrowitz sig, men mener samtidig, at elektroniske medier ændrer denne interaktion, og derfor bliver andre roller tilgængelige med specielt tv-mediets ankomst.

Disse teoretikere kan tilsammen give en optik på skellet mellem det offentlige og det private og dets udvikling frem mod det moderne samfund og dermed det rum, hvor følelses-tv iscenesættes.

2. Følelses tv som undersøgelsesfænomen

Til at beskrive fænomenet, som jeg vil underlægge analyse, har jeg valgt at tage udgangspunkt i medieforsker Anne Jerslevs⁶ bog, 'Vi ses på TV' [Jerslev 2004]. Dette valg begrundes jeg i, at Jerslev introducerer fænomenet følelses-tv, som jeg finder anvendeligt til at begrebsliggøre tv-fænomenet, jeg underlægger analyse. Jerslev beskæftiger sig desuden hovedsageligt med følelses-tv i henhold til den danske mediekultur, hvilket jeg ligeledes vælger at gøre. Jeg vil i afsnittet 'Følelses-tv som fænomen' foretage en gennemgang af de to storgenerer fiktion og fakta, da jeg har en antagelse om, at følelses-tv udspringer som en blandingsgenre af disse to. En forståelse af de træk som disse to storgenerer er underlagt, bliver dermed væsentlig for at opnå viden om, hvordan følelses-tv iscenesættes, samt hvordan følelses-tv kan involvere seeren følelsesmæssigt gennem forskellige intimitetsstrategier. Til dette formål anvender jeg professor Ib Bondebjergs⁷ 'Elektroniske Fiktioner' samt Professor Peter Harms Larsens⁸ 'De levende billeders dramaturgi -

³ Zygmunt Bauman var professor ved Warszawas Universitet i 1968 og professor ved Leeds University frem til 1991

⁴ Joshua Meyrowitz er professor i Kommunikation ved New Hampshire University i Duram

⁵ Erving Goffman var mikrosociolog og tog sin Ph.D ved Chicago University

⁶ Anne Jerslev er lektor ved Institut For Film og Medievidenskab ved Københavns Universitet

⁷ Ib Bondebjerg er professor ved Institut for Medier, Erkendelse og Formidling ved Københavns Universitet.

⁸ Peter Harms Larsen er adjungeret professor ved CBIT og ekstern Lektor på Journalistik.

bind 1,2' samt 'Faktion som udtryksmiddel', da begge beskæftiger sig med forskellen på fiktion og fakta.

Emotioner og følelser

Med følelser-tv som undersøgelsesfænomen anser jeg det som en nødvendighed, at foretage en karakteristik af emotioner og følelser. Således kan jeg optimere min forståelse af, hvordan følelser-tv iscenesættes med henblik på, hvordan følelser overhovedet opstår hos individet.

For at komme nærmere, hvordan følelser opstår, har jeg valgt at anskue disse med baggrund i professor Nico H. Frijdas⁹ 'The Laws of Emotion' [Frijda 2007], da han i dette værk opstiller en række lovmæssigheder, som han mener, at individet er underlagt, når det reagerer emotionelt. Med en karakteristik af emotioner og deres virke i form af disse love, bliver jeg rustet til at betragte mine caseprogrammer ud fra hvilke emotionelle love, der genererer de bedste strategier for at fremkalde en ønsket emotionel respons hos seeren.

Jeg vil desuden anvende Antonio R. Damasio¹⁰ teori om emotioner, da han i 'Descartes' Error - Emotion, Reason, and the Human Brain' [Damasio 2000], opstiller en typologi over emotioner og følelser, som jeg finder gavnlig til at foretage et skel mellem emotioner og følelser.

Som modtager af et underholdningstilbud, kan man tale om at få en oplevelse. Jeg vil derfor inddrage to artikler om emotioners relationer til oplevelser. Jeanne Sørensen¹¹ med hendes artikel: 'Emotioners rolle i forbrugeroplevelser' [Sørensen 2007] samt Christian Jantzen¹² og Michael Vetner¹³ artikel: 'Underholdning, emotioner og personlighed - et mediepsykologisk perspektiv på underholdningspræferencer' [Jantzen og Vetner 2008]. Disse to artikler beskriver sammenhængen mellem emotioner og oplevelser, hvilket jeg mener giver en fordelagtig optik på følelser-tv set som en emotionel oplevelse.

3. Analyse af intimitetsstrategierne i caseprogrammerne

Jeg har først og fremmest valgt tre programmer til analyse, der er aktuelle, da resultatet af min analyse skal forholde sig til følelser-tv, som den fremtræder netop nu. Disse programmer er Sandhedens Time (TV3), Paradise Hotel (TV3) og Jagten på gnisten (TV2). Alle programmer kan

⁹ Nico H. Frijda er Emeritus professor i psykologi fra Amsterdam Universitet

¹⁰ Antonio R. Damasio er professor i neurovidenskab ved University of Southern California

¹¹ Jeanne Sørensen er ph.d. - studerende ved Institut for Erhvervsstudier ved Aalborg Universitet

¹² Christian Jantzen er Lektor og institutleder ved Institut for Kommunikation ved Aalborg Universitet

¹³ Michael Vetner er Lektor ved Aalborg Universitet

ses på vedlagte dvd'er i Bilag 1,2 og 3 bagerst i specialet. Jeg vil præsentere disse cases samt begrundelse for mit valg i afsnittet 'Casemateriale'.

Den dramaturgiske værktøjskasse

For at skitsere de forskellige strategier, der kan anvendes for at skabe en følelsesmæssig relation til seeren, vil jeg foretage en dramaturgisk analyse af programmerne. I denne analyse, vil jeg anvende Harms Larsens føromtaltede bøger 'De levede billeders dramaturgi' - bind 1 og 2. De tilbyder tilsammen en dramaturgisk værktøjskasse, der kan anvendes til at betragte mine cases dramaturgiske elementer. Om værktøjskassen siger Harms Larsen, at i produktionen af en fortælling har alt, hvad der ses og høres af publikum indflydelse på publikums oplevelse af, hvad der fortælles. Disse ting, der kommer til syne, skal derfor kort sagt hænge sammen, for at publikum vil opleve historien som 'rigtig'¹⁴. [Harms Larsen 2003:13]. Jeg mener derfor, at værktøjskassen kan tjene til at skabe overblik over programmerne set som en fortælling, og samtidig vil en analyse af programmernes brug af dramaturgiske virkemidler kunne pege på, hvordan intimitetsstrategierne iscenesættes for at nå publikum. Harms Larsen mener, at dramaturgien er en slags psykologi:

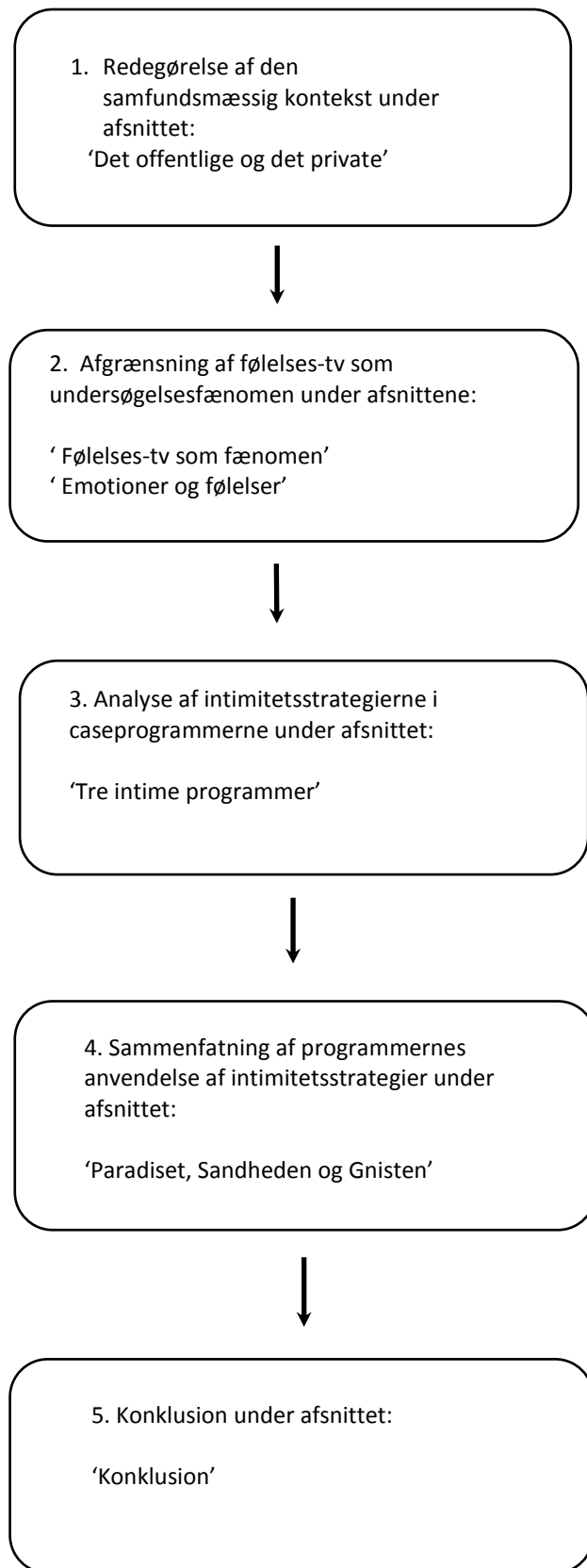
"Idet den bygger på en lang række antagelser om hvordan den menneskelige psyke er indrettet og udformet, hvordan psyken gennem sanserne er modtagelige for audiovisuelle udtryk så de gør indtryk, og hvordan den kan bearbejde indtrykkene til oplevelser med effekt både på følelser og forståelse".

[Harms Larsen 2003:14]

Da Harms Larsen trækker på begreber fra det græske drama, vil jeg endvidere inddrage Aristoteles tanker i "Poetik" [Aristoteles 1999]. Da Aristoteles begreber knytter sig specifikt til tragedien som kunstart, vil jeg kun inddrage de af hans begreber, som jeg finder anvendelige. Disse vil jeg præsentere, som de forekommer i teksten. Jeg vil altså foretage en tekstanalyse med dramaturgien som værktøj. Det bliver dermed den dramaturgiske værktøjskasse, der skaber fremdriften i analysen af intimitetsstrategierne.

Den følgende figur har til hensigt at give et overblik over specialets dele og skal dermed tjene som en læsevejledning.

¹⁴ Dette er Harms Larsens egen fremhævnning af ordet rigtig. Han beskriver ikke nærmere, hvordan en historie, der er rigtig skal tolkes [Harms Larsen 2003:13]



Jeg vil i løbet af specialet anvende flere teoretikere, end jeg her har introduceret, hvilke jeg præsenterer, når de forekommer i teksten. Med denne metodiske gennemgang vil jeg nu betragte det moderne samfund, for at betragte følelses-tv i dets samfundsmæssige kontekst.

Den offentlige og den private sfære

Følelses-tvs ærinde er at iscenesætte følelser, og dette går hånd i hånd med at vise sider fra privatlivet via tv- mediet. Derfor vil jeg her redegøre for, hvordan jeg betragter den private- og offentlige sfære. Jeg betragter denne redegørelse som min samfundsmæssige ramme, der skal beskrive, hvilken overordnet kontekst følelses-tv eksisterer indenfor. Det er samtidig en indkredsning af den medietendens, jeg har valgt at undersøge i specialet. Jeg vil begynde med at anskue de tre begreber privat, intim og offentlig, da de bliver væsentlige begreber gennem specialet.

Det 'private' beskrives på Ordbogen.com bl.a. med synonymer som: egen, hjemlig, lukket, hemmeligt og personlig [Bilag 4]. Det 'intime' defineres som: familiær, fortroligt, personligt og netop *privat*. Jeg definerer derfor et privat anliggende, som noget der har et intimt indhold [Bilag 4].

Ordbogen.com definerer det 'offentlige' som: alment, åbent, fælles, statslig [Bilag 4]. Det private og det offentlige er samtidig, ifølge Ordbogen.com, antonymer dvs. hinandens modsætninger. Når det private og offentlige som udgangspunkt er hinandens modsætninger, bliver det interessant at undersøge, hvordan følelses-tv, som bygger på private anliggender, påvirker det offentlige rum, som altså er det modsatte af, hvad det private associeres med.

Jeg vil nu lave et kort historisk oprids af offentlighedsbegrebet samt introducere Habermas begreb om den borgerlige offentlighed.

Den borgerlige offentligheds frembrud

I 1700' tallets vestlige samfund var det, ifølge Habermas, kongehuset og det dertilknyttede hof, der udgjorde offentligheden [Habermas 1976:29]. Det var disse statsoverhoveder, der bestemte, hvad der var offentlige emner, hvilket privatfolk eller pøblen ikke havde indflydelse på. Det var efter den franske revolution i 1789, at begrebet offentlighed (*publicité*) for første gang bliver udtalt som

noget, der indlemmede masserne. [Ibid:60]. Når Habermas taler om det offentlige og det private, skelner han mellem en række forskellige sfærer, han mener, at samfundet kan inddeles i.

Den private sfære

Habermas skriver følgende om den private sfære:

“Vi kalder markedsfæren den private sfære, familiesfæren som den private sfærens kerne, kalder vi intimsfæren”.

[Ibid:51]

I den private sfære er intimsfæren, familiesfæren, altså centrum for den private sfære. Det stemmer umiddelbart overens med ordbogens definition af det private set som hemmeligt, egen og modsat det fælles. Det private område udgøres af privatfolk, hvilke Habermas definerer som ejendomsbesiddere og familiefolk og det simpelthen at være menneske [Ibid:26].

Den offentlige sfære

Når Habermas taler om det offentlige, er der mere end blot én offentlig sfære. Den litterære offentlighed er udgjort af den kritiske presse og litteraturen, som er frigivet i det offentlige rum [Ibid:41, 48]. Der er ligeledes en politisk offentlighed, hvor politiske spørgsmål diskuteres samt en sfære for den offentlige myndighed - staten [Ibid:27]. Herudover er der den sfære, hvor almindelige mennesker kan komme til orde. Denne betegnelse af offentlighed, i brugen almene interesser, benævner Habermas som den borgerlige offentlighed. Herom skriver han:

“Med den borgerlige offentlighed forstås først og fremst den sfære der privatfolk samles til publikum. Denne offentlighed - som er reglementeret af øvrigheden - gjør publikum straks krav på for at bruke den til en konfrontasjon med de offentlige myndigheter om de almene regler for samkvem i den fundamentalt privatiserte, men offentlige relevante sfære for varesamkvem og samfundsmæssig arbeid. Mediet for denne konfrontasjon er eindommelig og uten historisk forbilde: det offentlige reasonement”.

[Ibid:25]

Ifølge Habermas er den borgerlige offentlighed altså der, hvor privatfolk samles som publikum og kan udtale sig i den offentlige sfære. Som publikum kan borgerne konfrontere offentlige myndigheder om almene forhold. Det er her, det samfundsmæssige arbejde, som Habermas kalder det, bliver foretaget. Han mener, at grundlaget for denne type offentlighed er det offentlige ræsonnement. Dette ræsonnement bygger på en forestilling om herredømmefri kommunikation, hvor sandheden findes i det bedste argument [Ibid: 50]. Jeg vil senere i afsnittet diskutere dette ræsonnement i forhold til følelses-tvs påvirkning af det offentlige og det private rum.

Dette er mit udgangspunkt for at tale om den offentlige og private sfære, men det er åbenbart, at meget har forandret sig siden Habermas doktorafhandling. Jeg vil i det følgende fremhæve nogle af

de centrale træk ved det moderne samfund med baggrund i professor Zygmunt Baumans bog 'Flydende modernitet'.

Identiteten i den flydende modernitet

Baumans begreb om flydende modernitet skal illustrere, at samfundets tidligere faste instanser nu bliver kontinuerligt potentielt foranderlige - på samme måde som væsker har svært ved at bevare en fast form [Bauman 2006: 8]. Det er et samfund med uendelige muligheder, og hvor sandheder kun er sande indtil andet er bevist. Bauman skriver, at på vejen mod frigørelse holdt menneskene, på et tidspunkt efter 70'erne revolutionerne og kvindefrigørelsen, op med at sætte store spørgsmålstejn ved samfundets virke. Han mener derfor, at man kan tale om, at samfundet nu er 'forbrugeragtig' i stedet for 'producentagtig' [Ibid:36]. Mennesker ønsker ikke længere at engagere sig i samme grad i samfundspolitikken eller endvidere at revolutionere den. Det er denne tilstand, der starter den lette modernitet, og det der omkranser det nuværende samfund, ifølge Bauman. Den lette modernitet består først og fremmest i opløsningen af ideen om, at der findes en ende på vejen mod forandring. Det vil sige, at en slags 'fuldkommenhedstilstand', som Bauman benævner det, for samfundet, hvor alle mennesker kan opnå tilfredsstillelse og være frigjorte, ikke kan opnås. Et andet karakteristika er, at der er sket en opløsning af moderniserings opgaver og pligter. Der er ikke, som den tunge modernitet, generelle samfundsnormer regler, etik, værdier og samfundstruktur. Individet er dermed mere overladt til sig selv, hvilket Bauman betegner som, at der er sket en individualisering af samfundet [Ibid:41].

Dette kalder han *let modernitet*, hvori den menneskelige identitet ligeledes bliver flydende og evigt potentielt foranderlig. Mennesket i den lette modernitet står overfor et andet identitetsprojekt end under den *tunge modernitet*, der indebar en samfundstruktur, der i stort grad udleverede det og hjalp med at forme det, hvorom Bauman skriver:

"Man kan kort sagt sige, at 'individualiseringen' består i en omformning af menneskelig 'identitet' fra 'en given størrelse' til en 'opgave (...) individet må væve sine egne mønstre og bære det fulde ansvar for en eventuel fiasko"

[Ibid:15, 45]

I et samfund hvor den offentlige institution ikke på samme måde tilbyder hjælp med identitetsskabelsen, vender individerne sig mod hinanden og mod andre instanser, som kan hjælpe dem med at konstruere deres identitet [Bauman 2006:43]. Her kommer de nye følelses-tv formater til at spille en væsentlig rolle. Jerslev mener i denne forbindelse, at medierne har et identitetsskabende potentiale i sig og at:

"Det individuelle subjekt formes ikke bare af medierne, som det så ofte siges kritisk og medie mistænksomt; det formes også i medierne som et socialt rum på linje med andre ikke-medierede sociale rum".

[Jerslev 2004:21]

Jerslev mener altså, at i takt med, at medierne bliver en mere og mere naturlig del af menneskers liv, bliver det at medvirke på tv ligeledes mere og mere selvfølgeligt og et socialt rum for udfoldelse som så mange andre sociale rum. Gennemsigtighed bliver under disse omstændigheder en måde for individet at fortælle, at det eksisterer [Ibid:230]. Når subjekterne udtaler sig om sig selv i de intime tv-udsendelser, bliver de på en gang både offentlige og private personer, da deres private udtalelser fylder det offentlige rum, og som Jerslev siger:

“Det er intet mindre end selve identiteten, der i en række af de nutidige fakta-programmer bliver et offentligt anliggende”.

[Ibid: 21]

Den lette modernitet har altså samfundsrammer, hvor individet i højere grad er overladt til sig selv, når det skal skabe sin identitet. Indenfor en sådan ramme er tvs komme med til at trække den offentlige og den private sfære mod hinanden. Denne tanke vil jeg udfolde i det følgende.

Den medierede offentlighed

Joshua Meyrowitz skriver i sit værk *No sense of place*, at en af de ting tv- mediet bringer med sig er, at det giver adgang til information til mennesker med forskellig alder, køn og social status, og deri ligger dets store potentiale som massemedie [Meyrowitz 1986:75]. Et andet potentiale er, at tv – modsat for eksempel bøger – har det visuelle element som en væsentlig ny dimension, hvilket tilbyder modtageren hjælp til afkodningen.

Mennesker kan i dag se tv både i bilen, i offentlige transportmidler, på mobilen eller på store skærme i storcentre, men tv's placering i hjemmet udgør stadig det centrale sted, hvor mange ser tv. Hjemmet er der, hvor mennesker opholder sig som privatfolk, og dette rum bliver invaderet af det offentlige i kraft af fjernsynet, som leverer offentligheden ind i vores hjem. Tv som medie har altså rykket grænserne mellem det offentlige og det private, hvorom Meyrowitz skriver:

“Television, radio and telephone turn once private places into more public ones by making them more accessible to the outside world”.

[Ibid:125]

En anden, der teoretiserer over det offentlige og privates grænser, er professor John B. Thompson¹⁵, der i *Medierne og moderniteten* [Thompson 2001] taler om synlighed overfor usynlighed, som en måde at skelne mellem den offentlige- og den private sfære. Han skriver herom om, at:

“Det der i denne betydning er offentligt, er det der er synligt eller kan iagttages, det der udføres med tilskuere på, det som alle eller mange kan se eller høre eller høre om.”

¹⁵ John B. Thompson er Professor i Sociologi ved Cambridge Universitet

I modsætning hertil er det private det der er uden for synsfeltet, det der bliver sagt eller gjort uforstyrret eller i hemmelighed eller inden for en begrænset kreds”.

[Ibid:138]

Denne synlighed, Thompson omtaler, har ændret sig fra den borgerlige offentlighed, som Habermas omtaler, til specielt fjernsynets komme, som Thompson mener skaber en helt ny type offentlighed. Han samler både de trykte samt de elektroniske medier under betegnelsen ‘den medierede offentlighed’, hvilket kan nuancere Habermas betegnelse om den litterære offentlighed [Ibid:141]. Thompson nævner desuden tre centrale forskelle, hvorpå fjernsynet har influeret offentligheden og synligheden. Tv-mediet gør, for det første information synligt for en stor gruppe mennesker på samme tid, mens de kan befinde sig på forskellige lokaliteter [Ibid:145]. Fjernsynets kan for det andet give adgang til information, der ligger langt fra seerens dagligdag - en øget synlighed. Dog er synligheden samtidig begrænset på den måde, at en afsender har bestemt, hvilke informationer der skal formidles, sammenklippes mv. [Ibid:145]. For det tredje taler Thompson om ‘retningsbestemthed’. Fjernsynet som medie gør en given afsender synlig for mange, men modtager er usynlig for afsenderen [Ibid:146]. Den litterære offentlighed får altså en ny dimension med tv som formidler af information i det offentlige rum. En tv-medieret offentlighed.

Jeg ser altså en ændring af det private og det offentlige rums grænser, som Habermas beskrev dem, grundet individualiserieng og det producentagtige samfund, samt fremkomsten et nyt offentligt rum - den tv medierede offentlighed. Fjernsynet åbner samtidig op for en ny type adfærd i de to rum.

Adfærd i det offentlige og det private rum

Meyrowitz teoretiserer over menneskelig interaktion med baggrund i sociologen Erwing Goffmans betragtninger af menneskelig samhandling set ud fra en dramaturgisk optik med en scene, et publikum og skuespillere. Han introducerer her to af Goffmans begreber om front region og back region:

“In front regions, the performers are in the presence of their “audience” for a particular role, and they play a relatively ideal conception of a social role (...) Virtually all role performers tend to have back regions where they and their “teammates” (those who share the same role or work to foster the same impression) relax, rehearse, develop strategies for future performances, and joke about their behaviors in front regions”.

[Meyrowitz 1986:29, 30]

I forhold til Thompsons definition af offentlighed kan front region adfærd ses som en del af denne offentlighed qua dets definition som værende adfærd foran et publikum - synlig. Omvendt er back region området et rum for adfærd, der udspiller sig i det private rum - det der ikke er synligt.

Følelses-tv kræver en stor indsigt i backområdet fra dets deltagere i et frontområde med kameraer, der kan levere dette backområde direkte til seerne. Når det offentlige og det private rum invaderer hinanden igennem følelses-tv, opstår der ligeledes en invadering eller sammenblanding af back området og front området. Via disse italesættelser og adfærd fra back området, som følelses-tv i stor

stil iscenesætter i et front område, opstår der nye muligheder for adfærd, som tidligere var mere adskilt. Når de to områder således overlapper hinanden opstår der, ifølge Meyrowitz, et nyt form for område, som han betegner som *middle region* med tilhørende middle region adfærd. Middle region adfærd er altså et blandingsprodukt af offentlige/frontstage og privat/ backstage, og er det seerne er vidne til, når de ser følelses-tv [Meyrowitz 1986:47]. Meyrowitz mener, at adfærden i middle området er det nye frontområde i et samfund, hvor situationers karakter har ændret sig til situationer, hvor grænsen mellem back og front område er betydeligt mindre, og dermed også grænsen mellem det offentlige og det private rum [Ibid:48]. Når de to rum invaderer hinanden og adfærden mixes, bliver der ligeledes to nye typer backstage og frontstage adfærd. *Deep backstage region* adfærd og *forefront region* adfærd. Deep backstage region er et rum, der oprettes som et forsøg på at holde back region informationer gemte, i det omfang det er muligt, i de nye middle region adfærds situationer, mens forefront region adfærden er en betegnelse for endnu mere formel optræden [Meyrowitz 1996:49].

To nye sfærer

Det offentlige rums funktion bestod altså tidligere i at varetage fælles interesser og lade privatfolk komme til orde. Som det har fremgået af de tidligere afsnit, fylder individet i den lette modernitet det offentlige rum med privat indhold/backstage adfærd specielt igennem følelses-tv. Privatfolk kommer altså stadig til orde, men de offentlige spørgsmål har ændret karakter, som Bauman skriver:

"Offentligheden' koloniseres af det 'private', 'offentlighedens interesse' er reduceret til en nyfiken snagen i offentlige personers privatliv, og 'offentlighedens kunst' er kommet til at bestå i en offentlig blotlæggelse af private anliggende og offentlige bekendelser af private følelser (jo mere intimt, jo bedre)".

[Bauman 2006:52]

Med denne påstand mener Bauman at offentlige anliggende, som ikke lader sig reducere på sådan vis, bliver uforståelige. Her nærmer Bauman sig en konsekvens af det offentlig rums privatisering og dermed også af følelses-tv's komme. Hvis det offentlige rum primært fyldes med private anliggender, er det også det private, der kommer på den offentlige dagsorden, mens de fælles mærkesager skubbes ud. Det, der debateres i følelses-tv, er de enkelte individers problemer, og problemet ved dette er, ifølge Bauman, at det er vanskeligt, at generalisere de personlige erfaringer til noget alment [Ibid:69].

En fare ved det private indtog i det offentlige rum er derfor, at individet ikke interesserer sig for emner, der ikke kan overføres til individets private anliggende.

Om det står helt så slemt til, som Bauman konkluderer, kan måske diskuteres, men jeg erklærer mig dog enig i Baumans refleksioner omkring det offentlige og det private flydne grænser.

Charlotte Stougaard når i sit speciale 'Reality i virkeligheden' [Stougaard 2002] frem til, at der er opstået et nyt rum i kraft af reality-tv's komme, som hun betegner en offentlig privathed [Stougaard 2002:85]. Jeg mener dog at de samfundsmæssige forandringer kan opdeles i to nye sfærer: *den*

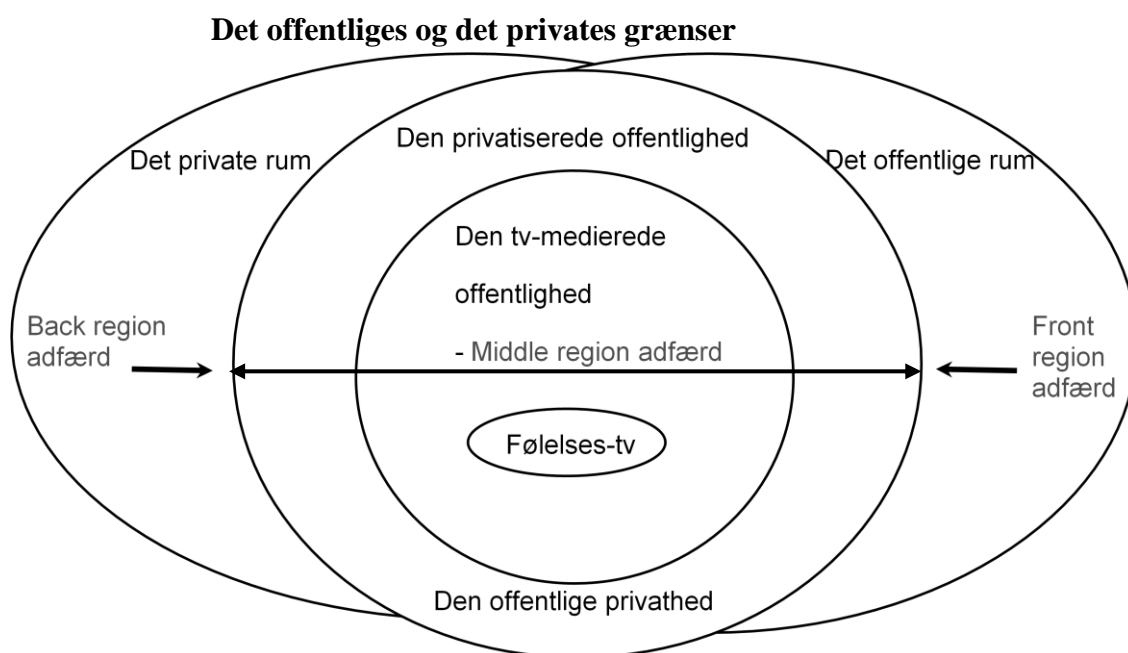
privatiserede offentlighed og *den offentlige privathed*, hvilke jeg mener karakteriserer den sammenblanding af den private og offentlige sfære, som sker på to måder, og derfor fortjener hver sin betegnelse.

Den privatiserede offentlighed karakteriserer jeg som det, at offentlige personer og offentlige spørgsmål i stigende grad privatiseres. Et eksempel findes i det seneste præsidentvalg i USA, hvor en stor del af kampagnen kom til at handle om konsekvenserne af en skattereform.

Omdrejningspunktet for debatten blev konsekvensen for en enkelt amerikansk borger, som medierne døbte 'Joe the plumber'. Et andet eksempel er, når Danmarks nye statsminister Lars Løkke Rasmussen, der viser sit hjem frem i Se og Hør, så vi kan komme helt ind i hans private hjem, eller når den tidligere statsministerfrue svinger hofterne i Vild med dans.

Den offentlige privathed betragter jeg som det, at sider fra privatlivet fra 'almindelige' mennesker indtager den offentlige sfære. Det er det, der sker på Internetsider som Facebook, MySpace og i særdeleshed i følelses-tv. Her kan privatfolk komme til orde i det offentlige rum. Jeg kalder denne sfære for den privatiserede offentlighed og ikke den borgerlige offentlighed, fordi den nye sfære ikke har det samme krav om et offentligt ræsonnement, som Habermas omtaler. Det er i stedet det offentliges forvaltning af private anliggender, og det er denne sfære, der er i fokus i specialet.

Jeg har med den følgende model indtegnet min forståelse af, hvordan følelses-tv påvirker det offentlige og det private rum med disse to nye sfærer samt de nye adfærdsområder for individet i disse rum, som en følge af følelses-tv.



Jeg opdeler først den flydende modernitet i et offentligt- og et privat rum. Imellem dem placerer jeg de to nye sfærer. Indenfor disse to sfærer placeres det, jeg tidligere har omtalt som en tv-formidlet offentlighed. I den tv-medierede offentlighed inden for den offentlige privathed placerer jeg følelses-tv, som er offentligt i kraft af tv-mediets virke som massemedie og privat i kraft det private indhold, det har som fokus, og fordi seeren som oftest ser det derhjemme i sin private sfære. Individet handler desuden forskelligt, når det bevæger sig imellem den offentlige sfære, den private sfære og i de to nye sfærer, som illustreret ovenfor. Når individet handler i de to nye sfærer, sker der et skift i adfærden, der bliver til middle område adfærd. Følelses-tv påvirker derfor i høj grad adskillelsen af de to rum og har været med til at skabe den offentlige privathed. Jeg mener nu at have redegjort for den samfundsmæssige kontekst som følelses-tv iscenesættes i - den offentlige privathed - og vil i det følgende komme nærmere en forståelse af følelses-tv som undersøgelsesfænomen.

Følelses-tv som fænomen

Med sit begreb, følelses-tv, samler Jerslev en stor del af programudbudene, der er centreret om at formidle og iscenesætte intime sider fra privatlivet, heriblandt følelser, på tv, som det udspiller sig i det nuværende mediebillede i Danmark. Jeg vil i nærværende afsnit præsentere en dybere forståelse af følelses-tv ved at reflektere over Jerslevs beskrivelse heraf samt forholde det til de to storgener fakta og fiktion. Jeg mener, at følelses-tv trækker på begge disse gener, og hermed er en fordybning i dette genretilhørsforhold gavnlig i en præsentation af fænomenet. Dels ligger der nogle genreforventninger hos seeren i identifikationen af den genre, de betragter, og dels indbefatter en genre samtidig nogle kriterier, det enkelte program må opfylde, en genrekontrakt, som Harms Larsen betegner det, hvilken derfor bliver en del af karakteristikken af følelses-tv

Genrebegrebet

Jeg vil først dvæle ved genrebegrebet, da det er et omdiskuteret begreb, som kan defineres ud fra to optiker, hvilket professor Jerry Palmer¹⁶ har diskuteret i en artikel oversat i Mediekultur Vol. 14 [Palmer 1990]. En genre kan enten defineres ud fra iboende kvaliteter ved teksten, eller også karakteriseres den ud fra kommunikationsprocessen specielt med fokus på modtagerens perspektiv [Ibid 14:5]. En genre er en måde at vise tilhørsforholdet til en gruppe af tekster. Problematikken opstår, fordi en tekst ofte tilhører flere gener på en gang. Dermed bliver Palmers første slutning, at man ikke entydigt, kan karakterisere en tekst som alene tilhørende en genre [Ibid:8]. I henhold til de to positioner, mener jeg, at den ene ikke behøver at udelukke den anden. En teksts iboende træk, vil følgelig altid skabe et tilhørsforhold til en gruppe tekster, men samtidig vil den kommunikationssituation, den indgår i have betydning for opfattelsen af genretilhørsforholdet. Fx i omtalen af programmet i andre medier. Palmers konklusion bliver, at:

“Genre er ikke en statisk kategori, men en dynamisk social proces, der direkte påvirker læserens eller seerens opfattelse af en tekst”.

[Ibid:16]

¹⁶ Jerry Palmer er Professor i Communications ved London University

Det følende tv

Jeg beskrev i Indledningen overordnet følelses-tv som:

“(...) en mediekultur, der udmærker sig ved en udbredt anvendelse af en intim henvendelsesform og ved at fokusere på følelser”.

[Jerslev 2004:12]

Følelses-tv er dermed tv, som har det intime som fokus ved enten at have et indholdsmæssigt fokus på følelser og det intime eller ved at forsøge at skabe et intimt møde med seeren og herigennem vække følelser hos denne [ibid: 16]. Denne type tv-programmer går hånd i hånd med en stigende tendens i at portrættere almindelige menneskers virkelighed [Ibid:15]. Følelses-tv er dermed tv-programmer:

“(...) hvor almindelige mennesker og deres (produktion af) virkelighed er det bærende, og hvor vidneudsagnet, betroelsen, følelserne, samtidsfornemmelsen og tætheden er de elementer, som på forskellige måder og i forskellige kombinationer sættes i spil, alt afhængig af programtype”.

[Ibid:19]

Efter nu overordnet at have præsenteret følelses-tv, vil jeg her introducere en række intimitetsstrategier, som har til hensigt at virke intimitetskabende, hvilke følelses-tv, ifølge Jerslev, typisk gør brug af. Disse er *Liveliness*, *første-person henvendelsen*, *bruddet med hverdagen* og *følelsepagten*.

Liveliness

Følelses-tv bestræber sig på at skabe en særlig fornemmelse af tid og rum - en *live* fornemmelse for seeren af at være til stede lige her og nu: *“(...) som blev vi i næsten fysisk forstand vidner til begivenheder og følelser”* [Ibid: 17]. Emotionalitet producerer nærvær i tid og rum, og jo mere følelsesladet jo mere virkeligt, mener Jerslev [Ibid:47]. Nogle programformater transmitteres live, fx den spændende X-Factor finale, hvor seeren selv er med til at bestemme vinderen. Men selvom et program ikke transmitteres live, er det en del af følelses-tvs udtryksside at få det til at ligne live-tv.

Første-persons henvendelsen

Følelses-tv er båret af subjektive udtalelser som et jeg, der taler til andre jeg'er, hvilket jeg redegjorde for var typisk for den flydende modernitet.

Professor John Dovey¹⁷ har dedikeret sin bog 'Freakshow' [Dovey 2004] til en redegørelse af tv-formater, der benytter sig af denne henvendelsesform. Første-persons henvendelsen er i sig selv ikke en ny kommunikationsstrategi indenfor tv-produktion. Det nye er, at mens eksempelvis den traditionelle dokumentar brugte første-persons henvendelsen som bevisførelse for et argument, træder den individuelle tale i forgrunden i de nye tv-formater og argumentet uddrives [Dovey 2004:21]. Om denne henvendelsesform skriver Dovey endvidere at:

"We are witnessing the evolution of a new 'regime of truth' based upon the foregrounding of individual subjective experience at the expense of more general truth claim".

[Dovey 2004:25]

I kraft af den subjektive tale i følelses-tv lægger udsagnene altså ikke op til diskussion, men er uanset andres meninger om udtalelsen det, som det pågældende individ oplevede og herigennem opstår dette nye sandhedsregime, Dovey taler om. Jerslev mener, at disse subjektive og bekendende udtryk bliver en mediebart form, der skaber intimitet [Ibid:14,18].

Bruddet med hverdagen

Jerslev fortager med sin definition af følelses-tv et fravalg af tv, som hun betegner som smalltalk. Da hun henviser til Lektor Hanne Bruun¹⁸, har jeg her præsenteret Bruuns egen definition af smalltalk:

"I den form for tv er hverdagslivets ikke uvæsentlige men dog relativt udramatiske gøremål og overvejelser det altdominerende tema, og emnekredsen er mit hus, min have, min mave og mine penge".

[Bruun 2003:1, Bilag 7:114]

Jerslev beskriver følelses-tvs differentiering fra smalltalk som bestående i, at følelses-tv typisk omhandler bruddet med det hverdagslige, og som ofte er det ovre i det traumatiske spektrum. Følelses-tv er dermed ikke livsstilsprogrammer eller service-tv, der ellers tit har en før og efter sekvens, som kan indeholde tårevældende, følelsesladede overraskelsesmomenter. Når Jerslev taler om følelses-tv, er det altså vigtigt, at det har fokus på iscenesættelsen af og italesættelsen af følelser og ikke får en overvægt af smalltalk. [Jerslev 2004:64]. Der kan altså godt forekomme følelsesudbrud i et tv-format uden, at det nødvendigvis kan karakteriseres som følelses-tv. Jerslev siger:

"Den type iscenesættelse, jeg benævner følelses-tv, er ikke smalltalk, men helt anderledes følelsesbårne udsagn, der snarere end om hverdagslivet, drejer sig om bruddet med det hverdagslige".

[Ibid:16]

¹⁷ John Dovey professor of Sceen Media ved fakultetet for Creative Arts arts ved University of West of England, Bristol.

¹⁸ Hanne Bruun er lektor ved Institut ved Informations og Medievidenskab ved Det Humanistiske Fakultet ved Aarhus Universitet

Følelsepagten

I følelser-tv etableres der en form for følelsepagt mellem seer og program. Programmet leverer en lidelseshistorie med fokus på følelser gennem italesættelsen og iscenesættelsen af disse, mens seeren udgør sin del af pagten ved at indleve sig i historien og føle *medfølelse* for de lidende [Jerslev 2004:19]. Følelser-tvs formål er dermed at påkalde sig medfølelsen hos seeren. Om dette skriver Jerslev:

“Den cocktail, der producerer medfølelsen i det intime følelser-tv’s iscenesættelse af betroelsen og vidneudsagnet er altså: Det kropsliggjorte og emotionelle udtryk, iscenesættelsen af nærvær i en gennemført nærbilled og -lydæstetik, første-persons talen som ikke lægger op til argumentation og analyse, men fremstår som det personlige vidnesbyrds sandhed, som man stumt kan lytte til - alt i alt altså en kommunikationsform, der ikke er dialogisk, og som ikke almengør, ser ud over det enkelte tilfældes egen næsetip”.

[Ibid:24]

Jerslev omtaler her kun medfølelsen som den ønskværdige følelsesfremkaldelse hos seeren i denne følelsepagt. Jeg mener, at intimitet ikke nødvendigvis kun fordrer medfølelse som eneste interessante emotionelle receptions mulighed. Følelser-tv kan også appellere til og vække andre følelser og stadigvæk karakteriseres som et intimt møde mellem seer og program. Hertil siger Jerslev dog også, at fx reality-dokumentaren oftere vil kalde på medfølelsen, mens reality-gameshowet vil appellere til række andre følelser [Ibid:31]. Derfor undrer det mig, hvorfor hun i sin følelsepagt kun taler om medfølelsen. Jeg vil i analysen af mine caseprogrammer være opmærksom på, om de taler til andre følelser end medfølelsen. Jeg vil desuden karakterisere medfølelsen yderligere i afsnittet 'Emotioner og følelser'

Ud fra denne karakteristik af følelser-tv, bliver det klart, at følelser-tv ikke er en genre i sig selv, men en sammenfatning af en række udtryksformer og strategier, som en række programmer anvender i deres formidling af følelser for at skabe intimitet. Følelser-tv kan altså både indgå som et træk fx i nyhederne, dokumentarprogrammer og reality-tv. Derfor skriver Jerslev, at det måske vil være mere korrekt at tale om intimitetsstrategier end følelser-tv [Ibid: 16]. Jeg fastholder dog benævnelsen følelser-tv, da dette begreb illustrerer, at der er tale om en tendens til at iscenesætte følelser.

Der vil være stor forskel på intimitetsstrategierne, der anvendes i forskellige programtyper. Derfor vil jeg foretage endnu en indkredsning af mit arbejde med følelser-tv, således at jeg har fokus på et bestemt udvalg af programmer indenfor den samme ramme. Herved undgår jeg, at analysen favner for bredt, men sikrer i stedet fordybelse i netop en udvalgt programtype.

Følelsesbaseret reality-tv

Følelses-tv produceres typisk indenfor reality-tv, hvorom Jerslev skriver:

“ (...) at intimiteten som form og indhold altid er tilstede i reality-programmerne. I den forstand rendyrker de et træk ved ganske meget nutidigt fjernsyn”.

[Jerslev 2004:31]

I selve benævnelsen af reality-tv er der, som i følelses-tv, etableret et forhold til virkeligheden. Virkeligheds-tv. Herfra bliver definition dog sværere at foretage, da reality-programmer kontinuerligt udvikler sig og skubber grænserne for, hvordan tv kan produceres. Derfor tales der oftere om reality-tv træk end om en egentlig definition, som det også står i indledningen til Mediekultur 34, der har en hel bog dedikeret til emnet [Søndergaard m.fl.2002:3]. Jerslev definerer endvidere reality-tv således at:

“Reality-tv dækker over en række forskellige formater, der har serieformen, en faktakontrakt med seerne og en grundlæggende hensigt om at underholde til fælles”.

[Jerslev 2004:28]

Peter Harms Larsen giver i De levende Billeders Dramaturgi en lignende udlægning af reality-tv som: *“genrer der har det til fælles, at de udnytter virkeligheden - mennesker og begivenheder - til at skabe underholdning”* [Harms Larsen 2007:400]. Han kommenterer dog også, at genren ikke er særlig veldefineret, hvilket også bliver klart i begge betegnelser. Med denne afgrænsning af følelses-tv feltet introducerer jeg mit begreb *følelsesbaseret reality-tv*, som udgør det valg af følelses-tv programmer, jeg vil beskæftige mig med i specialet. Jeg vil uddybe denne definition senere i afsnittet, når jeg præsenterer mit valg af casemateriale. Jeg vil idet følgende forholde følelsesbaseret reality-tv til de to storgenrer.

Fiktion og Fakta

Jeg skelner overordnet mellem fiktion og fakta som to storgenrer, der kan siges at skille vandende mellem de mange mediegenerer. Begge har de en tilhørende kontrakt, som kan anvendes til at identificere teksters tilhørsforhold til storgenrene. Faktakontrakten indebærer ifølge Ib Bondebjerg i ‘Elektroniske fiktioner’ at:

“I fakta sikrer bl.a. fortælleforholdet normalt, at henvendelsesformen vil blive opfattet som et autoritativt udsagn om et givet sagsforhold, hvor afsenderen opfordrer modtageren til at forholde sig til det som et forhold, hvor både udsagnenes verbale side og evt. dets skriftlige kilder og billedsiden er forankret i noget autentisk”.

[Bondebjerg 1995:65]

Harms Larsen har en lignende faktakontrakt:

(...) Men uanset ressourcer og uanset kompromisser, så bygger alle fakta-programmer og alle faktagenrer på en som regel uudtalt overenskomst eller kontrakt mellem afsender og modtager om at det, der fortælles om virkeligheden er sandt og skal tages alvorligt, at den virkelighed der vises på skærmen er autentisk og at tilrettelæggeren er troværdig (...)”.

[Harms Larsen 2007:185]

Helt overordnet er fakta-tv, tv der tager udgangspunkt i og formidler ‘virkeligheden’. [Harms Larsen 2007:12]. Harms Larsen identificerer fakta-tvs mål som at: *“Fakta-tv vil oplyse seerne og give dem viden, indsigt, forståelse, holdninger og handlemuligheder”* [Ibid:186]. Fakta-tv skal altså formidle viden om virkeligheden og være med til at præge og bearbejde holdninger hos seeren om den formidlede virkelighed. Jeg er bevidst om, at begrebet ‘virkelighed’ kan give anledning til store videnskabsteoretiske diskussioner, men når Harms Larsen omtaler virkeligheden, har han ikke foretaget en sådan refleksion. Historierne, fakta-tv formidler, skal være virkelighedsforankrede forstået som det modsatte af fiktion [Ibid:8]. Dvs. at fakta-programmer skal have basis i en faktisk virkelighed, og at det der formidles om denne virkelighed skal være sandt, således at sandheden kan efterprøves i virkeligheden.

Fiktionskontrakten beskrives af Bondebjerg således:

“Fiktionen er i langt højere grad en billedbehandling, dvs. tekstens signaler er opbygget sådan, at vi via opbygningen af en stilart simuleret og rammesat virkelighed opfordres til at afkode teksten som en fortælling, en billedlig konstruktion eller en slags imaginær, metaforisk bearbejdning ad den sociale og psykiske virkelighed, fiktionen forholder sig til”.

[Bondebjerg 1995 65]

Fiktion er altså ikke forpligtet på at fremlægge et autentisk forhold om virkeligheden, men viser en form for simuleret virkelighed, der blot er en forestilling om, hvordan virkeligheden kunne være.

Fakta og fiktion som følelsesbaseret reality-tv

Følelsesbaseret reality-tv indbefatter formidlingen af almindelige menneskers virkelighed, hvilket betyder, at denne type programmer trækker på fakta storgenren. Der er således en faktakontrakt indbefattet i følelses-tv med seeren. Dermed underlægges det intime indhold, følelserne eller iscenesættelsen i dette tv et krav om at have grobund i virkeligheden og skal kunne efterprøves heri. Jeg vil senere betragte mine udvalgte cases ud fra, hvordan intimitetsstrategierne, der anvendes, eventuelt påvirkes af disse kontrakter.

Da jeg har valgt at betragte følelses-tv indenfor programtypen reality-tv, kan jeg desuden identificere en række fiktive trækmonstre ved følelsesbaseret reality-tv. Fx er iscenesættelsen af liveliness et træk ved følelses-tv - ikke at det nødvendigvis er live jf ‘Det følende tv’. Da Jerslev netop lægger vægt på at Intimitetsstrategierne har til hensigt ‘iscenesætte’ følelser og intimitet, illustreres det fiktive element eksplicit i dette ordvalg. I reality-tv castes deltagerne ofte, og de er

underlagt en regelramme, der er styret af produktionsholdet i større eller mindre grad [Harms Larsen 2007: 411]. De er altså castet til at spille en rolle. At handlingsforløbet ofte er tilrettelagt efter et manuskript, samt at deltageren er castet for at udfylde en 'rolle', indebærer at programmerne også trækker på fiktionsgenren. Reality-tv har altså en fod i både fakta og fiktions genren og er dermed en form for blandingsgenre - det som Harms Larsen benævner som faktion. Harms Larsen omtaler denne genre i sin bog 'Faktion som udtryksmiddel' på følgende måde:

"Under overskriften FAKTION er vi altså interesserede i alle former for dramatisering af >>den virkelige virkelighed << fremstillinger af rekonstruerede situationer, fiktive reportager, spontanspil, dokumenterede dramaer, iscenesatte begivenheder for TV, montager, candid camera, satirisk aktuel revy, mv. "

[Harms Larsen 1992:12]

Jeg betragter følelsesbaseret reality-tv som en faktionsform, der som oftest udspiller sig indenfor det, Harms Larsen benævner som en iscenesat virkelighed:

"Karakteristisk for dem er at (en del eller alle) de medvirkende spiller sig selv indenfor rammerne af en realistisk men fiktiv iscenesat konfliktsituation, at der ikke foreligger nogen traditionelt dramatisk manuskript med replikker og en nøje fastlagt handlingsgang som de medvirkende skal følge, og at de medvirkende derfor har en relativ stor og uinstrueret handlefrihed indenfor den fiktive ramme".

[Harms Larsen 1992:69]

Jerslev mener desuden, at reality-tv programmerne typisk har det til fælles, at de iscenesætter autencitet og affekt. Selve det at følelsesbaseret reality-tv omhandler eller iscenesætter følelser trækker samtidig på fiktionsgenren.

Underholdning som følelses tv

En anden form, som bliver relevant at nævne i forbindelse med følelsesbaseret reality-tv er underholdning. Harms Larsen mener, at underholdning har sin oprindelse i fakta-tv, men at der er forskel på, om informationen om virkeligheden tjener i oplysningens navn som i fakta-programmer, eller om information om virkeligheden er en ingrediens, der har som formål at optimere identifikations og fascinationseffekterne i underholdningens tjeneste [Ibid: 344]. Underholdning, der er forankret i virkeligheden, etablerer ligeledes en kontrakt med seeren. En underholdningskontrakt der gør, at konflikter transformeres til konkurrencer, prøvelser til opgaver mv. alt sammen i underholdningens navn. Kontrakten er en dobbeltkontrakt;

"(...)der indebærer at handlinger gælder som virkelighed og skal tages alvorligt så længe legen varer, men at de i princippet er ufarlige og konsekvensløse, når legen ophører".

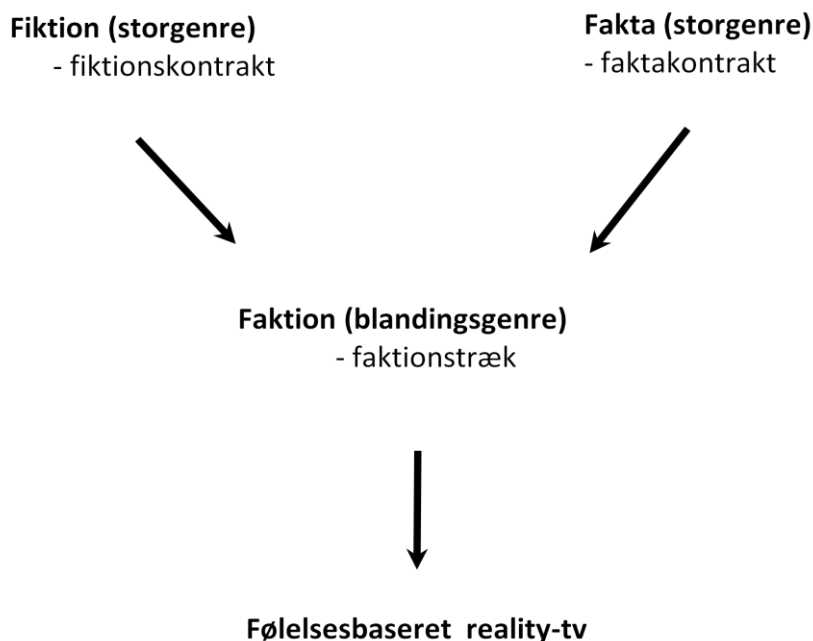
[Harms Larsen 2007:348]

En konkurrence skal fx være fair og have regler, som skal respekteres og tages alvorligt, mens man 'leger', men når programmet slutter, har reglerne ikke nogle egentlige konsekvens for virkeligheden. Kontrakten mellem seer og underholdningsprogram giver modsat fakta-kontrakten

seeren mulighed for at lege med i den virkelighed, der præsenteres uden at skulle engagere sig for alvor [Ibid:349].

Opsamling

Med denne præsentation af følelses-tv, skal det tilføjes, at det der gør noget til følelses-tv imidlertid ikke alene er, om det tilhører fakta, fiktion eller underholdnings, men derimod om det formår at skabe en intim kontakt til seeren gennem forskellige intimitetsstrategier. Jerslev har opstillet fire strategier, som hun udfolder i 'Vi ses på tv'. Jeg vil betragte mine caseprogrammer med baggrund i disse, men vil med udgangspunkt i Harms Larsens dramaturgiskværktøjskasse forsøge at identificere yderligere strategier. Følelses-tv er tv, der er funderet i virkeligheden, som oftest repræsenteret igennem faktiongenrens nyste skud på stammen reality-tv, hvilket jeg i lyset af den nye tendens i mediebilledet vælger at benævne som følelsesbaseret reality-tv. Jeg vælger at lægge et fokus på følelses-tv indenfor reality-tv, fordi jeg finder kombinationen af underholdningskontrakten, som reality som oftest opererer under, sammenholdt med formidlingen af følelser og intimt indhold interessant. Hvad sker der, når det intime og følelsesmæssige bliver gjort til underholdning, og hvordan iscenesættes det? Jeg kan nu lave følgende skitsering af følelses-tv som fænomen:



Med mit begreb følelsesbaseret reality-tv, har jeg foretaget en indsnævring af specialets fokus, og derfor vil jeg ligeledes fokusere min problemformulering således:

Hvordan iscenesættes følelsesbaseret reality-tv, og hvilke intimitetsstrategier anvendes i denne iscenesættelse?

Jeg vil nu præsentere mit valg af casemateriale og uddybe min beskrivelse af reality-tv.

Valg af casemateriale

Reality-tv kan inddeles i tre undergenrer: Reality-magasiner, reality-dokumentarer/docu soopen og reality-gameshows [Jerslev 2004:29,31]. Bondebjerg foretager et lignende skel mellem reality-magasiner, reality serien, som kan sidestilles med reality -dokumentaren og endelig reality-showet [Bondebjerg 1995:491]. Harms Larsen sidestiller reality-showet med reality-gameshowet [Harms Larsen 2007:401]. Jeg vælger at fastholde ordet 'game', for dermed at tydeliggøre konkurrenceelementet i disse programmer, hvilket i høj grad er det, der separerer denne undergenre fra reality-dokumentaren.

Reality gameshowet - indeholder altid en eller andet form for konkurrenceelement, hvor nogle mennesker udfordrer sig selv indenfor en given regelramme, men kan herefter fremtræde i mange variationer [Jerslev 2004:29, Harms Larsen 2007:401].

Reality-dokumentaren/ docusoopen - har altid serieformen enten sammenholdt ved at følge en bestemt gruppe mennesker eller et bestemt tema for eksempel hverdagen for en række singler i Singleliv (Kanal 4) [Jerslev 2004:31, Harms Larsen 2007:360].

Reality- magasinet - karakteriseres ved netop at have et magasiniform med tilbagevendende studieværter, og fokus er ofte på kriminalgåder som fx Station 2 (TV2), Alarm 112 (TV2) mv [Jerslev 2004:34].

Disse tre hovedkategorier kan separere reality-tv for overskuelighedens skyld, men vil ofte optræde som et genremix.

Tre programmer

Mit første caseprogram, Sandhedens Time, betegner jeg som et reality-gameshow, som kort fortalt går ud på, at en deltager skal svare sandt eller falskt på en række udsagn om sit privatliv. Det er en konkurrence med en dertilhørende pengepræmie for deltagerne.

Jagten på gnisten er en reality-dokumentar, der følger et pars kamp for at genfinde gnisten guidet af parterapeuten Joan Ørting.

Herudover har jeg valgt en hybrid mellem reality-gameshowet og reality-dokumentaren-Paradise Hotel med ti unge piger og drenge på et hotel i Mexico. Paradise Hotel udløser en pengepræmie,

hvilket gør det til et gameshow. Programmet har desuden et føljetonformat, og strækker sig over ti uger. Seeren kan dermed følge de samme personer over en tidsperiode, hvilket betyder, at det også er en reality-dokumentar. Programmet er dermed en hybrid mellem både reality-gameshowet og reality-dokumentaren. Paradise Hotel er iscenesat på et hotel i Mexico og altså i et lukket miljø, hvor deltagerne lever sammen i ti uger uden kontakt med andre end de andre deltagere. Dette bevirker, at formatet kan betragtes som et socialt eksperiment [Harms Larsen 2007:408].

Jeg har dermed valgt at anlægge fokus på reality-gameshowet og reality-dokumentaren og fravalgt magasin-programmerne. Disse er som oftest kriminalmagasiner, der kan siges at have en umiddelbar nytteværdi. Fx i TV2s Station 2, hjælper seerne politiet med at opklare forbrydelser. I Sporløs (DR) genforener programmet familiemedlemmer. Reality gameshowet og reality dokumentaren har ikke den samme umiddelbare nytteværdi, men har et større fokus på de private, subjektive udsagn og bekendelser som er centralt for følelses-tv. Følelses-tv er ikke iscenesat for den almene interesse, som kriminal-magasinerne i højere grad kan siges at være, men har fokus på det enkelte individs oplevelser og følelser. Dermed mener jeg at have valgt tre formater, der repræsenterer følelses-tv fænomenet på den aktuelle mediescene, og som skaber grobund for en analyse, der kan afføde en bred viden om følelsesbaseret reality-tv. Yderligere argumentation for, at de tre programmer er repræsentative for følelsesbaseret reality-tv, samt deres opbygning og indhold vil følge i afsnittet 'Tre intime programmer'.

Efter nu at have redegjort for min forståelse af følelses-tv, vil jeg fremføre min definition af emotioner og følelser. For at opnå den største viden om, hvordan følelsesbaseret reality-tv kan forsøge at påvirke seeren emotionelt, må jeg først forstå, hvordan emotioner og følelser opstår.

Emotioner og følelser

Jeg vil begynde min redegørelse for min optik på emotioner hos Nico H. Frijda, der mener at emotioner er reaktioner på begivenheder:

“Emotions are responses to emotional events: to events that are important to the individual and that modify the continuity of its behavior of feeling”.

[Frijda 2007:3]

I henhold til denne emotionsforståelse har Frijda opstillet en række emotionslove, der omhandler disse emotionelle begivenheder. Disse vil jeg gennemgå senere i afsnittet. Frijda skriver desuden, at emotioner fordrer det, han kalder *action readiness* - en parathed til at handle for at opnå et givent mål. For eksempel at stå imod en impuls eller omvendt at følge impulsen [Ibid:4]. I relation til denne handlingsparathed taler Frijda desuden om *the principle of passion*:

“To manifest states of action readiness, and feelings of readiness that bear on the aim of achieving or maintaining, or termination or decreasing one’s relationship to a particular object or event; and to have the characteristics of emerging involuntarily, of appearing to be set towards completing the aim in the face of delays and difficulties, and to seek precedence over ongoing behavior or interference from other sources”.

[Ibid:4]

Det er disse to tilstande der opstår, når individet reagerer emotionelt, ifølge Frijda. Antonio R. Damasio opstiller en typologi over emotioner og følelser, som kan synliggøre skellet mellem emotioner og følelser.

En typologi over emotioner og følelser

Emotioner definer Damasio som:

“The combination of a mental evaluative process, simple or complex, with dispositional responses, mostly towards the body proper, resulting in an emotional body state, but also the brain itself (neurotransmitter nuclei

in brain stem), resulting in additional mental changes”.

[Damasio 2000:139]

Emotioner er altså ifølge Damasio både en mental og kropslig tilstand. Man smiler måske, hvis man er glad eller græder, hvis man er trist. Damasio opdeler endvidere emotioner i primære og sekundære emotioner.

Primære emotioner - er emotioner, som er universelle for alle mennesker. De er emotionelle reaktioner, der er præorganiserede [Damasio 2000: 131]. Eksempler på de mest universelle primære emotioner er: Gråd, tristhed, frygt, vrede, overraskelse eller afsky [Damasio 2000:149].

Sekundære emotioner - er emotioner, der efterfølger de primære emotionsmekanismer og bygger på erfaring. De er ligeledes kulturelt betingede modsat de primære emotioner. Eksempler er forlegenhed, jalousi, skyld eller stolthed¹⁹ [Sørensen 2007:188].

Følelser

Den emotionelle reaktion bliver efterfulgt af følelsen af emotionen. Følelser er dermed oplevelsen af de emotionelle forandringer og det at være sig sine emotioner bevidst. De er en oplevelse af, hvad kroppen foretager sig emotionelt, og samtidig den måde hvorpå de diskursivt kommer til udtryk. Damasio foretager desuden en tredelt typologi over følelser, hvilke er:

Feelings of Basic Universal Emotion

Feelings of Subtle Universal Emotions

Background Feelings [Damasio 2000:150]

Når individets krop besidder en af de basale universelle emotioner, føler det sig glad, ked af det, bange eller frastødt [Damasio 2000:149]. Følelser af subtile universelle emotioner er subtile variationer af de universelle emotioner. Disse er erofori og ekstase - en variation af glæde. Panik og skyhed, som er variationer af frygt, samt melankoli og længselsfuldhed - variationer af tristhed. Alle emotioner afføder følelser, men ikke alle følelser udspringer af emotioner, og denne type følelser benævner Damasio som baggrundsfølelser. Det er følelser, individet føler imellem emotionerne, som Damasio udtrykker det:

“The background feeling is our image of the bodylandscape when it’s not shaken by emotion”.

[Damasio 2000:151]

Eksempler er velvære, ubehag eller anspændthed [Sørensen 2007:188]. Både emotioner og de tre følelsetyper er relevante at tage i betragtning i forbindelse med realitybaseret følelser-tv. Igennem et program vil den emotionelle og følelsesmæssige tilstand formodentlig skifte mellem flere typer, og seeren oplever dermed ikke blot én følelse, men en sekvens af følelser.

¹⁹ Disse eksempler på sekundære emotioner er Jeanne Sørensens i relation til Damasio's begreb om primære emotioner, som de fremgår i “Emotioners rolle i forbrugeroplevelsen” 2007 s. 188.

Medfølelse og Empati

Jeg vil til sidst nævne medfølelsen, som nævneværdig emotion specielt for følelses-tv. Jerslev mener, at følelses-tv kalder på medfølelsen i kraft af følelsepagten. Jeg vil i relation til medfølelsen knytte et ord til empati, da medfølelse er en stor del af empati. Frijda skriver, at det at udvekle følelser er det, megen social adfærd handler om, samt at mennesker udveklser 75-95 % af deres emotionelle begivenheder med andre. Her bliver empati et centralt begreb, hvilket Frijda omtaler således:

“Empathy is defined by the awareness of the emotions of others”.

[Frijda 2007:223]

Empati er en virtuel emotion, dvs. en emotion, der består af emotionelle billeder. Mennesket føler ikke det samme, som personen det har empati for, men det genkender følelsen af fx glæde, fordi personen måske smiler [Ibid:45]. Interessen i at dele sine emotionelle oplevelser med andre, forklarer Frijda ved at mennesket ønsker at høre til og have samhørighed med andre [Ibid:223]. Empati og medfølelse er altså to centrale begreber for følelses-tv, fordi dette tv, for at kunne fremkalde en emotionel respons og følelse hos seeren, fordrer at seeren kan sætte sig i den iagttagedes sted.

Med denne begrebsafklaring af emotioner og følelser, bliver Frijdas emotionslove centrale, da de kan fortælle mere om baggrunden for, hvornår emotionelle responser kommer til udtryk.

Emotionslove

Frijda anerkender at emotioner er et af de mest individuelle og idiosynkratiske fænomener. De udtrykker individets subjektive holdninger om forhold i verden, og disse emotionelle reaktioner er netop individuelle. På trods af denne anerkendelse mener Frijda, at der kan opstilles en række regulære love for emotioner, som individet reagerer på baggrund af, når det udtrykker sig emotionelt [Ibid:1]. Love som strækker sig på tværs af kulturelle og samfundsmæssige grænser. Frijda skriver om emotionslovene at:

“Emotions emerge and manifest themselves the way they do because lawfully operating mechanisms dictate them. We are subjected to these mechanisms and obey the laws”.

[Ibid:20]

Lovene er som følger:

The law of Situational Meaning - når der udspiller sig en given begivenhed, hvortil der hører en bestemt form for mening, fremkalder det en eller anden form for emotion [Ibid:4]. Jeg betragter mine tre cases som tre sådanne situationelle meningsbegivenheder

The law of concern - emotioner opstår som en respons på en begivenhed, der er vigtig for individets anliggende [Ibid:7].

The law of Apperent Reality - begivenheder skal være 'tilsyneladende virkelige' for at individet reagerer på dem [Ibid:8].

The laws of Change, Habituation, and Comparraive feeling

Change - emotioner opstår, når ønskværdige eller ikke ønskværdige omstændigheder er aktuelle eller forventes at forandre sig. Jo større forandring jo større er den efterfølgende emotionelle respons [Ibid:11]

Habituation - elementet af forandring knytter sig til habitus loven: "continued pleasures wear off; continued hardship lose their poignancy." [Ibid:10].

Comparative feeling - individets følelsesmæssige respons er afhængig af individets referenceramme [Ibid:12].

The laws of Hedonic Assemetry - der er forskel på varigheden af positive og negative emotioner. Negative emotioner varer længere end positive [Ibid:10].

The law of Conservation of Emotional Momentum - emotionelle begivenheder bibeholder deres evne til at fremkalde emotioner på ubestemt tid, medmindre de bliver mødt med gentagende eksponering, som tillader en udslættelse eller tilvænning [Ibid:14]

The Law of Closure - emotioner er lukkede på den måde, at den aktuelle følelse kan blive altoverskyggende, og alle andre overvejelser skubbes til side [Ibid:16].

The law of Care for Consequence - enhver emotionel impuls afføder en sekundær impuls, der gør, at individet overvejer konsekvenserne ved sin emotion [Ibid:17].

The law of Lightest Load and Greatest Gain - individet vil i de situationelle meningsbegivenheder forsøge at forfølge den impuls, der implicerer de mindst mulige negative emotioner [Ibid:18].

Da tv-sening også er en oplevelse, vil jeg her knytte en kommentar til oplevelse og underholdning i relation til emotioner.

Emotioner og oplevelser

Som tidligere beskrevet, mener jeg at følelsesbaseret reality-tv er underholdning og opererer under denne kontrakt. Som modtager af et underholdningstilbud, kan man tale om, at man får en oplevelse, hvilket jeg derfor vil betragte i det følgende. Jantzen og Vetner foretager et skel mellem det at opleve og lade sig underholde. De skriver om det at opleve:

“At være underholdt betyder at befinde sig i en sindstilstand, hvor hverdagens problemer enten er sat i parentes, er indrammet af et større perspektiv, hvorved deres betydning relativiseres (...)En oplevelse opstår i den proces, der ændrer sindets tilstand. Gode oplevelser forøger ligevægten af nydelse, mens en mindskelse af balancen giver dårlige oplevelser.

[Jantzen og Vetner 2008:6]

Det der gør, at et individ foretrækker noget underholdning frem for andet kan være mange faktorer som fx arv eller indlæring, men ligesom Frijda nævner Jeanne Sørensen motivation som en grundlæggende faktor [Sørensen 2007:185]. Jantzen og Vetner beskriver frembringelsen af emotioner som en vigtig faktor for et underholdningsudbuds seeraktraktion. De skriver:

“Specifikke underholdningstilbud opsøges og værdsættes for deres evne til at bringe organismen i den ønskede opvæksttilstand og derved fremkalde en attråværdig emotionel respons”.

[Jantzen og Vetner 2008:10]

At blive underholdt er både en fysiologisk samt identitetsrelateret oplevelse. Den fysiologiske oplevelse har at gøre med individets opstemthedsniveau, hvilket kan gå i to retninger:

Stimulation, der øger organismens opstemthedsniveau, hvilket kan opleves som både behageligt (fx opstemthed, ophidselse, afveksling) og ubehageligt (fx stress, anspændthed, angst)

Afslapning, der sænker organismens opstemthed, hvilket kan opleves som både behageligt (fx afstresning, stemningsfylde, harmoni) og ubehageligt (fx kedsomhed, ensformighed, tristhed)

I betragtningen af følelsesbaseret reality-tv ligger der forskellige typer af oplevelser, der bekræfter individet i forskellige kompetencer og emotioner. Jantzen og Vetner mener, at man kan tale om fire typer af oplevelser.

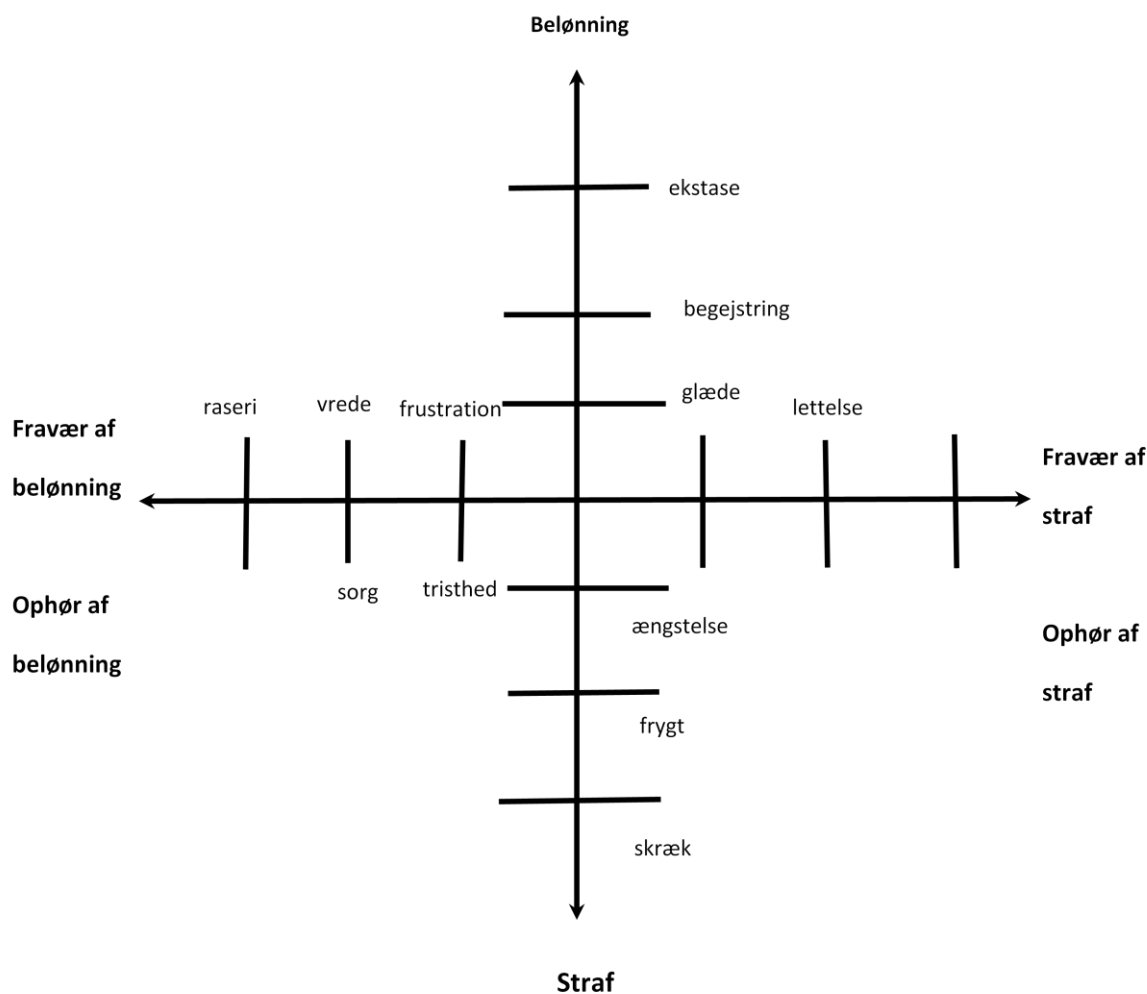
Ego-oplevelser, der bekræfter eller undergraver aktørens kompetencer, vid og autonomi.

Socio-oplevelser, der bekræfter eller undergraver aktørens evne til at forbinde sig emotionelt med andre eller identificere sig med andres adfærd og holdninger.

Værdimæssige oplevelser - eksempelvis at få bekræftet at en vrede er legitim.

Renselsesoplevelse - engagerer seeren i protagonistens fortvivlelse - medfølelse. Det som Aristoteles kaldte Katharsis [Jantzen og Vetner 2008:7, Aristoteles 1999:19]

Jeg vil afslutningsvist præsentere E.T. Rolls²⁰ diagram, som den fremgår i Jantzen og Vetners omtalte artikel, der viser de primære emotioner i forhold til belønning - straf og fravær af belønning og fravær af straf. Jeg kan anvende modellen til at indtegne hypoteser om mine tre caseprogrammers formodede tiltænkte emotionelle responser på intimitetsstrategierne. Diagrammet bliver dermed en hjælp til at sætte konkrete emotioner på intimitetsstrategierne, så det tydeliggøres, hvilke emotioner, programmet appellerer til.



[Jantzen og Vetner 2008:11]

²⁰ E.T. Rolls er Professor of Experimental psykologi ved Oxford Universtiy

Opsamling

Jeg mener nu at have præsenteret min forståelse af emotioner og følelser. Det kan blive en fordel for tilrettelæggere af realitybaseret følelses-tv at være bevidste om de forskellige emotionslove Frijda opstiller, når de iscenesætter følelser og intime henvendelsesformer på tv. Lovene genererer en viden om, hvordan der bedst muligt skabes den emotionelle respons. Det skal dog tilføjes, at Frijdas love ikke kan forudse hvilken respons, der fremkaldes. Jeg har samtidig introduceret Rolls model over de primære emotioner i Rolls model. Modellen vil jeg anvende til at synliggøre mine slutninger, således at jeg kan eksplicitere, hvilke emotioner caseprogrammerne formodentligt vil søge at fremkalde.

Tre intime programmer

Harms Larsen har opstillet en række begreber, der udgør grundpillerne i enhver historiefortælling. Ved at betragte hans begreber om; *den bærende værdi, bærende ide, bærende karakter, historieskema, plot og setting*, vil jeg skabe et overblik over programmernes dramaturgiske struktur [Harms Larsen 2003:21]. Med udgangspunkt i Harms Larsens dramaturgiske begreber, vil jeg nu præsentere mine tre udvalgte programmer, som udgør det empiriske grundlag for mit speciale: Paradise Hotel, Sandhedens Time samt Jagten på gnisten. Jeg vil desuden begynde hver analyse med at opstille programmerne i aktantmodellen, som den er beskrevet af A. J. Greimas²¹ i ‘Strukturel Semantik’ [Greimas 1974: 287] med baggrund i Vladimir Propps²² folkeeventyr. Denne kan give et overblik over programmernes forskellige aktanters relation til hinanden.

Jeg vil i det følgende analysere de tre caseprogrammer med henblik på at undersøge, hvordan følelsesbaseret reality-tv har til hensigt at iscenesætte og fremkalde følelser hos seeren, samt hvilke intimitetsstrategier der anvendes i iscenesættelsen af dette tv. Jeg vil foretage mine analyser enkeltvis for efterfølgende at sammenholde forskelle i anvendelsen af intimitetsstrategierne.

Velkommen til Paradise Hotel

Programmet, Paradise Hotel, er et amerikansk koncept med samme titel, og der er med sæsonen i foråret 2009 blevet produceret i alt fem sæsoner i Danmark. Hver sæson er opbygget af i alt 64 afsnit over ti uger. Der er 4 afsnit på en uge, hvor hvert afsnit varer omkring 36 minutter uden reklamepause. Grundet specialets længde har jeg valgt at skærpe fokus på den nyeste sæson samt afsnit 25 - 28 af programserien [Bilag1,A,B]. Ugerne forløber i hovedtræk forholdsvis ens, og derfor har det også været mere eller mindre tilfældigt, hvilken uge jeg har valgt. Dog har jeg valgt en uge midt i sæsonen, så konkurrencen derfor var godt i gang. Da min analyse koncentrerer sig om 5. sæson, er der efterhånden blevet etableret en række værdisæt, regler mv. som hersker i gameshowet. Disse er, grundet de mange sæsoner, ligeledes ofte usagte fra produktionssiden, og

²¹ A.J. Greimas var Professor És Lettres ved Sorbonne

²² Vladimir Propp var Sprog og Folklore Forsker

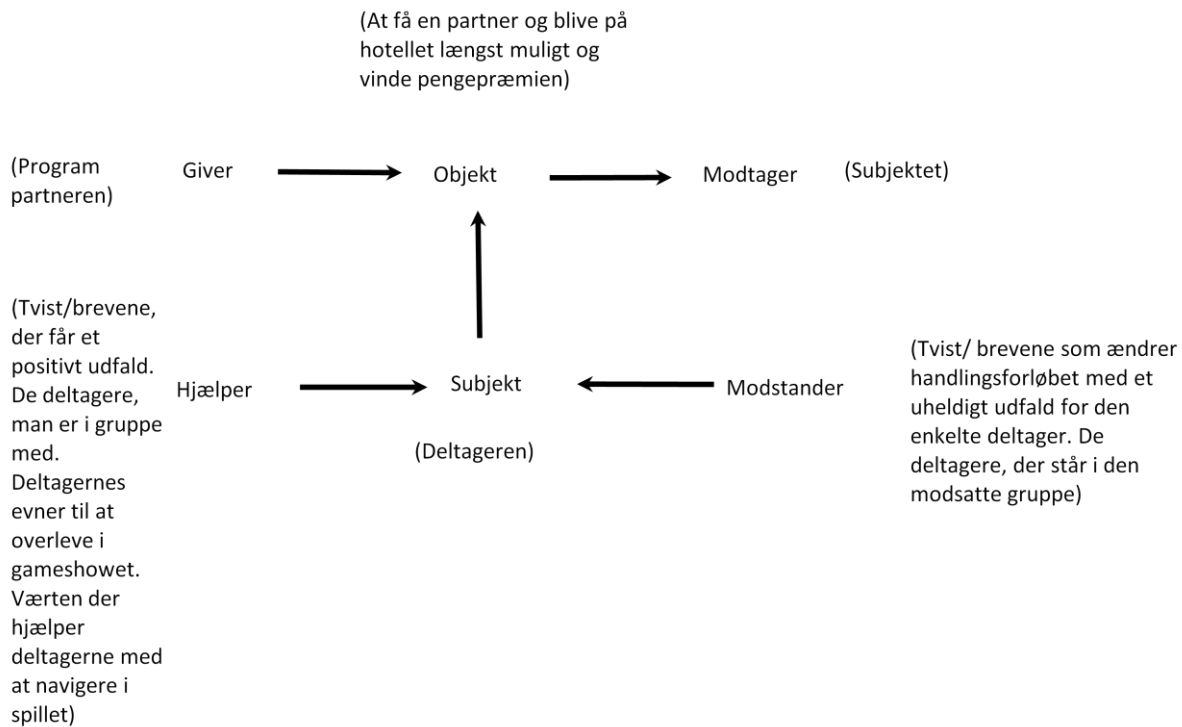
derfor har jeg markeret programmets egne italesættelser af ceremonier og begreber fra showet med gråt og i kursiv. Der findes ikke en programbeskrivelse på TV3s hjemmeside eller i starten af hvert program, der forklarer programmets præmis. Derfor vil jeg enkelte steder referere til afsnit uden for de uger, jeg bygger min analyse op omkring, hvis et centralt element, der er gennemgående for gameshowet forklares bedst i det pågældende afsnit. Jeg vil starte med at beskrive historieskemaet i Paradise Hotel for at redegøre for, hvordan en uge forløber.

Paradise Hotels historieskema

Overordnet er Paradise Hotel et gameshow, hvor en gruppe af unge mennesker i alderen 18-30 år tjekker ind på et afsides hotel i Mexico for at vinde en pengepræmie på 500.000 kroner. Dette udgør gameshowets fysiske rammer og omgivelser - dvs. dets setting [Harms Larsen 2003:34]. Der er ti deltagere som udgangspunkt. Fem drenge og fem piger. For at blive på Paradise Hotel må drengene og pigerne danne par, som bor på værelse sammen på hotellet. Hver mandag ankommer en ny dreng eller pige til hotellet. Dermed er der en dreng eller pige til overs. Hver torsdag skal en af deltagerne forlade hotellet, i det programmet italesætter som *parceremonien*. Programmets uge strækker sig fra mandag til torsdag og forløber nogenlunde ens med forskellige konkurrencer og tvists, der tilsammen danner forløbet for gameshowet. Gameshowet styres af en vært, Rikke, der forklarer reglerne og styrer de forskellige konkurrenceelementer, og der bliver ligeledes kommunikeret med deltagerne fra produktionsholdet gennem breve, som leveres af hotellets tjenere.

Deltagerne danner desuden grupper med de andre deltagere. Dette element er ikke en direkte del af gameshowet, men noget deltagerne gør på eget initiativ. Når de er opdelt i grupper, kan de spille sammen som en række af par, og samtidig spille overfor den modsatte gruppe. Således kan de stemme personer fra den anden gruppe ud af hotellet. Den gruppe, der er i overtal, kan være med til at bestemme, hvem der skal forlade hotellet. Til torsdagens parceremoni skal enten drengene eller pigerne en efter en vælge en partner. Til sidst vil der være to fra det ene køn, der har valgt den samme partner. Denne partner skal herefter vælge mellem de to. Den, der bliver fravalgt, skal forlade hotellet. Den pige og dreng, der bliver på hotellet i længst tid er i finalen og skal til sidst gennemgå *trokabsprøven* for at vinde den halve million. Enten er de to deltagere tro mod deres partnerskab eller også vil de prøve at vinde alle pengene selv.

Med baggrund i overstående beskrivelse kan jeg nu tegne dette aktantskema over Paradise Hotels forskellige hovedelementer:



Subjektet er deltageren, der søger *objektet* at få en partner og dermed opnå pengepræmien [Greimas 1974:282]. Derved bliver subjektet også *modtager* af objektet [Greimas 1974:283]. *Hjælperen* er det modsatte køn, der dannes par med. Den gruppe, deltageren står sammen med bliver ligeledes en hjælper til at nå objektet [Greimas 1974:284]. *Giveren* er selve programmet, samt partneren, der er en nødvendighed for at kunne vinde præmien [Greimas 1974:] Værten samt de tvists og breve, der giver et positivt udfald for den enkelte deltager kan samtidig blive en hjælper, men omvendt virke som en *modstander*, hvis de får det modsatte udfald og skaber hindringer i at nå objektet [Greimas 1974:284]. Deltagerens egen evne til at forudse tvists og at følge spillets regler bliver samtidig en vigtig hjælper for at blive i gameshowet. Deltagerne i den modsatte gruppe, vil blive modstandere, da de vil prøve at stemme deltageren ud af gameshowet.

De bærende karakterer

De bærende karakterer er de personer, der bærer en historie frem, som demonstrerer den bærende ide, og som publikum kan identificere sig med og finde sympati eller empati for [Harms Larsen 2003:54]. Da deltagerne bliver stemt ud hver torsdag, vil de bærende karakterer variere mellem ugerne. Dog er der deltagere, der ofte fylder mere i programmerne end andre alt efter hvilken ceremoni, der er i centrum for afsnittet. Fx den der er mest i fare eller dem, der har været der længst. I ugen jeg har valgt at fokusere på, er parrene opdelt i følgende grupperinger:

1. Gruppe: Maiken og Benjamin, Belinda og Ronni,
2. Gruppe: Gleager og Cecilie, Line Sofie og Jon, Martin og Line Marie

Herudover dukker der to nye deltagere op i denne uge. Mads og Maria.

Da deltagerne er placeret i grupper, der spiller overfor hinanden, bliver der dermed to lejre for seeren at placere sin sympati og antipati for - subjekt og modstander.

Paradisets opbygning

Et plot er det handlingsforløb, som karaktererne i historien gennemgår. Et plot defineres af Aristoteles som det at komponere hændelser, og er for ham det vigtigste element i tragedien [Aristoteles 1999:20], hvorefter Harms Larsen uddyber:

“Det konfliktfyldte handlingsforløb der via kæder af aktion-reaktion tvinger den bærende karakter gennem en række skæbnesvangre vendepunkter - frem til en skæbneafgørende kulmination: historiens forløsning”.

[Harms Larsen 2003:34]

Paradise Hotel er overordnet set et underholdningsplot, hvilket er et kunstigt handlingsforløb, som deltagerne gennemgår i løbet af de ti uger. Harms Larsen beskriver det som:

“Disse udgøres af “kunstige” handlingsforløb, der har de medvirkende som aktører og som først og fremmest sættes i scene for at optimere spændingen - men for sjov i programmet”.

[Harms Larsen 2007:367]

Herudover er der tale om et konkurrenceplot, hvor spændingen overordnet skabes i kraft af, hvem der vinder, samt et prøvelses-plot fordi deltagerne er ‘lukket inde’ på hotellet sammen i en form for psykisk prøve, hvor alle kneb gælder, og hvor deltagerne løbende får opgaver, de skal løse [Ibid:367, 404].

Der er i Paradise Hotel et plot på makro og mesoniveau. Mesoniveauet er plottet, som det forløber hver uge. Det er på sin vis en afsluttende helhed, da hver uge starter med en ny persons ankomst til hotellet og afsluttes med hjemsendelsen af en person. Jeg har valgt at bringe en forholdsvis detaljeret beskrivelse af ugen her og ikke i et bilag, da det er min vurdering, at meningen ellers går tabt senere i analyseafsnittet. Jeg vil bede læseren væbne sig med tålmodighed, da der fremgår mange betegnelser, som først bliver helt forståelige, når hele afsnittet er læst. Jeg har markeret programmets egne betegnelser af konkurrenceelementer med gråt og i kursiv.

Mandag - afsnit 25: Programmet starter med et sammenklip for dette afsnit - en teaser. En ny kvindelig deltager ankommer til hotellet - Maria. Hun skal flytte på *Soloværelset*, hvor nye deltagere sover. Hendes ankomst skaber en konflikt, fordi der nu er en kvindelig deltager for meget på hotellet, forløsningen på konflikten bliver, at en af pigerne skal stemmes ud i løbet af ugen. Drengene får et brev fra produktionsholdet, om at de skal på en *hemmelig mission*, for at sikre deres partners overlevelse i gameshowet, skal de få den nye pige, til at vælge dem til tirsdagens *parsplit*

[Bilag 1,A:00:08:09]. Brevet skal holdes hemmeligt for pigerne. Om aftenen er der *trafikfest*, hvor deltagerne skal iføre sig grønt, gult eller rødt tøj alt efter, hvor åben de er overfor at få en ny partner [Bilag 1,A:00:27:12]. Programmet slutter med et sammenklip fra det kommende afsnit.

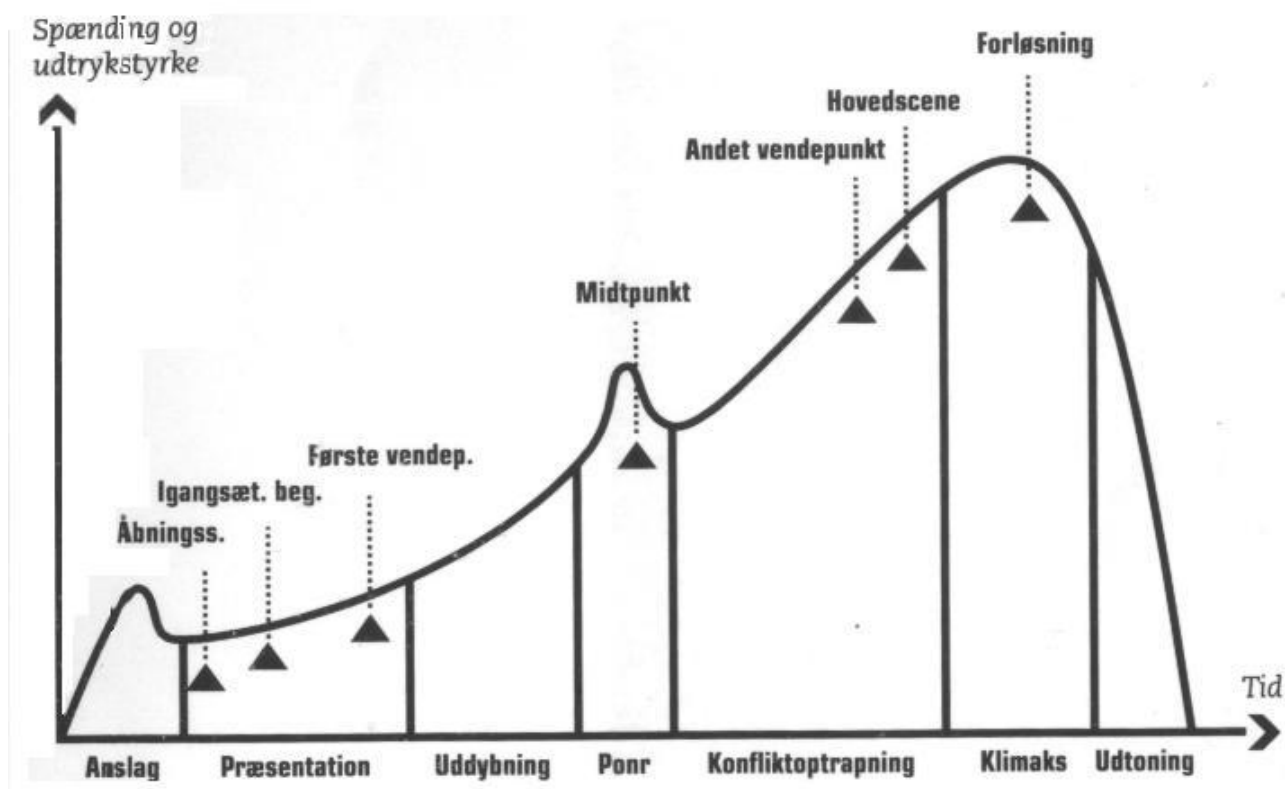
Tirsdag- afsnit 26: Programmet starter med et sammenklip for dette afsnit. Denne dag er der *Parsplit*. Dette indebærer, at den nye deltager må skille et af parrene ad og tage hendes partner indtil tordagens *Parceremoni*. Den fravalgte partner bor efterfølgende på *soloværelset*. Maria vælger deltageren, Gleager, og hans partner Cecilie, må flytte på *soloværelset* [Bilag 1,A:00:54:51]. Mens Maria og Gleager tager på en date udenfor hotellet, får Cecilie et brev, der byder hende at vælge mellem at tage Gleager tilbage eller skille et andet par fra hinanden [Bilag 1,A:01:06:10]. Hun vælger at skille et par, der er i den modsatte gruppe, end hun selv er i. Belinda og Ronni. Da Maria og Gleager vender tilbage fra deres date, afslører drengene nu deres *hemmelige mission* for pigerne [Bilag 1,A:01:14:32]. Cecilie får herefter endnu et brev, hvor hun skal vælge en pige, der skal: *udsættes for stor fare*. Hun kan ikke vælge Maria, da hun er en ny deltager. Deltageren Maiken fortæller Cecilie, at hun gerne vil vælges, for at sikre at hendes kusine, Belinda, ikke bliver sendt hjem [Bilag 1,A:00:28:23]. Programmet slutter med et sammenklip fra det kommende afsnit.

Onsdag - afsnit 27: Programmet starter med et sammenklip for dette afsnit. Cecilie offentliggør til morgenmaden, at hun vælger Maiken som den pige, der skal *udsættes for stor fare* [Bilag 1,A:01:36:17]. Maiken får herefter et brev, hvor der står, at hun selv skal udpege en anden pige, der skal dyste mod hende i *Dødens Kys*. Et konkurrenceelement, der indebærer, at drengene til en ceremoni skal give hende og den anden pige *dødelige kys*. Den der får flest kys bliver stemt ud af Paradise Hotel [Bilag 1,A:01:37:22]. Til ceremonien fortæller Maiken, at hun har valgt Maria, som den pige, der skal dyste mod hende [Bilag 1,A:01:42:05]. Resultatet bliver, at Maiken får flest kys, og dermed bliver sendt hjem fra Paradise Hotel [Bilag 1,A:01:49:50]. Da deltagerne efterfølgende går ned til baren, står der en ny mandlig deltager, Mads [Bilag 1,A:01:54:05]. Deltagerne holder fest. Programmet slutter med et sammenklip fra det kommende afsnit.

Torsdag - afsnit 28: Programmet starter med et sammenklip for dette afsnit. Pigerne får et brev, hvori der står, at pigerne skal blive enige om, hvem af pigerne, der skal danne par med den nye deltager, Mads [Bilag 1,B: 00:19:14]. Mads er *fredet*, og dermed vil den, han danner par med, være sikret at klare sig igennem *parceremonien* [Bilag 1,B:00:32:47]. Til parceremonien afslører pigerne, at de har valgt Belinda som Mads partner. Parceremonien fungerer således, at drengene en efter en, styret af værten, går hen og kysser den pige på kinden, de gerne vil danne par med. Da der er en dreng tilovers, ender parceremonien med, at Benjamin og Jon begge står bagved Line Sofie. Hun skal efterfølgende vælge, hvem hun helst vil danne par med. Hun vælger Jon, som hun er i gruppe med, og Benjamin bliver dermed sendt hjem. Programmet slutter med et sammenklip fra mandagens kommende afsnit.

Berettermodellen

Aristoteles påpegede at enhver historie skal have en begyndelse, midte og en slutning [Aristoteles 1999:23], hvilket blev den første antydning af en berettermodel. For at give et overblik over spændingsforløbet i løbet af ugen, vil jeg her indsætte Paradise Hotel i berettermodellen, som den fremgår i 'De levende billeders dramaturgi - bind 1' [Harms Larsen 2003:110].



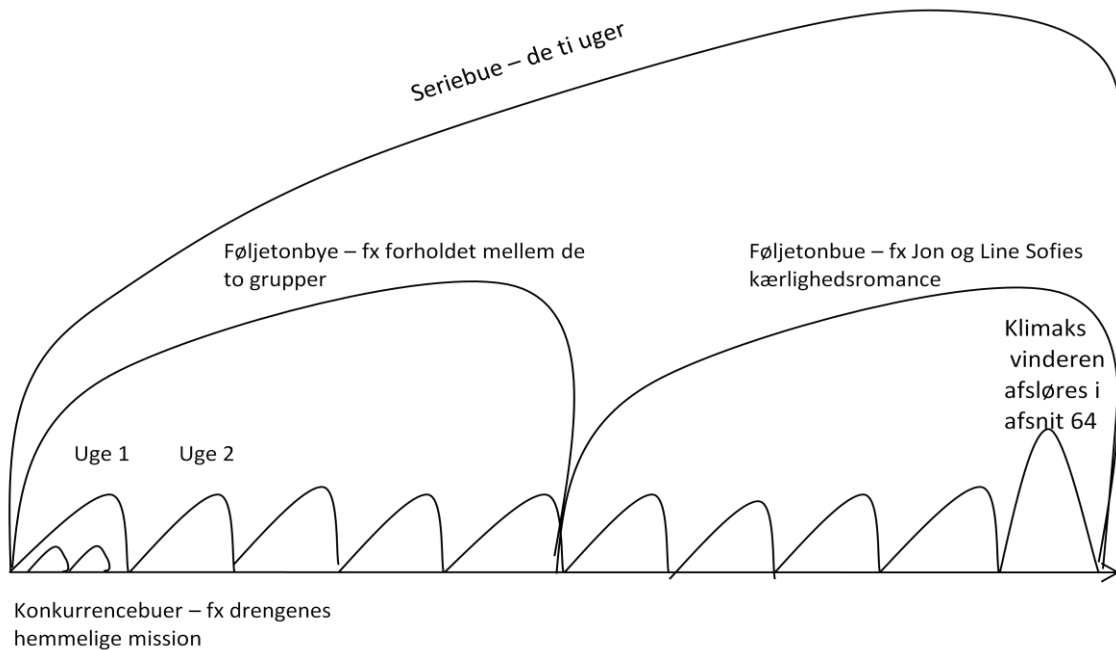
Anslaget skal formidle overgangen fra virkeligheden til fiktion - i dette tilfælde Paradise Hotels verden [Harms Larsen 2003:110]. Jeg betragter **anslaget** for ugen som det sammenklip af aftenens afsnit, der starter hvert afsnit eller det sammenklip fra den kommende uge, der vises torsdag efter ugens sidste afsnit. **Præsentationen** er en formidling, af de spilleregler der gælder samt en præsentation af karaktererne [Ibid:113]. Denne betragter jeg, som Marias ankomst til hotellet. Det bliver plottets igansættende begivenhed, fordi den nye deltager truer den midlertidige orden, der kan siges at herske efter sidste parceremoni. I **udddybningen** skal seerens følelsesmæssige engagement i historien og for karaktererne aktiveres yderligere, og konflikten skærpes [Ibid:115]. Med Cecilies brev bliver forløbets konflikt uundgåelig, i og med brevets retorik om at nogen skal udsættes for fare. Nogen må forlade hotellet. Konflikten om hjemsendelse bliver en realitet, og ugens bærende karakterer bliver identificeret - dvs. den der er mest udsat for at blive stemt ud - Belinda og Maiken og den, der har magten til at gøre det - Cecilie. **Point of no return** er stedet i historien, hvor der ikke er en vej udenom at føre konflikten til ende [Ibid:117]. Øjeblikket hvor Maiken får sit brev og

Dødens Kys bliver afsløret, som måden en pige skal stemmes ud på, betragter jeg som point of no return. I **Konfliktoptrapning** accelererer konflikten mod klimaks [Ibid:118]. Konfliktoptrapningen mod ekskludering af en deltager ses i deltagerens italesættelser af Maikens valg om at sætte sig selv i fare. Maiken mener selv, hun har ofret sig for Belinda. **Klimaks** er toppen af spændingsbuen og i denne uge af Paradise Hotel er spændingen højest til Dødens Kys og Parceremonien, fordi en karakter bliver elimineret. Gruppe 2 får stemt to deltagere ud fra gruppe 1. Maiken og Benjamin. **Udtoningen** skal demonstrere, at historien slutter og hjælpe seeren med at vende tilbage til virkeligheden [Harms Larsen 2003:121]. Dette sker gennem værtens afsluttende kommentar til seeren, om at de kan finde mere om deltagerne på nettet ledsaget af rulletekster og programmets titelmelodi. Torsdagens afsnit slutter med at præsentere forløbet i den følgende uge, og dermed er anslaget til den kommende uge slået an.

Jeg betegnede klimaks som de to ceremonier, Dødens Kys og Parceremonien, fordi det er her, en deltager elimineres i gameshowet. Det er samtidig til disse ceremonier, at programmet trækker på Liveliness som strategi for at skabe intimitet og spænding, da det altid er torsdag aften kl. 22.00 man kan se udstemningen af deltageren.

Føljeton modellen

Da Paradise Hotel strækker sig over ti uger med de samme karakterer, i hvert fald minimum for en uge af gangen, bliver konceptet lavet ud fra principper fra føljetonserien, der trækker på sæbeoperaens evighedsplot [Harms Larsen 2007: 353]. Der er det overordnede makro plot, hvor alle stræber efter det samme objekt - pengene, men for at holde seeren til skærmen er der desuden adskillige kærlighedshistorier, der sikrer, at der er jalousi, drama og frem for alt formidlingen af følelser på hotellet. Fx har karakteren Jon været hemmeligt forelsket i Line Sofie siden første afsnit og får endelig sit første kys i afsnit 26 [Bilag 1, B: 00:07:42]. Et forsøg på at overtale seeren til at vende tilbage til næste afsnit er altså, at afsnittene ofte ikke afslutter plotlinjerne, hvilket eksplicit formildes, når der vises klip fra den kommende uge eller kommende program, efter hvert program afsluttes. Der kan altså tegnes endnu en berettermodel over hele programserien - en føljeton berettermodel [Ibid:407]



Dramaturgisk fremdrift

Det dramaturgiske element, der skal holde seeren fanget foran skærmen er fremdriften. Fremdriften i Paradise Hotel sker i en vekselvirkning mellem en vidensmangel og merviden hos seeren i forhold til handlingsforløbet [Harms Larsen 2003:91]. Da drengene får uddelligeret deres hemmelige mission får seeren en merviden i forhold til pigerne, der skaber en fremdrift i form af fremdriftskomponenten en 'prøve' indtil afsløringen om tirsdagen [Ibid:99]. Om denne fremdriftskomponent siger Harms Larsen:

“Seeren oplever dermed et stærkt, men frustrerende ønske, om at kunne gribe ind i historien. Og den slags frustration skaber engagement i historiens forløb og udfald”.

[Ibid:92]

Deltagerne udtaler sig i løbet af hvert program flere gange til kameraet, hvor seeren bliver deres tætteste relation. Herigennem videregives merviden til seeren om deltagernes følelser og oplevelse af handlingsforløbet. Paradise Hotel skaber samtidig dramaturgisk fremdrift gennem vidensmangel fx, når Cecilie først i sidste øjeblik afslører, hvem der skal udsættes for stor fare. Hendes valg skaber dermed en konflikt mellem de to grupper, fordi hun ved at udsætte Maiken for fare bliver en modstander for Maiken i at nå objektet - pengepræmien. Da pigerne skal afsløre for drengene og seerne, hvem Mads skal danne par med, skabes der ligeledes en konflikt mellem de to grupper, og for Belinda bliver det en forhindring for hende, da hun ikke kan danne par med Benjamin, som ellers har været hendes partner. Deltagerne har en central rolle i fremdriften mod objektet, da det er dem, der beslutter, hvem der skal ud- ikke seerne. Den største vidensmangel, der driver historien

frem og skaber spænding er dermed den manglende viden om, hvem der vinder. Harms Larsen siger om vidensmangel som fremdriftskomponent:

“Fantasien stimuleres af det vi mangler sikker viden om, men som vi aner, tror, håber, frygter eller overraskes over. Det er noget, der virker pirrende på følelserne og frustrerende på seerens vidensbegær”.

[Ibid:93]

Den dramaturgiske fremdrift i Paradise Hotel forsøger altså i høj grad på at skabe et følelsesmæssig engagement hos seeren gennem forskellige fremdriftskomponenter, der har som formål at pirre følelserne og fastholde seeren, indtil de opnår den ønskede viden om udfaldet af et tvist.

De bærende værdier

De bærende værdier er de værdier, som Paradise Hotel, set som en fortælling, tematiserer og iscenesætter gennem historiens handlingsforløb [Harms Larsen 2003:22]. I Paradise Hotel bliver der italesat to overordnede værdier, som deltagerne kan agere ud fra i gameshowet. Enten *spiller man taktisk*, eller også *spiller man med hjertet*. Da det er to begreber, der i denne sæson er fuldt etablerede, fremgår det ikke tydeligt fra programsiden, hvad disse to spillemåder helt præcist indebærer. Jeg betragter dog disse to spillemåder som centrale værdier, da alle deltagerene på deres personlige sider på www.tv3.dk bliver spurgt om, hvilken af de to spillemåder, de vil anvende. At spille taktisk indebærer, at man som deltager vil gøre alt, der skal til for at komme i finalen. Denne strategi fordrer dermed et værdisæt, der involverer en legalisering af at narre de andre, *spille dobbeltspil* og lyve, hvis blot det er sket i taktikkens tjeneste. At lyve er en værdi, som ofte har en negativ konnotation, hvis man gør det udenfor gameshowets grænser. Men indenfor Paradise Hotels lukkede miljø bliver det at lyve legaliseret, fordi det er et gameshow med en underholdningskontrakt, hvor målet helliger midlet. Dette italesætter deltageren Ronni, da han omtaler mandagens hemmelige brev (Jf. paradiset's plot) ved at sige:

“Jeg har ingen problemer med at skulle have hemmeligheder overfor Belinda. Jeg er på Paradise Hotel for at spille spillet fuldt ud og for komme længst muligt”.

[Bilag 1,A:00:10:08]

Man kan også spille med hjertet, hvilket betyder, at man som deltager, skal have hjertet med, når man stemmer nogen ud. På Line Maries deltager side på Tv3s hjemmeside, siger hun, at:

“Jeg vil spille så taktisk som jeg kan, men have hjertet med hele vejen, jeg vil gerne kunne se mig selv i øjnene, når jeg kommer hjem igen”.

[Bilag 5]

Spiller man med hjertet, skal man som deltager altså kunne se sig selv i øjnene. Denne spillemåde illustreres desuden, da Maiken vælger at udsætte sig selv for fare, for at Belinda kan blive på Hotellet (jf paradiset's plot). Om hvilket hun siger:

“Det er pisse hårdt, det her, men jeg har tænkt mig, at ofre mig for Belinda, hvis det kommer til det stykke. Jeg ved, at hun vil kunne klare det her spil i længden meget bedre end jeg kan (...) Jeg føler ikke, jeg giver op, jeg føler bare, jeg ofrer mig for en, jeg elsker”.

[Bilag 1,A:01:28.38]

En beslutning som deltagerne Jon og Gleager italesætter som, at give op, og at hun ikke er villig til at kæmpe for objektet [Bilag 1,A: 01:37:02]. Deltagerne befinder sig ofte i et spændingsfelt mellem disse to overordnede værdier, når de skal handle i gameshowet. Fx da Gleager skal lyve for Maria, og ytrer at han helst vil danne par med hende, men i virkeligheden gerne vil give hans partner en fredning. Det er også disse to hovedværdier, som seeren må tilslutte sig eller afvise, når de etablerer deres følelsesmæssige engagement for de enkelte deltagere. Holder man med dem, der spiller taktisk eller dem, der spiller med hjertet?

Den bærende ide

Den bærende ide er sammenfatningen af de bærende værdier i et samlet udsagn. Det er historiens præmis formuleret som en generel påstand om: *“(...) menneskelivets vilkår og muligheder i verden, som hovedpersonen gennem historiens forløb kommer til at bevise”*. [Harms Larsen 2003:24]. På trods af deltageren Gleagers udtalelse om at præmissen for ham er at: *“Paradise Hotel handler lidt om at få lidt og drikke og score nogle damer”* [Bilag 1,A:00:42:49], ligger der i programtitlen en intertekstuel reference i ordet paradisi. Ligesom i Edens Have danner deltagerne par og skal forsøge at undgå ‘slanger’ i form af de andre deltagere, og fristelser fx da Gleager bliver fristet til at skifte sin partner ud med Maria. Alle deltagere bliver samtidig en efter en ekskluderet fra paradiset, ligesom det blev Adam og Evas skæbne i paradiset have.

Værtens rolle

Værten bliver en vigtig karakter, som ud fra aktantskemaet kan betragtes som havende en hjælper aktant-funktion for deltagerne. Når hun fremfører reglerne og styrer de forskellige ceremonier, har hun indbygget i sin hjælper funktion en budbringer karakterfunktion, som er den karakter, der introducerer ny information. Hun har samtidig det, Harms Larsen kalder en *medoplever* karakterfunktion, som udtaler det, publikum kunne formodes at have lyst til at sige [Ibid:67-70]. Eksempelvis når hun opsummerer mandagens udfordring med ordene:

“(...)Den dreng der vinder redder nemlig sin partners liv resten af ugen. En mission der måske vil gøre pigerne en smule jaloux? Velkommen til en ny uge på Paradise Hotel”.

[Bilag 1,A:00:11:35]

Denne medoplever karakterfunktion har til formål at forstærke seerens emotionelle engagement samt identifikation med persongalleriet. Hun fungerer samtidig som *den fortrolige* karakterfunktion, der spørger ind til deltagernes oplevelse af forskellige valg af partner i parceremonien. Fx da hun spørger Line Sofie, hvordan hun har det med at smide Benjamin ud af gameshowet, og Line Sofie begynder at græde, og siger hun har det dårligt [Bilag 1,B:00:46:30].

Kameraets rolle

Første person henvendelses formen forekommer kontinuerligt i programmet, når deltagerne begrundes deres adfærd, holdninger og følelser til kameraet.

Paradise Hotel er desuden udstyret med overvågningskameraer på de mange værelser og ikke mindst badeværelser. Deltagerne er dermed konstant overvåget, og alle øjeblikke kan potentielt bruges i programmet. I denne henseende ligner programmet seersuccesen 'Big Brother', med overvågningskameraer, der følger hotellets deltagere overalt, når som helst hvor som helst. Deltagerne har samtaler om hinanden med hinanden på hotellets toiletter og værelser. Dette kan give seeren fornemmelsen af at være fluen på væggen, der får lov til bevidne deltagerens samtaler og følelsesudbrud, når de er 'alene'. Brugen af overvågningskameraer er derfor i høj grad en intimitetsstrategi, der sikrer, at seeren ikke snydes for den intime backstage adfærd. Brugen af overvågningskameraer virker samtidig som en autenticitetsstrategi, da disse dokumenterer, at programmet nok er konstrueret, men deltagerens handlinger ægte, i og med at de ikke spiller en rolle for kameraet [Jerslev 2002:29]. I henhold til ægtheden skal det nævnes, at det for alle tv-programmer gælder, at de redigeres, og i denne proces vælger produktionsholdet at fremhæve noget frem for noget andet. Et vilkår alle tv-produktioner operer under. Lars Holmgaard Christensen²³ skriver i en artikel i mediekultur om Robinson Ekspeditionen:

"Men specielt for Robinson ekspeditionen, der ikke er en live begivenhed, skabes intrigerne og programmets åndeløshed i redigeringsprocessens mange krydsclip, hvor front- og backstage (Goffmann 1959) informationer, uden nødvendigvis at have nogen sammenhæng i øvrigt, mikses sammen til det mest interessante og skandaløse underholdningsstof".

[Christensen 2000:39]

Christensen skriver her specifikt om Robinson Ekspeditionen, men hans betragtning kan siges at gælde for meget underholdende følelsesbaseret reality-tv. Det der i høj grad er med til at gøre realityprogrammerne til underholdning og fremkalde konflikter og øge graden af intimitet er klipningen og redigeringsprocessen, der skal gøre programmet så spændende og, i relation til følelsesbaseret reality-tv, så intimt og følelsesladet som muligt.

Fx da Maria fortæller, at hun er vred over, at drengene har bejlet til hende for at sikre deres egen partner, krydsklippes der mellem Marias personlige første-person henvendelse til kameraet og hendes date med Gleager.

Sladder

Deltagerne må forme alliancer og *snakke taktik*, som de kalder det, for at danne grupper på hotellet, hvilket er essentielt for at blive i gameshowet. Her bliver sladder et centralt begreb og samtidig en intimitetsstrategi, der anvendes i høj grad i Paradise Hotel. Herom skriver Jerslev i en artikel i Mediekultur om autenticitetsstrategier:

²³ Lars Holmgaard Christensen er Adjunk ved institut for Kommunikation ved Aalborg Universitet.

“Sladder kan både ses som en social mekanisme, hvor gruppeforhold etableres. Det betyder kun noget, at sladder overleveres oprigtigt og ikke så meget om den faktisk er sand (...) Sladder er en form, der i sin struktur forudsætter intimitet, privathed og en fraværende tredje, som både af senderen og modtageren af sladder er bekendte med (...) sladder er et spil med det skjulte og det afslørede, og sladder indeholder altid et moment af sandhed”.”.

[Jerslev 2002:32]

Med denne definition af sladder, bliver sladder en nødvendighed i et gameshow som Paradise Hotel. Sladder fordrer altid i den ‘virkelige verden’ privathed, da den der sladres om ikke må høre det. Sladder foregår per definition altså ikke i det offentlige rum, men ofte mellem en udvalgt gruppe af mennesker, hvorved den der sladres om ekskluderes. Fx da Gleager opdager, at Maria også har kysset med deltageren Martin, taler han først med de andre piger om det - sladrer- før han konfronterer Maria [Bilag 1,B: 54:05]. Denne sladder får seeren leveret gennem overvågningskameraerne, så de hjemme i stuerne kan lytte med som fjerde part på hotellets toiletter og altaner. Sladder bliver dermed på Paradise Hotel helt centralt både for deltagerens overlevelse i gameshowet, og samtidig fungerer det som en intimitetsstrategi mellem seer og program, hvor seeren får lov til at være en fjerde modtager af sladder, der kan bedømme, både den der sladrer, og den der sladres om.

Parasociale relationer

Paradise Hotel adskiller sig fra de to andre programmer, fordi programrækken udspiller sig over en længere tidsperiode, og fordi deltagerne udskiftes gennem de ti uger. Forudsat at seeren ser alle programmerne eller i hvert fald ofte kigger med, har programmet mulighed for at skabe et stort kendskab til deltagerne, og dermed øge den følelsesmæssige relation til dem. I artikelen ‘Massekommunikation og parasocial interaktion - intimitet på afstand’ kalder Donald Horton²⁴ og Richard Wohl²⁵ denne interaktion mellem seer og mediepersonlighed for en parasocial interaktion. De siger herom, at seeren kan udvikle en relation, hvor de føler de ‘kender personen’, der optræder i medierne. En sådan person kalder de en *personae*, om hvilken de skriver:

“(...)Kort sagt, en særlig kategori af <<personligheder>>, hvis eksistens er en funktion af medierne selv”.

[Horton og Wohl 1997:28]

Horton og Wohl taler i deres artikel om parasocial interaktion om quizværter og faste interviewere som typiske ‘personaer’, men som redegjort for i afsnittet om offentlighed, inkluderer medierne i højere grad almindelige mennesker i realityprogrammerne, og derfor ser jeg en ændring af den oprindelige betydning af begrebet *personae* [Horton og Wohl:28]. Dette bliver tydeligt, når jeg betragter deres karakteristik af *personae*:

²⁴ Donald Horton er professor i antropologi fra Yale University.

²⁵ R. Richard Wohl havde en doktorgrad fra Harvard University og arbejdede frem til sin død ved Chicago University.

“Hans optræden er en regelmæssig og vedvarende begivenhed, som man kan stole på, planlægge efter, og som kan integreres i hverdagslivet”.

[Horton og Wohl 1997:28]

Denne relation afbrydes formentlig hurtigt efter Paradise Hotels sidste afsnit ruller hen over skærmen, men imens de ti uger står på, indtager deltagerne skærmen hver aften kl. 22.00 som en fast mediebegivenhed. Derfor mener jeg at de deltagere, der bliver på hotellet i de ti uger, kan blive personer for seerne. Lykkedes det at opbygge denne relation med seeren til de forskellige deltagere i Paradise Hotel, vil det følelsesmæssige engagement formentlig også blive større, når en deltager forlader hotellet.

Hvorfor se Paradise Hotel?

Paradise Hotel er altså et følelsesbaseret reality-gameshow, der trækker på reality-dokumentaren og føljetonseriens dramaturgiske principper, for at sikre seerens tilbagevendende engagement. Paradise Hotel opstiller gennem plottet og historieskemaet en forskellig række programelementer, som gør, at seeren kan betragte programmet på baggrund af en række forskellige motivationsfaktorer.

Blandt de forskellige elementer er der for det første et konkurrenceelement, der kan skabe spænding i kraft af, at seeren kan følge med i hvem, der bliver stemt ud, og hvem der i sidste ende vinder. I dette element er der samtidig en helt række mulige emotionsfremkaldelser. Lettelse/glæde - ved at den deltager, seeren holder med bliver i spillet. Skuffelse/vrede - hvis denne ryger ud. Der vil formodentlig også være seere, der ser Paradise Hotel, fordi de finder ‘overlevelsens’ aspektet eller det sociale eksperiment interessant og altså tiltrækkes af prøvelsesplottet.

Udover konkurrenceaspektet, forudsætter gameshowet, at deltagerne danner par med det modsatte køn, som de desuden deler seng med og til tider går i seng med. Deltagerne har jævnligt kysselege og drikker ofte alkohol, hvilket sikkert kun fremmer graden af intriger, skænderier og romantiske relationer. Fx har vi romancen mellem Jon og Line Sofie, der møder hinanden i programrækkens første afsnit, hvor Line Sofie erklærer, at hun ikke er tiltrukket af Jon. I afsnit 27 [Bilag 1, B:00:07:42] får han endelig vundet Line Sofies hjerte, men de to skilles, da Jon sendes hjem i afsnit 40. I finale ugen vender Jon tilbage i afsnit 57, og de to genforenes. Fridja taler i den forbindelse om sentimentalitet, som opstår, når bestemte temaer sættes i spil. Fx. separation og genforening, retfærdighed og uret og ærefrygt. Det der sker er ifølge Fridja at:

“Expectations are evoked regarding a bad outcome of the theme, but are carefully held in abeyance and then one is brusquely confronted with their successful outcome. The sequence is emotionally more potent than the observer’s intellectual or emotional sophistication”.

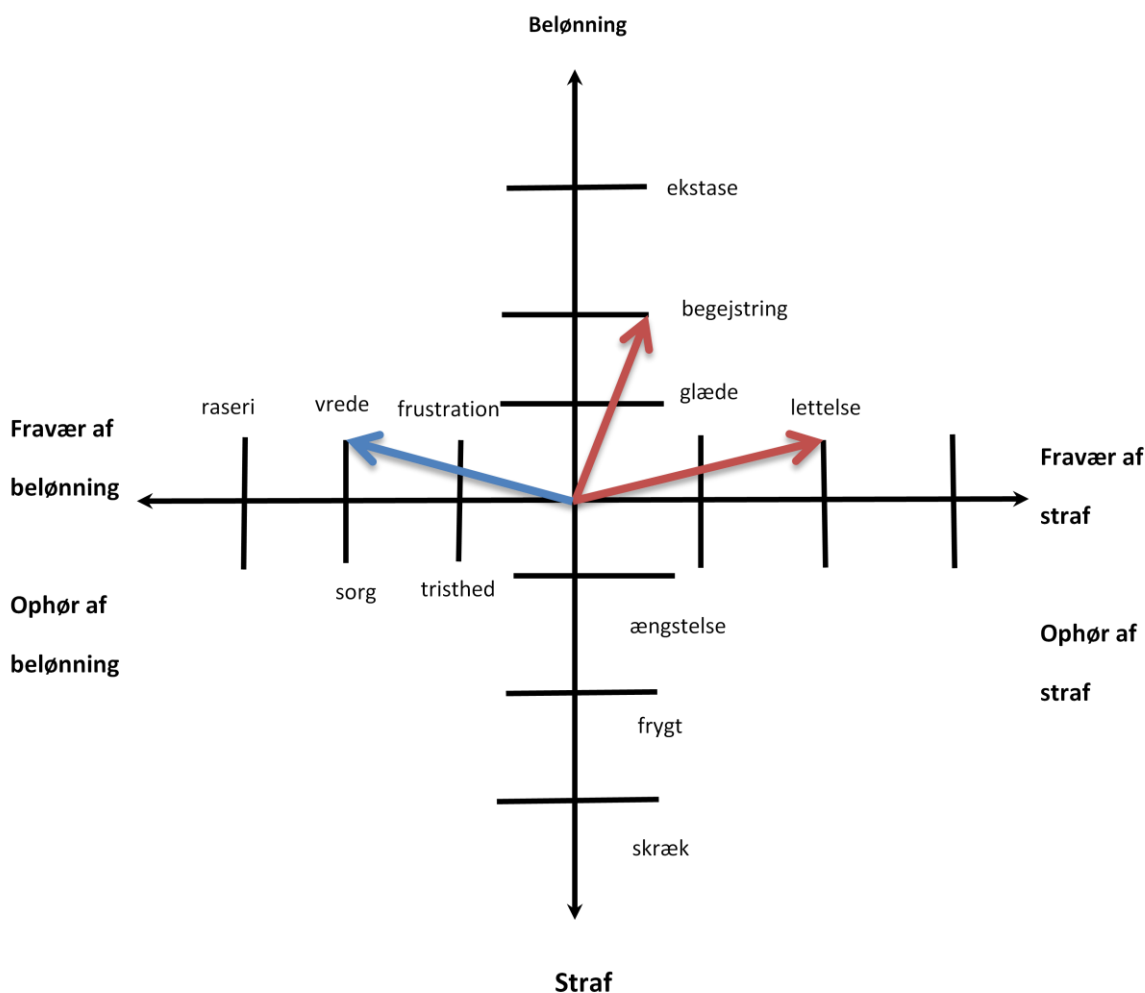
[Fridja 2007:7]

Der er derfor åbnet op for flere typer emotioner alt efter hvor engageret en Paradise Hotel seer, man er, og hvilken motivation der ligger bag valget af at se programmet. Jantzen og Vetner skriver, at en stor del af baggrunden for at skabe seersucceser skyldes, at man formår at lave et program, der har

flere forskellige emotionelle tilkoblingsmuligheder, hvilket betyder, at programmet appellerer til flere segmenter på en gang. [Jantzen og Vetner 2008:3].

I henhold til Frijdas lov om 'change' opstår emotioner, når ønskværdige eller ikke ønskværdige omstændigheder er aktuelle eller forventes at forandre sig. Jo større forandring jo større er den efterfølgende emotionelle respons [Ibid:11]. Med baggrund i denne lov formoder jeg, at parceremonien er ugens klimaks og der, der er muligt at fremkalde den størst mulige emotionelle respons hos seerens. Det er ligeledes som oftest, når en deltager elimineres, at følelserne hos deltagerne kommer til syne og følelsepågen derfor kan etableres.

Overordnet set placerer jeg programmet således i Rolles diagram, at der er to centrale emotionsrammer glæde-begejstring eller lettelse hvis en deltager, som seeren holder med, bliver på hotellet, og frustration- vrede hvis en deltager, seeren holder med, bliver stemt ud.



Alle tre programmer har en tilhørende hjemmeside. Programoplevelsen stopper altså ikke nødvendigvis, når programmet stopper, men kan fortsætte på hjemmesiden. Paradise Hotel har blandt andet et chatforum, hvor seere kan skrive indlæg om programmet. Herigennem kan de få en *socio-oplevelse*, når de deler deres Paradise Hotel opfattelse med andre seere. Seerne kan samtidig stemme på den deltager, de synes er den hotteste deltager på Paradise Hotel og vinde en date med vedkommende. I starten af hvert program, kan seeren se, hvem der fører nederst på skærmen, hvilket også kan give anledning til diskussion blandt andre Paradise Hotel seere og altså bevirke en socio-oplevelse. Programmet kan omvendt give anledning til en *ego-oplevelse*, hvis seeren fx kan forudse, hvad deltagerne vil gøre, når der opstår tvists og der bliver introduceret nye breve. Dermed bliver seeren bekræftet i, at være en god menneskekender. Seeren kan måske desuden opleve udstemningen af en deltager, som denne ikke holder med, som en *værdiooplevelse* i at denne fortjener at blive stemt hjem.

Opsamling

Jeg har i denne dramaturgiske gennemgang skitseret et program, der er præget af tvist, intriger og kærligheds problematikker, og de bærende værdier indebærer desuden to værdisæt og en bærende ide, som uundgåeligt vil forårsage konflikter og intriger og som i høj grad er med til at sikre et indholdsmæssigt fokus på følelser og et brud med hverdagens smalltalk. Ved at betrage Paradise Hotels dramaturgiske elementer, bliver det klart, at der i selve konceptideen, og værdierne programmet sætter i spil, allerede ligger grobund for flere intimitetsstrategier, der skal fremme en emotionel respons hos seeren.

Programmet opstiller nogle konkurrenceregler, der forudsætter grupperinger, og deltagerne skal hver uge ekskludere en person fra programmet, hvilket medfører konflikter, der ofte resulterer i følelsesladede konfrontationer mellem de to grupper og endelig en følelsesladet afsked med den udstemte deltager. Da Benjamin forlader hotellet i afsnit 28, siger han, at han elsker dem alle sammen, og en Ronni i tårer svarer at han også elsker ham [Bilag 1, B:00:47:17].

Alt efter hvilken gruppe eller deltager seeren placerer sin sympati eller antipati hos, kan seerens formodede emotionsramme variere fra lettelse til glæde - begejstring samt fra skuffelse - vrede alt efter hvor dedikeret en Paradise seer, der tales om.

Velkommen til Sandhedens Time

Sandhedens Time har kørt i to sæsoner af 8 afsnit af en times varighed inklusiv reklamepause. Programmet er et amerikansk koncept kaldet ‘Moment of truth’ og er desuden blevet produceret i Sverige. Hvert program er opbygget af de samme quizblokke, og derfor anser jeg det som repræsentativt, at betragte ét program i programrækken. Mit valg falder på afsnit 8 fra 2. sæson. Jeg har valgt at anskue et afsnit fra den nyeste sæson, hvilket dermed er den mest aktuelle. Herudover forløber dette afsnit som de andre afsnit i opbygning og forløb.

Sandhedens Times historieskema

Harms Larsen skriver om de nye underholdningstendenser:

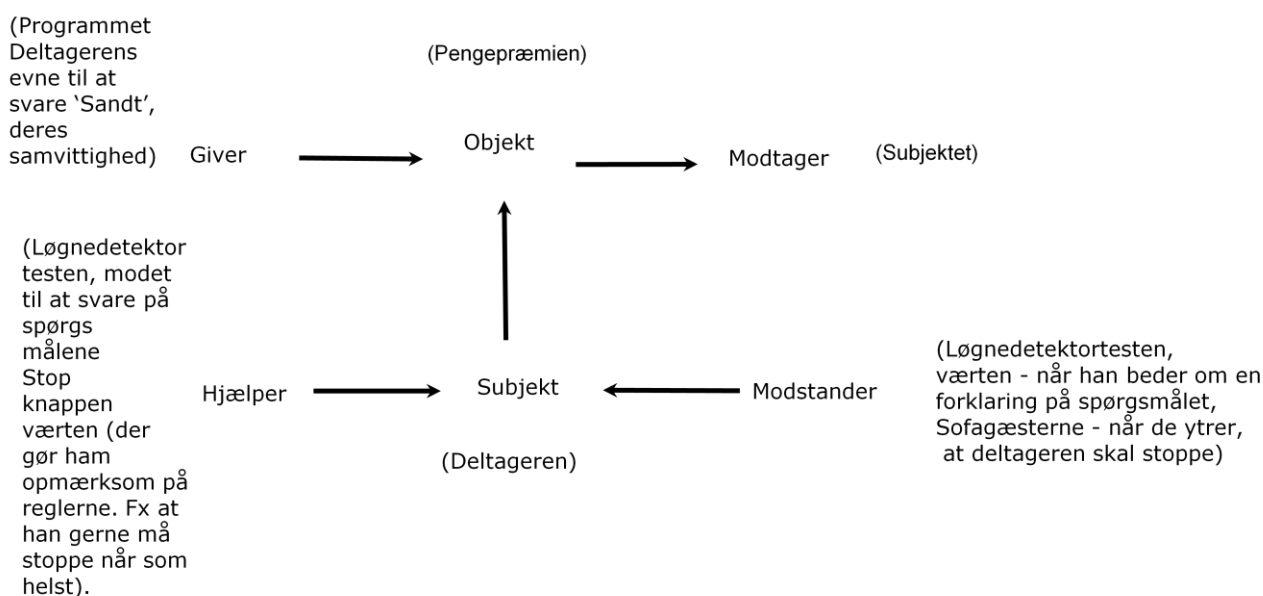
“De nye tendenser i underholdning spiller på, at fremvise den befriende, men ikke altid behagelige sandhed om den virkelighed og de sider af os selv, vi alle kender, men ikke vil se i øjnene og ikke gerne vil kendes ved offentligt”.

[Harms Larsen: 2007:344]

Det er som oftest også følelses-tvs fokus at vise denne ‘sandhed’, som ligger i den private sfære og trække den hen under mediernes spotlys, hvilket bliver specielt synligt i Sandhedens Time.

Dette tv-program er opbygget som et reality-gameshow, der udspiller sig i et studie, med en quizvært og et publikum. Der optræder en deltager af gangen, hvilken i mit udvalgte program hedder Allan, som bliver placeret i ‘den varme stol’ foran værten. Dette er altså gameshowets setting. Den medvirkende har forinden selve optagelserne taget en løgnedektortest i 50 spørgsmål om sig selv og på baggrund af disse svar, er der blevet udvalgt 21 spørgsmål. Alle 50 spørgsmål omhandler deltageren selv og kan omhandle holdninger eller adfærd fra fortiden. Spørgsmålene er alle af intim karakter, som fx i spørgsmål 3, hvor der spørges til, om deltageren, Allan, er tilfreds med størrelsen på hans penis [Bilag 2:00:14:25] eller spørgsmål 18, hvor der spørges til, om han har været sin kæreste utro [Bilag 2:00:59:44]. En komplet liste over programmets spørgsmål findes i Bilag 6. Der er altså på indholdssiden i programmet et fokus på det intime og at bryde med hverdagen. Deltageren skal svare sandt eller falsk de 21 spørgsmål, og besvarelserne af spørgsmålene skal stemme overens med løgnedektorens resultater, for at de kan komme videre i gameshowet mod de 500.000 kroner, som er hovedpræmien. Gameshowet er inddelt i blokke med tre spørgsmål op til et beløb, der stiger efter hver blok. Den første blok har 6 spørgsmål og stopper ved 25.000 kr, og dette beløb er deltageren garanteret uanset forløbet i gameshowet. Efterfølgende øges værdien af hver blok op til 500.000 kroner med et mindre antal spørgsmål. Deltagerne kan når som helst vælge at stoppe og tage den mængde penge, han er nået til, hvis blot han gør det, inden det næste spørgsmål stilles. Registrerer løgnedektoren et andet svar end det, deltageren har svaret, vinder deltageren kun de 25.000 kroner uanset, hvor langt denne er nået i spillet. Udover publikum er der desuden en udvalgt gruppe fra deltagerens omkreds i studiet, som er placeret i en sofa et stykke væk fra værten og deltageren. Disse er ofte familie, kæreste eller venner. Sofagæsterne har

muligheden for at stoppe spillet og trykke på *stopknappen*, hvis de ikke ønsker at høre svaret på et bestemt spørgsmål [Bilag 2:00:17:00]. Trykker de på knappen, bliver spørgsmålet erstattet af et andet. Det udvalgte program kan findes i Bilag 2. Ud fra dette oprids af Sandhedens Time, kan jeg opstille følgende aktantskema:



Subjektet er deltageren selv, der søger objektet - pengepræmien og dermed også bliver modtageren af det. Hjælperen er løgnedetektoren, der kan illustrere, at deltageren taler sandt eller falsk og fungerer dermed som en facilitator for deltagerens svar. Stopknappen og sofagæsternes brug af denne udgør desuden en hjælper funktion, da sofagæsterne kan hjælpe deltageren videre i gameshowet, hvis de formoder at et spørgsmål vil blive svært for deltageren at besvare. Enten i forhold til deltagerens ønske om at offentliggøre svaret i programmet eller fordi de ikke selv ønsker at kende svaret. Disse kan desuden have den modsatte aktantfunktion som modstander, hvis de ytrer, at deltageren skal stoppe, og denne selv ønsker at fortsætte mod en højere pengepræmie. Værten bliver ligeledes en hjælper, der gør deltageren opmærksom på valgmulighederne i gameshowet. Eksempelvis når deltageren har mulighed for at stoppe. Værten har samtidig en modstander aktantfunktion, hvis denne ønsker en forklaring på et svar, som kan gøre vejen mod den højeste pengepræmie sværere, da han må forklare sine sandheder. Giveren er selve programmet, samt deltageren selv og dennes evne til at forudse løgnedetektorens registrering af hans svar som sandt eller falsk sammenlagt med deltagerens samvittighed til at fortsætte i gameshowet.

Sandhedens Times Plot

Med baggrund i Sandhedens historieskema, ser jeg dette program som havende et underholdningsplot, der ligesom Paradise Hotel består af et kunstigt handlingsforløb, hvilket opererer under en underholdningskontrakt. Sandhedens Time er også et konkurrenceplot - hvem vinder? I den forbindelse påpeger Jerslev, at man i de nye reality-gameshows ikke kun kæmper mod andre, men også mod sig selv:

“Der er en tendens til, at spilelementet knyttes mere og mere til deltagernes krop og psyke og ikke deres faktuelle viden”.

[Jerslev 2004:43]

Der hersker desuden et dilemmaplot i programmet, som Harms Larsen beskriver som:

“Dilemma (hvad skal jeg vælge): spændingen om udfaldet af et påtvunget valg mellem lige ubehagelige eller attraktive handlemuligheder”.

[Harms Larsen 2007:367]

Deltagerne skal hele tiden vælge mellem at svare på spørgsmålene og vinde goden- pengene, men dermed indrømme en sandhed, der kan få konsekvenser for deres privatliv eller stoppe mens legen er god og dermed vinde godet - at værne om privatlivet samt relationen til sofagæsterne.

Berettermodellen

Jeg vil her lave et oprids over Sandhedens Times handlingsforløb for at redegøre for konflikterne og højdepunkterne i programmet, der kan demonstrere programmets spændingsforløb, som de forekommer i berettermodellen.

Anslaget forekommer i begyndelsen af programmet, hvor et speak beretter: *“Sandhedens Time i aften. Allan Dam er klar til at afsløre sine hemmeligheder”*. [Bilag 2: 00:06:54]. **Præsentationen** lyder efter værtens præsentation af programmet, og deltageren introduceres i en sekvens, hvor deltageren ses blive tilkoblet til løgnedetektoren, mens der høres et speak, der omhandler deltageren. I mit udvalgte program, lyder præsentationen således:

“Allan Damer er 23 år og fra Hvidsbæk ved Padborg. Her bor han sammen med Lene, som han har været kærester med i et år. Allan er uddannet autolakerer, men arbejder nu på et slagteri. Hans venner siger, han er god til at snakke med folk. Men nu hjælper det ikke, at have talegaverne i orden. Nu er det kun sandheden, der tæller”.

[Bilag 2:00:08:32]

Herefter ankommer Allan til studiet, og han bydes velkommen samtidig med, at hans familie og kæreste i den røde sofa introduceres [Bilag 2:00:08:54]. Heri sker **uddybningen**, hvor seeren får yderligere information om Allan og hans familie, som skal bevidne sandheden under programmet [Bilag 2: 00:09:58]. Seeren gøres altså opmærksom på, at sandheden skal fortælles for Allans

familie såvel som dem. **Point of no return** sker, da det første spørgsmål stilles. Allan kan ikke længere undgå konflikten mellem at fortælle sandheden eller stoppe med at spille. Dette spændingsløft sker hver gang, et spørgsmål stilles. **Konfliktoptrappingen** sker gradvist gennem hvert spørgsmål samt med værtens kommentarer til spørgsmålene. I netop dette program er første halvdel af spørgsmålene koncentreret om Allans lillebrors stofmisbrug i spørgsmål 12: *“Føler du, at din lillebror og hans problemer med stoffer, har ødelagt meget i jeres familie?”* [Bilag 6] og Brians eget spørgsmål til Allan: *“Elsker du mig stadig?”* [Bilag 6]. Herefter bliver det afsløret, at Allan selv har taget stoffer, været pusher og godt vil kunne finde på at pushe igen [spørgsmål 14-16]. **Klimaks** indtræffer da Allan svarer ja til at ville pushe igen. Dette begrundes jeg i at denne ‘sandhed’ står i et kontrastforhold til Allans besvarelse af spørgsmål 12, der omhandlede Allans bekymring og afstandtagen til sin lillebrors eget stofmisbrug. Værten har som følge heraf en meget direkte konfrontering med Allan:

Vært: Har du set, hvad stoffer gør ved mennesker?

Allan: Ja. Det er ikke sundt.

Vært: Nu tænker jeg på din lillebror for eksempel.

Allan: Ja, det har jeg.

Vært: Og så kunne du alligevel godt finde på at vende tilbage til.

Allan: Selvfølgelig, det skulle være absolut nødvendigt, altså.

Vært: Altså din mor taler om, det er noget, det har vi lagt bag os.

Allan: Det skal meget til før jeg ville.

Vært: Sædvanligvis siger man jo, du ved, man bliver klogere med tiden og sådan noget ikke. Men jeg kan høre, at der er en undtagelse her.

Allan: Ja. Men der er penge i det jo.

Vært: Så du sætter, hvad skal man sige, griskhed eller begærligheden over, det det gør ved mennesker?”

[Bilag 2:00:53:35]

Udtoningen sker, da Allan bestemmer sig for at stoppe [Bilag 2:01:01:46]. Publikum klapper og rulleteksterne demonstrerer, at programmet er slut.

Den dramaturgiske fremdrift

Hvis jeg kigger på spørgsmål 1 ‘Har du dyrket sex på dine forældres spisebord’ til spørgsmål 18 har du været din kæreste, Lene utro, med din kæreste Marlene? er der en væsentlig stigning i graden af intimitet. Den første får publikum til at le, mens den sidste kan få konsekvenser for Allans liv, når gameshowet er ovre [Bilag 6]. I Sandhedens Time er der ikke fremdrift gennem deltagerens udvikling ligesom i Paradise Hotel, men gennem forventningen om, hvad det næste spørgsmål og svar vil være. Det er det, Harms Larsen kalder retorisk fremdrift:

“En fremdrift der har information som omdrejningspunkt, et ønske om viden som drivkraft og en afklaring af sandhed som mål”.

[Harms Larsen 2007:376]

Hvis jeg oversætter den amerikanske titel direkte til dansk får vi sandhedens øjeblik (The moment of Truth). ‘Sandhedens øjeblik’ er et begreb, der i den dramaturgiske litteratur betegnes som:

“(...) et punkt i et begivenhedsforløb hvor det, der indtil da har været holdt skjult eller været uafklaret og betvivlet, nu omsider kommer frem i lyset og bliver afsløret og afgjort”.

[Ibid:153]

Netop disse øjeblikke er Sandhedens Times fremdriftskomponent, og det som bærer programmet frem. Der foregår en vekselvirkning mellem merviden og vidensmangel, der driver programmets handling frem. Seeren har merviden fra begyndelsen af programmet via speak og klip fra kommende spørgsmål. Disse forekommer ligeledes inden og efter hver reklamepause [Bilag 2:00:42:53]. Seeren ved altså mere, end hvad programmets lineære dramaturgiske plot afslører. Dette lille blik ind i fremtiden har til hensigt, at få seeren til at blive hængene på kanalen, men programmet holder stadig udfaldet af programmet tæt ind til kroppen, og dermed drives plottet også frem af vidensmangel i forhold til konfliktens endelige udfald. For seeren, der kender programmet, bliver det hurtigt klart at værtens oplæg inden et spørgsmål relaterer sig til det næste spørgsmål. Eksempelvis, da værten spørger Allans mor:

Vært: Vil du ellers mene, at Allan er en god dreng?

Gritt: Det er han.

Vært: Okay Alan her kommer dit femte spørgsmål:

Har du nogensinde stjålet din mors dankort?

Allan: Ja.

[Bilag 2:00:17:35]

I spørgsmål 8 bliver Allan spurgt, om han har stjålet maling fra sin tidligere arbejdsplads.[Bilag 2:00:36:12] Her træder Allans tidligere chef ind i studiet og stiller Allan spørgsmålet direkte. Den afstand, som Allan kunne føle til spørgsmålet, fordi det netop er en vært, der stiller det og ikke de implicerede selv, som i nogle af de andre spørgsmål, formindskes derved. I mødet med Allans Chef øger Sandhedens Time niveauet af intimitet, ved at indhente chefen i programmet. Da Allan ikke længere arbejder som autolakør, har hans svar ikke en direkte konsekvens - han er allerede blevet fyret. Men da chefen træder frem i fysisk form, bliver det et sandhedens øjeblik, hvor modtageren af svaret er direkte til stede og kan stille Allan til ansvar for 'sandheden'. Det samme forekommer ved spørgsmål 13, da Allans lillebror spørger, om han stadig elsker ham [Bilag 2:00:40:57].

Programmets fremdrift er altså bygget op omkring svarene, der giver indblik i Allans backstage område.

De bærende karakterer

Deltageren

Deltagerne er forskellige fra gang til gang, og dermed udskiftes den bærende karakter imellem hvert program. I begyndelsen af hvert program vises en sekvens, hvor seeren ser billeder af deltageren, mens denne kobles til løgnedektortesten. Herigennem får seeren en præsentation af hver deltager, inden selve quizen begynder via et speak. Dette er de første oplysninger, seeren får, og som de kan danne første indtryk af ugens bærende karakter ud fra. Den bærende karakter beskrives af Harms Larsen som en karakter, publikum skal kunne føle empati eller sympati for. Jeg tvivler dog på, at alle seere, vil finde sympati for deltageren Allan, når han fx svarer sandt på spørgsmål 16 om, at han ville pushe stoffer igen [Bilag 6]. Sympatien for deltageren vil måske i højere grad relatere sig til hans mod til at deltage, men jeg formoder, at den overordnet vil placeres hos sofagæsterne, der må lægge øre til sandhederne.

Sofagæsterne

I sofaen sidder Allans kæreste Lene, hans lillebror, Brian og hans mor, Grit. Disse inddrages løbende i programmet med en hjælper aktantfunktion eller en modstander aktantfunktion. Sofagæsterne tilstedeværelse frembringer samtidig muligheden for at seeren kan føle empati og medfølelse for dem, da de må lægge øre til sandhederne. Således har vi Allan som en antihelt, og sofagæsterne som i højere grad er dem seeren formodes at sympatisere med og etablere en eventuel følellespagt med. Fx da Allan fortæller, at han synes, at hans x-kæreste Marlene er pænere end hans nye kæreste, Lene [Bilag 2: 00:57:35].

Værtens rolle

Stand- up komikeren, Lars Hjortshøj, er værten, der forklarer reglerne og stiller spørgsmålene til deltageren. Han får dermed en hjælper aktantfunktion, talerørs karakterfunktion, samt en medoplever karakterfunktion, ligesom værten på Paradise hotel, som udtaler det, seeren kunne formodes at tænke. Fx da Allan afslører i spørgsmål 15 [Bilag 6], at han har været pusher, ytrer værten sig således:

“Men alligevel, når en mor får at vide, at hendes søn har været pusher. De er vel ikke det mest strålende øjeblik?”.

Svarer Gritt:

“Det er det helt sikkert ikke”.

[Bilag 2:00:53:09]

Værten sørger på denne måde for, at deltageren bliver stillet til regnskab for sit svar, hvis ikke gæsterne i sofaen har en kommentar. Værten besidder samtidig den fortrolige karakterfunktion for både sofagæsterne og deltageren selv og spørger ind til deres tanker og følelser efter et spørgsmål

[Bilag 2 00.19.15]. Værtens rolle er derfor at sikre det største pay-off for seeren, så denne ikke bliver snydt for en konfrontation med sandheden.

Den parasociale relation

Lars Hjorthøj er samtidig en 'persona', dvs. en som seeren føler de kender gennem den parasociale interaktion mellem mediet og seeren [Horton og Wohl:28]. Deltagerne udskiftes mellem hvert afsnit, og derfor når seeren kun at opbygge et forhold til dem gennem den time programmet varer. Det er derfor op til værten at skabe fortrolighed med seeren og derigennem skabe en intimitet på afstand. Lars Hjorthøj vender sig flere gange direkte mod kameraet/seeren og fortæller, at nu er det tid til en reklamepause. Han tiltaler dermed seeren direkte i et forsøg på at gøre afstanden mindre fra studie til virkeligheden bag skærmen og samtidig skabe en fornemmelse af liveliness [Bilag 2:00:07:27], [Horton og Wohl 1997:30].

Lars Hjorthøj er stand up komiker og har deltaget i mange komiske sammenhænge fx komedieserien 'Lang fra Las Vegas' (TV2 Zulu) og 'Klovn' (TV2). Han er dermed kendt fra en kontekst, hvor humor er i centrum, og det kan måske have indflydelse på den opfattelse, seeren har af programmet som underholdning og noget, der kan grines af. Horton og Wohl skriver om personaen:

"Personaen kan betragtes af sit publikum som ven, rådgiver, trøster, rollemodel: men ulig virkelighedens fjæller har han det fortrin at han er standardiseret i overensstemmelse med <<opskriften<< på hans figur (...)".

[Horton og Wohl 1997:28]

Det kan derfor måske være svært at tage alvorligt, når Lars Hjorthøj kigger strengt ud over sine briller og stiller deltageren til regnskab for sine sandheder. Han kendes af seerne som stand-up komikeren og ikke som facilitator for sandt og falskt eller som moralens vogter. Hans optræden i Sandhedens Time stemmer altså ikke overens med den relation, han ellers har til seeren, som Horton og Wohl mener et vigtigt element for personaen for at skabe illusionen af fortrolighed [Horton og Wohl 1997:29]. Denne parasociale relation kan måske, netop for sandhedens Time, bevirke at ødelægge den alvorlighed, der tilsyneladende tillægges programmet, og derigennem ødelægge intimiteten fordi man husker værten fra komiske sammenhænge. Lars Hjorthøj optræder i disse sammenhænge som sig selv i tv serien Klovn og som stand-up komiker, dette kan så tvivl om, hvorvidt han spiller en rolle i Sandhedens Time eller optræder som sig selv. Er han sand eller falsk?

Publikums rolle

Modsat de andre to case-programmer er der i Sandhedens Time et publikum, der reagerer på deltagerens svar og tale. Publikum kan siges at have en hjælperfunktion lig værtens rolle i forhold til afkodningen af programmet. De støtter altid op om deltagerens svar, da de uden undtagelse, dog formodentlig på opfordring, altid klapper, når der bliver svaret 'sandt' på et spørgsmål.

Publikum er altså en form for emotionsregulator, der kan siges at yde en hjælp til den ønskede emotionsfremkaldelse hos seeren. Nu skal der klappes af deltageren, nu skal der grines. Eksempelvis da Allan udtaler, at han mener, der er flere måder at tage stoffer på. Hertil spørger værten, om han så er den elegante stofmisbruger, hvorefter publikum ler [Bilag 2: 00:50:55]. Publikums klap og grin er samtidig medvirkende til at demonstrere, at underholdningskontrakten gælder her - seeren behøver åbenbart ikke tage det for seriøst, at Allan er stofmisbruger.

De bærende værdier

De bærende værdier er dem, der fremgår tydeligt igennem en historie. [Harms Larsen 2003:24]. Som det fremgår af titlen, er der et kontrastforhold mellem de to værdier sandhed overfor løgn. Der er dog både positive og negative subværdier indlejret i sandheden og løggen. Deltageren kan fx vælge ikke at fortælle sandheden og stoppe gameshowet, hvilket Allan gør med disse ord:

*“Allan: Jeg kan tage hjem og beholde kæresten og 200.000, og det er det, jeg vil. Så det gør jeg.”
Vært: Det har jeg respekt for”*

[Bilag 2: 01:01:46]

Her bliver det altså fremhævet som noget positivt ikke at ville fortælle alt, hvad løgnedektortesten måske ville have afsløret. Sandheden kan også koste, fx når Allan må tilstå, at han synes, hans lillebror har ødelagt meget i deres familie, fordi han har taget stoffer [Bilag 2: 00:38:54, Bilag 6: spørgsmål 8]. Dog udtaler værten kontinuerligt til sofagæsterne, om de svar Allan giver, at: *“Nu ved du det i hvert fald”*. [Bilag 2:00:32.02, 00:32:20], hvilket jeg tolker som, at værten fremhæver det at fortælle sandheden som noget positivt.

Den bærende ide

Sandhedens Time bliver betegnet som Chock-tv i en artikel om en ny tv-tendens, der har til hensigt at chokere [Bilag 9]. Jeg finder denne betegnelse meget rammende for Sandhedens time. Det er tv, der har til hensigt at chokere seeren, hvilket bliver tydeligt, når jeg betragter dets bærende ide som et samlet udtryk for de bærende værdier. Den bærende ide kommer helt eksplicit til udtryk i værtens tale i begyndelsen af programmet:

“Velkommen til programmet, hvor ærlighed betaler sig. Det her er Sandhedens Time”.

[Bilag 2:00:07:27]

Jeg betragter præmissen for gameshowet som en dobbeltpremis; Sandhed betaler sig, men sandheden koster. Det er i spændingsforholdet mellem denne dobbelthed i præmissen, at fremdriften sker, og deltageren må hele tiden overveje omkostningerne af sandheden, inden denne vælger at fortsætte i gameshowet. Hvad er sandheden værd? Spørgsmålene er alle af intim karakter, og heri ligger bruddet med hverdagen, som Jerslev betragter som et typisk træk ved følelses-tv jf. 'Det følelse tv'.

Hvorfor se Sandhedens time?

Jeg mener, at Sandhedens Time hovedsagligt vil fremkalde negative emotioner hos seerne, hvilket jeg ser på flere niveauer.

På et metaplan ser jeg en mulighed for, at programmet kan vække negative emotioner over for det, at deltageren overhovedet vælger at deltage, samt er villig til at fortælle private informationer fra sit backstage område. Hertil hører måske en afsky over deltagerens griskhed - at denne vil gøre alt for penge. Dette er dog ikke kun karakteristisk for Sandhedens Time, men for mange følelsesbaserede reality-tv koncepter.

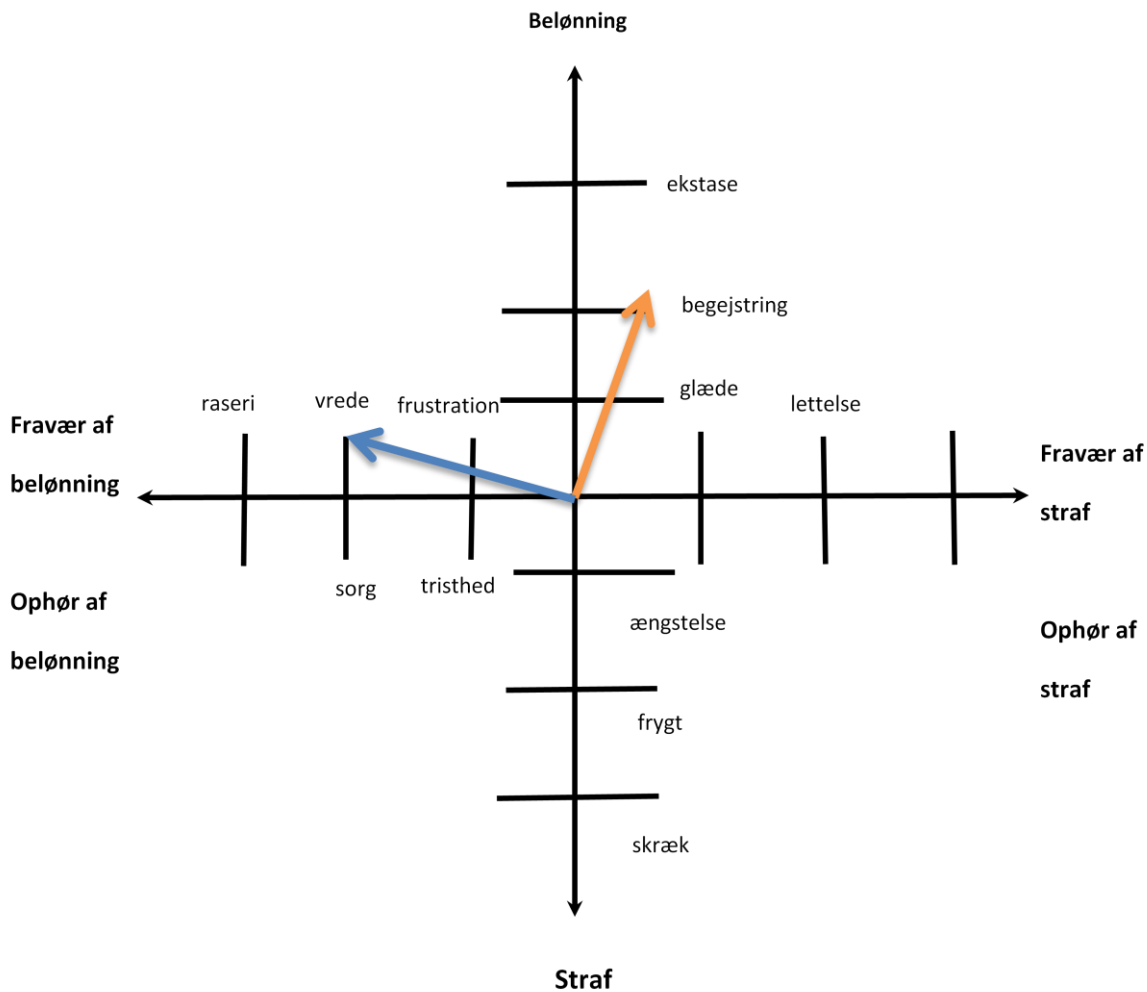
I henhold til de to bærende værdier kan der opstå negative emotioner, som en respons på at deltageren har valgt at lyve eller hemmeligholde oplysninger for sofagæsterne. Et eksempel er, at Allan har stjålet sin mors dankort uden hendes viden [Bilag 2:00:19:23]. Et andet eksempel er det, at han valgte at lyve om, at han var blevet fyret for sin familie og kæreste [Bilag 2:00:32:34]. Seeren kan samtidig føle negative emotioner over selve de handlinger og holdninger deltageren italesætter i løbet af programmet. Eksempelvis Allans afsløring af, at han er parat til at blive pusher igen, hvis han skulle mangle penge [Bilag 2:00:54:44].

Ifølge Frijdas lov om Hedonic asymmetry jf 'Emotioner of følelser', kan det måske vise sig at være en fordel at appellere til disse negative emotioner, da de har en længere varighed. Man husker bedre de negative emotionstilstande end de positive. I den forbindelse nævner Jantzen og Vetner, at negative emotioner ikke nødvendigvis giver en samlet negativ oplevelse, hvis blot det er hensigten med oplevelsessøgningen [Jantzen & Vetner 2008:5] For eksempel, når seeren ser en gyserfilm, vil denne netop ønske at blive bange, for at oplevelsen bliver evalueret som positiv. Det er programmets præmis, at sandhederne skal på bordet, og de skal koste, - dvs. de skal kunne forarge. Det er som nævnt chock-tv, og derfor vil denne negative sindstilstand formodentlig også være det, seeren opsøger som oplevelse, når denne vælger at se programmet.

Sandhedens Time sætter fokus på moral og selvom nogle seere vil blive forarget over deltagerens handlinger, vil der sikkert også være seere, der har udført den samme adfærd som deltagerne selv. Da der ikke reflekteres over deltagerens handlinger og ikke bliver givet syndsforladelse til deltageren igennem programmet, tilbyder programmet ikke direkte en lære om, hvordan man bør gøre. Det sætter blot fokus på tabuer som fx stoffer og utroskab, der for seeren, der har de samme sandheder på samvittigheden, kan give dem en socio-oplevelse i, at der er andre som dem eller måske ligefrem en lettelse i, at der er nogen, der er værre end dem en. Det kan derfor måske også virke befriende at få bekræftet, at andre har udlevet det samme som en selv. Sandhedens Time pendler dermed mellem et moralsk perspektiv overfor et amoralsk perspektiv. Er seeren god til at gætte på, hvad deltageren har gjort, kan det give seeren en *ego-oplevelse* af at blive bekræftet i at være en god menneskekender. Der kan for alle programmerne ligge en socio-oplevelse i at se og debattere om programmet.

I mit caseeksempel vinder Allan 200.000 kr, og i netop dette program betaler sandheden sig - i

kontanter i hvert fald. Det kan måske for nogle seere, der ikke bifalder den adfærd, som Allan har bekendt at have udført, give dem en følelse af skuffelse eller frustration, da Allan ikke bliver straffet for sine 'synder'. Værten siger som afsluttende bemærkning til Allans valg om at stoppe: "*respekt for det*", og i den forstand at Allan har fortjent pengene for sin ærlighed [Bilag 2:01:02:01]. I andre programmer er deltagerne gået derfra med 25.000 kroner med indrømmelser om at have været utro mv. som måske i højere grad giver en værdimæssig oplevelse hos seeren om, at deltageren fik, hvad de fortjente for deres ugering - dvs. en form for skadefryd i form af begejstring over deres tab af pengepræmien i gameshowet. Omvendt kan seeren også føle frustration over, at deltageren stopper, da seeren derved ikke får alle sandhederne at vide. Med baggrund i disse tanker placerer jeg Sandhedens Time på følgende måde i Rolls diagram:



Opsamling

Som i Paradise Hotels indeholder også Sandhedens Time en dramaturgiske konstruktion, hvor der i selve den bærende ide, og værdierne i programmet ligger et fundament for flere intimitetsstrategier, der har som hensigt at tale til følelserne og iscenesætte deltagerens backstage adfærd. Programmet opstiller nogle konkurrenceregler, der betyder, at deltageren må udlevere sider fra sit privatliv som en direkte konsekvens af at deltage. Disse omhandler ofte adfærd, som har en relation til sofagæsterne, og hvis de eller publikum ikke reagerer på svaret, skal værten nok sørge for at spørge ind til, hvad familien føler. Programmet indeholder desuden et værdisæt, der balancerer mellem sandt og falsk som to helt grundlæggende værdier, mennesker opfører sig med baggrund i. Man må ikke lyve - men man må heller ikke gøre andre kede af det. Jeg mener ikke, at programmet i udbredt grad søger at etablere en følelsepagt med seeren. Pagten eksisterer dog som en mulighed, og kan etableres afhængig af sofagæsternes emotionelle reaktioner på deltagerens sandheder. Samlet set trækker Sandhedens Times intimitetsstrategier på at skabe en chockeffekt eller forargelse over sandhederne i sig selv samt over at deltagerne udleverer intime sider fra deres backstage område for penge.

Velkommen til Jagten på gnisten

Dette program er udviklet i Danmark af produktionsselskabet STV og blev vist første gang på TV2 i foråret 2009. Der blev vist 8 programmer. Som i Sandhedens Time er programmerne opbygget ens med samme bærende ide og overordnet handlingsforløb, men med forskellige deltagere samt konflikter fra program til program. Jeg har igen udvalgt et tilfældigt program som repræsentant for hele programserien, da programmernes dramaturgiske forløb forekommer nogenlunde ens. Dette er program 6, hvilket er vedlagt i bilag 3.

Programmet bliver hovedsageligt optaget i parrets eget hjem, og seeren får dermed adgang til det fysiske sted, hvor problemerne udspiller sig og derfor ikke i et konstrueret miljø som i de to foregående programmer. Programmets setting er dermed med til at skabe det intime møde med seeren.

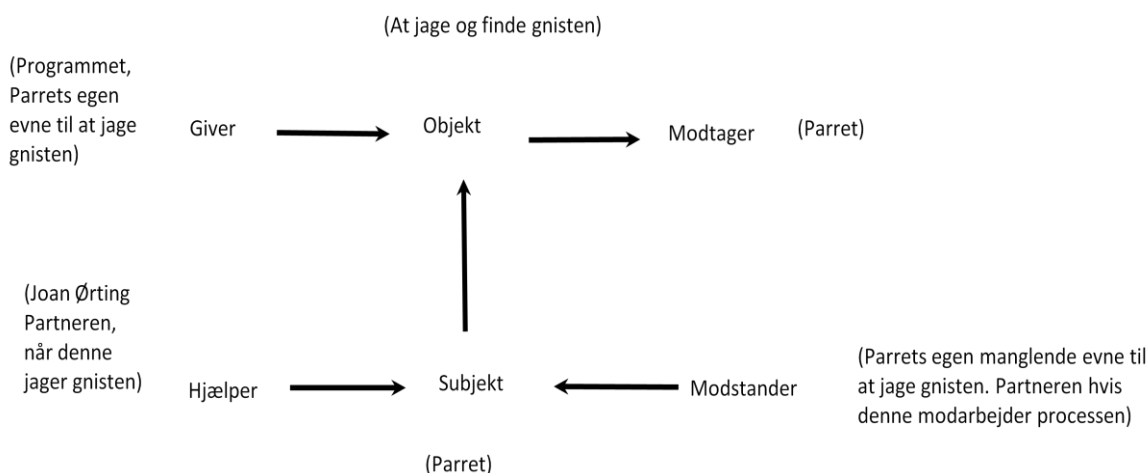
Jagten på gnistens historieskema

I starten af hvert program introduceres det overordnede handlingsforløb i Jagten på gnistens via et speak, der lyder således:

“Joan Ørting er seksolog og kognitiv terapeut, og hun er på mission for at redde danskernes parforhold. Familierne er blevet overvåget med overvågningskameraer, så Joan kan finde frem til, hvad der ligger bag deres problemer, inden hun møder dem. Joan rykker ud i sin autocamper. I løbet af tre døgn vil hun hjælpe parret med at genfinde gnisten i deres forhold. De to første døgn isoleres mand og kvinde på skift i autocamperen, så Joan kan arbejde med dem hver for sig (...) På tredje dagen genforenes parrene“.

[Bilag 3:00:06:21]

I mit udvalgte program hedder parret Mette og Michael. Joan Ørting arbejder første dag med Mette og anden dag med Michael, hvorefter de genforenes. Ud fra dette overordnede historieførløb bliver aktantskemaet en smule anderledes end de to foregående programmer, da objektet i denne reality-dokumentar ikke er en pengepræmie men derimod gnisten og kærligheden. Aktantskemaet for Jagten på gnisten ser således ud:



Subjektet er parret, der ønsker det fælles objekt at jage og genfinde gnisten i deres parforhold, som de derved bliver modtager af. Hjælperen er Joan Ørting og den anden partner, der også må jage gnisten, for at objektet kan nås af dem begge. Modstanderen er parrets manglende evne til at jage gnisten og udføre de opgaver, som Joan stiller dem. Den anden partner kan ligeledes blive en modstander, hvis denne modarbejder processen. Giveren er programmet samt parrets evne til at søge objektet og udføre Joans opgaver.

I Jagten på gnisten kan deltagerne ikke vinder penge i kraft af deres deltagelse. Jeg må formode, at de har meldt sig for at genfinde kærligheden, og denne handling danner grobund for at kunne vække medfølelsen. Mettes tilbageholdelse af sine følelser, fordi hun var bange for at Michael skal gå fra hende, bliver en lidelseshistorie, hvor medfølelsen og empatien er helt afgørende for, om seeren kan engagere sig følelsesmæssigt i parrets historie og danne følelsepagten.

Jagen på gnistens plot

Plottet er som i de to andre programmer et underholdningsplot, der er konstrueret, men programmets setting er ikke kunstigt, som studiet i Sandhedens Time eller i de solrige omgivelser på Paradise Hotel, men foregår i parrets eget hjem og omgivelser. Handlingsforløbet er kun delvist konstrueret, da produktionsholdet på sin vis dokumenterer Joan Ørtings arbejde som parkonsulent. Produktionsholdet har dog stadig tilrettelagt programmet over netop tre dage med et bestemt forløb, og dermed bliver handlingsforløbet stadig kunstigt om end i mindre grad end i Paradise Hotel og Sandhedens Time. Harms Larsens har opstillet en række mulige underholdningsplot, som reality-programmer typisk trækker på, hvoraf jeg betragter dette som et dilemma underholdningsplot - skal man blive sammen og jage gnisten eller lade den brænde ud? Eller som Joan Ørting udtrykker det - ud af tomgangen og ind i kampen [Bilag 3:00:10:56].

Berettermodellen

Jeg vil her kort skitsere programmets spændingsbue med berettermodellens forskellige elementer.

Speaket, der introducerer programmets handlingsforløb udgør **anslaget**, der introducerer programmets bærende ide [Bilag 3:00:06:21]. **Præsentationen** gives dels af speaket, der introducerer parret [Bilag 3:00:07:10], samt da Joan Ørting ankommer hos Mette og Michael, og de har en fælles samtale om, hvorfor de har brug for hjælp. Under denne samtale **præsenteres** problemet, som Mette italesætter det, at de ikke taler sammen, og at der mangler liv i deres forhold. Parrets forhold fungerer ikke, og det vil de gerne ændre på, da de skal giftes. Konflikten bliver hermed skitseret, og Joan Ørting skal nu prøve at finde ind til den dybere konflikt. [Bilag 3:00:08:51]. Michael sendes ud i autocamperen, og Joan Ørting skal nu arbejde med Mette den første dag. Konflikten nuanceres og klargøres for seeren i **uddybningen**, da Joan Ørting og Mette taler sammen, mens Mette får en makeover hos en frisør. Mette fortæller, hun har haft en depression og bryder i gråd [Bilag 3:00:19:56]. Programmets **point of no return** sker, da Mette taler igennem kameraet i soveværelset ud til Michael i camperen og tager sin ring af med ordene: *“Og du skal vide, at jeg elsker dig. Men jeg vil ikke giftes for enhver pris”*. [Bilag 3: 00:24:10]. Konflikten udfald er altså endnu uvist. Som Mette siger, har hun en masse at miste, nu da hun ved, hvad hun kæmper for [Bilag 3:00:23:31] Om morgnen bytter parret plads. Mette går ud i autocamperen, og Michael skal tilbringe dagen med Joan Ørting. Michael bruger dagen på at arbejde på at blive bedre til fortælle, hvordan han føler. **Konfliktoptrappingen** indledes af Joan Ørting med ordene:

(...) han er parat til at kæmpe, at han er parat til at gøre hvad som helst for at vinde hende tilbage, og han har kun i dag”.

[Bilag 3:00:27:30]

Konfliktoptrappingen sker videre gennem en række øvelser, Joan Ørting laver med ham blandt andet i kirken, hvor de to skal giftes. Den tredje dag, genforenes parret i omfavelse og tårer, der bliver forløbets **klimaks** [Bilag 3:00:40:11]. **Udtoningen** sker, da Joan kører væk i sin camper og et speak fortæller seeren, at de to faktisk blev gift [Bilag 3:00:45:44].

Den dramaturgiske fremdrift

Spændingen skabes i Jagten på gnisten på baggrund af de to modstridende positioner. At genfinde gnisten eller at gå fra hinanden. Fremdriften sker samtidig gennem en vekselvirkning mellem vidensmangel og merviden. Seeren har vidensmangel i forhold til konfliktens afvikling, samt hvorvidt det vil lykkes parret i samarbejde med Joan Ørting at genfinde gnisten og for Michael og Mettes tilfælde at blive gift. De mange sekvenser, hvor både Joan, Mette og Michael udtaler sig til kameraet gennem første person henvendelse, skaber dog også en fremdrift af merviden. Vi ved ikke, om Joan fortæller sine observationer til Mette og Michael, men vi ser i hvert fald ingen

sekvenser, hvor hun gør det. Derfor får seeren mere viden om, hvad Joan mener, der skal ske, for at konflikten afløses med en lykkelig genforening. Det sker fx, når hun udtaler at:

“Altså man er jo ikke rigtig lykkelig som kvinde, hvis man ikke får opmærksomhed. Hun har jo gået i masser af år nu og ikke fået opmærksomhed. Nu får hun det med sit mørke hår og sine store øjne”.

[Bilag 3:00:20:32]

Speaket bliver samtidig en mervidenskomponent, der fortæller på et niveau af viden, der ligger over den viden, Joan formidler, da det formodentligt er speaket efter programmerne er optaget. Fx udtaler speakeren:

“Joan har observeret, at kommunikationen især går skævt, når Michael kommer ind ad døren”.

[Bilag 3:00:14:32]

Seeren får hermed en viden, som Joan ikke har overleveret til Mette endnu, på det tidspunkt vi ser handlingsforløbet udfolde sig, hvilket betyder, at programmet ikke trækker synderligt på elementet om liveliness.

I kraft af at konflikten omkring plottet ligger i et dilemma, bliver det samtidig en nødvendighed, at parret skal udvikle sig i løbet af de tre dage, for at de kan nå deres objekt. Jeg betragter derfor samtidig plottet som karakterdrevet, frem for plottet, da det er karakterernes udvikling, som handlingsforløbet er bygget op omkring [Harms Larsen 2003:30]. Mettes udvikling ekspliciteres, da hun tager sin ring af midt i programmet og sår tvivl om, hvad konflikten skal ende med, og Michael udvikler sig, da han står i kirken og får talt om sine følelser for Mette, hvilket han ellers aldrig gør [Bilag 3:00:34:10, 00:33:22]

Programmet er ligeledes opbygget omkring transformationen fra separation til genforening. Heri ses bruddet med hverdagen. Samtalerne i programmet er ikke præget af smalltalk om haven og vejret, men af store følelsesudbrud fx, da Mette giver sig til at græde hos frisøren [Bilag 3:00:18:16]. Her tales der til sentimentaliteten, som Fijda benævner som et stærkt element af følelsesmæssig involvering. Det er det, som sker, når Mette og Michael genforenes i Jagten på gnisten. Seeren har tidligere bevidnet Mette tage sin ring af, og frem til genforeningen er seeren stadig uvidende om, hvorvidt genforeningen får et lykkeligt udfald.

De bærende karakterer

De bærende karakterer i dette afsnit af programrækken er parret Mette og Michael. De to bliver de bærende karakterer, da det er dem, der må udleve handlingsforløbet og overkomme konflikten. Det er hos den bærende karakter, at seeren kan placere sin sympati eller empati, og her er altså en repræsentant fra hvert køn med hver deres optik på konflikt og objekt.

Værtens rolle

Joan figurerer flere gange i løbet af hvert program udenfor parrenes hus og fortæller om sine observationer. Hun betror sig dermed også til produktionsholdet og derigennem seeren gennem førsteperson henvendelse, når hun fx udtaler om Michael:

“Han har jo fået et chok. At Mette kunne finde på, at tage den ring af. Og det er et godt sted for mig at have ham, at han er parat til at kæmpe, at han er parat til at gøre hvad som helst for at vinde hende tilbage, og han har kun i dag“.

[Bilag 3:00:27:30]

Hermed bliver seeren samtidig givet karakterfunktionen som den fortrolige, som Joan kan betro sig til.

“Formålet med at Mette og Michael de bliver adskilt nu, det er, de bliver bange. Det er godt at være bange. Ja det er godt at tingene bliver sat på spidsen for at få dem til at føle noget“.

[Bilag 3:00:11:27]

Hun er samtidig en slags facilitator på programmets udvikling, fx når hun konstaterer Mettes udvikling med ordene:

“Det er sådan en forandring, der er sket med Mette i dag. Hun har vendt sit liv i dag. Og hun bliver aldrig den samme igen”.

[Bilag 3:00:25:17]

Det er altså også værtens opgave at få det følelsesmæssige iscenesat i programmet, og dermed bliver selve hendes tilstedeværelse i programmet en intimitetsstrategi.

Den parasociale relation

I henhold til teorien om parasociale relationer, har også Joan Ørting en fortid i medierne, som danner grobund for, at seerne kan danne en parasocial relation med hende. Hun er kendt som sexolog og har blandt andet en brevkasse på Ekstra Bladets hjemmeside, hvor hun giver råd om parforholdet, samt har lavet programmet ‘Sex Skolen’ (TV3), som også handlede om at få parforholdet til at fungere.

Det kan altså være en fordel, at Jagten på gnisten har valgt Joan Ørting som vært for programmet, da hun tidligere har optrådt i samme rolle som rådgiver af parforhold, og for den seer, der ‘kender’ hende, er deres forhold til hende allerede etableret. Joan Ørting optræder som deltagerens hjælper.

Programmet er præget af sofasnakke med begge par, hvor hun indtager karakterfunktionen som den fortrolige og deltagerens tætteste relation. Programmet får dermed karakter af veninde-snak, som man kender fra talkshow genren, når hun spørger Mette: *“Hvad er det, du føler, du gerne vil sige?”* [Bilag 3:00:19:11].

Speak

Der bliver flere gange anvendt et mandlig speak henover programmet, der fortæller seeren, hvad der skal ske. Der bruges fx et speak, der formidler programmets bærende ide i begyndelsen af hvert program, hvorved speakerstemmer får rollen som talerør [Harms Larsen 2003:70]. Speakerstemmen er således seerens alvidende fortæller, der løbende kommenterer handlingsforløbet. Speaket betyder samtidig, at programmet iscenesættes med en mindre grad af liveliness, i forhold til de to andre programmer, da speaket giver denne merviden, som illustrerer, at programmet ikke foregår lige nu og her. Speakerstemmer formidler også informationer om deltagerens følelsesmæssige tilstand for eksempel, da Mette og Michael fortæller, at de ikke rigtig taler sammen mere, kommenteres det i et speak med: *“Det har betydet, at parret ikke længere føler, de kender hinanden”* [Bilag 3:00:08 01]. Speaket er altså som Joan Ørting også med til at sikre et indholdsmæssigt fokus på følelser.

Den bærende ide

Den bærende ide kommer til udtryk i programmets titel ‘Jagten på gnisten’. Gnisten i et parforhold skal jages og hjælpes på vej. I dette tilfælde med Joan Ørting som hjælper. **Præmissen** er derfor, at man skal kæmpe for kærligheden. Joan spørger direkte Mette og Michael, om de vil kæmpe for det, da de i begyndelsen sidder ved parrets køkkenbord og har defineret problemerne. Da de begge svarer ja, kan jagten på gnisten begynde [Bilag 3:00:10:22]. Præmissen i netop mit udvalgte afsnit er helt specifikt, at følelser skal italesættes og ikke holdes i det skjulte, som er Mette og Michaels problematik. Dette er samtidig selve præmissen for følelser-tv, og derfor ligger der i programmets ide og plot et fokus på følelser og iscenesættelsen af dem.

De bærende værdier

Der sættes en række værdimodsætninger i spil i programmet, hvor den centrale er valget mellem at kæmpe for kærligheden/ at handle overfor passivitet. Valget mellem at jage gnisten eller at lade være. Herudover tegnes der et skel mellem værdimodsætningen mand og kvinde, da de adskilles under forløbet og udtrykker sig forskelligt om parforholdets problem. Mette har brug for at tale om følelser, mens Michael ikke kan finde ud af at gøre det. Kontrol overfor selvrealisering bliver ligeledes en central værdimodsætning, da Mette indser, at hun har ladet sig kontrollere af Michael, men nu skal realisere sig selv og turde udtrykke sine følelser. Da Mette vælger at tage sin forlovelsesring af, bliver konflikten og dilemmaet mellem at blive sammen overfor at skilles ligeledes helt metaforisk sat i spil og bliver samtidigt et sandhedens øjeblik [Bilag 3:00:22:33].

Kameraets Rolle

Kameraet følger parrene og Joan rundt omkring i huset og ud på en opgave, der skal styrke parrets forhold fx at gå ud og flirte, få en makeover mv. og dokumenterer dermed Joan Ørtings arbejde. Kameraet gør også opmærksom på programmets intime setting, når der flere gange filmes ude fra og ind på et af husets vinduer, hvorefter der klippes til Joan og Mette inde i huset [Bilag 3: 00:38:40]. Det ekspliciteres hermed, at seeren er udenfor deres privatsfære og får så lov til at kigge med ind ad vinduerne. Kameraet filmer fx også den mandlige deltageres vielsesring, som han sidder og fumler med, da han og Joan taler om, at han er chokeret over, at Mette tog ringen af [Bilag 3: 00:27:20]. Kameraet anvendes altså også som formidler af symbolik.

Der bruges også overvågningskameraer, der viser Mette og Michael i deres hjem, hvilket som nævnt kan være en autenticitätsstrategi jf. 'Velkommen til Paradise Hotel' [Bilag 3: 00:08:25, 00:14:45]. Der vises desuden løbende klip fra tidligere skænderier mellem parret filmet med overvågningskameraerne. Det kan være en rekonstruktion, men det iscenesættes som et hemmeligt indblik ind i parret problemfyldte parforhold fra før Joans ankomst [Bilag 3: 00:08:25, 00:14:45]. Samtidig overvåger parret også hinanden. Den partner der befinder sig i autocamperen, kan se Joan og den anden tale sammen, når Joan ønsker det. Fx da Joan laver øvelser med Mette i at bede Michael om at hjælpe til i huset, kigger Michael med ude fra Autocamperen [Bilag 3:00:15:35]. Herved får seeren lov at kigge overvågeren over skulderen,

Hver af de to aftener, hvor parret er separeret, skal den der befinder sig i huset tale til den anden i camperen gennem et kamera, som dermed bliver deres talerør, som Joan udtrykker det [Bilag 3: 00:37:10]. Denne tale foregår altid i parrets soveværelse, som jeg anser som et backstage område med backstage adfærd. Når talen begynder, zoomes der ind i kameraet, som deltageren i soveværelset taler direkte til, og herefter klippes der til den anden partner i camperen. Herved ekspliciteres det, at kameraet er bindeledet mellem de to og måske endda, at programmet i sig selv er det. Partneren, der opholder sig i soveværelset, kigger direkte ind i kameraet og altså direkte på seeren, selvom det ikke er denne, deltageren taler til. Der opnås dermed en direkte øjenkontakt med deltageren, når denne krænger sit hjerte ud, hvilket jeg betragter som en væsentlig intimitetsstrategi i programmet, og det eneste af de tre caseprogrammer, hvor denne øjenkontakt iscenesættes [Bilag 3:00:22:34].

Hvorfor se Jagten på gnisten?

Jagten på gnisten har parforholdet og kærlighed som tema, hvilket de fleste mennesker har en erfaring med eller som oftest et forhold til. Ifølge Frijdas lov om 'comparative feeling' og 'concern', er det netop en forudsætning for at kunne fremkalde emotionelle responser, at begivenhederne er vigtige for individet, samt at individet kan forholde det til sin referenceramme. Oplevelsen af at se programmet kan blive en *ego-oplevelse*, der kan bekræfte seeren i, at denne selv har et bedre forhold end parret, eller at denne i sit eget parforhold følger Joans Ørtings råd. Er den pågældende seer i et parforhold, kan programmet give denne en *socio-oplevelse* af at tilhøre denne

gruppe af individer, der må jage gnisten og arbejde på sit parforhold. Joan Ørting overfører parrets problemer til noget alment, og giver dermed generelle råd om, hvordan man skal jage gnisten i et parforhold. Fx når hun siger, at:

“Der er noget, der hedder i medgang og modgang, men så er der jo egentlig også noget, der hedder tomgang. Det skulle præsten også tale om i kirken jo ik, for det er det, der sker i de fleste parforhold, at de går i tomgang. Og her er de gået i tomgang”.

[Bilag 3:00:11:08].

Jagten på gnisten tilbyder altså et læringsaspekt, som de to andre programmer ikke dyrker i samme grad. Ved at se Jagten på gnisten kan seeren blive klogere på sit eget forhold gennem Joans råd og vejledning. Netop det, som jeg skitserede var en af følgerne i den flydende modernitet, om hvilket Meyrowitz skriver i relation til gameshows:

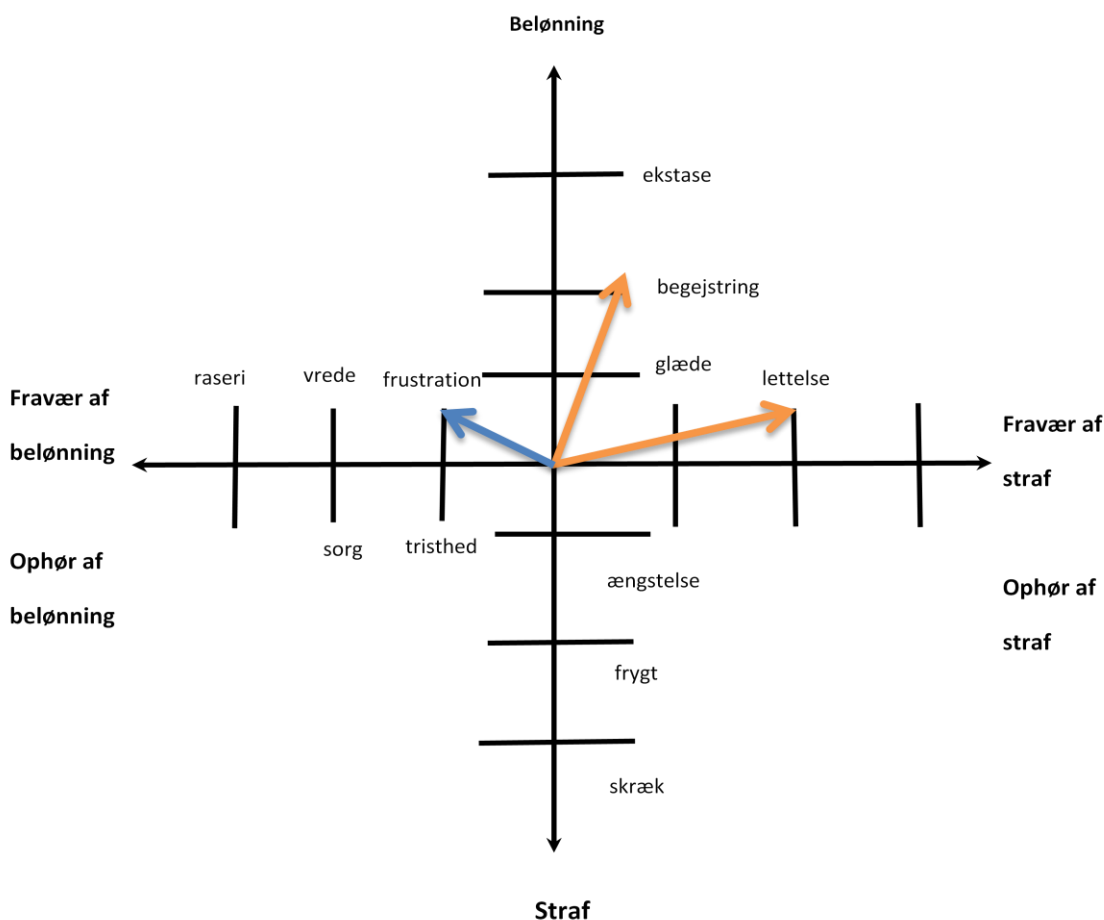
“The “learning” in these programs comes from the “truth” and “reality” inherent in human behavior and experience”.

[Meyrowitz 1986:103]

Meyrowitz mener altså, at det andre mennesker kan lære, ved at betragte den anden på tv, er at se hvordan andre opfører sig og lære af deres reaktioner og oplevelser. Det betyder, at Jagten på gnisten har et pay-off som denne kan vælge at bruge i deres hverdag.

Det øjeblik i programmet, hvor parret genforenes og alt tilsyneladende ender lykkeligt, betragter jeg som en mulighed for at fremkalde en *værdimæssige oplevelse* hos seeren af, at parret nu har kæmpet for kærligheden, og derfor fortjener hinanden igen. Da programmet kalder på medfølelsen, vil denne scene måske også give den *renselsesoplevelse*, som sker når seeren engagerer sig i parrets fortælling.

Da programmets titel allerede afslører, hvad det handler om, er der ikke den store overraskelse i, at det ikke går godt for parrets parforhold som udgangspunkt. Da parret begge har meldt sig til programmet for at jage gnisten, viser de et ønske om et lykkeligt udfald, og derfor er der ikke en stor risiko for seeren for at opleve skuffelse over, at de to deltagere ikke ender sammen igen - dvs fravær af belønning. Programmet har både en positiv og negative følelsesramme. De negative er mere i spil op mod point of no return, da seeren ser Mettes tårer hos frisøren og måske frustreres over parrets problemer og Michaels manglende evne til at kommunikere. De positive kunne formodes at opstå i form af lettelse eller glæde-begejstring, når parret får hinanden. Hvis seeren er uenig i deres valg om genforening, måske fordi de mener at Mette fortjener noget bedre, kan dette også vække frustration. Jeg placerer Jagten på Gnisten således:



Som følge af denne høje mulighed for fravær af straf/belønning, antager jeg samtidig, at seeren vil søge Jagten på gnisten som afslapning frem for et program med spænding på et højt niveau. Spændingsniveauet vil måske være dalende for seeren, når udfaldet er det samme i alle afsnit, med mindre det ses for at få indblik i forskellige parforholds problemer og de råd, Joan giver.

Opsamling

I Jagten på gnisten danner den bærende ide samt værdierne i programmet et fundament for flere intimitetsstrategier og følelsesmæssige relationer mellem seer og program. Præmissen for at deltage kræver, at deltageren må udlevere sider fra sit privatliv, her deres ægteskabelige problemer, og beskrivelser af deres følelser omkring det. Dette bliver understøttet af programmets setting i parrets hjem, og helt ind i soveværelset som ligeledes kan betragtes som et backstage område, hvor parforholdet udspiller sig med skænderier og problemer. Denne adgang ind i parrets intimsfære kan, formentlig for nogle, fremkalde de førnævnte negative emotioner over selve deltagelsen. Jeg tror dog ikke, at det er en del af programmets intenderede emotionsfremkaldelse på samme måde, som

Sandhedens Time netop spiller på de negative følelser. I stedet mener jeg, at programmet kalder på medfølelsen og empati og dermed forsøger at etablere en følellespagt.

Både værten og speaket på parrets følelsesmæssige tilstand har dermed til formål at øge den følelsesmæssige involvering hos seeren. For de seere der kender Joan Ørting fra andre sammenhænge, vil hendes rolle som parterapeut styrke den parasociale relation, fordi hun er konsistent i sin optræden i medierne, hvilket kan styrke programmets troværdighed og autencitet. Begge elementer kan øge muligheden for accept af programmets præmis og involvering i parrets historie.

At parret genforenes bygger på en sentimentalitets formidlende strategi, der taler til følelserne, men efter som programmet er opbygget således i alle afsnit, kan denne strategi måske miste sin effekt i længden. Jagten på gnisten tilbyder desuden et læringsaspekt, hvor seeren kan betragte parrets problematikker og Joans løsninger og herefter overføre det til deres egen virkelighed for at blive klogere på parforholdet som institution. Jagten på gnisten kalder dermed på medfølelse og identifikation hos de medvirkende for at kunne skabe følelles-tv.

Paradiset, Sandheden og Gnisten

Med denne analytiske gennemgang af de tre programmer vil jeg nu sammenfatte de identificerede intimitetsstrategier og foretage en komparativ analyse af, hvordan de iscenesættes som følelsesbaseret reality-tv og videre deres intimitetsfremmende potentiale ud fra en række temaer, som kom til syne i de foregående afsnit.

Programmernes setting

Følelses-tvs setting bliver et interessant dramaturgisk element at betragte, da der i et programs fysiske omgivelser skabes forskellig vilkår for at opnå intimitet. Mine tre caseeksempler har alle forskellige settings.

Paradise Hotel og Sandhedens time udspiller sig i udprægede konstruerede settings - et hotel og et studie. Paradise Hotel foregår på en øde destination i Mexico, og dets setting er altså konstrueret til gameshowet. Selvom hotellet i første omgang er et fremmed miljø, udgør det deltagerne verden i ti uger. Derfor bliver det på sin vis deltagerne hjem, mens de opholder sig i gameshowet. De forskellige ceremonier foregår i et frontstage område, hvor underholdningskontrakten er mest åbenlys for seere og deltagerne. Der er eksplicite regler for adfærden, som må følges af alle involverede, og de iscenesættes med en vægt på liveliness. I tidsrummet mellem ceremonierne kan deltagerne opholde sig på hotellets værelser og tale sammen i mindre grupper, gå i bad, på toilettet, dyrke sex og sove. Hotellet har derfor også backstage områder, hvor deltagerne udlever backstage adfærd. Paradise Hotels setting privatiseret således af deltagerne intime adfærd. I dette gameshow er rammerne altså sat til både mere offentlig adfærd til ceremonierne, men også i høj grad til mere intime samtaler og adfærd, når deltagerne er 'alene' på værelserne.

Da Sandhedens Time foregår i et studie med en scene, vært, sofagæster og publikum, tydeliggøres det mere eksplicit, at dette er et program, som er tiltænkt underholdning. Jeg mener derfor, at dette setting er det mindst intimitetsskabende af de tre programmer. Dette kan måske minimere muligheden for, at deltagerne samt sofagæsterne vil fremføre deres inderste følelser. Eksempelvis da Allans mor, Gritt, ikke vil kommentere på, at Allan ikke er stoppet med at tage stoffer [Bilag 2:00:51:01]. Hun er derfor formodentlig bevidst om, at hun befinder sig i et middle regionområde,

og vil ikke lade seeren og værten indvadre hendes deep backstage område ved at dele for mange følelser omkring Allans svar. Sandhedens Time har altså en modstander i dets setting, til at skabe den intimitetsfremmede effekt, selvom det er det program, der tager mest direkte udgangspunkt i at fremlægge sider fra deltagerens backstage område. Der er formodentlig også derfor, produktionsholdet har valgt at hente Allans chef ind i studiet til at stille et spørgsmål for at skabe et stærkere sandhedens øjeblik.

I Jagten på gnisten udgøres de fysiske rammer hovedsageligt af parrets eget hjem, hvilket giver seeren direkte adgang til et backstage område og kan følge med, der hvor problemerne har udspillet sig for parret. Paradise Hotel har også private gemakker i kraft af deltagernes værelser og badeværelser, men jeg mener stadig at Jagten på gnistens setting er mere intimt, da det er parrets eget hus og soveværelse, der anvendes til at udgøre rammerne for programmet. Jagten på gnisten er derfor det program, der mest aktivt bruger et setting til at skabe intimitet.

Programmernes dramaturgiske opbygning

Paradise Hotel og Sandhedens Time har et mere eksplicit konstrueret handlingsforløb, mens Jagten på gnistens har det mindst konstruerede handlingsforløbet, fordi det kan siges at følge Joan Ørtings arbejde.

Ud fra Paradise Hotels historieskema og aktantmodel bliver det klart, at produktionsholdet har iscenesat et følelsesbaseret reality-gameshow, som åbenlyst fordrer intriger, sladder, hemmeligheder og løgn. Der er dermed en krisegaranti, som Jerslev omtaler det, således at seeren nok skal komme tæt på deltagerne og deres privatliv. Hun siger:

“Det kriseproducerede, konkurrenceelement og iscenesættelsen af kritiske og katastrofiske øjeblikke er de dramatiske greb, reality-programmerne tager i brug for at formidle nærvær og producere affekt og intensitet“.

[Jerslev 2004:38]

Denne krisegaranti har Paradise Hotel for øje i kraft af de mange konkurrenceelementer, de bærende værdier og her specielt forudsætningen for fremdrift - at en af deltagerne altid skal forlade hotellet hver torsdag til parceremonien. Det at gameshowet har et konkurrenceplot, betyder at der er vindere og tabere. Der er nogen for seeren at holde med. Dette element kan dermed være med til at sikre seerens engagement - man vil vide, hvem der vinder. Den samme krisegaranti iscenesættes i Sandhedens Time, der har et indholdsmæssigt fokus på det intime og sandheder, der kan forarge seeren. Programmet har som Paradise Hotel desuden et konkurrenceplot, der skal sikre seerens fastholdelse foran skærmen hele programmet og sørge for, at de vender tilbage efter reklamepauserne, såfremt man vil vide, om deltageren vinder pengene.

Jagten på gnisten trækker på sentimentalitet i handlingsforløbets fremdrift, som skabes gennem separation og genforening. Parret skal igennem et prøvelses- og dilemmaplot for at jage gnisten, så de kan gøre sig fortjent til genforening, hvilket derigennem kan give seeren en værdimæssig

oplevelse. Jagten på gnistens udfald er dog altid det samme, hvilket kan medføre, at de de følelser et program måske fremkalder hos seeren kan mindskes over tid, hvilket Frijda skitserede i emotions loven om ' Conservation of Emotional Momentum'. Sandhedens Time har efter dalende seertal forsøgt sig med en større grad af variation i den dramaturgiske opbygning. For eksempel ved at lade Allans lillebror stille ham spørgsmålet om, hvorvidt han stadig elskede ham direkte, i stedet for at værten gør det. TV3 har samtidig taget beslutningen om at vente med 3. sæson, hvorom direktør for TV3 Jesper Grønholdt udtaler:

“Opskriften er jo den samme, og det er ikke så overraskende for seeren mere”

[Bilag 8]

Dette kunne måske bunde i, at de emotioner programmet vækker mindskes, og det derfor ikke giver den samme oplevelse at se programmet. Dette kan blive konsekvensen, når den dramaturgiske opbygning er den samme fra program til program, og at det derfor ikke kan vække de samme følelser eller skabe det samme niveau af intimitet.

Plottet og fremdriften

I Paradise Hotel og Jagten på gnisten er plottet karakterdrevet. Karakterenes udvikling driver historien frem, mens det i Sandhedens Time er spørgsmålenes øgede intimitet, der skaber fremdrift. Alle tre programmer veksler mellem en mervidens- og en vidensmangel fremdriftskomponent. Med vidensmangel som fremdriftsskabende element, stimulerer programmerne både fantasien hos seeren om, hvad der vil ske, hvem der vinder, hvor mange penge de vinder, eller om parret genforenes? Når seeren har merviden skabes fremdriften ved en form for teaser for, hvad der kommer til at ske, hvilket selvfølgelig ikke bliver helt afsløret, men blot er spændende nok til at seeren må se historien til ende.

Hvis det lykkes for programmerne at skabe den intenderede følelse, vil dette formodentlig motivere seeren til et ønske om at genopleve følelserne, der fremkaldes, om det så er foragt, lettelse eller begejstring. Derfor bliver cliffhangers og payoffs to essentielle elementer, som kan anvendes til at skabe motivation for seerens tilbagevendende sening af programmerne. Jagten på gnisten og Sandhedens Time fungerer som afsluttede programmer, og derfor skal engagementet og karakterinvolveringen etableres på ny i det næste program. Sandhedens Time anvender cliffhangers ved hver reklamepause, men programmet afsluttes som oftest helt med hver deltager. Paradise Hotel er derimod det program, der trækker mest på en cliffhanger effekt, hvor plotlinjerne ikke afsluttes per program, men hvor der altid startes nye plotlinjer, som kræver en fortsat involvering, hvis seeren vil kende udfaldet af konflikten.

De bærende værdier

I Paradise Hotel og Sandhedens Time iscenesættes en række værdier, der bliver legale i det følelsesbaserede reality-tvs univers, men som ikke er det udenfor programmets rammer. For Paradise Hotel betyder det, at sladder bliver en nødvendig forudsætning som overlevelsesstrategi i gameshowet, da deltagerne er nødt til at have hemmeligheder for den anden gruppe for at kunne lave taktik, der kan stemme dem ud. I både Paradise Hotel og Sandhedens Time er der et stort fokus på løgn og sandhed, og hvor langt man vil gå for at vinde en pengepræmien på trods af, at deltagerne måske sårer nogen. Denne legalisering foregår også i høj grad i kraft af programmernes kunstige setting, hvilket hænger sammen med underholdningskontrakten. Deltagerne tillades derfor at udleve en anden adfærd end de ville gøre normalt, da de jo 'leger', og seeren leger med, og skal derfor ikke tage programmerne for alvorligt.

Jagten på gnisten operer også med en underholdningskontrakt, men dets bærende værdier om at man må jage gnisten for at opretholde sit parforhold sammenholdt med, at parret ikke vinder penge, men hinanden vil formodentligt betyde, at programmet blive taget mere alvorligt end de andre programmer, der har en mere tydelig underholdningskontrakt.

Den bærende ide

Alle tre caseprogrammer har en bærende ide, der har et indholdsmæssigt fokus på at iscenesætte det private og et fokus på følelser, og dermed forekommer bruddet med hverdagens smalltalk til syne i kraft af dette dramaturgiske element.

Jagtens på gnistens har det mest eksplicite fokus på følelser i og med hele programmets præmis handler om, at få deltagerne til at lære at udtrykke dem. Jagten på gnisten tilbyder desuden et læringsaspekt, som indebærer, at seeren blive klogere på sit eget forhold gennem Joans råd og vejledning. Et pay-off som denne kan vælge at bruge i sin hverdag.

Sandheden Times bærende ide om at sandheden betaler sig, men samtidig koster, betyder, at sandhederne der fremføres alle er af intim karakter, sådan at de netop kan koste deltageren noget. Denne bekostning skal komme til syne i sofagæsternes reaktioner. Det ikke er en del af programmets præmis, at sofagæsterne skal reflektere over Allans svar, og derfor kan de som nævnt vælge ikke at kommentere og udtrykke deres følelser. I Paradise Hotel sikrer programmets bærende ide og dertilhørende spilleregler om, at alting kan ske, i høj grad emotionelle reaktioner hos deltagerne. De har kun den virkelighed, som programmet præsenterer for dem, og derfor bliver deres reaktioner på tvist og begivenheder i handlingsforløbet ofte følelsesladet.

Kameraets rolle

Brugen af kameraet er forskellig i de tre programmer, men har dog det til fælles, at der anvendes closeups, hvor deltagernes ansigtsudtryk kan aflæses tydeligt. Lars Hjorthøj tiltaler flere gange kameraet/seeren direkte og fortæller, at det er tid til en reklamepause med henblik på at gøre afstanden mindre fra studie til seer, men herudover har kameraerne en dokumenterende funktion i forhold til at vise seeren, det der udspiller sig i studiet.

I Paradise Hotel er deltagerne altså afskåret fra omverden og har kun hinanden at betro sig til. Som gameshowets aktantmodel demonstrerer, er det i sidste ende kun en/to personer, der kan vinde pengepræmien, og derfor bliver alle de andre deltagere potentielle modstandere. Om end ikke på samme tid, så vil de i sidste ende skulle kæmpe alene mod deres partner i tillidsprøven. Derfor bliver de private betroelser til kameraet, deltagernes eneste sted, de åbent kan fortælle om deres overlevelsesstrategier på hotellet og ikke mindst deres følelser. Noget de ikke altid kan give deres meddeltagere, hvis det skader 'spillet'. Indblikket i deltagernes backstage område bliver dermed givet igennem de mange førstepersons henvendelser til kameraet. Dette sikrer samtidig, at der sker et brud fra hverdagens smalltalk til følelsesfulde udtryk, fx når en deltager stemmes hjem.

Paradise hotel benytter sig både af kameraer, der aktivt følger deltagerne under ceremonien og til fester, men anvender desuden overvågningskameraernes altid vågne blik på deltagernes adfærd. Fx sidder deltageren, Jon, alene og græder over Line Sofies manglende interesse på et af hotellets altaner. Her bliver denne backstage adfærd offentlig via overvågningskameraerne. Jon ville måske stoppe med at græde, hvis der pludselig stod en kameramand foran ham, mens overvågningskameraerne stille kan iagttage ham og forstyrre hans backstage adfærd mindst muligt.

Jagten på gnisten anvender ligeledes et mix af håndholdte kameraer og overvågningskameraer. Overvågningskameraerne har til hensigt at give Joan Ørting et indblik i parrets problemer, og som i Paradise Hotel kan denne adfærd formodentlig bedst komme til udtryk, hvis deltagerne ikke er forstyrret af en kameramand.

Anvendelsen af closeups, der trækker deltagernes ansigter helt tæt på seeren, samt brugen af overvågningskameraer er derfor en væsentlig intimitetsstrategi, der indebærer, at seeren får mest mulig adgang til deltagernes backstage områder i en så troværdig og autentisk version som muligt. Hertil skal det tilføjes, at iscenesættelsen af følelser og intimiteten i også i høj grad sker gennem redigeringsarbejdet.

Forholdet til virkeligheden

I henhold til Frijdas lov om 'apparent reality' skal begivenhederne, der præsenterer sig i programmet, forekomme virkelige, for at kunne vække emotioner hos seeren, hvilket desuden ligger som en præmis i faktakontrakten.

Seeren vil, ifølge Frijda, blive mere emotionelt stimuleret af følelses-tv, hvis den virkelighed programmet præsenterer for seeren har en relation til seerens egen virkelighed. Hvis seeren selv har problemer i parforholdet, vil Jagten på gnisten måske give mulighed for en større emotionel respons på parrets problemer, end Paradise Hotel gør det, som også tematiserer kærlighed, men i en anden kontekst og æstetisk indpakning. Det samme gør sig gældende for Sandhedens Time. De sandheder, der åbenbares for seeren, vil have større mulighed for at fremkalde foragt for deltageren eller medfølelse for sofagæsterne, hvis seeren kan drage en parallel til sit eget liv.

I Sandhedens Time gives der som i Jagten på gnisten en introduktionen til deltageren, men forholdet til familie og venner i sofaen bliver ikke udfoldet på samme måde som Michael og Mettes forhold gør det, hvor hele programmet netop er dedikeret til parrets virkelighed sammen. Da jagten på gnisten har to medvirkende, der er i et forhold eller er gift, og som ønsker at forbedre deres parforhold uden nogen form for økonomisk vinding, vil dette program sandsynligvis ikke have de store problemer med at forekomme autentisk.

Jagten på gnisten er samtidig det af programmerne, der lægger sig mest op af faktakontrakten, fordi det bygger direkte på parrets egen virkelighed, og fordi dets setting ikke er konstrueret. Fakta-tv skal formidle viden om virkeligheden og være med til at præge og bearbejde holdninger blandt seerne om den formidlede virkelighed. Dette trækker Jagten på gnisten på i og med, at seerne kan lære af parrets adfærd og ikke mindst Joan Ørtings råd til parforholdet.

Mettes følelsesudbrud i frisørsalonen vil derfor måske forekomme mere autentisk end Benjamins erklæring om, at han elsker de resterende deltagere, eller Maikens følelsesladede ofring for sin kusine Belinda, da denne ofring ikke sker med en direkte konsekvens for deres 'normale' virkelighed, men kun har konsekvenser i den iscenesatte virkelighed jf. 'Velkommen til Paradise Hotel'.

De bærende karakterer

De tre følelsesbaserede reality-programmer tager alle udgangspunkt i almindelige mennesker forstået på den måde, at de ikke er officielle personer før programmets start. De er altså offentlige privatpersoner i den offentlige privathed.

Paradise Hotel har i år valgt at caste en række af deltagerne, der har en relation til hinanden udenfor hotellets grænser. Fx kusineparret Belinda og Maiken eller den første gruppe af piger, der ankommer til hotellet, som alle har været sammen med deltageren Gleager. Dette kunne tyde på, at deltagerens egne intime kontakt til hinanden kan fremme seerens forhold til deltagerne, og dermed er den intimitetsfremmede effekt stærkere jo mere intimt, det er for deltagerne selv. Da Maiken

vælger, som hun italesætter det, at ofre sig for Belindas skyld, vil ofringen formodentlig fremtræde stærkere, fordi de to har et familiært bånd udenfor hotellet jf 'Paradisets plot'. Da deltagerne i Paradise Hotel samtidig er placeret i grupper, der spiller overfor hinanden, bliver der dermed to lejre for seeren at placere sin sympati og antipati for.

På samme måde opstiller Jagten på gnisten to lejre at placere sin sympati i. Hos Mette eller Michael, og præsenterer således parforholdets problemer ud fra en mandlig og en kvindelig synsvinkel. I sidste ende bliver seeren dog nødt til at holde med dem begge, hvis denne skal ønske, at de når objektet om genforening.

I Sandhedens Time er deltageren en anithelt, der bekender sine synder i den røde stol. Seeren kan holde med ham, hvis de kan identificere sig med den adfærd eller de holdninger, der fremføres i svarene. De kan også være imod ham, hvis de ikke bifalder sandhederne. I det sidste tilfælde bliver sofagæsterne vigtige karakterer i gameshowet, da de ofte er implicerede i de sandheder, der fremføres og derved kan reagere på svarene og øge intimitetsniveauet.

Deltagerne spiller en helt central rolle som intimitetsfremmede faktor. Jeg har ikke indblik i selve castingen og udvælgelsesprocessen, men set fra en dramaturgisk optik, er det deltagerne, der i sidste ende skal gennemleve plottet, efterleve de opstillede præmisser og fylde programmet diskursivt. Hvis deltagerne ikke kan vække sympati eller antipati, kan programmet ikke fremkalde de intenderede følelser. Hvis Mette ikke optræder troværdigt, når hun græder i frisørsalonen, vil følelsepagten ikke kunne etableres med seeren. Der ligger dermed også en intimitetsstrategi i udvælgelsen af de personer, der bedst kan gennemleve det plot, som programmet opstiller.

Fortællerens rolle

Programmerne har alle en vært, der kan stille spørgsmål til historien. Spørgsmål som det kan formodes, at seeren har og ønsker svar på. De sørger derfor for, at der bliver spurgt ind til deltagerens følelser og adfærd i forskellige situationer. De skal dermed sikre, at seeren ikke mister interessen og føres sikkert igennem programmet. Når værten agerer i en medoplever karakterfunktion, er hensigten at forstærke seerens emotionelle engagement samt identifikation med de bærende karakterer. Alle tre værter indtager samtidig rollen som den fortrolige - karakterfunktion, der spørger ind til deltagerens oplevelse af forskellige valg. I Jagten på gnisten har speakerstemmen også rollen som talerør, der leverer informationer om deltagerens følelsesmæssige tilstand, så seeren på intet tidspunkt er i tvivl om, hvad parret føler.

Det er altså en del af værtens rolle i de tre programmer at få det følelsesmæssige iscenesat i programmet, og dermed bliver selve værtens tilstedeværelse i programmet en intimitetsstrategi.

Den parasociale relation

Værterne i Sandhedens Time og Jagten på gnisten kan samtidig skabe en parasocial relation til seeren. Det er min opfattelse, at Lars Hjorthøjs parasociale venskab med seeren ikke nødvendigvis gavner programmet, da han ikke viser konsistent optræden ved at indtage rollen som moralens vogter. Joan Ørting optræder derimod i den samme rolle, som hun gør i andre sammenhænge, og derfor kan hendes parasociale relation til seeren virke som en intimitetsstrategi, hvis seeren bifalder hendes rolle som parterapeut.

Da der altid er 8-10 deltagere på Paradise Hotel, er der flere karakterer at holde styr på for seeren, hvilket kan betyde, at muligheden for at skabe et parasocialt venskab med deltagerne på sin vis mindskes, men samtidig foregår programrækken fire aftener om ugen i ti uger, som derved modarbejder denne risiko, fordi seeren har en længere tidsperiode at etablere det parasociale venskab inden for. Føljetonformatet kan derfor have en intimitetsfremmede effekt, da det giver mere tid til deltagerinvolvering og måske endda parasociale venskaber, samt fortrolighed med programmets præmisser og den konstruerede verden programmet fremfører.

Med denne sammenfatning af programmernes forskellige vilkår for at skabe intimitet og iscenesætte følelser er jeg nu rustet til at svare på min problemformulering.

Konklusion

Specialets udgangspunkt var en undren over, hvordan følelses-tv formåede at tryllebinde seeren til skærmen. Denne tanke formede sig til følgende problemformulering:

Hvordan iscenesættes følelses-tv, og hvilke intimitetsstrategier anvendes i denne iscenesættelse?

I min besvarelse af problemformuleringen vil jeg inddele konklusionen i tre afsnit: 'Den offentlige privathed', 'Følelsesbaseret reality-tv' og 'Intimitetsstrategier i caseprogrammerne', hvilket har til hensigt at demonstrere min vidensfremdrift gennem specialet.

Den offentlige privathed

Som en følge af den flydendes modernitets individualisering af samfundet er det moderne samfund i højere grad blevet forbrugeragtigt fremfor producentagtigt. Individet er mere overladt til sig selv, når det skal forme sin identitet, og derfor vender individerne sig mod hinanden frem for mod staten i denne identitetsdannelse. Med fjernsynets komme kan samfundets individer betragte hinandens adfærd gennem dette medie, hvilket skaber en ny form for synlighed.

Den borgerlig offentligheds krav om et offentligt ræsonnement, der fordrede, at det bedste argument vandt en diskussion, bliver tilsidesat i et samfund, der fyldes af subjektive udtalelser og bekendelser fra borgerne, hvilket i høj grad forekommer i følelses-tv programmerne. Disse har ikke har til hensigt at skabe offentlig debat, men er kun et udtryk for det pågældende individs subjektive oplevelse.

Med de samfundsmæssige forandringer, bliver det derfor nødvendigt at foretage et nyt skel mellem det offentlige og det private rum, da disse invaderer hinanden og får mere flydende grænser. Dette nye skel illustreres i min model med de to nye sfærer: 'den private offentlighed' samt 'den offentlige privathed'. Den sidstnævnte danner rammen om følelses-tv, som er offentligt i kraft af tv-mediets virke som massemedie, der kommunikerer til offentligheden i et offentligt rum. Det er

samtidig et privat rum i kraft det private indhold, det har som fokus, og fordi seeren som oftest betragter det derhjemme i sin private sfære. Når individet handler i de to nye sfærer, sker der desuden et skift i adfærden, der bliver til middle region område adfærd. En adfærd der på en gang er backstage adfærd i kraft af følelses-tvs fokus på at iscenesætte det private og følelsesfulde, men samtidig frontstage adfærd da backstage adfærden sker igennem fjernsynet, som sætter adfærden frem til offentligt skue. Følelses-tv påvirker dermed skellet mellem det offentlige og det private rum, og som følge heraf iscenesættes det med middle region adfærd i den offentlige privathed betragtet som den samfundsmæssige kontekst, der omgiver fænomenet.

Følelsesbaseret reality-tv

Følelses-tv er i sig selv ikke en genre, men et træk ved mediekulturen i at iscenesætte følelser på tv. Følelses-tv kan derfor indgå i flere forskellige genrer, som et helt program eller blot som et træk ved det pågældende tv-program. Dog forekommer følelses-tv oftest i reality-programmerne, som i højere grad har fokus på at fremkalde følelser og skabe intimitet som en del af programmets formål. Derfor foretog jeg en afgrænsning af følelses-tv som felt og indsnævrede min problemformulering til at omhandle iscenesættelsen af netop følelsesbaseret reality-tv og de intimitetsstrategier, der anvendes til denne iscenesættelse til det følgende:

Hvordan iscenesættes følelsesbaseret reality- tv, og hvilke intimitetsstrategier anvendes i denne iscenesættelse?

Følelsesbaseret reality-tv trækker på både fakta og fiktions storgenrerne. Dette tv formidler almindelige menneskers virkelighed, hvilket tydeliggør relationen til fakta storgenren. Dette indebærer, at der er en faktakontrakt med seeren indbefattet i følelses-tv. Således underlægges det intime indhold samt iscenesættelsen af følelser et krav om at have grobund i virkeligheden og at skulle kunne efterprøves heri.

Der fremkommer desuden træk fra fiktions storgenren i følelsesbaseret reality-tv. Dette tydeliggøres i selve brugen af ordet iscenesætte, da dette ord illustrerer, at følelserne og intimiteten sættes i scene for et publikum. Deltagerne castes desuden til at spille en rolle, og de er underlagt en regelramme, der er styret af produktionsholdet i større eller mindre grad. Med dette genremix bliver det klart at følelsesbaseret reality-tv er faktion som udspiller sig i en iscenesat virkelighed, som Harms Larsen kalder det. Reality-tv er ligeledes underholdning, og det har derfor ligeledes til hensigt at underholde for sjov.

Følelses-tv er altså tv, der iscenesættes med 'almindelige' mennesker, hvilke som oftest bliver castet til at spille en rolle indenfor faktionsgenren reality-tv i en iscenesat virkelighed underlagt en fakta- samt en underholdningskontrakt.

Intimitetsstrategier i caseprogrammerne

Det, der gør noget til følelses-tv er imidlertid ikke alene , om det tilhører fakta, fiktion- eller underholdnings-tv, men derimod om det formår at skabe en intim kontakt til seeren gennem forskellige intimitetsstrategier. Derfor har jeg betragtet konkrete caseprogrammer for at anskue intimitetsiscenesættelsen på empirisk materiale. I denne analyse har jeg identificeret en række intimitetsstrategier, hvilke har forskellige vilkår for at skabe intimitet i de tre programmer.

I forhold til programmets setting, er Paradise Hotel og Sandhedens Time de mest konstruerede, mens Jagten på gnisten bruger dette element mest aktivt for at skabe intimitet ved at invitere seeren indenfor i parrets privatsfære.

Caseprogrammer har en bærende ide og bærende værdier, der har et indholdsmæssigt fokus på at iscenesætte det private og et fokus på følelser, som samtidig sikrer bruddet med hverdagens smalltalk som intimitetsstrategi.

Jagten på gnisten tilbyder med den bærende ide, mere end de andre programmer, seeren et læringsaspekt, hvor Joan Ørtings råd og vejledning kan overføres til deres hverdag.

Den dramaturgiske opbygning kan ligeledes fungere som en intimitetsstrategi, der gennem forskellige konkurrenceplot, dilemmaplot og prøvelser kan øge spændingen om, hvem der vinder pengepræmien i Paradise Hotel, og om deltageren i Sandhedens Time vælger at sandheden skal betale sig og derved måske koste i hans privatliv, eller om denne vælger at hemmeligholde nogle sandheder. Jagten på gnisten har det same udfald i alle programmer, hvilket måske kan betyde, at det bliver kedeligt at se på i længden. Således må produktionsholdende kontinuerligt udvikle nye tiltag, for at fastholde den emotionelle tilkøblingsmulighed i følelses-tv programmerne.

I alle tre programmer har deltagerne en relation til hinanden uden for programmets rammer. Dette kunne pege på, at den intime kontakt mellem deltagere eller sofagæster tjener som en intimitetsstrategi, der har til hensigt at fremme seerens forhold til deltagerne. Denne strategi er samtidig med til at gøre deltagerens adfærd i programmerne mere intim med tanken om, at jo mere intimt det er for deltagerne selv, jo mere intimt bliver det at se på.

Værtens rolle i de tre programmer bliver en intimitetsstrategi, da disse spørger ind til deltagerens oplevelser og følelser og dermed er med til at iscenesætte følelserne diskursivt i programmet. Lars Hjortshøj og Joan Ørting kan samtidig etablere en parasocial relation til seeren, hvilket sandsynligvis etableres bedst med Joan Ørting, der har demonstreret en konsistent medieoptræden i forhold til sin personae, modsat Lars Hjortshøj. Den samme mulighed har Paradise Hotels deltagere, men denne relation slutter formegentlig, når programmet slutter.

Med denne analyse af intimitetsstrategierne, som de fremtræder i caseprogrammerne, bliver det tydeligt, at der er flere muligheder for at iscenesætte følelsesbaseret reality-tv med forskellige

sammensætninger af intimitetsstrategier. Jeg mener at have demonstreret, at der er flere intimitetsstrategier end de fire Jerslev har opstillet jf. 'Det følede tv'.

Jagten på gnisten trækker på medfølelsen og vil etablere en følelsespagt med seeren om parrets lidelseshistorie. Paradise Hotels trækker ikke decideret på medfølelsen, men seerens emotioner vil måske pendle mest mellem lettelse-skuffelse, når en deltagerer forlader gameshowet afhængig af, hvem seeren holder med. Sandhedens Time vil formodentlig fremkalde negative emotioner som fx foragt, men disse vil samtidig ligeledes være det, seeren søger i underholdningstilbudet. Dette illustrerer, at det er interessant at betragte andre følelsespagter end blot den, der etableres gennem medfølelsen.

Med en bevidsthed om disse strategiers virke, kan tilrettelæggeren af følelses-tv øge muligheden for at skabe flere emotionelle tilkoblingsmuligheder i programmet og iscenesætte følelser på tv, der kan drage seeren til skærmen.

Abstract

The Danes watch television like never before and in 2008, we watched an average of 2 hours and 47 minutes of television per day. With that many hours of television one might ask the question whether television has become man's new best friend? Because of the many viewers, television channels and media production companies fight to keep the viewers in front of the screen and of course to win their favor. One strategy seems to be staging scenes from people's private life filled with intimacy and feelings in order to lure the viewer to the screen.

My interest in this television phenomenon in the current media culture has been to investigate how these emotional programs strive to capture the viewer's interest. It has been my assumption that strategies based on intimacy are used to produce these television programs. As a result, the object for the master thesis has been to perform an analysis of how television based on staging intimacy and feelings is organized and to determine the strategies of intimacy used in the production of this kind of programs. The master's thesis is divided into three sections.

The first section contains a study of the context in which this type of programs appears with the purpose of determining the setting in which this kind of television is set. The reason for this objective of the first section is first of all to increase my knowledge of the media phenomenon and how it affects society and also to demonstrate the relevance of the object of the master's thesis.

The purpose of the second section is to set up a demarcation of the television phenomenon as a field of knowledge. I found that television with a focus on feelings occurs mostly in reality television programs and so my focus in the study of the phenomenon has been on reality-television based on feelings.

The third section is meant to determine how and which strategies based on intimacy are used in the production of reality-television based on feelings, I have analyzed these strategies as they appear in three different programs with the help of different principles of dramaturgi. These programs are: 'Sandhedens Time', 'Paradise Hotel' and 'Jagten på gnisten'. This third section of the master's thesis shows the three programs' different use of strategies based on intimacy.

The intention of the master's thesis is to increase the knowledge of reality-television based on feelings and give an awareness of the effects of the strategies. With such awareness the producers of these programs can strive to create multiple opportunities for an emotional connection and to stage feelings in such a way that they can keep the viewers spellbound by the emotional real-life drama on the screen.

Litteraturliste

Aristoteles (1999): "Poetik", Hans Reitzels Forlag, 4. Oplag

Bauman, Zygmunt (2006): "Flydende modernitet" 1. udgave, 1 oplag, Hans Reitzels Forlag, København

Bondebjerg, Ib (1995) "Elektroniske fiktioner - tv som fortællende medie", Borgens forlag, 1 udgave, 2. oplag

Bruun, Hanne (2003): "Krig, small talk og tv-hverdagens genkomst." Artiklen ligger i Bilag 7, da den ikke længere er tilgængelig på www.smid.dk

Christensen, Holmegaard, Lars (2002): "Den lidt for virkelige reality", I; Mediekultur vol. 34

Damasio, R, Antonio (2000): "Descartes' Error - Emotion, Reason, and the Human Brain, New York, Gross/ Rutnam

Dovey, John (2000): "Freakshow. First person media and Factual Television", London & Sterling: Pluto press.

Fridja, Nico, H. (2007): "The Laws of emotion", Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Greimas, J. A. (1974) " Strukturel Semantik", Borgens Forlag.

Habermas, Jürgen (1976): "Borgerlig offentlighed - henimot en teori om det borgerlige samfund", Fremads Samfundsvidenskabelige Serie, Gyldendals Norsk Forlag. 5 oplag

Harms Larsen, Peter (1992:) "Faktion - som udtryksmiddel" Forlaget Amanda, 1. udgave, 2. oplag.

Harms Larsen, Peter (2003), De levende billeders dramaturgi . Bind 1 - fiktionsfilm, DR, udgivet med støtte fra Det Danske Filminstitut, 1. udgave 1. oplag

Harms Larsen, Peter (2007), De levende billeders dramaturgi . Bind 2 - TV, DR, udgivet med støtte fra Det Danske Filminstitut, 1. udgave 3. oplag

Horton, Donald & Whol, Richard, R (1997) 'Massekommunikation og Parasocial interaktion- et indlæg om intimitet på afstand', I; Mediekultur vol 26

Jantzen, Christian, Vetner, Michael (2008) "Underholdning, emotioner og personlighed - et mediepsykologisk perspektiv på underholdningspræferencer" I: Mediekultur vol 45

Jerry Palmer (1990) , 'Genrer og Medier - et kort overblik, I; Mediekultur Vol 14 - Artiklen findes desuden på www.mediekultur.dk

Jerslev, Anne (2002), 'Autencitetsstrategier i Robinsonekspeditionen 2000'; I Mediekultur vol 34

Jerslev, Anne (2004) "Vi ses på TV- Medier og Intimitet", Nordisk Forlag A.S., København, Gyldendal.

Stougaard, Charlotte (2002) "Reality i virkeligheden", Aalborg Universitet

Sørensen, Jeanne (2007) "Emotioners rolle i forbrugeroplevelsen" i "Oplevelsesøkonomi - vinkler på forbrug", Forfatterne & Aalborg Universitets Forlag

Thompson, B, John: "Medierne og Moderniteten - en samfundsteori om medierne", Hans Reitzels Forlag A/S, København (2001)

Søndergaard, Andersen m.fl. (2002) 'Indledning' I: Mediekultur vol 34

Vasconcellos, Zanini, Bianca: 'Fjernsynet er menneskets bedste ven', Politikken den 8. januar 2009) 2. sektion, kultur. (artiklen kan desuden ses på politikken.dk)

Bilag

Bilagliste

Bilag 1 - Paradise Hotel afsnit 25-28

- 1,A: Afsnit 25 [Start: 00:04:58 - Slut:00:45:28]
- 1,A: Afsnit 26 [Start: 00:50:03 - Slut: 01: 30:41]
- 1,A: Afsnit 27 - del 1 [Start: 01:33:02 - Slut: 02:06:06]
- 1,B: Afsnit 27 - del 2 [Start: 00:05:03 - Slut: 13:00:01]
- 1,B: Afsnit 28 [Start: 00:14:03: - Slut: 00:57:22]

Bilag 2 - Sandhedens Time afsnit 8

[Start: 00:06:43- Slut: 01:02:41]

Bilag 3 - Jagten på gnisten afsnit 6

[Start: 00:06:21 - Slut:00:]

Bilag 4 - Begrebsafklaring fra Ordbogen.com

Bilag 5 - Deltagerinformation fra Paradise Hotels hjemmeside


Bilag 6 - Samlet liste over spørgsmålene i Sandhedens time – afsnit 8

Bilag 7 - Hanne Bruuns (2003) “Krig, small talk og tv-hverdagens genkomst.”

Bilag 8 - Artikel fra tvnyt.com

Bilag 9 – Artikel fra tvnyt.com

Bilag 4



DANMARKS STØRSTE ONLINE ORDBOG

[Køb adgang](#)
[Downloads](#)
[Support](#)
[Log ind](#)

Den Danske Netordbog | Alle ordbøger

Indlæs søgeord

offentlig

Søg

Åbent netværk

Den Danske Netordbog

- › Om ordbogen
- › Uddybende beskrivelser
- › Feltforklaringer
- › Chat med support

☰ **Seneste opslag**

- › offentlig
- › habituation
- › extinction
- › extinction
- › awe
- › inspiration of awe

offentlig adjektiv <-t, -e>

Synonymer

almen

amts-

fræiles

kommunal

officiel

stats-

åben

Antonymer

privat

Kolokationer

den offentlige mening

den offentlige sektor

det offentlige

en offentlig hemmelighed

forstyre den offentlige orden

give en offentlig undskyldning

offentlig tiggængelig

offentlig transport

offentligt ansatte

være en offentlig person

Idiomer

en offentlig hemmelighed

☰ **Skriftstørrelse**

- › Større
- › Mindre
- › Nulstil

☰ **Skjul alt**

[Log ind](#)

[Køb adgang](#)
[Downloads](#)
[Support](#)

Ordbogen.com

Den Danske Netordbog
Alle ordbøger
Åbent netværk

Indtast søgeord

Søg

<p>Den Danske Netordbog</p> <ul style="list-style-type: none"> › Om ordbogen › Uddybende beskrivelser › Fødtforklaringer › Chat med support <p>☰ Seneste opslag</p> <ul style="list-style-type: none"> › Intim › privat › privat › offentlig › offentlig › habituation 	<p>Intim adjektiv <-t, -e></p> <p>Synonymer</p> <p>familiar fortrolig nær personlig privat venskabelig</p> <p>Kollokationer</p> <p>en intim middag en intim stemning en intim ven et intimt forhold have et intimt kendskab til nogen intim massage intime detaljer intime spørgsmål intimt teater komme i intim berøring med nogen</p> <p>Orddannelser</p> <p>intimdecorant intimhygiejne intimitet</p>	<p>☰ Skriftstørrelse</p> <ul style="list-style-type: none"> › Større › Mindre › Nulstil <p>☰ Sjult alt</p>
--	--	---


DANMARKS STORESTE ONLINE ORDBOG
Ordbogen.com

Køb adgang Downloads Support Log ind

Den Danske Netordbog Alle ordbøger

Indtast søgeord

Åbent netværk

Den Danske Netordbog

- ▶ Om ordbogen
- ▶ Uddybende beskrivelser
- ▶ Feltforklaringer
- ▶ Chat med support

Seneste opslag

- ▶ privat
- ▶ privat
- ▶ offentlig
- ▶ offentlig
- ▶ habituation
- ▶ extinction

privat adjektiv <- , -e>

1. Synonymer

- egen
- hjemlig
- lukket
- personlig

Antonymer

- offentlig

Kollokationer

- den private sektor
- en privat vej
- et privat foretagende
- et privat hjem
- min private mening
- omgås nogen privat
- privat ejendom
- privat skifte

Eksempler

Bankforeningen finder det påkrævet med en øget opsparing i den private sektor. Han havde bl.a. trukket udgifter til en privat fest fra på firmaregnskabet. Hvis vejen er privat, har grundejeren pligt til at rydde den for sne ud til midten af vejen.

Idiomer

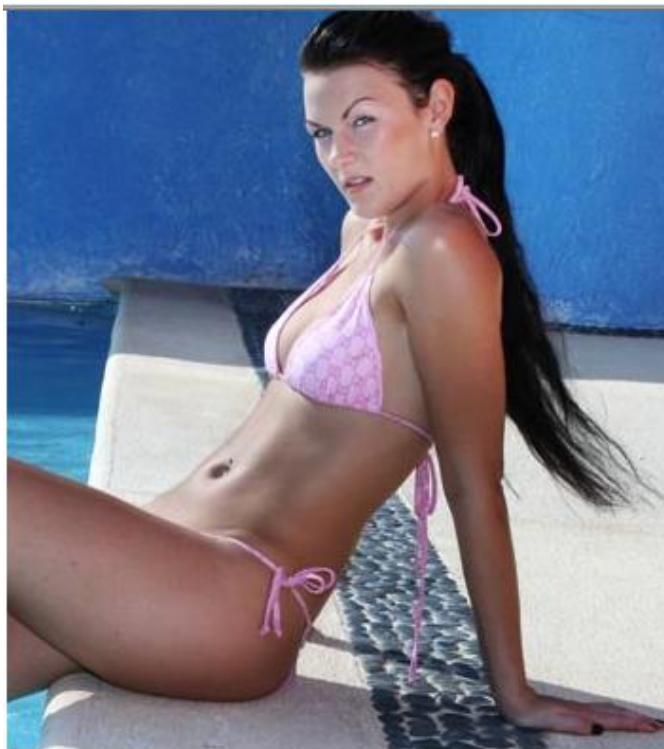
under private former

Skjul alt

Skriftstørrelse

- ▶ Større
- ▶ Mindre
- ▶ Nulstil

Bilag 5



LINE MARIE

PROFIL FORUMPROFIL

Navn: Line Marie

Alder: 23 år

By: Taastrup

Beskæftigelse: Model og Eventpige

Fritidsinteresser: Familien, venner, byture, shopping, ridning og min hest.

Tøjstil: Sexet og stilet

Kropsudsmykning: Jeg har en tekst "Uvisheden er den største smerte" og en sommerfugl på venstre inderside af armen. Den er lavet om en speciel person, som pludselig "forsavndt" fra mig og fik mig til at leve i uvished med tårer og smerte i mange måneder.

På indersiden af højre arm har jeg skrevet LineMR og The Truth Hurts. Fordi sandheden gør rigtig tit ondt.

Beskriv dig selv med tre ord:

Åben, ærlig og hjælpsom

FACTS:

Hvilken måde vil du spille spillet på?

Jeg vil spille så taktisk som jeg kan, men have hjertet med hele vejen jeg vil gerne kunne se mig selv i øjene når jeg kommer hjem igen.

Hvordan har du det med at blive "kendt fra TV"?

Det har jeg det fint med. Det bliver rigtig fedt.

Hvilken deltager fra Paradise Hotel 2008 ville du gerne have scoret?

Gleager er en flot fyr.. Og så har jeg set Haider i en kort periode..

Hvordan vil du helst blive husket efter programmet?

Som den jeg er. En pige med benene på jorden, værdierne i orden, og som kæmper for det hun vil.

Bilag 6

Samlet liste over spørgsmålene i Sandhedens time - program 8

Blok 1 - 25.000 kroner

1. Har du dyrket sex med en pige på dine forældres spisebord?

Svar: ja

2. Har du flere gange sagt til din kæreste Lene, at du skulle arbejde over, mens du i virkeligheden tog på bar?

Svar: ja

3. Er du tilfreds med størrelsen på din penis?

Svar: nej

4. Vil du gerne have en penisforstørrende operation?

Svar: ja

5. Har du nogensinde stjålet din mors dankort?

Svar: ja

6. Udnytter du dine forældre økonomisk?

Svar: ja

Blok 2 - 50.000 kroner

7. Er du tilfreds med dit og Lenes sexliv?

Svar: ja

8. Føler du, at du kan dele dine problemer med din kæreste Lene?

Svar: nej

9. Har du løjet om, at du selv sagde dit job op som autolakerer, mens du i virkeligheden blev fyret?

Svar: ja

10. Har du angivet dine kollegaer på autolakeringsværkstedet for at stjæle?

Svar: Ja

11. Har du nogensinde stjålet maling fra mit autolakeringsværksted?
[Allans tidligere chef stiller spørgsmålet]

Blok 3 - 100.000 kroner

12. Føler du at din lillebror og hans problemer med stoffer har ødelagt meget i jeres familie?

Svar: ja

13. Elsker du mig stadig? [Allans lillebror stiller spørgsmålet]

Svar: ja

14. Er du stoppet med at tage stoffer?

Svar: nej

15. Har du været pusher?

Svar: ja

Blok 4 - 200.000 kroner

16. Kunne du finde på at pushe stoffer igen?

Svar: ja

17. Synes du, at din x-kæreste Marlene er mere lækker end din kæreste Lene?

Svar: ja

18. Har du været din kæreste Lene utro med din x-kæreste Marlene?

Svar: ja

Bilag 7

Krig, smalltalk og tv-hverdagens genkomst

Hanne Bruun

Meget alvorlige begivenheder har det med at betyde, at man ikke kan tænke på eller tale om andet. Det kan være døden eller den livstruende sygdom, der kan have den effekt. Alt andet forstummer og det forfærdelige fylder hele bevidstheden. Den alvorlige begivenhed afbryder pludselig det, som vi kan kalde hverdagen og den normalitet, naturlighed og tryghed, den ofte er forbundet med. Det kan tage lang tid for hverdagen at indfinde sig igen. I begyndelsen vil kontrasten mellem den alvorlige begivenhed og hverdagen være mærkbar. Kontrasten kan opleves som grotesk og føre til mange forskellige reaktioner lige fra vrede til latter. Men når hverdagen så småt kommer igen, følger der også tit en grad af lettelse med, fordi den kan give et mentalt pusterum fra det grusomme, der sker. Krigen i Irak har på mange måder sat det, som man kan kalde tv-hverdagen i dansk public service tv, i relief. De første to til tre dage efter krigen begyndte, var der tale om en fuldstændig suspension af tv-hverdagen. Alt handlede om krigen og skærmen blev befolket med forvirrede nyhedsværter, vildt gættende udenrigskorrespondenter og kølige militærekspertter i tv-studierne. Men efter de første intense dage dukkede spæde tegn på tv-hverdagen op igen: Flemming Leth viste eksempelvis mandag d. 24. marts i sit sædvanlige 'slot', hvor herrelet det var at bygge

stærekasser, DR1's *Rabatten* viste onsdag d. 26. marts, hvordan man fik det sidste ud af en tube creme. *Helt Solgt* (TV 2) og *Hokus Krokus* (DR1) var tilbage og d. 31. marts havde DR1 præmiere på *Købt eller solgt*. Skærmen er igen befolket med gartnere, indretningsarkitekter og ejendomsmæglere, kokke, stylistere og terapeuter samt diverse programværter. Kort sagt, så er hverdagen vendt tilbage i dansk tv. Kontrasten til nyheds- og aktualitetsprogrammerne kan forekomme næsten hysterisk. Fra den ene side eroderer strømmen af historier fra krigen i Irak vores mentale fodfæste. Temaet er død og lemlæstelse, sult og vandmangel, og de humanitære og ikke mindst politiske konsekvenser af krigen er næsten ikke til at tænke på. Fra den anden side bliver vi skyllet over af den aktuelle internationale tv-modebølge: Smalltalk-tv. I den form for tv er hverdagslivets ikke uvæsentlige men dog relativt udramatiske gøremål og overvejelser det altdominerende tema, og emnekredsen er mit hus, min have, min mave og mine penge. Det kan forekomme pinligt og upassende at sende den slags tv, når tv-hverdagen netop er afbrudt af noget så alvorligt som krig. Hvordan kan et ordentligt menneske overhovedet interessere sig for at anlægge den perfekte baghave i den situation? Måske kan kontrasten i mellem nyheds- og aktualitetsprogrammerne og smalltalk-tv også opleves som en form for satire af den absurde slags, der i skarpt lys udstiller, hvad der normalt optager os: Hvilken discount-cola smager bedst, 'Spar Money Johnnys' interessante restparti af

mærkevarer til spotpriser, og kunne husets værdi øges, hvis køkkenet males og gøres Ikea-lækkert? Kynisme og den fuldstændige mangel på proportionssans hos seerne og på de danske public service tv-stationer? Eller er det netop smalltalk-tv, som dansk public service tv sender til den helt store guldmedalje, der kan være med til at give det mentale overskud, så vi seere fortsat kan holde ud at høre om krigen? Smalltalk-tv minder på sæt og vis om nabospørgsmål af typen: ”Nå, hvordan går det så med græsplænen?” Smalltalk skal skabe uforpligtende kontakt mellem mennesker, og snakkens indhold er ikke så rasende vigtigt. Men netop som socialt bindemiddel er smalltalk vigtigt, og smalltalk udgør ofte baggrunden og grobunden for den alvor og fortrolighed, som vi også har brug for. Måske er smalltalk-tv simpelthen på samme måde med til at skabe et nødvendigt pusterum fra den type nyhedsdækning, som præger medierne i øjeblikket. At vi har et vist behov for et kommunikativt pusterum, kunne også hænge sammen med, at dækningen af krigen vender tv-nyhedernes normale genremæssige overenskomst med seerne på hovedet: Udgangspunktet er, at alt, hvad der fortælles, sandsynligvis er forkert. Det er utrolig anstrengende at være udsat for en flom af information efterfulgt af dementier og rettelser. Det er faktisk svært at fastholde interessen i længden, fordi det kan opleves lidt som at tale med en lystløgner, og meget kan man sige om *Venner til middag* (DR2) og *Hjerterum* (DR1), men den oplevelse giver smalltalk-tv ikke. Her kan vi slappe af og regne med det, der fortælles. Så det er formentlig vigtigt, at de programmer, som tilhører det, man kan kalde tvhverdagen, indfinde sig, fordi de er med til at skabe en baggrund for, at vi kan fastholde en interesse for krigen og den dækning, som dansk public service tv forsøger at give. Desuden må vi håbe på, at krigen undgår at blive en del af tv-hverdagen for os seere og for DR og TV 2.

Hanne Bruun er lektor, Ph.D., ved Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet

Bilag 8



tvnyt.com

'Sandhedens Time' på TV3 stopper

Torsdag 7. maj 2009
Af [Karsten Jensen](#)

Onsdag den 13. maj kl. 20 kan man for sidste gang se 'Sandhedens Time' på TV3, hvor Lars Hjortshøj er vært. Programmet har haft 227.000 seere i gennemsnit hver onsdag aften, men TV3 trykker alligevel på pauseknappen. TV3's administrerende direktør Jesper Grønholdt siger: "Vi føler, at programmet skal have en pause, før vi eventuelt laver en 3. sæson. Opskriften på programmet er jo den samme, og det er ikke helt så overraskende for seerne mere. I stedet agter vi at gå nye veje på underholdningssiden til efteråret". (KJ)

Funktioner
[Din kommentar](#)
[Printervenlig version](#)

Indtast søgeord...
SØG

RSS



Få knivskarpe billeder på din fladskærm



analog radio
AM og FM (RDS)



Film on Demand

NYHEDSARKIV

- [2009](#)
- [2008](#)
- [2007](#)
- [2006](#)
- [2005](#)
- [2004](#)
- [2003](#)
- [2002](#)

LEDIGE JOB:

- [Ingen ledige job netop nu](#)

RADIONYT.COM

- [NL: 100%NL stormer frem](#)
- [Ny P1-serie om livet i Rusland](#)
- [Staten dominerer totalt på radio og tv](#)
- [Kreditorer giver Radio 100FM en måned](#)
- [Igen festivalradio fra Langeland](#)
- ['Hjem med Bernhard og Veltz' - nu også som video-podcast](#)
- [Venezuela: Radio for folket](#)

Bilag 9





tvnyt.com

Mere chok-tv på vej til Danmark

Torsdag 16. oktober 2008
Af [Stig Hartvig Nielsen](#)

Slik tær på en soldat, der ikke har haft sine sko af i fire dage. Spis en stor skål ulækkert og fedtet hundemad. Eller bliv pint af en strømpistol. Det er blot nogle af de elementer der indgår i det nye tv-show 'Desperate Measures', der iflg. B.T. er på vej til Danmark.

'Desperate Measures' er blot et af de mange formater, der i disse dage bliver præsenteret på tv-festivalen MIPCOM i Cannes. Til gengæld er det et af de mest omtalte formater, der lige nu både forarger og inspirerer.

Formatet er udviklet af tv-manden Howard Schultz, der også står bag nogle af de mest grænseoverskridende og omtalte tv-programmer i verden som 'Extreme makeover' og 'Sandhedens time'.

Når 'Desperate Measures' i det hele taget er så interessant nu, hænger det sammen med finanskrisen. Folk er villige til at gøre hvad som helst for penge, skriver B.T. videre.

Ifølge avisens oplysninger har TV3 vist stor interesse for 'Desperate Measures'. I forvejen viser TV3 det kontroversielle format 'Sandhedens time', som man ikke lægger skjul på, at man er meget tilfreds med.

Iflg. distributionsfirmaet Shine Revielle er 'Sandhedens time' solgt til over 45 lande - men man siger, at 'Desperate Measures' vil slå dette tal.

Eli Shibley, distributionsmanager, forklarer: "Det har vist sig, at folk er vilde med følelses-tv. På mange måder minder programmet om 'Fear Factor', men det her er ikke dumme folk, der gør dumme ting for penge. Det her er personer, der vil gøre alt for at redde deres nærmeste ud af en økonomisk krise."

Funktioner
[Din kommentar](#)
[Printervenlig version](#)

Film on Demand

NYHEDSARKIV

- [2009](#)
- [2008](#)
- [2007](#)
- [2006](#)
- [2005](#)
- [2004](#)
- [2003](#)
- [2002](#)

LEDIGE JOB:

- [Ingen ledige job netop nu](#)

RADIONYT.COM

- [NL: 100%NL stormer frem](#)
- [Ny P1-serie om livet i Rusland](#)
- [Staten dominerer totalt på radio og tv](#)
- [Kreditorer giver Radio 100FM en](#)

Indtast søgeord...
SØG
RSS

LA INK

HVER FREDAG KL 23.00



Få knivskarpe billeder på din fladskærm

