

Christian Hviid Mortensen**Anne Jerslev:*****Reality-tv.*****Frederiksberg C: Samfundslitteratur. 2014**

MedieKultur 2016, 59, 165-167

Published by SMID | Society of Media researchers In Denmark | www.smid.dkThe online version of this text can be found open access at www.mediekultur.dk

Bogen er en letlæst introduktion på dansk til feltet reality-tv. Jerslev tager tråden op fra bogen *Vi ses på tv. Medier og intimitet* (2004), hvor hun med begrebet 'følelses-tv' benævnte tendensen til offentliggørelse og iscenesættelse af det private på tværs af medier og genrer, og udforsker i denne bog reality-tv som et prominent udtryk for tendensen.

Bogen er velegnet for underviseren, der vil have et overblik over feltet, eller den studerende med interesse for reality-tv, der ønsker analytiske redskaber og referencer til international litteratur om emnet.

Jerslev indleder med at konstatere, at der er nogle institutionelle og økonomiske rationaler ud fra hvilke, fremkomsten af reality-tv kan forstås: Reality-tv er billigt og let at sælge til annoncører og sponsorer, hvilket gør reality-tv let at finansiere. Desuden er programformaterne fleksible og kan ofte sælges på det globale marked via lokal franchising. På denne baggrund giver Jerslev derefter en indføring i de centrale internationale diskussioner omkring reality-tv.

For det første er det spørgsmålet om kategorisering af reality-tv programmer i forhold til begreber som genre og format, samt det paradoksale forhold mellem ikke-scripted virkelighed og iscenesættelse i reality-tv.

For det andet er det de stilistiske træk ved reality-tv, der iscenesætter intimitet, fx betroelsen til kameraet som en simuleret monolog. Deltagerne skal være i stand til at italesætte sig selv på en autentisk måde, der både er berettende og refleksiv. Det er denne intimitetsperformance, som er den vare, deltagerne sælger, og som enkelte kan bygge en karriere på

og derved blive en celebrity. At gøre det private offentligt er ikke nyt. Reality-tv har rødder i tidligere fakta- og dokumentarprogrammer fra 1970erne. Det nye ved reality-tv er den formaterede iscenesættelse af intimitet, den øgede grad af denne intimisering, samt det store omfang af denne type programmer i sendefloden omkring årtusindeskiftet.

De mange farverige personligheder, der befolker reality-programmerne, rejser spørgsmålet om autenticitet: Hvor meget er skuespil? Er det deltagerens egen personlighed, vi ser, eller er det blot en karakter, som personen spiller til ære for kameraet? Ifølge Jerslev etablerer reality-tv et uafgørlighedsfelt med opløsningen mellem det private og det offentlige og konstruerer et rum inden for hvilket intimitet performs. I dette medierede uafgørlighedsfelt er spørgsmålet om autenticitet uundgåeligt, men også uden entydige svar. Det er netop i diskussioner foranlediget af denne uafgørlighed, at mange seere finder fornøjelse ved at se reality-tv. Jerslev benytter teatermetaforen fra sociologerne Erving Goffmann og Joshua Meyrowitz til at beskrive uafgørlighedsfeltet som en forskydning mellem scenerne backstage og front region. I reality-tv får publikum et kig ind i kulissen, hvorved der opstår en middle region, der indeholder adfærdselementer fra både den tidligere backstage og front region, og forholdet mellem dem er til konstant forhandling. Den nye middle region forudsætter et publikum og adfærden indeholder derfor en refleksiv bevidsthed om performancen som performance. Denne forskydning skaber desuden nye scener i form af mere ekstreme udgaver af backstage og front region nemlig deep back og forefront. Deep back er når kameraerne er slukket, mens forefront kan være den hyperbevidste performance som udøves på den røde løber til diverse prisuddelinger og premiereshows.

For det tredje er det symbiosen mellem reality-tv og celebrity-kulturen. Her fremstår reality-tv som en celebrity-fabrik, der producerer celebrities på samlebånd ved hver ny sæson af fx Paradise Hotel. Men berømmelsen er kortlivet, og realitydeltagerne er celebrity-kulturens laveste kaste af udskiftelige kendisser. Her påpeger Jerslev, at en celebrity ikke kun er en person, en slags stillingsbetegnelse, men en praksis som gøres i medierne. Det er strategisk arbejde med kontinuerligt at producere en selvrepræsentation, der kan sælges som en nyhed på tværs af medier.

For det fjerde er det forholdet mellem reality-tv og seerne. På trods af at reality-tv ofte afvises som skraldeunderholdning, så er det uhyre populært. Her viderebringer Jerslev en væsentlig pointe fra receptionsstudier udført af den engelske medieforsker Annette Hill, nemlig at seerne har et dobbelt blik på reality-tv. De vurderer deltagerens performance og produktionens iscenesættelse kritisk, samtidig med at de lader sig opluge af dramaet og reagerer følelsesmæssigt på det scenarie, der udfolder sig på skærmen. Det dobbelte blik giver mulighed for at forhandle programmets betydning med andre seere. Det leder hen til et andet væsentligt aspekt af og fornøjelsen ved at se reality-tv, nemlig at det genererer snak – eller mere specifikt sladder. Sladder defineres som en 'uformel samtale mellem to eller flere parter om en fraværende tredjeparts intime liv, som de øvrige parter er bekendt med' (s. 116). Reality-tv leverer netop brændstof til sladder ved at give sine seere indblik i

tredjeparters intime liv gennem dramatiske og hverdagslige scenarier med moralske komplikationer.

Endelig diskuteres reality-tv som kulturfænomen. Her stiller Jerslev sig tvivlende over for det foucauldianske perspektiv på reality-tv hos Laurie Ouellette og James Hay, der grundlæggende ser fænomenet som et opdragelsesprojekt og dermed som en styrings- eller disciplinerings-teknologi. Her er hun mere på linje med et mere dynamisk og mindre kulturpessimistisk perspektiv, som kommer til udtryk i ovennævnte receptionsstudier. Sådanne studier er væsentlige, da reality-tv ofte afvises som andenrangsunderholdning eller fremstilles som moralsk korrumpierende. En mindre svaghed ved bogen er, at de refererede receptionsstudier har en engelsk kontekst, og som læser er det uklart om denne måde at se reality-tv på også gør sig gældende i en dansk kontekst, selvom det virker plausibelt.

Generelt udfolder de forskningsmæssige diskussioner omkring reality-tv sig i en international, især amerikansk sammenhæng, der kan være meget forskellig fra den danske situation. Jerslev supplerer dog løbende med bemærkninger om, hvor den danske udvikling afviger fra den amerikanske, fx at amerikanske makeover-programmer er mere melodramatiske, mens de danske fedme- og kirurgiprogrammer har en dokumentarisk realistisk æstetik. Den internationale referenceramme giver mening, da flere amerikanske programmer også vises på danske tv-kanaler, fx *Extreme Makeover: Home Edition*, og internationale formater som *X-factor* laves i danske udgaver. Men bogens eksempler virker stærkest, hvor den danske kontekst analyseres og forskellene til de internationale programmer fremhæves.

*Christian Hviid Mortensen
Museumsinspektør, ph.d.
Mediemuseet
Odense Bys Museer
Chrh@odense.dk*