



HÖGSKOLAN FÖR LÄRANDE  
OCH KOMMUNIKATION

# **Hur verklig är reality-tv?**

**En studie kring dokusåpan Paradise Hotel utifrån  
deltagarnas perspektiv**

**Isabelle Hultén  
Emil Lundberg**

C-uppsats 61-90 hp  
Medie- och kommunikationsvetenskap  
Höstterminen 2010

HÖGSKOLAN FÖR LÄRANDE OCH  
KOMMUNIKATION (HLK)  
Högskolan i Jönköping

Handledare  
Lars-Åke Engblom

Examinator  
Staffan Sundin

C-uppsats  
Höstterminen 2010

# SAMMANFATTNING

---

Isabelle Hultén, Emil Lundberg

## Hur verklig är reality-tv?

En studie kring dokusåpan Paradise Hotel utifrån deltagarnas perspektiv

Antal sidor: 28

---

Realityshower och dokusåpor tar allt större plats i våra tv-tablåer och är under ständig debatt. Programmen sänds numera på prime time och finns hela tiden tillgängliga via internet. Just nu är dokusåpan *Paradise Hotel* mest aktuell och har fått utstå mycket kritik. Detta på grund av de stora mängder alkohol som deltagarna dricker samt programmetns inslag av sexuell karaktär.

Genrens namn, reality-tv, ger sken av att det är verkligheten som speglas i programmen, men hur verkligt är egentligen det vi får se? Hur stor makt har produktionsbolaget över deltagarna och hur redigeras det filmade materialet för att locka tittarna? Det är frågor som den här uppsatsen syftar till att försöka besvara. Vi ville, utifrån deltagarnas synvinkel, undersöka hur verklig reality-tv verkligen är.

För att göra detta har vi valt att göra semistrukturerade intervjuer med sex deltagare från dokusåpan *Paradise Hotel*. Dessa har vi sedan analyserat med hjälp av en hermeneutisk analysmetod. De teoretiska perspektiv vi främst använt oss av är individualism, voyeurism och narcissism.

Det är svårt att ge några exakta svar på de frågeställningar som ligger till grund för studien då deltagarnas åsikter ofta går isär. Vi har dock kunnat konstatera att de flesta av dem vi intervjuat inte sökte till programmet själva, utan blev handplockade av produktionsbolaget. Det är också tydligt att deltagarna tilldelas roller i efterhand när det filmade materialet redigeras. Dessa roller är vissa av deltagarna nöjda med, medan andra är upprörda över hur de framställts i tv.

---

**Sökord:** Reality-tv, Dokusåpa, Tv-produktionsbolag, Paradise Hotel, Individualism, Voyeurism, Narcissism

---

<b>Postadress</b>	<b>Gatuadress</b>	<b>Telefon</b>	<b>Fax</b>
Högskolan för lärande och kommunikation (HLK) Box 1026 551 11 JÖNKÖPING	Gjuterigatan 5	036–101000	036162585

## ABSTRACT

---

Isabelle Hultén, Emil Lundberg

### How real is reality-TV?

A qualitative study about the realityshow *Paradise Hotel* from the participants point of view

Number of pages: 28

---

Realityshows and docusoaps gets more and more space in our TV-guides and are under constant debate. It is more usual nowadays that the shows are being aired on prime time than before, and the shows are constantly available on internet. Right now the show *Paradise Hotel* is most current and has endured a lot of criticism because of the amount of alcohol and sex it contains.

The name of the genre, reality-TV, makes it sound like it is the reality that is reflected in the shows, but how real is actually reality-TV? How much power does the production company have over the participants and how much is the filmed material edited afterwards to attract the audience? It is questions like this we will try to give answers to in this study. Our purpose is to examine how real reality-TV is, from the participants' point of view.

To do this we have chosen to do semi structured interviews with six participants from the reality show *Paradise Hotel*. This has been analyzed through a hermeneutic point of view.

It's hard to give any exact answers to the questions that the study is based on because of the different opinions of the participants. Though, we found that most of the persons that we have interviewed did not apply for the show themselves, they got handpicked from the production company. Also, it is obvious that the participants have been assigned characters afterwards when the shot material has been edited. It is also clear that some of the participants are pleased with the character they have been assigned, while others are upset with how they have been changed into someone they are not.

---

Keywords: Reality-TV, Docusoap, Docusoap participants, TV-production company, *Paradise Hotel*, Editing, Television

---

## Innehållsförteckning

1.	<b>Inledning</b> .....	2
2.	<b>Bakgrund</b> .....	4
2.1	Reality-tv.....	4
2.2	Dokusåpor .....	4
2.3	Reality gameshows.....	5
2.4	Vad lockar publiken? .....	5
2.5	Paradise Hotel.....	5
2.6	Produktionsbolaget Mastiff.....	6
2.7	Begreppsdefinition .....	6
3.	<b>Teorier</b> .....	7
3.1	Individualism.....	7
3.2	Voyeurism.....	8
3.3	Narcissism .....	8
3.4	Roller.....	9
3.5	Alkoholens roll.....	9
3.6	Verklighetseffekten .....	10
4.	<b>Tidigare forskning</b> .....	11
5.	<b>Syfte och frågeställningar</b> .....	13
5.1	Syfte.....	13
5.2	Frågeställningar.....	13
6.	<b>Metod</b> .....	14
6.1	Metodreflektion .....	15
6.1.1	Validitet och reliabilitet .....	15
6.2	Urval.....	15
6.3	Etiska aspekter .....	16
7.	<b>Resultat</b> .....	17
7.1	Hur rekryteras deltagarna till dokusåpan?.....	17
7.2	Upplever deltagarna att de är sig själva under inspelningen eller känner de sig styrda eller påverkade av produktionsbolaget? .....	18
7.3	Anser deltagarna att materialet redigerats så att det framställer dem eller deras upplevelser på Paradise Hotel på ett felaktigt sätt? .....	20
7.4	Hur upplever deltagarna i efterhand sin medverkan i Paradise Hotel?.....	21
8.	<b>Diskussion</b> .....	24
8.1	Rekryteringsfasen .....	24
8.2	Inspelningsfasen.....	25
8.3	Redigeringsfasen.....	26
8.4	Efterfasen .....	26
9.	<b>Förslag på vidare forskning</b> .....	28

Källförteckning

Bilaga: Intervjuguide

## I. Inledning

Reality-tv och dokusåpor fick sitt genombrott under 1990-talet och har sedan dess expanderat och blivit allt vanligare. Till en början var det framför allt så kallade "gameshows" såsom Expedition Robinson och Farmen som var populära, men de senaste åren har allt mer fokus lagts på dokusåpor som präglas av skandaler, sex och alkohol. Exempel på sådana är *Big Brother*, *Paradise Hotel* och *Kungarna av Tylösand*. Dessa får också allt bättre sändningstider och är idag inte alls ovanliga på "prime time". *Paradise Hotel* som visas på TV6 sänds exempelvis fyra gånger i veckan klockan 19.30.

I och med denna utveckling blir tidigare tabubelagda ämnen allt mer accepterade i tv och väcker inte lika mycket uppmärksamhet. Publiken blir helt enkelt avtrubbad och därmed söker produktionsbolagen hela tiden nya vägar att chocka tittarna och på så sätt locka dem att även i fortsättningen följa programmet. Därmed flyttas gränserna för vad som är okej att visa på bästa sändningstid allt längre bort, vilket betyder att sex och alkohol i tv blir vanligare för varje dag som går.

Just alkoholdebatten har varit ständigt aktuell sedan den här typen av program började visas i svensk tv. Aftonbladet skrev exempelvis en artikel om dokusåpan "Bachelor" i Kanal 5 redan 2003 där en av deltagarna uttalar sig på följande vis: "Det var helsponsrat och flaskorna stod överallt. Det blev ju champagne och vin varje dag och ibland fick man ångest av allting." I samma artikel säger alkoholläkaren Sven Andréasson att program av den här typen är "försåtliga" och kan vara direkt skadliga för ungdomar att se på.

(<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/tv/dokusapa/article168536.ab>)

Detta leder till frågor om hur etiskt försvarbara program av den här karaktären är. Mycket kritik har också riktats mot kanalernas val av sändningstid för dessa program, eftersom de inte anses speciellt lämpliga för barn att se. Men hur stor del av det som visas i tv är egentligen äkta?

Frågan är mycket relevant idag, då olika former av realityprogram trängs i tv-tablåerna. I Sverige finns exempelvis *Roomservice*, *Arga Snickaren*, *Expedition: Robinson*, *Ensam mamma söker*, *Bonde söker fru* och en lång rad liknande program. Det är ett bevisat faktum att genren är mycket populär och engagerar publiken. Men hur stor makt har produktionsbolagen över det som händer och sker i programmen? Hur mycket kan de styra deltagarna genom handlingar som tittarna inte får se? Journalisten Johan Sâthe (2003) skriver exempelvis så här om realityshowen *Big Brother*: "Det är en medveten taktik från programmakarna att ha det varmt i huset. Då har folk på sig mindre kläder, vilket är bra för tittarsiffrorna."

Deltagarna i realityprogram som *Paradise Hotel* framställs ofta som extrema människor utan gränser eller hämningar. Denna uppsats syftar till att undersöka huruvida deltagarna själva anser att bilden av dem framställts som rättvis och även hur stort inflytande produktionsbolaget haft över deras beteende under inspelningen. Medieforskaren Anna Edin (2005) skriver:

*.. det är uppenbart att deltagarna i viss utsträckning ska spela roller och medvetet agera framför kameran. Som deras namn antyder är de till hälften verkliga personer, till hälften iscensatta: Big Brother-Linda, Robinson-Robban, Baren-Meral, Järnrörs-Daniel, Naken-Janne. Det är alltså inte så att de inte alltid är hundra procentigt ärligt - de förväntas inte heller vara eller ens låtsas vara ärliga. (Edin, 2005:26)*

En anledning till att vi valt att skriva vår uppsats inom detta ämnesområde är bristen på tidigare forskning som inriktar sig på just deltagarna i realityprogram. Studier av tv-publiken och vad som lockar tittare är betydligt vanligare, vilket gör att det känns mer intressant och givande att ge sig ut på mer utforskade områden. Eftersom vi var mer intresserade av att göra en kvalitativ undersökning än en kvantitativ var det naturligt att inrikta sig på deltagarna i programmen.

För att variera språket kommer vi genom hela uppsatsen att varva uttrycken realityshow, dokusåpa och realityprogram efter hur de passar in i texten. I denna studie har vi valt att låta orden ha samma innebörd, detta för att underlätta läsandet och slippa upprepningar.

Vi vill med denna uppsats bidra till att öka kunskapen om reality-tv. Det är dock viktigt att påpeka att vi endast riktar in oss på dem som väljer att delta i program av realitykaraktär och deras åsikter om hur de framställts i tv. Vad produktionsbolagen tycker är i denna studie inte relevant, det gäller även publikens åsikter. Vi har valt att koncentrera oss på att analysera de medverkandes tankar om äktheten i programmen och hur de själva framställts, detta genom intervjuer med ett antal deltagare från programmet *Paradise Hotel* i TV6.

## 2. Bakgrund

*I detta avsnitt ger vi en introduktion till några centrala fenomen som studien bygger på. Vi ger en övergripande beskrivning till uppkomsten av reality-tv, samt redogör för de olika genrer som placeras in under begreppet. Därefter presenteras ett mindre avsnitt om vad som lockar publiken följt av en kort förklaring till programmet som studien behandlar, Paradise Hotel. Avsnittet avslutas med en begreppsdefinition.*

### 2.1 Reality-tv

Reality-tv utvecklades i tre steg. Det första togs i USA i början av 1990-talet. Det var då program av så kallad ”infotainment”-karaktär började produceras och blev populära. Med infotainment avses en hybrid mellan informations- och underhållningsprogram. Dessa kan exempelvis handla om brottslighet, räddningsinsatser eller polisarbete.

Den andra vågen av reality-tv uppstod under mitten av 1990-talet och det var då dokusåpan kom in i bilden. Även livsstilsprogram där man gjorde om hus eller personer fick sina genombrott under den här perioden.

Den tredje sortens reality-program, som den här uppsatsen framför allt behandlar, fick sitt stora genombrott under början av 2000-talet. Det blev då mycket populärt att placera vanliga människor i ovanliga miljöer, så kallade ”reality gameshows” (Hill, 2005).

Reality-tv har redan från starten fått utstå mycket kritik. Motståndarna har bland annat kallat genren för förnedrings-tv och menar att formatet är fördummande. Man anser också att tittarna riskerar att utvecklas till narcissister, sadister och mobbare (Edin, 2005).

Det råder dock ingen tvekan om att reality-tv engagerar publiken. Både de som tittar och de som inte gör det har en åsikt om genren. Ett mått på dess popularitet är att det var fler som röstade i finalen av det brittiska programmet *Pop Idol* år 2002 än som röstade på det etablerade partiet Liberal Democrats i parlamentsvalet 2005 (Edin, 2005).

En av anledningarna till att reality-tv slog igenom åren kring 1990 är de tekniska förutsättningar som utvecklades vid denna tid. Att skildra verkligheten har alltid varit populärt inom de olika medierna, men med hjälp av ny teknik blev möjligheterna större att komma människor riktigt nära och skapa mer dramatik med små medel. Bland dem som var först i Sverige med att prova den nya genren och den nya tekniken på allvar var ZTV som redan 1992 gjorde ett experiment där man placerade en kamera hemma hos en privatperson, som publiken sedan kunde följa i några dagar. Året därefter gjordes liknande försök på nytt, då med en hel familj som huvudrollsinnehavare (Furhammar, 2006).

Att fler privatpersoner skaffade videokameror bidrog också till att förändra tv-mediet. Program med privata videoklipp inskickade av tittarna blev en stor succé över hela världen inklusive Sverige där *Låt kameran gå!* i TV3 var först ut redan 1990. Denna form av program suddade steg för steg ut gränserna för vad som var privat och offentligt (Furuhammar, 2006).

## 2.2 Dokusåpor

Dokusåpan skapades som ett alternativ till ”infotainment” i Storbritannien i mitten av 1990-talet. Genren fick ett enormt genomslag och mellan åren 1995 och 1999 visades totalt 65 stycken dokusåpor i Storbritannien. Rent innehållsmässigt är dokusåpan en blandning mellan observerande dokumentär och karaktärsdrivet drama (Hill, 2005). Med andra ord är uppbyggnaden i princip som en dramatiserad såpopera med skillnaden att det istället för skådespelare är vanliga människor som har huvudrollerna.

När dokusåporna nådde sin topp i slutet av 1990-talet hade exempelvis dokusåpan *X Cars* i Storbritannien tittarsiffror på 12,3 miljoner, vilket är 51 procent av den totala tv-publiken. Det var ingen tillfällighet, ett flertal andra dokusåpor hade liknande siffror och på ”prime time” (mellan 19 och 21) konkurrerade dessa med varandra. Den form av dokusåpa som varit mest framgångsrik sedan slutet av 1990-talet är livsstilsåpan (Hill, 2005). Svenska exempel på sådana är *Äntligen hemma*, *Roomservice* och *Du är vad du äter*.

## 2.3 Reality gameshows

I slutet av 1990-talet och början av 2000-talet introducerades en ny form av reality-tv som kom att kallas för ”reality gameshows” och den har sedan dess dominerat marknaden för reality-tv. Den som kan ses som grundare av genren är den brittiska producenten Charlie Parsons som utvecklade idén för *Survivor*, som senare blev *Expedition Robinson* och hade premiär 1997 i svensk tv (Hill, 2005). Strax därefter började också den omtalade skandalserien *Big Brother* sändas i Holland och blev en stor succé, vilket gjorde att formatet spreds över världen för att år 2000 nå Sverige och Kanal 5 (Furhammar, 2006). Dessa två föregångare följdes sedan av en lång rad ”reality gameshows” som till exempel *Popstars*, *Idol*, *Farmen* och *Paradise Hotel*.

Formatet går till stor del ut på att placera vanliga människor i ovanliga situationer för att i slutändan utse en vinnare. *Expedition Robinson* går exempelvis ut på att en grupp människor sätts på en ö där de ska klara sig på vad naturen erbjuder och under tiden rösta ut varandra tills endast en ensam vinnare återstår (Hill, 2005).

## 2.4 Vad lockar publiken?

Rent statistiskt drar reality-tv till sig fler kvinnliga tittare än manliga. Detta gäller framförallt de program med någon tävlingsaspekt i centrum. Programmen lockar även till sig en stor del ungdomar och unga vuxna vilket särskiljer dessa program från andra genrer. I Sverige har *Expedition Robinson* publikrekordet bland de reality-klassade programmen då man vid finalen 2000 hade drygt fyra miljoner tittare (Edin, 2005).

## 2.5 Paradise Hotel

*Paradise Hotel* är en så kallad reality gameshow som först startade i USA år 2003 och producerades av produktionsbolaget Fox (<http://www.realitytvworld.com>). År 2005 tog produktionsbolaget Mastiff formatet till Sverige (<http://www.cisionwire.se>) och därefter har det sänts här i hittills fyra säsonger, varav två i TV4 och två i TV6. Programmet spelas in under två månader på en exotisk plats i världen och innehåller inte fysiska tävlingsmoment utan snarare psykologiska sådana.



Formatet går ut på att elva personer utan tidigare relation till varandra checkar in på *Paradise Hotel*. Där skall de så fort som möjligt hitta en partner av motsatt kön att dela rum med under den kommande veckan, den deltagare som står utan partner blir eliminerad. Hotellet är riggat med kameror som kan följa deltagarna under dygnets alla timmar. För att höja spänningen samt göra deltagarna oroliga kommer det ibland in så kallade ”jokrar” för att dramatisera tillvaron och även behålla antalet deltagare i ett ojämnt nummer. Vid elimineringen varje vecka skall deltagarna välja en ny partner och det är då den person som står ensam som måste åka hem. (<http://www.tv6.se>)

## 2.6 Produktionsbolaget Mastiff

Det svenska produktionsbolaget Mastiff producerar *Paradise Hotel* i Sverige och har förutom det programmet arbetat med flera stora produktioner såsom ”Let’s dance”, ”Gladiatorerna” och ”Popstars”. Mastiff bildades 2003 genom en sammanslagning av Mastiff Media och MTV Produktion. Mastiff är en del av det större bolaget Zodiak Media Group som äger flera nordiska och nordeuropeiska produktionsbolag. Bolaget är verksamt i Sverige, Norge, Danmark och Polen. Zodiak Media Group ägs i sin tur av italienska De Agostini (<http://www.zodiakmedia.com>).

## 2.7 Begreppsdefinition

*Här förklaras begrepp som presenteras i resultatavsnittet. Dessa definitioner grundas på våra egna förkunskaper utifrån att ha sett Paradise Hotel. Detta eftersom begreppen kan ha olika betydelser i andra sammanhang.*

**Pandoras ask:** Deltagarna skriver anonymt ner frågor till varandra som sedan läses upp och besvaras under en ceremoni.

**Parceremoni:** Den del i programmet där deltagarna väljer sin partner för veckan samt riskerar att lämna *Paradise Hotel*.

**Synk:** Då deltagarna intervjuas om de händelser som hänt under den senaste tiden. Detta klipps sedan in i programmet. Sker ofta flera gånger om dagen.

**Presentationsvideos:** En kort film som presenterar deltagarna före varje avsnitt.

### 3. Teorier

*Det går att hämta teoretiska resonemang från flera håll inom det område vi valt att undersöka. De som är mest närliggande för vår undersökning är individualismen - hur människan utvecklas genom det ständigt förändrade sambandet med dess regler och normer, voyeurismen – att obemärkt kunna se in i någon annans privatliv och narcissism (självbekräftelse). Teorier kring roller och alkoholpåverkan är också relevanta för vår undersökning liksom om verklighetseffekten; hur tv gör det som är "vanligt" till något uppseendeväckande och sensationellt.*

#### 3.1 Individualism

*"Att vara är att synas"*

- George Berkeley (Bourdieu, 1998)

Termen individualism innebär den enskilda människans frihet och initiativ - en individs identitet. Att vara en individ är att vara en produkt skapad av erfarenheter och umgänge från andra individer. Individualism är alltså inte ett personligt dilemma och handlar inte enbart om vad man skapar av sitt egna jag. Då världen är under ständig utveckling och globalisering förändras den miljö vi lever i och vi anpassas efter nya kulturella normer och värden. När individen är produkt av erfarenheter och relationer blir det då ett faktum att vi formas efter dessa sociala kombinationer (Elliott & Lemert, 2006).

Ulrich Beck har arbetat med teorier om rädsla för det långvariga och för tiden överlag. Beck kallar denna kultur för "ever-new" och "short-termism" (enkelt översatt: "alltid-ny" och "kort-periodism"). Beck beskriver detta sökande efter erfarenhet och självupptäckt som en labyrint av självtvivel och osäkerhet. Han menar att en person med denna kultur ställer sig frågor som: "Är jag verkligen lycklig?", "Är jag fullbordad?", "Vem är jag?". Med dessa frågor tar människan då alltid nya steg för att förverkliga sig själv och uppfylla sina egna krav. Handlingarna man utför för att nå sina mål kan vara att resa, gifta sig, skilja sig, gå på dieter, söka medial publicitet, byta jobb eller tala med terapeuter. (Elliot & Lemert, 2006)

Deltagarna i *Paradise Hotel* har sökt till ett äventyr, en resa och chansen att få synas i tv. Enligt en undersökning av realityprogrammet Big Brother ansåg de medverkande i programmet att det var upplevelsen de var intresserade av, inte tävlingspriset. Precis som i Big Brother är *Paradise Hotel*-deltagarna medvetna om att deras handlingar kommer att ses av tusentals människor och deras personligheter kommer att dömas och diskuteras av dessa tittare (Andrejevic, 2004). Dessa personer tillhör troligtvis den kultur som Beck skulle kalla just "ever-new" och "short-termism".

När en grupp människor, okända för varandra, förs samman på en isolerad plats kan konflikter uppstå utifrån de olika personernas värderingar och normer. Det kan även skapas nya principer och uppfattningar som skall levas upp till. Utifrån detta perspektiv förändras dokusåpadeltagarnas beteende då de är på hotellet. De är alltså inte sig själva i den mening att de uppträder som de gör hemma.

Detta kallas för reflexivitet, att anpassas efter nya regler och att ifrågasätta sig själv och andra. (Elliott & Lemert, 2006)

### 3.2 Voyeurism

Voyeurism kan beskrivas som ”tittande” eller ”fönstertittande”. Generellt sett är innebörden att en person ser in i en annan persons privatliv. Detta går att applicera i ”verkligheten” om man till exempel läser en annan persons dagbok eller om man tittar in genom någons fönster. Genom att tillämpa voyeurismen i reality-tv finner vi en ny sorts voyeurism som är mer accepterad och använd i samhället. Det finns en uppfattning om de som ser på reality-tv, deras deltagande kan ses så här: tittarna har makt, tillgång till verkligheten och total insyn (garanterad av den omfattande övervakningen). På det viset ansluter de sig till den voyeuristiska lockelsen som finns till reality-tv. Tv-tittarna deltar i voyeurismen av olika anledningar, en del njuter av det verkliga de ser, lever sig in i upplevelsen och ser sig själva i deltagarnas ställe, vissa ser programmet som avskräckande och njuter av att håna deltagarna medan de själva befinner sig i trygghet och bevakar det som händer på behagligt avstånd (Andrejevic 2004).

### 3.3 Narcissism

Narcissism härstammar från en grekisk myt som handlar om Narkissos, en ung man som avvisade alla som älskade honom. Därför straffades han av gudarna genom att bli besatt av kärleken till sig själv. Narkissos fick syn på sin spegelbild vid ett vattenbryn och blev förälskad. Han kunde inte lämna sin avbild i det spegelblanka vattnet utan dröjde sig kvar till dess att han förtvinade och avled. Denna myt förklarar grunden för vad narcissismen står för, även om det psykoanalytiska begreppet har diskuterats och definierats många gånger (Sundén, 2004). Författaren och psykologen Bo Sigrell beskriver ett par punkter om utmärkande egenskaper för en narcissist. Två av dessa kan tyckas passa in på de som medverkar i tv-program eller andra aktiviteter där det egna jaget får lysa igenom:

*”Krav på att vara eller framstå som perfekta.”*

*”Stort behov av att bli beundrad och få uppskattning”*

(Sigrell, 2004:46)

Att få en plats i rampljuset är för många människor något som är viktigt i livet. Att bli sedd av den stora publiken kan fungera som ett bevis på att man finns. Kanske är detta behov en förlängning av en tidigare upplevelse i livet då man blivit sedd och uppskattad. Detta skapar också en negation, finns man bara om andra ser en? Mötet med andra människor handlar för den narcissistiska och uppmärksamhetstörstande personen ofta om att se världen som en spegel, den egna ytan och det intryck man ger. Det ”falska jaget” är något som kan uppstå i samband med berömmelse. De förväntningar som finns på personen i fråga skapar en annan identitet än vad som verkligen döljer sig inuti individen. Personen som uppmärksammas kan då tänka ”jag blir den du vill ha mig till” och därmed skapas en idealisering att leva upp till (Teurnell, 2004).

### 3.4 Roller

Inom den strukturella rollteorin säger man att en roll är det som människan använder sig av för att bruka de rättigheter och skyldigheter som finns bundna i samhället. Redan vid födseln blir människan tilldelad en roll beroende på könstillhörighet. Därefter präglas livet av olika roller, vilket civilstånd människan lever i, vilket yrke hon har etcetera. De sociala roller som finns är ofta internaliserade av samhället. *Internalisering* är något som till stor del sker omedvetet hos människan. Det innebär att man skapar sin roll utifrån andras uppfattningar, förklaringar och teorier kring vem man är och borde vara. Omedvetet tar människan ofta över sina föräldrars och samhällets normer, ideologier och värderingar. Människan accepterar de förväntningar som finns på henne och gör dessa till egen bild av hur hon bör vara (Angelöw & Jonsson, 2000).

En roll kan även kallas för en *mask*, något vi tar på oss och identifierar oss med. Detta innebär att masken representerar vårt sätt att uppfatta oss själva, vårt inre jag och den person vi vill vara (Moxnes, 2008). Enligt detta synsätt föds vi som oskrivna blad och bygger karaktärsdrag som till slut blir ”masker”, alltså personligheter. (Moxnes, 2008)

Vid vissa tillfällen kliver människan i en annan roll, till exempel då hon skall gå till jobbet. Detta kallas för ”arbetsövergångsteorin” och innebär att varje människa ändrar sin personlighet då hon påbörjar en ny arbetsroll. Då man byter den så kallade masken kan man också byta personlighet (Moxnes, 2008).

Deltagarna i dokusåpan kan under inspelningen välja att ”vara sig själva” eller ge sig själva en ny roll. En ny mask som de vill skall visa vem de är eller vill vara för tittarna. Utöver detta egna initiativ att skapa en ny roll åt sig själv har de ingen kontroll över det material som filmas under inspelningen. Deltagarna lämnar sina handlingar i händerna på producenter som brukar innehållit såsom de önskar. Producenterna har då möjlighet att ge deltagarna tillskrivna roller genom att kontrollera vad som visas och inte visas i programmet.

### 3.5 Alkoholens roll

Som vi tidigare noterat i inledningen spelar alkoholen en stor roll inom dokusåpagenren. Genom fri tillgång till alkohol kan deltagarna överkomma komplex och möjligtvis göra saker de kanske inte skulle göra som nyktra.

Alkohol tar bort hämningar och gör att man känner mindre ansvar för sina handlingar. Detta är något som gäller människor i allmänhet, men för just ungdomar är det extra tydligt. Maria Abrahamsson skriver i sin rapport från SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning) just om hur alkohol påverkar unga människors liv och relationer. Både vad gäller män och kvinnor är det tydligt att alkohol får dem att känna sig snyggare och samtidigt uppfattar man också andra som snyggare. Abrahamsson beskriver berusningen som ett tillstånd där andra regler gäller och man känner sig fri från det ansvar man känner i nyktert tillstånd (Abrahamsson, 2004)

Alkohol tar bort mycket av de sexuella hämningar man har som nykter. Man känner också mindre nervositet i kontakt med andra människor och alkoholen ökar också sexlusten. Detta betyder dock inte att den sexuella förmågan ökar med promillehalten. Snarare tvärtom då alkoholen minskar produktionen av testosteron i kroppen (<http://www.iq.se>)

### 3.6 Verklighetseffekten

*"Det som är medelmåttigt måste målas bra"*

- Gustave Flaubert

Verklighetseffekten - att göra det normala uppseendeväckande och sensationellt. Detta kan anknytas till journalistiken, eftersom journalisten skildrar händelser vilka kan ses som vardagliga men väcka känslor på grund av etnicitet, politik eller rädsla för det okända (Bourdieu, 1998).

Verklighetseffekten är rådande inom både televisionen och det skrivna ordet även om journalisten inte själv är medveten om fenomenet. Effekten har till syfte att framställa det medelmåttiga som bra (Flaubert, citerad i Bourdieu, 1998). I ett realityprogram där ett antal "vanliga" personer skall filmas under dygnets alla timmar uppstår mycket tid där det inte händer så mycket. Där kommer den medvetna verklighetseffekten in. Tv tar valda delar av det filmade materialet, lägger till musik och skapar med dramaturgi en spännande serie som tittaren förhoppningsvis skall tycka är både uppseendeväckande och sensationell. Man kan se en urvalsprincip här: Televisionen kräver dramatisering, en inriktning på det iögonfallande och det spektakulära. En iscensättning av en händelse som sedan kryddas till att få större betydelse än vad den kanske skulle fått från början om inte dramaturgin haft sin inverkan (Bourdieu, 1998).

## 4. Tidigare forskning

*I detta avsnitt redogör vi för tidigare forskning kring reality-tv som kan kopplas till vår studie.*

Den tidigare forskning som gjorts om dokusåpor och reality-tv är studier där publiken står i fokus. Ett exempel på detta *Verklig underhållning – Dokusåpor, publik, kritik* från 2005, där författaren Anna Edin undersöker reaktioner och reflektioner kring dokusåpor. Edin klargör också hur många olika varianter av program som ryms inom genren reality-tv.

Edin inleder sin studie med att berätta om uppkomsten av reality-tv med bland annat en redogörelse för programmet *Expedition: Robinson* som kan räknas som Sveriges första lyckade försök till en dokusåpa. Hon tar även upp den massiva kritik som riktades mot formatet inledningsvis. Fortsättningsvis redogör författaren för olika former av reality-tv samt förklarar begreppet ”hybrid-tv”, som är typiskt för genren. Med hybrid-tv menas att programmen har en gränsöverskridande karaktär och blandar de redan befintliga tv-formaten.

Den del av Edins studie som är mest relevant för vår uppsats är hennes resonemang om autencitet inom reality-tv. Hon menar att det är en viktig komponent för genren och att publiken vill att det de ser på tv ska vara verkligt eller åtminstone upplevas vara det. Själva undersökningen bestod av en diskursanalys av fokusgruppsdiskussioner. I fokusgrupperna ingick kvinnliga tv-tittare från olika åldergrupper och sammanlagt gjordes tre gruppintervjuer med 3-4 informanter i varje.

När ämnet autencitet kommer upp i diskussionerna visar det sig att informanterna å ena sidan är väl medvetna om att det inte är verkligt och att mycket är konstruerat. Å andra sidan pratar de samtidigt om deltagarna som att det som händer i programmen är ”på riktigt”. Detta leder till en svår gränsdragning där sant eller falskt lätt kan blandas ihop av publiken. Fokusgruppsdeltagarna är relativt överens om att det som händer ”där”, alltså på plats under inspelningen, är äkta. Exempelvis menar de att konflikterna är på riktigt, men att någon sedan klipper och redigerar för att skapa dramaturgi.

En av de ledande forskarna på området reality-tv är Anette Hill som är mediaprofessor vid School of media på University of Westminster. Hon har bland annat skrivit boken *Reality TV – Audiences and popular factual television* som återkommer som källa på ett flertal ställen i denna uppsats (Hill, 2005). Boken bygger på kvalitativa och kvantitativa publikundersökningar och har till syfte att förstå hur publiken tolkar reality-tv. Den tar även upp hur tittarna dömer deltagarnas prestationer i dokusåporna samt programmets autencitet.

En undersökning som gjorts inom samma område är studentuppsatsen *Reality-TV – Ur publikens synvinkel*. Författaren Henrik Helén har i denna studie riktat in sig på vad publiken finner tilltalande med realitygenren och varför denna genre blivit så populär. Med enkätfrågor som urvalsgrund har han fått fram vilka som är höganvändare av reality-tv och därefter gjort semistrukturerade med åtta av dessa höganvändare.

Helén betonar i sin resultatanalys det voyeuristiska perspektiv som publiken får över deltagarna i program av realitykaraktär och att det är en viktig aspekt när man ska analysera varför tittarna väljer just sådana program. Det finns helt enkelt ett intresse av att se hur andra människor löser olika situationer. Författaren menar att man på så sätt även kan studera sig själv och skriver:

*Jag anser att individer ständigt prövar sina ideal och värderingar och reflekterar över hur de själva skulle ha agerat i de situationer som personerna i programmet ställs inför. Detta prövande kan stärka de ideal vi redan har eller kan till och med skapa nya.*

Vidare noterar Helén att studerande inom yrkesinriktade program i relativt hög utsträckning följde program inom sitt eget intresseområde, exempelvis tittade polisstuderande på realityshowen *Blåljus* som följer polisen i sitt arbete.

När det gäller program som har mer tävlingskaraktär och där det ingår ett utröstningsmoment konstaterar Helén att tittarnas fokus till stor del låg på deltagarna och inte på miljön som programmet utspelade sig i. Man kan också i program av den här typen mer relatera till deltagarna än i de yrkesrelaterade programmen. Helén skriver också att tittarna uppfattar deltagarna som tacksamma att jämföra sig med, eftersom deltagarna i många fall visar bristande kunskaper. Detta kan hjälpa till att öka självkänslan hos tittarna.

Helén menar även att reality-tv har en stor social funktion i samhället genom att tittarna diskuterar innehållet och därmed exempelvis knyter nya kontakter. Programmen skapar också en samlingspunkt för publiken genom att många av intervjupersonerna tittar på olika realityprogram tillsammans.

Vid JMG (Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet) har också gjorts flera studier om reality-tv. I forskningsmagasinet *JMG – Granskaren nr 3 1999* handlar exempelvis flera texter om *Expedition: Robinson* och hur programmet gick från sågat och kritiserat till hyllat på bara några månader.

## 5. Syfte och frågeställningar

### 5.1 Syfte

Syftet med studien är att granska om dokusåpan *Paradise Hotel* visar en verklig "verklighet". Vi vill undersöka hur deltagarna upplever hela produktionsprocessen, från rekryteringen till den känslomässiga efterbearbetningen. Särskilt vill vi undersöka om programmets deltagare känner sig styrda av produktionsbolaget under inspelningen och/eller felaktigt framställda under redigeringen.

### 5.2 Frågeställningar

*Frågeställningen är indelad i fyra faser utifrån hur processen att vara med i/ skapa dokusåpan ser ut. Dessa är: rekryteringsfasen, inspelningsfasen, redigeringsfasen och efterfasen.*

Hur rekryteras deltagarna till dokusåpan?

Upplever deltagarna att de är sig själva under inspelningen eller känner de sig styrda eller påverkade av produktionsbolaget?

Anser deltagarna att materialet redigerats så att det framställer dem eller deras upplevelser på *Paradise Hotel* på ett felaktigt sätt?

Hur upplever deltagarna i efterhand sin medverkan i *Paradise Hotel*?



## 6. Metod

*I det här kapitlet redogör vi för de metoder som använts under studiens gång. Vi beskriver bland annat den intervjumetod vi valt att använda, hur intervjuguiden utformades samt vilken analysmetod vi nyttjade. Kapitlet innefattar även avsnitt om studiens urval och de etiska aspekter vi valt att följa under studiens gång.*

För att samla in det empiriska material som behövs för att genomföra studien har vi använt ett kvalitativt tillvägagångssätt, genom semistrukturerade samtalsintervjuer. Att vi valt en kvalitativ metod beror på att vi inte är ute efter att generalisera de resultat vi får, då hade kvantitativa metoder varit lämpligare. Vi vill istället analysera ett visst antal respondenters åsikter, tankar och erfarenheter om de frågeställningar vi har. Till detta är den kvalitativa intervjun bäst lämpad då ordet intervju egentligen betyder just ”utväxling av synpunkter” (Dalen, 2007:9). Intervjuerna har genomförts genom telefon och till grund för dessa har en intervjuguide (se bilaga) utarbetats för att underlätta och se till att studiens syfte och frågeställningar besvaras (Esaïasson, et al. 2007). Eftersom vi har valt att göra semistrukturerade intervjuer är inte intervjuguiden så strikt som den skulle kunna vara, utan endast ett hjälpmedel för oss att nå teoretisk mättnad.

För att kunna koppla intervjuguiden till de frågeställningar vi satt upp valde vi att dela in guiden i samma fyra faser som frågeställningen, nämligen rekryteringsfasen, inspelningsfasen, redigeringsfasen och efterfasen (Dalen, 2007).

Innan intervjuerna genomfördes testade vi intervjuguiden genom att göra provintervjuer på ett par av våra medstudenter. Dels för att testa vilka frågor som behövde omformuleras eller rent av strykas från guiden, men också för att få feedback från de försökspersoner som frågorna provades på (Dalen, 2007). Detta för att få en så effektiv intervjuguide som möjligt och för att vi skulle känna oss bekväma i intervjusituationen.

Anledningen till att vi valt att använda semistrukturerade intervjuer är att vi vill hålla oss inom det ämnesområde som är intressant för vår studie. Därför anser vi att det är svårt att göra djupintervjuer eller samtalsintervjuer som är mer öppna. Samtidigt vill vi inte känna oss alltför bundna till frågorna som man blir i en helt strukturerad intervju. För att undvika detta valde vi en semistrukturerad form på intervjuerna som ger en viss struktur med förbestämda ämnen och teman, men ändå frihet till följdfrågor (Dalen, 2007).

Eftersom det empiriska materialet ska tolkas efter att det samlats in använde vi även hermeneutisk metod. Hermeneutiken eller tolkningsläran är vetenskap av det förstående slaget, alltså går den ut på att förstå hur människor reagerar eller tänker (Thurén, 2007). Hermeneutiken har sina rötter i medeltida tolkningar av bibeln men fick under 1800-talet en vidare användning inom estetiska vetenskaper. Under 1900-talet utvecklades hermeneutiken än mer och fick den mening den har idag, nämligen läran om tolkning i allmänhet. Det handlar följaktligen om att förstå människans beteende, både vad gäller det verbala, men också det som sker inuti huvudet. Hermeneutiska forskare strävar i stora drag efter att förstå hur människor uppfattar världen (Hartman, 2004).

## 6.1 Metodreflektion

### 6.1.1 Validitet och reliabilitet

*Vid en vetenskaplig studie vill forskare uppnå god validitet och reliabilitet. Det förstnämnda innebär att arbetet skall vara noggrant utfört och reliabilitet syftar till hur tillförlitlig studien är.*

Till den här studien intervjuades sex stycken deltagare från *Paradise Hotel*, tre kvinnor och tre män. Intervjuerna genomfördes från Jönköping över telefon och varade i 20-40 minuter. Intervjuerna bandades med telefonens inspelningsfunktion. Detta ökar reliabiliteten och var absolut nödvändigt då det annars vore omöjligt att minnas och uppfatta allt som respondenterna sa. Det hade varit önskvärt att hålla intervjuerna ansikte mot ansikte för en bättre kommunikation mellan intervjuaren och intervjupersonen. Gester och ansiktsuttryck hade då kommit fram och möjligtvis kunnat leda till en bättre förståelse för intervjupersonens åsikter och känslor (Esaiasson, et al. 2007). Detta var tyvärr inte möjligt på grund av ekonomiska och geografiska skäl.

Det hade också varit önskvärt att ha fler respondenter för en högre reliabilitet. (Esaiasson, et al. 2007). Dock var detta inte möjligt då det var svårt att hitta deltagare som var villiga att ställa upp på intervju. Att ha ett lågt antal respondenter anser vi emellertid ökade validiteten. Detta eftersom det gav oss mer tid att utveckla, fördjupa och göra en mer grundläggande analys av de intervjuer som gjorts.

Vi kan inte garantera intervjupersonernas ärlighet. Vi har ingen anledning att ifrågasätta deras trovärdighet och då de getts full anonymitet torde svaren vara sanningsenliga.

Intervjuguiden testades ett flertal gånger innan de riktiga intervjuerna gjordes. Under testperioden ändrades vissa av frågorna för att flyta in i samtalet och vi har funnit guiden väldigt givande för intervjuerna.

Under analysprocessen stämde vi regelbundet av med syfte och frågeställningar för att säkra att inget av värde föll bort.

## 6.2 Urval

Under studiens planeringsstadium var intentionen att undersöka och jämföra två aktuella realityprogram för att få en bredare ansats. Detta kunde dock inte genomföras då responsen från deltagarna i den andra dokusåpan var för låg.

Därför har vårt urval utgjorts av deltagarna i *Paradise Hotel* år 2009 och 2010. Eftersom detta är en relativt begränsad grupp tillfrågade vi samtliga deltagare i programmet dessa år om de ville medverka i studien. För att nå reliabilitet ansåg vi att ett urval av fem intervjuobjekt var ett minimum. Det var till en början problematiskt att nå önskat antal respondenter då majoriteten av de tillfrågade inte svarade på vår förfrågan, alternativt tackade nej till att delta i studien. Efter en förlängd intervjuprocess och utökad tidsram blev urvalet slutligen tre manliga och tre kvinnliga respondenter. En jämn fördelning mellan könen är positivt men ej nödvändig då frågorna inte är anpassade efter kön utan endast att personen har deltagit i programmet.

## 6.3 Etiska aspekter

Vid planerandet och utförandet av intervjuerna som ligger till grund för uppsatsen har en del etiska riktlinjer följts. Främst är det Humanistisk-samhällsvetenskapliga forskningsrådets (HSFR) etiska principer som legat som grund för vårt etiska tankesätt vid utförandet av studien. Vi ska här redogöra för de fyra huvudkrav som riktlinjerna styrs av, samt koppla dem till den undersökning vi utfört.

HSFR antog dessa etiska riktlinjer 1990 och de har i viss mån börjat frångås och arbetet med nya riktlinjer är under arbete, men de fyra huvudkraven är trots detta fortsatt aktuella. Riktlinjerna är till för att ge trygghet till de medverkande i undersökningen som i många fall lämnar mycket privata uppgifter och åsikter. De fyra huvudkraven är:

**Informationskravet:** *Forskaren skall informera de av forskningen berörda om den aktuella forskningsuppgiftens syfte.* Vi har både i första kontakten med de medverkande samt innan intervjuerna genomförts varit tydliga med syftet till studien samt deras roll i den.

**Samtyckeskravet:** *Deltagare i en undersökning har rätt att själva bestämma över sin medverkan.* Eftersom urvalet av respondenter till studien varit begränsat har mail med förfrågan om deltagande skickats ut till flertalet deltagare från realityprogrammen *Paradise Hotel*. De tillfrågade har därefter själv fått avgöra om de önskat delta eller ej. Detta i enlighet med samtyckeskravet.

**Konfidentialitetskravet:** *Uppgifter om alla i en undersökning ingående personer skall ges största möjliga konfidentialitet och personuppgifterna skall förvaras på ett sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem.* De medverkande blev upplysta redan vid första kontakten att de skulle ges absolut anonymitet och att personliga uppgifter skulle hanteras med diskretion. I många fall var det dock inget de medverkande hade som krav för att ställa upp, men i enlighet med konfidentialitetskravet har det i uppsatsen inte framgått vilka som ställt upp i undersökningen. Även ljudkopior av inspelningarna samt transkriberingar har förvarats oåtkomligt för utomstående. Därtill har även namnen på de medverkande ändrats.

**Nyttjandekravet:** *Uppgifter insamlade om enskilda personer får endast användas för forskningsändamål.* Vi har inga intentioner att använda information som insamlats från intervjudeltagarna i andra syften än till arbetet med uppsatsen. Då de medverkande i undersökningen är offentliga personer är nyttjandekravet extra viktigt att följa, då det kan finnas intresse från annat håll att få tillgång till de uppgifter som insamlats under arbetet med studien (<http://www.codex.vr.se>).

## 7. Resultat

Resultaten grundar sig på de intervjuer som gjorts med sex stycken deltagare i dokusåpan *Paradise Hotel*. Dessa är Malin, Johanna, Mathilda, Anders, Linus och Rasmus (alla namn är fingerade). De är mellan 20 och 27 år gamla. Vi har valt att disponera resultatredovisningen genom att använda frågeställningarna som rubriker. I slutet av varje del redovisas en kort sammanfattning.

### 7.1 Hur rekryteras deltagarna till dokusåpan?

Det undersökningen visat är att det i många av de intervjuades fall varit produktionsbolaget som sökt upp deltagaren och inte tvärtom. De berättar exempelvis att personer från produktionen sett dem festa och därefter erbjudit dem att komma på castingintervjuer. Detta styrks även av en av de andra deltagarna som i intervjun säger: ”... de går ju runt och raggas på folk på krogar och sånt här..”. Samma deltagare, Mathilda, berättar att produktionsfolk ringde flera gånger för att övertala henne att ställa upp i programmet. De talar dock inte om att det är just *Paradise Hotel* det gäller utan lindar in det och till en början frågar bara ”vill du vara med i tv? Gillar du att festa och dricka?”. Detta är enligt Mathilda svårt att tacka nej till.

Anders berättar att produktionsbolaget lockade med att det skulle finnas mycket alkohol och tjejer när han till en början tackade nej till att delta i programmet. De besökte också hans arbetsplats för att försöka övertala honom att ställa upp samt ringde ett flertal gånger. Ett par av de andra deltagarna berättar att de kom med i programmet genom kompisar eller andra kontakter. Anders blev exempelvis anmäld av sina kompisar som ett skämt och säger ”.. dom ville väl jävlas.”

Den enda av de deltagare som intervjuats för studien som själv sökt till programmet är Linus. Han berättar dock att det från början var tänkt som ett skämt och att han i sin ansökan ljög om både yrke och hur han var som person. Väl på castingen ändrades dock hans uppfattning:

*Ja, så då gick jag ju på intervju och min inställning var ju så här: fuck you. [...] Men sen när jag väl satt där så var det inte lika kul längre för dem gör ju ett proffsigt jobb liksom. Dom är seriösa castingmänniskor. Jag tänkte att det här kommer de ju fatta efter en minut. Men det gjorde de ju inte. [...] Och så gick det som det gick och jag skrev kontrakt.*

Linus spekulerar dock vidare i att de castingansvariga genomskådade hans lögn, men såg hans förmåga att ljuga bra som goda egenskaper för deltagandet i programmet. När vi frågat deltagarna hur castingintervjuerna gått till och vilken typ av frågor som ställts svarar samtliga på ett liknande sätt. Produktionen vill veta vad för typ av människor de är och hur de reagerar i olika situationer som kan komma att uppstå i programmet. Flera av deltagarna berättar även att frågor som behandlade sexuella ämnen inte alls var ovanliga. Linus ger exempel som ”Hur många man legat med, favoritställning, favoritkupa [...] när man låg senast, hur sexet var..”.

Malin tror dock att svaren på dessa frågor är oviktiga. Så här svarade hon på frågan om varför hon tror frågor om sex ställdes:

*Jag vet inte om de var så jätteintresserade av själva antalet, (angående hur många hon haft sex med) utan det kanske var mer var hur jag skulle reagera på en sån fråga. [...] Om jag säger hundra eller om jag*

*säger en... jag menar, jag kan ju lika gärna ljuga. De kollar väl hur jag reagerar. [...] Ja, de ville väl se min reaktion helt enkelt.*

Att de castingansvariga försökte provocera deltagarna för att se reaktionerna bekräftar Johanna. Hon menar att nästintill alla deltagare kände sig provocerade av produktionens frågor och tyckte det var jobbigt. Hennes teori är att detta gjordes just för att skilja ut vissa individer från andra och se hur personer reagerar på provokationer som kan förekomma under inspelningen av programmet.

Angående vad produktionsbolaget söker när de rekryterar deltagare och varför just de valdes ut lämnar de intervjuade relativt samstämmiga svar. Framförallt nämner alla att de letar efter personligheter som är olika varandra och som kan skapa intriger och gillar att festa. Linus väljer att beskriva dem de söker som "lättfotade intrigmänniskor". Även Mathilda är inne på samma spår men tar också upp en annan aspekt hon tror spelar in när deltagarna väljs ut:

*Alltså de vill ju bara ha olika typer av folk, olika människor.. [...] för de söker ju efter olika personligheter.. och utseende liksom. Man måste ha utseende och kropp, annars har man ingen chans liksom. Det är väl det dom söker efter..*

På frågan varför hon tror att just hon kom med i programmet resonerar Mathilda att hennes "korta stubin" möjligtvis kan ha spelat in och nämner också att hon kan reagera starkare än vanligt när hon är berusad.

Sammanfattningsvis har det visat sig att endast en av de deltagare vi intervjuat sökt till programmet själv, övriga har blivit kontaktade av produktionsbolaget eller anmälda av vänner. Det kan också konstateras att det under castingintervjuerna inte är ovanligt med frågor som berör sexuella ämnen. Om detta är för att de verkligen vill veta deltagarnas sexuella erfarenheter eller bara provocera dem råder delade meningar om bland de intervjuade. Deltagarna är dock överens om att produktionsbolaget vill ha individer med olika personligheter. Detta för att skapa intriger och därmed "göra bra tv". En av deltagarna berättar också att hon tror att utseende är viktigt när de medverkande väljs ut.

## **7.2 Upplever deltagarna att de är sig själva under inspelningen eller känner de sig styrda eller påverkade av produktionsbolaget?**

Under inspelningen av *Paradise Hotel* berättar deltagarna att de inte hade någon kontakt med omvärlden. Förutom det praktiska som solskydd och vård säger fem av de sex intervjuade att även kontakten med de som arbetade med produktionen relativt sparsam. De gånger de pratade med produktionspersonalen var vid de tillfällen där det krävdes en genomgång av vad som skulle hända i programmet, till exempel vid så kallade parceremonier så alla deltagare visste vad som var nästa moment i programmet. Den av deltagarna som ej håller med i denna fråga är Malin. Hon säger att hon hade daglig kontakt med produktionsteamet och att det inte var några problem att prata med dem utanför kameran. Denna kontakt skall enligt henne ha skett då "synkarna" spelades in, i snitt tre gånger om dagen.

På det hela taget berättar deltagarna att produktionspersonalen tryckte på att det var väldigt viktigt att vara sig själv i programmet. Ett par av deltagarna förklarar att det var svårt att vara sig själv under inspelningen. Dels på grund av kamerorna, att hela tiden vara medveten om att man var övervakad, dels för att det kan vara svårt att vara sig själv med människor man inte känner. Malin säger dock att hon tror att alla blev mer "sig själva" ju längre tid de befann sig på hotellet. Detta eftersom man efter en tid glömde kamerorna mer och mer samt lärde känna varandra bättre. Malin säger också att hon inte kände sig styrd under tiden hon var inne i *Paradise Hotel* men tiden före inspelningen anser hon att deltagarna blev styrda. Mathilda återger hur produktionsbolaget smickrade henne och de andra deltagarna då de skulle spela in presentationsvideos inför programmet: Hon berättar att en av deltagarna fick göra flera omtag eftersom inte hon sa vad produktionsbolaget ville höra. "Då manipulerade de jättemycket [...] de kan få dig att säga vad som helst."

Deltagarna diskuterar i intervjuerna huruvida det fanns en indirekt styrning under inspelningen. Kamerorna filmade dygnet runt och deltagaren Malin berättar att även om produktionen inte verbalt uttryckte att de skulle agera på ett visst sätt gjorde deltagarna det ändå. Hon förklarar att de hade roligt och försökte festa så mycket som möjligt av respekt för produktionsbolaget, eftersom de lät dem vara i "paradiset". En annan deltagare, Mathilda, understryker att festandet hade en stor roll för dem under programmets inspelning och de drack alkohol varje dag: "Jag blir ju inte mig själv med alkohol i kroppen [...] jag var ju mig själv... Men av alkohol blir man ju konstig". Hon fortsätter sin historia med att berätta att det alltid fanns alkohol tillhands och att de festade varje dag. Anders säger att han var sig själv under hela inspelningen och tycker inte att han fick några direktiv om hur han skulle agera eller bete sig. Däremot tycker han att deltagarna blir indirekt styrda i och med alkoholen. Han anser att produktionen uppmanar att det skall hända mer genom att styra hur mycket alkohol som finns att tillgå.

*"Man får ju sprit vid speciella tillfällen och spriten stryps så det är ju väldigt styrt på så sätt.. Men just verbalt är det ju ingen som säger att du ska göra så här och så här eller hintar [...] Men det är ju inte uttalat men det är ju ändå på sätt och vis styrt, det är det ju".*

Alkoholen är ett återkommande ämne i alla intervjuer och Rasmus poängterar att det alltid fanns tillgängligt. Han säger att de inte drack under dagarna med att det alltid fanns där om någon blev törstig. Johanna berättar om sin första kväll på *Paradise Hotel* då alla deltagare blev väldigt onyktra. Hon beskriver kvällen som "hysterisk" och säger så här: "Vi drack jätte jättemycket [...] Jag var jätte jätteberusad..." Vidare angående samma kväll säger Johanna så här: "Jag tror de märkte att här har de en som är lite gränslös..." Johanna säger i intervjun att hon tror att produktionsbolaget ville att hon skulle lämna *Paradise Hotel* och lade upp parceremonien på så vis att de visste att hon skulle bli den som åkte hem. Genom att inte låta Johanna välja den partner de visste att hon ville välja tvingades hon välja en annan som inte var lika förtjust i henne. Därmed styrde de hennes öde på *Paradise Hotel* menar Johanna. "Så de bestämde ju ordningen och de bestämde ju då kan man säga ju att jag skulle åka ut [...] Det är ju mycket som är produktionsbestämt". Hon tror att anledningen till att produktionen ville att hon skulle åka var för att hon försökte få alla deltagare att hålla sams. Hon har en teori om vad produktionen tänkte inför den slutliga parceremonin: "Jag tror det var så att jag var rolig ett tag, när jag var naken och lite galen [...] Hon var kul ett tag men nu vill vi ha bråk och drama och pakter och jag tror att de tyckte att jag motarbetade det".

Linus beskriver sin medverkan i *Paradise Hotel* som väldigt äkta. Han förklarar att där och då handlade det om äkta känslor och det fanns inget spel, den personen som han var där är han även i privatlivet. Däremot så blir alla känslor mycket mer påtagliga berättar han, ”skrattar du så är du hysteriskt glad och är du ledsen så bryter du ihop”. Linus fortsätter med förklaringen att det berodde på att deltagarna var väldigt understimulerade. ”Allt som vi kunde stimulera oss med tog de bort från oss. Just för att man till slut kryper på väggarna och då skapar intriger just för att man mår så fruktansvärt dåligt”. Han säger att vid tillfället som programmet spelades in förstod han inte att det fanns en ”högre makt” som styrde programmet. Han utvecklar med att förtydliga hur bland annat de brev som produktionen skickar till deltagarna är en del av denna ”högre makt”. Linus uttrycker vad han menar genom ett tänkvärdt citat:

*”Allt innehåll, allt som sker, alla brev som kommer är ju indirekt liksom en produktion som leker med marionettdockor. [...] Och ju längre tiden går ju mer insnöad bli man i gruppen man är i, så man slutar liksom tänka på hur styrd man blir”.*

Ska man sammanfatta deltagarnas syn på inspelningsfasen så är samtliga överens om att de varit sig själva och att det inte funnits någon verbal styrning från produktionsbolagets sida. Ingen har sagt åt dem hur de ska vara under vistelsen på hotellet. Däremot ger de flera exempel på indirekt styrning där alkoholen är mest återkommande i intervjuerna. De menar att alkoholen fick dem att göra saker de annars inte skulle gjort. En av dem berättar även att de festade så mycket som möjligt av respekt för produktionsbolaget. Även produktionsbolagets makt att påverka händelserna tar intervjurespondenterna upp som en form av styrning.

### **7.3 Anser deltagarna att materialet redigerats så att det framställer dem eller deras upplevelser på Paradise Hotel på ett felaktigt sätt?**

Alla deltagare som medverkat i studien har olika åsikter om hur de själva framställts i programmet. Att alla tilldelats roller i redigeringen av det filmade materialet har de flesta dock liknande uppfattning om. Däremot skiljer sig respondenternas meningar angående hur nöjda de är med de roller som just de tilldelats och hur de framställts i redigeringen. Mathilda är en av dem som inte alls är nöjd med hur hon avspeglats i de färdigklippta programmen:

*[...] jag är en ihopklippt person, jag är inte den personen ni ser i programmet. Det är ett tv-program och de gör allt dåligt för oss för att det ska bli bra för er.. alltså, de underbåller er. [...] dom tar till exempel bara med när jag skriker, men klipper bort när vi innan det har bråkat i 20 minuter. Alltså ser publiken bara när jag skriker och tänker att jag är dum i huvudet. [...] De väljer ju ut någon som ska vara den roliga, någon ska vara den som smyger omkring och jag har blivit den som skriker och har damp.*

Också Malin är missnöjd med hur hon blivit ihopklippt och menar att hon i efterhand fått höra av folk att hon är ”falsk och sneaky”. Hon nämner också att deltagarna tilldelas olika karaktärer men att hon överlag är nöjd med redigeringen och jämfört med andra blivit relativt bra framställd.

Även Rasmus säger att han är nöjd med hur han blivit gestaltad i tv. Han menar att man får acceptera att det klipps och redigeras i det som filmas och att man inte kan vara missnöjd. Han säger exempelvis att ”man kan egentligen inte säga att man blivit framställd dåligt, för allt man gör där nere, det har man ändå gjort och det får man stå för...” Linus är även han relativt nöjd med redigeringen för egen del, men berättar att flera av deltagare som han pratat med i efterhand haft panik över hur redigeringen återgett dem. Han är dock noga med att påpeka att man måste försöka sätta sig in i det som produktionsbolaget har för syfte med programmet, vilket är att tjäna pengar. ”Vi blir ju liksom ett varumärke för dem” säger han exempelvis.

Anders tycker att han nästintill blivit ”oförtjänt bra” framställd i redigeringen. Något han nämnde under intervjun som ingen annan tog upp var hans teori om att redigeringen kan ha påverkats av produktionens personliga åsikter om deltagarna. Han menar att de ansvariga för programmet gillade honom och därför klippte honom till hans fördel. Flertalet deltagare, bland annat Johanna, tar upp det faktum att det är händelser under ett helt dygn som ska klippas ner till ett 25 minuters tv-program.

*Det är ju så mycket tid. Det är hela dagar och de måste ju få plats med parceremonier, pandoras ask, bråk och fester. [...] De har ju med så lite hur vi är egentligen, hur vi var när vi var nyktra och bara låg vid poolen och hade jätteseriösa samtal. [...] Jag tycker de kunde klippt någon gång så man såg att jag var lite vettig.. men det är inget som känns speciellt jobbigt nu efteråt..*

För att summera deltagarnas åsikter om redigeringen är det tydligt att det råder delade meningar. Ett par av dem är överlag nöjda med hur de framställts i programmet och en av dem har en teori om att det har att göra med att produktionsbolaget gillade honom som person. Några av de intervjuade är mindre nöjda med redigeringen och menar att de är ihopklippta karaktärer som inte alls är som de är i verkliga livet. Något samtliga pratar om är dock det faktum att produktionen ger dem roller i redigeringen som i de flesta fall är ofrivilliga.

#### **7.4 Hur upplever deltagarna i efterhand sin medverkan i Paradise Hotel?**

Alla deltagare står fast vid att hur mycket de än blivit styrda eller redigerade och klippta så har de under hela inspelningen bara varit sig själva. Det är något alla bestämt understryker och anser viktigt att hålla fast vid, både för sin egen och för tittarnas skull.

Malin och Rasmus tycker i efterhand att de tog de händelser som utspelades i programmet på lite för stort allvar. De beskriver att det vid tiden för inspelningen var lätt att glömma ”hemma” och Sverige. Programmet blev deras nya liv och de önskar båda att de då och då tänkt på att tiden på *Paradise Hotel* bara vara ett kapitel och inte hela livet. De tror inte att någon av deltagarna insåg hur roligt det egentligen var, alla var alltför fokuserade på sig själva och såg på saker och händelser med större allvar och djup än vad som egentligen var nödvändigt. Deltagarna visste att materialet som filmades var produktionsbolagets egendom och att de fick disponera innehållet så som de ville. Ändå känner sig vissa av deltagarna frustrerade när de ser på programmet i efterhand. De anser inte att deras rätta jag har kommit fram under de cirka 25 minuterna som varje avsnitt utspelas på. De var inte heller beredda på hur mycket som skulle klippas bort i redigeringen och därmed ändra delar av en händelse. Mathilda säger att hon kan sitta och ångra hur mycket som helst nu när hon är hemma på grund av att det har blivit ett tv-program.



Hon menar att tittarna inte kan se in bakom kulisserna eller alla bortklippta scener och därmed inte förstå hur det egentligen var.

Johanna, som tidigare sagt att produktionsbolaget styrde programmet så hon fick lämna tävlingen tycker ändå att det var bra att hon var med. Hon hoppas att hon kan visa tjejer att man inte behöver vara ”trådsmal” för att synas i tv. Johanna säger att för henne har *Paradise Hotel* bara fört gott med sig, hon avslutar med ”All publicitet är bra publicitet”.

Linus är den av deltagarna som har mest att säga om efterspelet. Han är också den som starkast uttrycker sin besvikelse och han anser sig utnyttjad av systemet. Han hade svårt att komma tillbaka till verkligheten hemma och visste inte längre vem han var efter att programmet var över. Han försökte leva upp till den nya roll som redigeringen i *Paradise Hotel* gett honom. Han berättar att han försökte bli den person som producenterna gett honom och att han hade svårt att hitta distansen mellan sitt vanliga liv och det liv som syntes på tv. Han fokuserar mycket på åldern. Linus var en av de yngre deltagarna när han medverkade i *Paradise Hotel* och han anser själv att han var alldeles för ung för att utsättas för den personliga stress programmet skapar. ”Jag tycker egentligen att det borde vara en minimum gräns på 25-år därför att [...] De är ju barn fortfarande”. Därefter fortsätter han: ”De kastar mer eller mindre in och låter ungdomar skapa tragedier. [...] Man vet inte vad man ger sig in på”.

*”Det var konstigt när man kom hem och fick veta att man inte var mer än ett varumärke för någon annan. Man har en liten prislapp på sig liksom, för att skapa bra tv. Man är inte någon vanlig privatperson eller människa, nu är man en del av en massa pengar.”*

Linus beskriver sina känslor efter hemkomsten från *Paradise Hotel* genom att förklara att han bara är ett igenkänt ansikte, utan några givna val. Han berättar att han ibland önskar att han aldrig ställt upp i programmet och han skulle aldrig skicka sin värsta fiende dit, eftersom man inte vet vad man ger sig in i. Linus avslutar ändå sin tragiska historia med att förklara att programmet har gett honom mycket tillbaka, han känner sig lyckligt lottad eftersom han nu har lättare att synas och höras i medierummet.

Alla deltagare förutom Linus uttrycker mestadels glädje över att ha medverkat i *Paradise Hotel*. De är glada över att ha fått se ett nytt land, lära känna nya människor och framför allt lära känna sig själva. Malin beskriver upplevelsen ”Alltså man lärde sig så jävla mycket om sig själv. [...] Jag förstår att det är många som inte vill vara med i själva tv-delen men själva upplevelsen är något jag rekommenderar till precis alla. För det är... Alltså det är en sån häftig upplevelse så det finns inte.” Samtliga deltagare tycker att deltagandet i *Paradise Hotel* har varit en väldigt speciell upplevelse, de har fått erfarenhet och lärt sig mycket samtidigt som de haft roligt. Dock skulle ingen av dem vilja medverka i programmet igen, delvis på grund av att de redan har gjort det och att det räcker med en gång men också på grund av att de är oroad över att det skulle kunna påverka deras framtid att återigen riskera att framställas otillräckligt inför det svenska folket.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att de deltagare vi intervjuat alla upplever sin medverkan i programmet på olika sätt i efterhand. De flesta av dem talar om att det gett dem mycket tillbaka genom mer publicitet och möjlighet att synas i media, samtidigt som flera av dem känner sig besvikna och menar att de blivit redigerade på ett felaktigt sätt. En deltagare säger att upplevelsen

lärde henne mycket om sig själv medan en annan inte skulle skickat sin värsta fiende dit. Något alla är ense om är dock att de inte skulle ställa upp i programmet igen om chansen gavs.

## 8. Diskussion

*Här sammanfattar vi resultatet från vårt empiriska material och diskuterar kring ämnet. Vi anknäyer resultatet till våra valda teorier. Diskussionen är uppdelad i samma faser som frågeställningen, det vill säga rekryteringsfasen, inspelningsfasen, redigeringsfasen och efterfasen. Delarna är oberoende av varandra och därför kan vissa avsnitt flyta samman.*

### 8.1 Rekryteringsfasen

Något som förvånade oss var hur få av de intervjuade som själva aktivt sökt till programmet. De flesta var handplockade av produktionsbolaget vilket kan tyda på att de vet precis vilka typer av personligheter de söker. Mathilda berättar exempelvis hur människor från produktionen letar deltagare på krogar och uteställen. Detta ger, tillsammans med några av de andra intervjurespondenternas resonemang om castingen, en tydlig bild av att alkohol och fest har en viktig bild i rekryteringen av deltagare. Anledningen till detta kan, som Abrahamsson (2004) skriver, vara att alkoholen får människor att göra saker de inte skulle gjort om de var nyktra. Det kan få till följd att de inte känner ansvar för sina handlingar, vilket i sin tur är vad produktionsbolaget vill ha för att skapa ”bra tv”.

En av deltagarna hade dock själv sökt till programmet och utan att göra för stora generaliseringar tror vi att han inte är unik bland programmets samtliga deltagare. Det finns sannolikt en relativt stor mängd människor som aktivt söker till *Paradise Hotel* och liknande program varje år. Detta kan direkt kopplas till narcissismen och ”... behov av att bli beundrad och få uppskattning” för att citera Bo Sigrell (2004). Just detta kan möjligen vara en grundläggande anledning till att folk väljer att söka sig till dokusåpor, jakten på framgång och att synas. Eller som deltagaren Johanna sa i intervjun ”all publicitet är bra publicitet”.

Något som överraskade oss är hur vanligt det var med frågor som behandlade sex under castingintervjuerna. När den första intervjurespondenten nämnde detta reagerade vi med förvåning, men när sedan nästintill samtliga deltagare bekräftade detta insåg vi att det är en återkommande del i processen. Som vi nämnt tidigare var det ett par av deltagarna som hade teorier om att detta gjordes för att provocera och få en klar bild av hur människorna verkligen är, och hur de reagerar i olika situationer. Detta sannolikt för att kunna skapa en så ”dynamisk” grupp som möjligt, med den meningen att dynamisk i det här fallet innebär en grupp som kan skapa bra tv genom pakter, bråk, fester och sex.

Flera av deltagarna berättade under intervjuerna att de blev övertalade till att ställa upp i programmet genom att produktionsbolaget sade saker som ”Vill du vara med i tv? Gillar du att festa och dricka?” samt i vissa fall även besökte de medverkandes arbetsplatser. På detta sätt får produktionen deltagarna att ställa sig själva frågor som om de verkligen är lyckliga eller vem de egentligen är. Detta är precis vad Beck (I Elliot & Lemert, 2006) menar med uttrycken ”short-termism” och ”ever-new”. Genom att få deltagarna att ställa sig dessa frågor börjar de också fundera över vilka nya steg de ska ta för att förverkliga sig själva. Författarna ger några exempel på hur man kan göra detta och några är bland annat att resa och att söka medial publicitet.

## 8.2 Inspelningsfasen

Samtliga sex deltagare från *Paradise Hotel* som ingått i studien har vidhållit att de under inspelningen varit sig själva. Dock berättar några av dem att det har varit svårt att vara just sig själv bland främlingar och kameror. Som Elliot och Lemert (2006) hävdar så påverkas människan av andra individer och egna erfarenheter. Om miljön förändras anpassar sig människan efter denna. Här handlar det om reflexivitet, att anpassas efter nya regler och ifrågasätta både sig själv och andra. Detta är en direkt parallell till individualismen som behandlar människans identitet. I vilken grad deltagarna påverkats av miljön och varandra är svårt att mäta men det är tydligt att några av dem ansett det svårt att agera som de gör i sin vardagsmiljö. Huruvida detta förändrades under tiden i *Paradise Hotel* är svårt att avgöra. Eftersom individen är ett resultat av erfarenheter och relationer är det mest troligt att deltagarna formats efter dessa sociala kombinationer. Det innebär att deltagarna ansett att de varit sig själva trots att de förmodligen förändrades då de antrade *Paradise Hotel*.

Under intervjusamtalen framgick det att alkoholen spelade en stor roll för programinnehållet. Vi anser att den indirekta styrningen är väldigt klar i och med att produktionsteamet förser deltagarna med rikliga mängder alkohol. Genom en relativt obegränsad mängd av detta gavs deltagarna chansen att festa varje dag, vilket de också gjorde, bland annat på grund av hänsyn till produktionsbolaget. En av alkoholens biverkningar är att den tar bort hämningar och gör att man känner mindre ansvar för sina handlingar. Deltagarna påverkades av detta och en av dem påpekar till och med att hon hade svårt att vara sig själv i berusat tillstånd. Att inte känna ansvar eller tappa hämningar kan leda till att bråk och intriger uppstår eller att deltagarna öppnar upp sig mer för varandra. I och med att alkohol fanns tillgängligt är det troligt att produktionsbolaget ville att deltagarna skulle bli berusade. Alkohol ökar självförtroendet och man anser ofta att både man själv och andra blir snyggare. Ett typexempel från resultatet är Johanna som berättar om sin första kväll i ”Paradiset”. Hon var väldigt onykter och tror att produktionsbolaget såg henne som ”gränslös”.

Med alkoholen försvinner en del av de sexuella hämningarna. Detta är något som kan antas att produktionsbolaget tycker är bra då det leder till en större chans att deltagarna har samlag i tv. Enligt teorin om voyeurism har tv-tittarna makt, total insyn och tillgång till verkligheten. I skydd bakom tv rutan kan tittarna observera deltagarna i *Paradise Hotel*, identifiera sig med de medverkande, njuta av verkligheten de ser eller håna dokusåpadeltagarna. Produktionsbolaget vill troligtvis att programmet skall vara så händelserikt att tv-tittarna stannar kvar. Genom att låta deltagarna festa och dricka sig berusade ger man ett alternativ att locka tittarna med.

En annan form av styrning som framgått av resultatet är att produktionsbolaget påverkar spelet så de till viss del kan kontrollera vilka deltagare som skall stanna kvar och vilka som skall lämna tävlingen. Detta var inte något vi tänkt på före intervjuerna men vi fann det intressant då det spelar en stor roll och kan påverka programmet i stor utsträckning. Genom att kontrollera vilka som skall befinna sig på *Paradise Hotel* blir även tävlingen påverkad och vinnaren kan i viss mån ha blivit utvald av produktionsbolaget i förväg.

### 8.3 Redigeringsfasen

Som tidigare nämnts skiljde sig deltagarnas åsikter åt när det gäller redigeringen. Vilket gör det tydligt att de tilldelats roller av produktionsbolaget i efterbearbetningen. Som en av deltagarna säger ska någon vara snäll, någon lugn, någon bråkig och någon lite mystisk. Detta blir en form av omvänd rollteori som enligt Angelöw och Jonsson (2000) kort går ut på att vi skapar vår egen roll utifrån andras förväntningar på oss. I det här fallet är det istället någon annan som skapar en roll åt oss, för att ge tittarna en bild av hur vi är. Det är här åsikterna skiljer sig hos deltagarna. Vissa av dem är nöjda med den roll de tilldelats och menar att de framställts på ett riktigt sätt, eller i vissa fall till och med oförtjänt bra. Andra är missnöjda med redigeringen och anser att de blivit ihopklippta på ett sätt som inte visar hur de egentligen är.

Att produktionsbolaget gör på det viset har givetvis att göra med att de vill locka tittare till programmet. De vet vad publiken vill ha och vad de vill se. Man kan föra in voyeurismen som exempel på publikens roll i det hela. Andrejevic (2004) menar att en del av tittarna lever sig in i deltagarnas liv och ser sig själva i deras ställe, medan andra ser programmet som ett avskräckande exempel. Vilken person man än må vara är det gemensamt att man genom att se på program som *Paradise Hotel* får en känsla av makt över deltagarna och total insyn i deras liv. Publiken applicerar därmed programmet på verkligheten och då vill produktionsbolaget att människor med olika personligheter finns med, så att alla som ser på programmet har någon de kan relatera till.

Deltagarna nämner vid flera tillfällen under intervjuerna att det är så mycket som filmas, men så lite som kommer med. Programmen är ungefär 25 minuter långa och varje avsnitt ska spegla ett dygn på *Paradise Hotel*. För att varje avsnitt ska bli så intressant som möjligt för publiken klipps mycket av det deltagarna kallar för ”dötid” bort. Man försöker alltså ta fram de små bitarna ur varje dygn som kan tänkas tillfredställa tittarna. Man försöker ”måla det medelmåttiga bra” som Flaubert uttryckte det. Bourdieu (1998) kallar detta fenomen för verklighetseffekten och han menar att man med hjälp av dramaturgi och musik kan skapa något spännande ur något som egentligen inte är det.

Det är intressant att i vissa fall ställa deltagarnas ord mot varandra. Exempelvis säger en av de intervjuade att hon är en helt ihopklippt person som inte alls är i verkligheten som hon framställts i programmet. En annan av deltagarna säger däremot att det inte går att säga att man blivit dåligt framställd, eftersom man faktiskt gjort allt som kommer med i programmet, även om det kan förstärkas i redigeringen. Han menar att man får stå för det man gjort istället för att påstå att man blivit felaktigt framställd.

### 8.4 Efterfasen

Som tidigare nämns anser deltagarna att de varit sig själva under inspelningen. Detta har emellertid inte påverkat produktionspersonalen att i efterhand tilldela deltagarna roller genom att redigera materialet och endast visa utvalda delar. Fem av de sex intervjuade är medvetna om att de mer eller mindre blivit framställda på ett visst sätt men är ändå relativt nöjda med hur de gestaltats. De har kunnat separera sitt ”vanliga” jag från den roll de fått i programmet. Den av dem som inte klarade detta rollbyte var Linus. När han kom hem efter sin medverkan i *Paradise Hotel* hade han svårt att hitta sig själv och berättar att han såg sig själv som inget mer än ett känt ansikte, utan några givna mål. Detta kan förknippas med *internalisering*, att skapa sin roll utifrån andras uppfattningar och

teorier om vem man borde vara. Internaliseringen sker ofta omedvetet och vid tidig ålder men för Linus handlade det om han vid vuxen tid behövde hantera detta. Detta är också en parallell till narcissismen och det ”falska jaget”. Att bli sedd av en stor publik kan vara ett bevis på att man finns. De förväntningar som kommer med berömmelse kan skapa en falsk bild som Linus, personen i fråga, försökte leva upp till. När han inte lyckades leva upp till ”jag blir vad du vill ha mig till” skapades en negation där han inte längre visste vem han skulle vara. Linus försökte bära den mask han blivit tilldelad av produktionsbolaget men lyckades inte identifiera sig med den. Den så kallade arbetsteorin där man byter ”mask” vid vissa tillfällen kan fungera för en del, men då Linus försökte bära sin nya roll fullt ut tappade han kontrollen. För att undvika detta kan tyckas att produktionsbolaget eller kanalen tydligt borde erbjuda deltagarna någon att tala med vid hemkomsten.

Alla deltagare har inte lika negativa upplevelser som Linus och känner sig nöjda med sin insats. De medverkande har erfarenheter de inte skulle fått annars, de har lärt känna sig själva på ett nytt sätt och har lättare att synas i media. Det sistnämnda kan tänkas ha varit ett mål för några av deltagarna då de valde att medverka i *Paradise Hotel*. Likt den grekiska myten om Narkissos älskar de sin egen bild och njuter av sitt stora ”jag”. Sigrell (2004) beskrev ett par egenskaper inom narcissismen. Den första var: ”Krav på att vara eller framstå som perfekta”. Den kan knytas till Linus. Den andra löd: ”Stort behov av att bli beundrad och få uppskattning”. Denna kan troligtvis bäst appliceras på de som på eget initiativ söker sig till dokusåpor men vår teori är att de som ”oplanerat” medverkar i en realityshow kan utveckla denna egenskap.

## 9. Förslag på vidare forskning

Utifrån de resultat vi fått genom studien vore det intressant att fortsätta med en kvalitativ undersökning med produktionsbolaget Mastiff. Anser de att det pågår indirekt styrning i programmet eller att materialet redigeras på ett vinklande sätt? Vidare skulle man även kunna göra en kvantitativ innehållsanalys av *Paradise Hotel* och undersöka vilka händelser som ges mest respektive minst uppmärksamhet i tv. Publikundersökningar om hur tittarna upplever reality-tv är också en väg att gå för att ta studien till nästa nivå. Utgångsfrågor om huruvida tittarna upplever att det de ser är äkta samt varför de väljer att titta på dokusåpor kunde vara passande ämnen för en sådan studie.

Det vore även intressant att göra en liknande undersökning på en annan dokusåpa av snarlik karaktär, för att därefter jämföra resultaten.

## Källförteckning

### Tryckta källor

Abrahamson, Maria (2004). *Alkohol och unga i 20-årsåldern – rus, lust, problem och prevention*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms Universitet

Andrejevic, Mark (2004). *Reality TV – The Work of Being Watched*. Lanham, Md USA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc

Angelöw, Bosse och Jonsson, Thom (2000). *Introduktion till socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur

Bourdieu, Pierre (1998). *Om Televisionen*. Stockholm; Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion

Dalen, Monica (2007). *Intervju som metod*. Malmö: Gleerups Utbildning

Edin, Anna (2005). *Verklig underhållning – Dokusåpor, publik och kritik*. Stockholm: Sellin & partner

Elliot, Anthony och Lemert, Charles C (2006). *The new individualism – The emotional costs of globalization*. New York: Routledge

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarssonm Henrik & Wägnerud, Lena (2007). *Metodpraktikan – konsten att studera sambälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik

Furhammar, Leif (2006). *Sex, såpor och svenska krusbär – Television i konkurrens*. Stockholm: Ekerlid

Hartman, Jan (2004). *Vetenskapligt tänkande - från kunskapsteori till metodteori*. Lund: Studentlitteratur

Helén, Henrik (2006) *Reality-TV – Ur publikens synvinkel*. Kandidatuppsats, Växjö universitet

Hill, Annette (2005). *Reality TV – Audiences and popular Factual Television*. London, UK: Routledge

Moxnes, Paul (2008). *Fasettmänniskan – Teori och forskning om personlighet och roller*. Lund: Studentlitteratur

Sigrell, Bo och Teurnell, Lena (2004) *Narcissism*. Svenska psykoanalytiska föreningens skriftserie Nr 7

Säthe, Johan (2003) *TV-fabriken – Ett reportage om en ny industri*. Stockholm: Ekerlids

Thurén, Torsten (2007) *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö: Liber



## Internetkällor:

Aftonbladet: Nöjesbladet. Andreasson, Sven

<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/tv/dokusapa/article168536.ab>

Hämtad 2010-12-12

Cisionwire: Pressmeddelanden

<http://www.cisionwire.se/zodiak-television-ab/mtv-produktion-ab--publ---mtv-mastiff--far-rekordorder-fran-tv4-och-rapporterar-nyforsaljning-pa-over-45-miljoner-kron>

Hämtad 2010-12-13

IQ: Alkohol och hälsa

<http://www.iq.se/content/om-alkohol-halsa-sex.aspx>

Hämtad 2010-12-12

Reality TV World: Report, Paradise Hotel

<http://www.realitytvworld.com/news/report-fox-considering-bringing-paradise-hotel-back-this-summer-3300.php>

Hämtad 2010-12-13

TV6: Om PH

<http://www.tv6.se/paradise-hotel/om-programmet/detta-%C3%A4r-paradise-hotel>

Hämtad 2010-12-12

Vetenskapsrådet: Forskningsetiska Principer – inom humanistisk–samhällsvetenskaplig forskning <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Hämtad 2010-12-12

Zodiak Media Group: About Zodiak, Mastiff

[http://www.zodiakmedia.com/our\\_business\\_entertainment\\_mastiff.php](http://www.zodiakmedia.com/our_business_entertainment_mastiff.php)

Hämtad 2010-12-12

Zodiak Media Group: Company

<http://www.zodiakmedia.com/company.php>

Hämtad 2010-12-21

# Bilaga

## Intervjuguide

### Del 1 - Vid ansökan

Berätta varför du sökte till programmet?

Sökte kanalen efter något speciellt i sin ansökan efter deltagare?

Varför tror du att just du kom med?

Hade du några förväntningar?

### Del 2 - Castingen

Berätta hur castingprocessen gick till?

Vad fick du för frågor under castingintervjun?

Hur var kommunikationen mellan dig och produktionsbolaget mellan det att castingen var över till dess att inspelningen startade? (Mail, sms, telefonsamtal etc? Uppmuntran, smicker etc?)

### Del 3 - Under inspelning

Hur var kontakten med produktionsbolaget och kanalen under inspelningen?  
(Hur då? Hur mycket? Om vad?)

Fick du några riktlinjer på hur du skulle vara under de veckor som inspelningen pågick?  
(Hur, vad, utveckla)

Kändes det någon gång som det förväntades att du skulle vara eller agera på ett visst sätt?  
(Hur då, berätta)

Betodde du dig annorlunda i inspelningsmiljön än vad du skulle ha gjort om du var hemma i vardagen?

### Del 4 - Redigeringen

Finns det något tillfälle där du anser att du blivit felaktigt framställd? (Berätta)

Överlag i programmet, hur tycker du att du själv framställdes? (Rättvist eller orättvist?)

Vid ”dagboksklippen”, hur är de redigerade i förhållande till det du pratade om? (t.ex. när de klipper in ett skratt från ”dagboken” i en scen som utspelas)

### Del 5 - Efter inspelningen

Hur känns det nu i efterhand? Är du nöjd med din insats?

Finns det något du skulle ha gjort annorlunda idag?

Ångrar du att du var med i programmet?

Hur skulle du beskriva upplevelsen att vara med i programmet?