



Norsk Medietidsskrift
årgang 23, nr. 4-2016, s. 1–19
ISSN online: 0805-9535
DOI: 10.18261/issn.0805-9535-2016-04-04

FAGFELLEVDERT ARTIKKEL

Paradise Hotel – en reality-situasjonskomedie-såpeopera

En historie om reality-fiksjonsgenrehybridisering

Gry Rustad

Gry Rustad, postdoktor, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO

E-post: gryrustad@gmail.com og g.c.rustad@media.uio.no.

ABSTRACT

This article explores how the Norwegian competition reality show *Paradise Hotel* can be understood as a reality-fictiongenrehybrid. It explores how the *Paradise Hotel* integrates traits from the «new» single camera sitcom and the soap opera and argues that the programme's use of aesthetics associated with these traditional TV-genres positions the viewers in an in-between viewer position between fiction and reality-TV.

Key words:

reality-tv, soap opera, sitcom, fictionalisation, television genre.

SAMMENDRAG

Denne artikkelen undersøker det kontroversielle reality-konkurransesprogrammet *Paradise Hotel* Norge (TV3 2009–) som et estetisk objekt. Artikkelen argumenterer for at *Paradise Hotel* representerer en ny type genrehybridisering – en hybridisering mellom reality-TV og fiksjonsgenrene – det vil si en reality-fiksjonsgenrehybridisering. Mer spesifikt undersøker artikkelen hvordan *Paradise Hotel* integrerer trekk fra de ulike fiksjonsgenrene: såpeoperaen og «den nye» situasjonskomedien. Artikkelen diskuterer også hva slags konsekvenser reality-fiksjonsgenrehybridiseringen har for den tekstlige opplevelsen av reality-TV.

I episode 32 i sesong fem av den norske realityserien *Paradise Hotel* (TV3 2009–), omtrent midt i episoden, klippes det til en trailer. Mens det klippes kjapt mellom tidligere vist materiale, leser en stemme pompøst opp følgende:

In a world where no rules apply and anything can happen, in a land where good and evil fights an epic battle. Who will prevail? In a time where everybody has a chin wound, one well-groomed Swede has to choose between a Justin Bieber fan girl and his bisexual partner: One man, one decision. Starring: An ice-cold son of a gun, his over aggressive partner and another Swede. 11 arrive, only 10 come back. From the creators of Han Kristian René, Erik's hair, better gay than grumpy and who is Mette? Proudly presents: The Ceremony.


UNIVERSITETSFORLAGET

 idunn.no
Nordiske tidsskrifter på nett

This article is downloaded from www.idunn.no. © 2015 Author(s). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons CC-BY-NC 4.0 License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material for non-commercial use, provided the original author and source are credited.

[https://www.youtube.com/watch?v=0A6FV_cBpu4]

Tulletraileren er et humoristisk innslag i det populære og lettere kontroversielle «trash»- reality-programmet *Paradise Hotel*. Traileren illustrerer programmets lekenhet og oppfinnsomhet, men også hvordan reality-genren mer generelt har utviklet seg fra sin dokumentariske begynnelse og dokusåpen *An American Family* (PBS, 1973) til et gjennomprodusert, selvrefleksivt-underholdningsprodukt. Som Helen Piper (2004) påpeker, har diskursen rundt reality-TV lenge fokusert på aspekter som autentisitet og forholdet til det private og virkeligheten, men en økende fiksjonalisering fører til at disse aspektene er mindre relevante for å forstå formatet. Piper hevdet allerede i 2004 at reality-TV blir dratt «further and further towards the fictive boundary, to the point at which documentary criteria themselves are no longer appropriate» (s. 274). Denne utviklingen har om man bruker *Paradise Hotel* som eksempel, blitt ytterligere forsterket de siste årene. Vendingen bort fra det realistiske og dokumentariske uttrykket til fiksjonens estetikk tar ifølge Piper (2004) og Jonathan Bignell (2005) form som mer fokus på performativet, narrativisering og stilisering, og mindre fokus på autentisitet og realisme. Grunnen til at *Paradise Hotel* er et spesielt interessant objekt å studere for å forstå fiksjonaliseringsprosessen av reality-TV, er at programmet ikke prøver å skjule sin egen konstruksjon, men stiller fiksjonaliseringen villig til skue.

Så hvordan foregår denne fiksjonaliseringsprosessen? La oss vende tilbake til «The Ceremony: The movie trailer Good vs. Evil». For det første tydeliggjør traileren episodens narrative konflikt og de ulike partene i konflikten før parseremonien. Parseremonien er ukens dramaturgiske klimaks hvor en av deltakerne sendes hjem og taper konkurransen. Partene i konflikten, «de gode blondinene» og «de onde brunettene», blir presentert. Før episodens parseremoni ser det ut til at den relativt nye deltakeren Patrik Bergholm («a well-groomed Swede») kommer til å velge mellom Oda Haukaas («his bisexual partner») som til tross for sin blonde hårfarge «spiller med» brunettene, og Isabell Andersen («a Justin Bieber fan girl») del av den «gode» blonde-alliansen. Traileren synliggjør og ordner karakterene i et manikeisk konfliktforhold, og de tre «hovedpersonene» i denne konflikten i et såpete trekantdrama. Bruken av animasjonseffekter og «throw-away gags» gir for det andre traileren en parodisk og humoristisk effekt. Traileren viser hvordan klipperne i etterarbeidet leker med råstoffet og skaper både en klar narrativ konflikt og *Paradise Hotels* unike og humoristiske reality-estetikk.

Paradise Hotel kan dermed sies å være performativ, stilisert og fullstendig narrativisert. Det som imidlertid er nytt, og som jeg vil argumentere for også er sentralt i fiksjonaliseringsprosessen, er integreringen av TV-fiksjonens genretrekk i reality-TVs estetiske uttrykk. «The Ceremony» synliggjør hvordan *Paradise Hotel* konstrueres ved å blande genretrekk fra de klassiske TV-genrene *situasjonskomedien* og *såpeoperaen*. Integrasjonen av fiksjonsgenrenes uttrykk i reality-TV kan forstås som en form for genrehybridisering mellom fiksjonsgenrene og reality. Som Rick Altman påpeker: Når to genre blandes,

skapes en ny genre, som for eksempel tragikomedien (1999, s. 4–5). Så når konkurranse-realityprogrammet *Paradise Hotel* tar form som en såpeopera og situasjonskomedie. kan man påstå at det som foregår er en ny form for reality-fiksjonsgenrehybridisering og at resultatet er en helt ny televisuell form – i tilfellet *Paradise Hotel* en reality-situasjonskomedie-såpeopera. Denne artikkelen vil derfor undersøke fiksjonaliseringen av reality-TV og diskutere hva denne reality-fiksjonshybridiseringen kan bety ved en tekstanalyse av *Paradise Hotel* Norge. Mer spesifikt vil jeg i denne artikkelen undersøke hvordan *Paradise Hotel* tar i bruk og integrerer genrekonvensjoner man vanligvis forbinder med såpeoperaen og situasjonskomedien gjennom en *estetisk orientert* tekstanalyse av stil og narrativstruktur. Jeg vil derfor sammenligne *Paradise Hotels* estetikk med såpeoperaen og «den nye» situasjonskomediens estetikk, og undersøke *Paradise Hotel* som et estetisk objekt i et genreperspektiv.

For et program hvor påvirkning og moralsk panikk har stått sentralt i diskursen rundt programmet, virker det desto viktigere å *også* undersøke forholdet mellom fiksjon og «virkelighet» gjennom en estetisk analyse og spørre hva slags tekst *Paradise Hotel* egentlig er? I denne artikkelen vil jeg derfor undersøke hvordan estetiske trekk, det vil si hvordan stilistiske og narrative kjennetegn, hentet fra såpeoperaen og situasjonskomedien, påvirker den tekstlige opplevelsen og meningsdannelsen. Både såpeoperaen og situasjonskomedien inviterer til nokså stabile tekstlige seerposisjoner. Genrekonvensjoner, stabile syntaktiske og semantiske trekk, signaliserer hva slags opplevelse tilskueren kan forvente (Altman, 1999). *Paradise Hotels* bruk av såpeoperaen og situasjonskomediens semantiske og syntaktiske trekk vil derfor påvirke den tekstlige seeropplevelsen. Denne artikkelen vil derfor spørre: Hvordan integrerer *Paradise Hotel* genrekonvensjonene fra såpeoperaen og situasjonskomedien inn i reality-formatet, og hva betyr denne reality-fiksjon-genrehybridiseringen for den tekstlige opplevelsen av programmet?

Tekstanalysen som analyseform har tradisjonelt vært mindre vanlig i kommunikasjonsorienterte TV-studier enn den humanistisk orienterte filmvitenskapen (Hills, 2007), og det er få rene estetiske og formalistiske analyser av reality-TV. Som Jonathan Bignell skriver: «Research into textual examples is a form of unmasking, calrification or revelation that aims to make plain what Reality-TV is and what it means» (2005, s. 3). Men han kritiserer også tekstanalysen for å være subjektiv. Det er imidlertid ikke helt riktig som John Gibbs og Douglas Pye skriver: «Interpretation developed through reasoned argument is [...] not simply «subjective» or rooted in the tastes of the individual or group but, in establishing shared understanding, becomes a form of knowledge» (2005, s. 4). Det betyr ikke at det ikke er andre tekstfortolkninger som er like valide eller at ikke den virkelige seeren ikke blir påvirket av den sosiale og kulturelle konteksten programmet blir sett i, men det utelukker heller ikke viktigheten av å forstå også seeropplevelsen som en tekstlig konstruksjon påvirket av stilistiske og fortellerstrukturelle valg. Disse metodene er ikke gjensidig utelukkende, men supplerende.

Jeg vil begynne med å introdusere *Paradise Hotel* og kontekstualisere programmet som reality-program og som mediefenomen. Jeg vil så gi en kort redegjørelse for såpeoperaen og såpeoperaens mest sentrale genretrekk før jeg diskuterer hvordan *Paradise Hotel* forholder seg til og integrerer disse genretrekkene og hva slags påvirkning dette har på seeropplevelsen. Denne delen av analysen vil i hovedsak fokusere på *Paradise Hotels* fortellerstruktur. Til slutt følger en kort redegjørelse for den nye situasjonskomediens estetikk før en diskusjon av hvordan klipperne skaper den distinkte en-kamera-komedieinspierte stilen til *Paradise Hotel*.

***Paradise Hotel*: VÅRENS VAKRESTE EVENTYR**

Reality-genren har utvilsomt utviklet seg mye fra *All In The Family* og inkluderer nå en rekke forskjellige formater og uttrykk. Noen generelle trekk går imidlertid igjen. Anette Hill trekker frem «non-professional actors, unscripted dialogue, surveillance footage, handheld-cameras, seeing events unfold as they are happening in front of the cameras» (2005, s. 41) som noen eksempler på kjennetegn på genren. Misha Kavka beskriver reality-TV som «unscripted shows with non-professional actors being observed by cameras in preconfigured environments» (2012, s. 5). Anne Jerslev utfyller denne beskrivelsen til å også inkludere en serieform, iscenesettelsen av det private og intime og (ofte) et konkurranseelement (2014, s. 24). Disse kjennetegnene betyr at reality-TV-genren som Jerslev bemerker, gir rom for en lang rekke sub-genre som reality-magasiner, reality-dokumentaren/dokusåpen, livsstilsprogrammer, eksperimentelle dokumentarer, coachingprogrammer, reality gameshows, make-over-programmer og talentshows (2014, s. 24–25).

Paradise Hotel faller i kategorien overvåknings-konkurranse-reality og er i stil og konsept lik reality-formater som *Big Brother* og *Robinson*. *Paradise Hotel* kan som Jerslev påpeker forstås som et andregenerasjons reality-gameshow. Programmets premiss er at fem kvinner og fem menn i alderen 20–30 sjekker inn på et luksushotell i Mexico og konkurrerer om å være på hotellet lengst mulig. Deltakerne må finne en partner de kan «stå med» og danne et par for å forbli på hotellet. Hver uke sjekker det nemlig inn en ny deltaker på hotellet hvis mål er å splitte et av parene. Hvis denne deltakeren klarer å splitte et par, vil den nye deltakeren få bli på hotellet, og partneren som blir erstattet må dra hjem. Programmet gir deltakerne utfordringer hver uke hvor de konkurrerer om fordeler eller en «makt», som deltakerne kaller det. «Makten» kan for eksempel være immunitet fra hjemsendelse.

Som Jerslev påpeker, har *Paradise Hotel* gått bort fra liveformatet og den mer realistiske observasjonsetetikken som kjennetegnet *Big Brother*, til en mer glamorøs stil og fremstår som et gjennomregissert strategispill (2014, s. 33–35). Hun skriver: «*Paradise Hotels* 'parforholds'-konflikter drejer sig om svigt, om utroskab og om brudte løfter og formatet igennem sit skrøbelige tosomheds-set-up er gearret til at provokere en lang række melodramatiske,

affektfulde og seksualiserende her-og-nu-øyeblikke» (s. 34). *Paradise Hotel* er slik sett langt fra et tradisjonelt gameshow som *Jeopardy* eller nyere talentkonkurranse-reality-serier som *Idol*. *Paradise Hotel* er en konkurranse i det sosiale spillet, mellommenneskelige relasjoner og emosjonelle bånd. Dette er et spill som ikke nødvendigvis følger konsekvente regler. Konkurransesstrukturen i *Paradise Hotel*, fungerer mest av alt som programmets MacGuffin¹ og bidrar med å gi episodene dramatisk struktur. Produksjonens bruk av «tvister», for eksempel låsing av deltakere til en annen slik at de ikke kan bli stemt ut, eller å sende inn igjen allerede utstemte deltakere, både en og to og tre ganger for å øke dramaet, fører til at deltakerne har få reelle muligheter til å egentlig påvirke spillets gang. Produksjonen fungerer som en omnipotent spillmester ikke ulik spillmesteren i *The Hunger Games*-serien. At *Paradise Hotels* hovedfokus er drama og relasjoner, blir ytterligere tydeliggjort av at relasjonsdramaet og humorinnslag vies langt mer sendetid enn strategiprat. Konkurransen er slik sett underordnet (melo)dramaet og humoren.

Formatet er adaptert fra USA hvor det ble skapt av Howard Davidson og Phil Roberts for TV-kanalen FOX. Der gikk programmet i kun to sesonger. Formatet har imidlertid blitt en vedvarende suksess i Skandinavia for de skandinaviske TV3-kanalene. Norske *Paradise Hotel* har gått i åtte sesonger, i Danmark har *Paradise Hotel* holdt koken i ni sesonger, mens svenskene har hatt mulighet til følge programmet i syv sesonger. I Norge har programmet samlet mellom 150 000 og 300 000 seere og er kanalens mest suksessfulle reality-program sammen med *Luksusfellen* og *Boligjakten* (Gulbrandsen, 2016). Mellom 150 000 og 300 000 seere er lite i forhold til Norges mest populære program, men seerne er unge og dermed ekstra verdifulle for kanalen. Alle sesongene har blitt ledet av tidligere nakenmodell og burleskdanser Triana Iglesias. Hovedsakelig er de fleste seerne mellom 20–29, men programmet samler også mange godt voksne seere. Pressesjef i TV3, Line Vee Hanum, påpeker at programmet tiltrekker seg en rekke type seere: «Det er faktisk flere over 50 enn under 20 år som ser på programmet. De fleste er blodfans, noen er nysgjerrige og så er det en gruppe «metaseere» som ser på serien med ironisk distanse» (Bjørnstad 2015). På grunn av en del fyll og nakenhet sendes programmet etter vannskillet, og sendetiden de første sesongene var fra 21.30–22.30. Programmet har de to siste sesongene blitt sendt en time senere, klokka 22.30.

Det er få norske TV-program som er gjenstand for like mye medieoppmerksomhet som *Paradise Hotel*. Deltakere befinner seg ofte i kjendisspaltene, og programmet har inspirert flere kronikker fylt med moralsk indignasjon, hvor «søppel-TV» (Haugland, 2011) og «mobbe-TV» (Frøysaa, 2011) er beskrivelser som har gått igjen. Programmet blir ofte beskyldt for å fokusere for mye på festing, utseende og intriger og at deltakerne er dårlige idealer for ungdom. Deltakerne er unge, pene, har lav eller ingen utdanning og bakgrunnen deres

1. MacGuffin ble popularisert av Alfred Hitchcock og er ifølge TV Tropes: «a term for a motivating element in a story that is used to drive the plot. It serves no further purpose.» Se <http://vtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/MacGuffin> for mer

er ofte fra utelivsbransjen. På den andre siden kan *Paradise Hotel* skryte av mer mangfold blant deltakerne når det kommer til klasse, etnisitet og legning enn de fleste andre norske realityprogram. Programmet har også gitt opphav til en svært populær og humoristisk «recap»-diskurs hvor en «recapper» skriver en oppsummering av hver episode på norske blogger. Episodeoppsummeringene av sesong 4–6 av *Paradise Hotel* var blant de mest populære sakene på film- og TV-bloggen *Filter* (nå *Filter film og TV*) med gjennomsnittlig 4500 lesere per sak i.² På nettsteder som Facebook og Underskog er det livediskusjon av hver episode. Deltakernes kreative bruk av idiomer har blitt til Språkteigen-innslag og inspirert et helt kapittel i en bok om språk på ville veier (Kjøll, 2017). I tillegg er det flere av *Paradise Hotel*-deltakerne som selv blogger aktivt og kommenterer episodene underveis.

Diskursen rundt programmet er med andre ord sammensatt. I akademisk sammenheng har programmet inspirert en rekke studier av kjendiskultur. Ole Jacob Madsen og Svend Brinkmanns artikkel «Lost in Paradise: Paradise Hotel and the Showcase of Shamelessness» (2012) fokuserer nettopp på dette, deltakerne og deltakelsens konsekvenser. Anne Jerslev fokuserer også på dette aspektet av programmet og skriver: «dér synes overvågingen i *Paradise Hotel* at tjene utviklingen af den selvovervågingen, der skal fungere som et refleksivt redskap i den strategiske promoveringen av selv'et» (2014, s. 37). Løftet om fremtidig berømmelse appellerer til mange av deltakerne i denne type serier. I en radiodokumentar om *Paradise Hotel* sesong åttes casting-prosess ytrer de fleste på audition et ønske om kjendisstatus og jobb i media (Espland, 2016). Deltakernes virkelige liv og berømmelsesaspektet vil ikke være fokus for denne artikkelen, da disse aspektene faller utenfor *Paradise Hotels* estetikk. Deltakernes blogging, media-opptredener og selvpromotering kan imidlertid ses som en del av fiksjon-reality-hybridiseringen, da disse aktivitetene fungerer som del av den transmediale fortellingen. For eksempel vil nettsteder som kjendis.no og seher.no slippe nyheten om et nytt «paradise-par» omtrent samtidig som de to deltakerne blir et par på hotellet. Paret vil også starte å opptre offisielt sammen. Slik fortsetter «såpeoperaen» utenfor hotellet lenge etter at sesongen er slutt.

Sesong fem av *Paradise Hotel* kommer til å være artikkelens hovedfokus. Sesongen hadde premiere 11. mars 2013. Finalen ble vist 13. juni 2013, og vinnerne var Tina Skovdal og Sander Johansen Kalstrup. Programmet hadde i sesong fem utviklet godt etablerte karaktertyper og en relativ fast struktur. Hovedgrunnen til at denne sesongen er av spesiell interesse er at dette er sesongen hvor klipperne videreutviklet og knesatte den distinkte visuelle etterproduksjonsstilen med bruk av animasjonseffekter, throw-away gags og kreativ klipping. Bruken av kreativ klipping startet allerede i sesong to, men utviklet seg gradvis. I sesong fire kunne man observere flere og flere eksempler på den nye visuelle stilen, og animasjonen av deltaker Iselin Michelsens hummerhistorie var med på å vinne årets TV-øyeblikk under Gullruten i 2012. Det hele

2. Tall oppgitt i epost fra Joakim Thorkildsen 15.09.2014, og er godkjent for gjengivelse.

kulminerte i sesong fem hvor hele episoder ble klippet i en distinkt visuell stil som for eksempel stilen til en spaghettiwestern, en episode av TV-serien *24* (FOX, 2001–) eller som en found-footage horrorfilm. Stilen ble, etter sesong fem, en etablert del av programmets uttrykksform, men i en noe mer dempet form.

EN KONKURRANSE I SÅPEOPERA

Såpeoperaen er som Ien Ang (1985) og Jostein Gripsrud (1995) har vist i sine studier av henholdsvis *Dallas* (CBS, 1978–1991) og *Dynastiet* (ABC, 1981–1989), skapt for å tilby en opplevelse kjennetegnet av en stor grad av personlig engasjement hos tilskueren. Som flere forskere har påpekt (Kilborn, 2003 og Bignell, 2005), er det klare likhetstrekk mellom reality-TV og såpeoperaen. Dokusåpen har som navnet tilsier klare røtter i såpeoperaen, benytter seg av såpeoperaens fortellerstruktur og ligner i sitt fokus på det intime. I denne delen vil jeg undersøke mer spesifikt hvilke genretrekk som blir tatt i bruk og hvordan *Paradise Hotel* integrerer genretrekkene til såpeoperaen. Til slutt vil jeg peke på hvordan denne integrasjonen av fortellerstrukturen til såpeoperaen påvirker den tekstlige opplevelsen av *Paradise Hotel*.

Såpeoperaen fokuserer i likhet med reality-TV på intime relasjoner. Som TV-genre ble såpeoperaen overført fra radioen til tv-mediet og har siden 60-tallet vært en viktig del av kanalenes sendeskjemaer. Av estetisk forskning på såpeoperaen er spesielt Tania Modleskis artikkel «The Search for Tomorrow in Today's Soap Opera» fra 1979 og boken *Loving With a Vengeance* fra 1981 helt sentral. Ifølge Modleski kjennetegnes såpeoperaen, og da spesielt dagsåpen, av sin uavsluttede serialiserte handling, den daglige sendestrukturen, fokus på intime relasjoner og den intime sfære (hjemmet), multi-perspektivering, empati med «the villainess» og manikeiske karakterdikotomier. Jeg vil nå diskutere hvordan *Paradise Hotel* benytter seg av og inkorporerer disse genretrekkene.

Først og fremst deler *Paradise Hotel* sin fortellerstruktur med serialiserte fiksjonsserier. *Paradise Hotel* har i likhet med konkurranse-reality-serier som *Big Brother* og *Farmen* et fast deltakerensemble og en serialisert «handling», hvor hendelsene som skjer i en episode ikke er løsrevet fra tidligere hendelser. Serialiserte tv-serier har «minne». I motsetning til den episodiske prosedyren hvor handlinger uken før har få eller ingen konsekvenser for handlingene i episoden etter, «husker» serialiserte serier tidligere hendelser som får konsekvenser for fremtidig handling (Fiske, 1987). Deltakerne i *Paradise Hotel* har kunnskap og minner om tidligere hendelser som påvirker deres reaksjoner på situasjonene de møter i nåtid, og summen av disse opplevelsene vil påvirke deres relasjoner. Hvis en deltaker «dolker» en annen i ryggen, vil denne konflikten vedvare og huskes. I likhet med andre serialiserte serier fører det kumulative minnet til at daglig seing belønnes ved å gi økt forståelse for deltakernes motivasjon og handlinger, noe som igjen øker engasjement i deltakerne og deres relasjoner.

Videre er *Paradise Hotels* sendeformat lik såpeoperaens. Som dagssåpen er *Paradise Hotel* strukturert som et serialisert narrativ som sendes flere dager i uken. *Paradise Hotel* sendes fire ganger i uken, delt opp i 42 minutter lange episoder. Dagssåpen består vanligvis av 20–30 minutter lange episoder, men sendes fem ganger i uken. Omfanget på teksten åpner for et dypt tilskuerengasjement. Det at tilskuerne kan tilbringe flere timer med deltakerne hver uke, vil nødvendigvis føre til en følelse av kjennskap og nærhet. Følelsen av nærhet styrkes ytterligere av at programmet blir en del av hverdagsritualet til tilskueren. Den nesten daglige kontakten med programmet og deltakerne ser ut til å skape en opplevelse av intimitet – i kommentarfeltene omtaler fansen deltakerne ofte med kjæle navn. Slik sett er det ikke overraskende at serialiserte fortellinger som såpeoperaen og *Paradise Hotel* skaper, i likhet med andre serialiserte serier, en følelse av vennskap til karakterene (Blanchet og Vaage, 2014). Dette styrkes ytterligere ved at *Paradise Hotel*-konseptets hovedfokus er personlige relasjoner, da konseptet tvinger deltakerne til å danne sterke partnerskap og allianser.

Paradise Hotel er som nevnt lik såpeoperaen i fortellerstruktur, og programmet bygger opp narrative konflikter som kjærlighetstrekanter og -firkanter og skiftende allianser, begge deler vanlige fortellingstroper i såpeoperaen. Ifølge klipper og etterarbeidsredaktør Thomas Rist Holmen (2013), mottar klipperteamet en story-bok fra produksjonen som presiserer hvilke konflikter postproduksjonen skal legge vekt på, og deretter bygges episodene rundt disse konfliktene.³ Det er under etterarbeidet i klippet at majoriteten av fiksjonaliseringen foregår. Her får hendelsene kronologi, kausalitet og en dramatisk struktur, og relasjonskonfliktene danner programmets narrative lokomotiv. I «The Ceremony»-episoden er spenningsmomentet eller episodens enigma knyttet til hvem Patrick Bergholm vil velge som partner, og som en konsekvens hvilken allianse som vil vinne overtaket på hotellet. Dette er ikke ulikt hvordan maktkampene om familiebedriften (*Dallas*) eller gården (*Falcon Crest*, CBS 1981–1990) strukturerer konfliktene i såpeoperaen.

Allianser er sentralt på hotellet og i fortellingen. Rist Holmen (2013) hevder at det er vel så mye deltakerne selv som har funnet på alliansenavnene og aktivt og selvbevisst styrer konflikten. Deltakerne ser ofte ut til å bli delt inn, eller rettere sagt dele seg selv inn i et melodramatisk og manikeisk karaktergalleri. I sesong fem fordeler de seg i alliansene; blondinene vs. Brunettene,⁴ eller som seerne kaller alliansene i kommentarfeltene: snille-laget og slemme-laget. Inndelingen i allianser skjer dermed etter velkjente akser som eksempelvis snill vs. slem, uskyldig vs. manipulerende og underdog vs. leder. «The Ceremony» tydeliggjør denne konstruksjonen av helter og skurker og hvordan fortellingen blir strukturert rundt konflikten mellom fraksjonene. Isabell Andersen er den uskyldige heltinnen, mens Oda Haukaas blir tildelt rollen som overskridende

3. Intervju med klipper og etterarbeidsredaktør Thomas Rist Holmen 22.05.2013

4. I sesong 6 delte deltakerne seg inn i alliansen «gamle» vs. «nye», og i sesong 7 delte deltakerne seg i alliansene «the classy girls» vs. røkla.

«villainess». Dette er en velbrukt karakterdikotomi i såpeoperaen, som for eksempel med uskyldige Krystle Carrington (Linda Evans) og manipulerende Alexis Carrington Colby (Joan Collins) i *Dynastiet*, og Pamela Barnes Ewing (Victoria Principal) og Sue Ellen Ewing (Linda Gray) i *Dallas*. *Paradise Hotel* oppfordrer slik seerne til å følge en relativt konvensjonell sympatistruktur.

Mye av engasjementet ser dermed ut til å bygges opp rundt moral. Refleksjoner rundt moral er som TV-forsker Charlotte Brunson skriver en av de viktigste engasjementsformene for såpeoperaseeren (1997). Hun skriver:

Crossroads [en britisk såpeopera] is in the business not of creating narrative excitement, suspense, delay and resolution, but constructing moral consensus about the conduct of personal life. There is an endless unsettling, discussion and resettling of acceptable modes of behaviour within the sphere of personal relationships. (1997, s. 16.)

Store deler av nettdiskursen rundt *Paradise Hotel* handler nettopp om deltakerne moral og oppførsel i henhold til spillet. Spenningen i programmet forankres i hvorvidt de «sympatiske» deltakerne vinner frem i konkurransen. Interessant nok er den moralske fordømmelsen ikke knyttet til seksuell atferd eller moralsk konservatisme, som man kanskje kan få inntrykk av fra aviscommentarene, men til deltakerne karakter og verdier som ærlighet, humor, selvsinnsikt og evne til medmenneskelighet. Moralen programmet artikulere er dermed ganske liberal, og reflekterer mest sannsynlig *Paradise Hotels* unge seeres verdier. Å ha sex på hotellet behandles som noe helt naturlig. Som i såpeoperaer blir sex kun skildret om sexen mellom deltakerne har konsekvenser for relasjonene deltakerne i mellom, eller i forhold til de andre deltakerne. I såpeoperaen ser man sexscener, eller hint til sexscener, når sexen påvirker relasjoner som for eksempel i forbindelse med utroskap, og sjelden eller aldri sex mellom etablerte, stabile par.

Det er snarere hvordan deltakerne oppfører seg i det sosiale spillet som avgjør hvor sympatien blir posisjonert. Produksjonen posisjonerer deltakere som dobbeltmoraliske eller ærlige ved bruk av musikk, for eksempel ved å spille Radioheads «Karma Police» når en noe dobbeltmoralisk deltaker forsvinner ut, eller ved kryssklipping av intervju og handling som avdekker dobbeltmoral. Deltakere som blir posisjonert i spillet eller fortellingen i en underdog-posisjon ser også, ikke overraskende, ut til å skape mest sympati blant seerne. For eksempel i forbindelse med parseremonien i episode 32 står Andersen, en deltaker som frem til parseremonien har fremstått som en omtentksom person som ikke har vært redd for å si ifra om det hun opplever som dårlig oppførsel, i fare for å bli stemt ut. Hennes «karakter», en uskyldig «Justin Bieber fan-girl», blir i traileren kontrastert med Haukass' mer aggressive væremåte. I såpeoperaen som Brunson viser er spenningen knyttet mer til det moralske valget. Opplevelsen av *Paradise Hotels* fortelling og engasjementet i deltakerne er dermed ikke ulikt hvordan såpeoperaen skaper moralsk konsensus gjennom en dramatisering av det relasjonelle.

Det betyr imidlertid ikke at «skurken» er uten sympati. Som for eksempel i *Dallas*, hvor J.R. Ewing (Larry Hagman) var langt mer populær enn Bobby Ewing (Patrick Duffy), var en av sesong fems «skurker», Kristian René Johansen, en av de mest populære deltakerne. Johansen var så populær at han ble sendt inn på hotellet tre ganger etter å ha blitt sendt hjem, og han har dermed norgesrekord i *Paradise Hotel*-deltakelse. Akkurat som i såpeoperaen og karakterer som J.R. eller Alexis, kan det se ut som om «skurkene» eller deltakerne som ikke nødvendigvis gjør det «rette» hele tiden oppleves som befriende og overskridende.

En annen likhet til såpeoperaen er programmets fokus på distinkte karaktertyper som tilbyr tilskueren perspektivering. Som Tania Modleski skriver: «soaps present us with numerous limited egos each in conflict with each other and continually thwarted in its attempts to ‘control events’» (2008 [1979], s. 30) – en beskrivelse som godt kunne vært skrevet om *Paradise Hotel*. I et sosialt spill som *Paradise Hotel* blir det deltakerne ofte omtaler som «personlighet» et gode som brukes til å vinne spillet. Personlighet kan sammenstilles med det Bignell kaller *performance*. Som Bignell påpeker, fungerer reality-deltakere mer som karakterer, og opptrer mer som personaer enn seg selv (2005, s. 97). Ikke bare fremstår de som personaer – deltakerne castes også inn i velkjente karaktertyper fra såpeoperaen. Selv om deltakerne er nye hver sesong, møter man de samme arketyperne fra sesong til sesong som «partyguten», «bimboen», «bitchen», «harrytassen» eller «spilleren». Dette ble spesielt synlig i sesong seks da skuespillere sjekket inn på hotellet som nettopp arketyper som «bitchen» «bimboen», «bygdeguten», «spilleren» og «partyguten» (Horni, 2014). Slik sett blir tilskuerne tilbudt velkjente karaktertyper å identifisere seg med.

Den emosjonelle nærheten til deltakerne bygges også opp ved hjelp av intervjuer, såkalte «confessionals» hvor deltakerne får snakke ut om sin egen opplevelse av hendelser. Slik får seeren innblikk i deres tanker og følelser. Fordi deltakerne i disse intervjuene bryter den fjerde veggen og henvender seg «direkte» til seeren, er dette et formalt grep som skaper ekstra nærhet til deltakerne. Et annet formalt grep som brukes til å bygge identifikasjonen er hyppig bruk av nærbildet. Det televisuelle nærbildet av gråtende deltakere er regelen snarere enn unntaket, spesielt etter parseremonien hvor en av deltakerne må dra. Som Modleski påpeker, er det nettopp gjennom nærbildet såpeoperaen bygger «connectedness» (1982, s. 99) til tilskueren. Tårene gir deltakerne en ekstra sårbarhet som seerne kan sympatisere med.

Et annet trekk de to sjangerne deler, er begrensningen i geografi og representasjonen av tid (løsheten) og (det intime) rom. Såpeoperaer har gjerne et lukket univers, med sitt fokus på hjemmet og familien, og få referanser til den virkelige verden. Tid blir sjelden definert da såpeoperaen unngår karakterutvikling og barnekarakterene vokser i unaturlig tempo. Fokuset på det intime rommet skaper en nærhet til karakterene fordi karakterene eksisterer utenfor konteksten av en større verden, og defineres kun gjennom sine relasjoner. Rommelig

er deltakerne og handlingen i *Paradise Hotel* mer eller mindre begrenset til hotellet deltakerne bor på. Hotellet utgjør deltakerens verden. Dette understrekes av at deltakerne ikke får lov til å snakke om andre ting enn det som foregår på hotellet (Jerslev, 2012, s. 4–5). De har ingen tilgang til nett eller nyheter. Dette gjøres for å intensivere de personlige konfliktene og dramaet akkurat som i såpeoperaen. Tiden er også manipulert og komprimert da en uke på hotellet følger programmets fire dagers sendesyklus.

SITUASJONSKOMEDIENS VISUELLE PINLIGHETER

Stilen til traileren diskutert i begynnelsen av artikkelen bryter utvilsomt med den dokumentariske stilen man forbinder med overvåkings-realityprogrammer. I de fire første sesongene av *Paradise Hotel* så man som nevnt at klipperne i postproduksjonen benyttet seg mer og mer av kreativ klipping. Kreativ klipping i denne konteksten kan forstås som klippernes bruk av animasjons-effekter, lydeffekter, kryssklipping og ironisk musikk for å skape humor og refleksivitet. Om selve handlingen er begrenset til hotellets tid og sted, er programmet svært refleksivt med sin hyppige bruk av populærkulturelle referanser. I sesong fem ble som nevnt en hel episode klippet som en episode av TV-serien *24* med stoppeklokker og split-screens. I en annen episode ble det lagt på etter-effekter, slik at en episode tok det visuelle uttrykket til en spagettiwestern, og en annen episode lånte grådig fra found-footage-skrekkfilmstilen.

Et av de mest distinkte trekkene ved *Paradise Hotels* stil, som skiller programmet fra andre sammenlignbare konkurranse-reality-serier, er leken med populærkulturelle uttrykk og stil. Dette er en estetikk ikke ulik den man finner i den «nye» situasjonskomedien som ble populær på 2000-tallet (Newman og Levine, 2012, s. 57). Stilistisk skiller man mellom fler-kamera situasjonskomedien og en-kamera situasjonskomedien. Dette skillet er komplekst og har en lang historie men poenget her er at begge formene fører med seg visse gitte stilistiske valg og begrensninger. Mest interessant ved *Paradise Hotels* stil er utviklingen av en-kamera-situasjonskomedien. Newman og Levine beskriver stilen slik:

New single-camera programs typically use camerawork and editing much more prominently than multi-cam shows, often as source of humour as their frequent flashback or fantasy shots, or as tone setting techniques in verité inspired shows like *Arrested Development* (2012, s. 64).

Stilistisk kan man skille mellom den *verité*-inspirerte dokumentar-komedien, som låner stiluttrykket til dokumentaren, og live action-komedier. Newman og Levine beskriver live-action komediens stil slik: «Many single-camera shows offer frequent cuts to absurd visual jokes offered as characters' wild fantasies, miniature parodies or preposterous flashbacks and flashforwards (2012, s. 65). Live action-komediens stil er i stor grad inspirert av animasjonskomedien *The Simpsons* (FOX, 1989–). En-kamera situasjonskomedier som *Community*

(NBC, 2009–2015) og *30 Rock* (NBC, 2006–2013) er eksempler på live action-stilen.

Animasjonskomedier som *The Simpsons*, *Family Guy* (FOX 1999–) og live action-komedier som *30 Rock* assosieres ofte med den postmoderne humoren. Alison Crawford påpeker at *Family Guy*'s bruk av parodi, pastisj og ironi må bli forstått i lys av «the concerns of the postmodern age (2009, s. 63)». Som Rustad og Schwind har argumentert for, er den postmoderne humoren kjennetegnet av en «excessive use of popular cultural references, irony, pastiches, parodies and throwaway jokes» (2011). Den postmoderne humoren skaper altså en ironisk distanse og fungerer på mange måter som postmoderne dekonstruksjon, hvor man gjennom de stilistiske virkemidlene stiller til skueprogrammets konstruksjon. Postmoderne estetikk inviterer til en leken tilskuerposisjon som kan være «naiv, enkel, «dum» og innlevet [samtidig som den] er bevisst seg selv» (Asbjørnsen, 1999, s. 99). Jeg vil nå undersøke hvilke trekk *Paradise Hotel* integrerer fra en-kamera-situasjonskomedien, både live action-komedien og mokumentaren, og diskutere hvordan dette påvirker den tekstlige opplevelsen.

Ifølge klipper Rist Holmen (2013) er ikke den estetiske likheten til situasjonskomedien og da spesielt live-action komedien tilfeldig. Han innrømmer at klipperne er mer inspirert av programmer som *Family Guy* og *The Simpsons* enn andre reality-programmer. Inspirasjonen fra *Family Guy* og *The Simpsons* er tydelig i programmets bruk av klipping, en rekke selvrefleksive digresjoner, ironisk musikk og animerte visuelle «gags». I «The Ceremony» er det flere eksempler på dette. «From the creators of», eksemplene som «Who is Mette?» (fig. 1) og «Han Krisitan René» (fig. 2) er begge referanser til tidligere hendelser, og er slik hovedsakelig beregnet på faste seere som kjenner igjen den interne spøken. Etter at voice over sier «who is Mette?», klippes det til en hendelse fra den første uka, hvor Tina Skovdal, en deltaker, forteller Ariel Søyland, en annen deltaker, i en dramatisk tone at «Mette er ute.» Hvorpå Søyland svarer «Kem er Mette?» Dette korte klippet spilles utelukkende for humoristisk effekt, og fungerer mest av alt som en «throw-back gag», og er ikke ulik bruken av digresjoner i animasjonskomedier som *Family Guy*. Bruken av *han* før Kristian René (Johansens) navn spiller på en spøk om at Johansen alltid omtaler seg selv i tredjeperson som *han* Kristian René.



Fig. 1.



Fig. 2

Bruken av animasjonseffekter som den tegneserie-aktige skriften på bildene understreker også koblingene til de to animasjonskomediene. I flere tilfeller benytter *Paradise Hotel* seg også av levende animasjoner. I episode 42 av sesong fem kommenterer Kristian René Johansen Lauretta Magdalena Mancels avstandsforelskelse: «Men tydeligvis er ho jo startruck». Mens Johansen sier dette, kjører en animert truck med en påtegnet stjerne på siden over skjermen (fig.3). Det at deltakerne oppfattes som arketyper i et manikeisk persongalleri blir også til en visuell vits i «The Ceremony» ved at klipperne har plassert «de snille» blondine smilende med GOOD skrevet i en gul tegneserie-aktig font under, mens «de slemme» brunettene er avbildet mens de gjør grimaser og har EVIL skrevet ved siden av seg. Skriften og bildevalget av deltakerne gjennom overtydeligheten og overdrivelsen får frem humoren (fig.4).

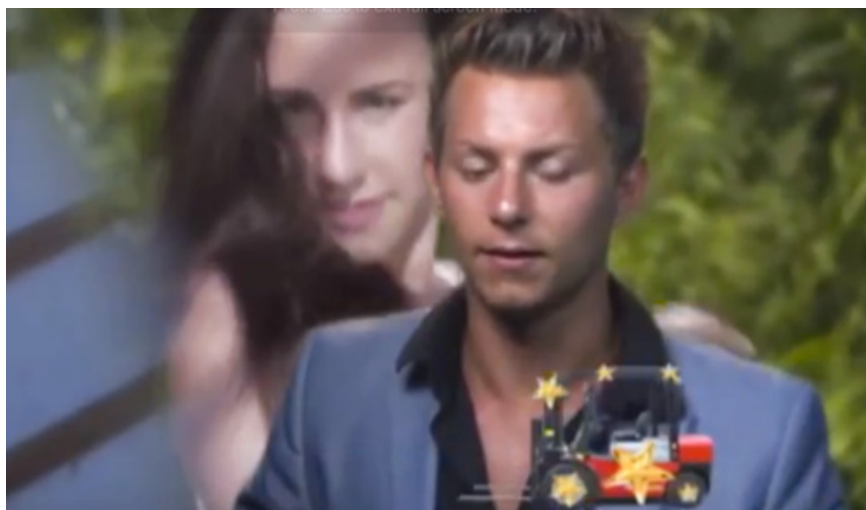


Fig. 3



Fig. 4

Som nevnt innledningsvis, tilføres også en rekke populærkulturelle parodier og pastisjer i klippen. Akkurat som den narrative konflikten og dramaet skapes i klippen, gjør også mye av komedien det. Et eksempel på dette er i episode 13 (sendt 01.04 2013), hvor de mannlige deltakerne sitter ved bassenget. Deltaker Magne Robberstad forklarer hvor morsomt det er at Lauretta Mancel har spilt i korps – hvorpå guttene blir sittende og tulle med sex–korps-koblingen inspirert av *American Pies* (1999) «This one time, at band camp, I stuck a flute in my pussy»-replikk. Guttene synes tydeligvis filmen og de selv er svært morsomme og spøker med hverandre med tullestemmer og tysknaziaksent. Klippene synes derimot denne gutteromshumoren ikke står så godt på egne ben, og legger til en rekke animasjonseffekter og lyder som imiterer en komedieklubb inkludert animerte tomater som blir kastet på deltakerne og buing fra et fiktivt publikum (fig.5 og fig.6).

[https://www.youtube.com/watch?v=CnF3IJNf_D4]



Fig. 5



Fig. 6

Bruken av animasjoner og etter-effekter i disse eksemplene skaper ofte brudd i episodens hovedhandling, men er alltid forankret i det sosiale spillet mellom deltakerne. Bruddene gir noen ganger dypere innsikt i deltakerne, men er hovedsakelig der for å være komiske segmenter. Som Rist Holmen (2013) påpeker: Fordi episodene er 42 minutter lange (i Danmark er episodene til sammenligning kun 30 minutter lange) har klipperne rom til å slippe hovedhandlingen for å dvele ved og skape morsomme hendelser. Det komiske blir slik ofte likestilt med de dramatiske elementene i en episode. Episodenes midtparti er ofte fylt med denne type segmenter.

I tillegg til at *Paradise Hotel* integrerer stilen til live action-komedien, har programmet også mange stilistiske likhetstrekk med mockumentaren. Noe som

ikke er så overraskende, da TV-mokumentarene nettopp er inspirert av arbeidsplassdokusåpen og reality-serier som *Big Brother* (Schwind 2015, s. 230). Humoren i *Paradise Hotel* har mye til felles med pinlighetshumoren, og programmet skaper mange av de samme reaksjonene som mockumentarer og pinlighetskomedier som *The Office* UK (BBC, 2001–2003) og US (NBC, 2005–2013). Stilistisk deler programmet det konstante overvåkende kameraet, «confessionals»-intervjuene, og bruddet med den fjerde veggen med mockumentaren. Men *Paradise Hotel* ligner også mockumentaren i hvordan de stilistiske trekkene brukes for å generere humor. Humoren i *Paradise Hotel* stammer fra den samme reaksjonen som er sentral i pinlighetshumoren. Som Kai Hanno Schwind (2015) skriver, opplever seeren en slags frigjøring fra sosiale normer og kontroll gjennom karakterenes, eller i *Paradise Hotels* tilfelle deltakernes, tidvise overskridende oppførsel og fremtoning. Som seer fører dette til en dualreaksjon av sympati og distanse. Schwind skriver: «The fictional humiliation of David Brent [*The Office* UKs sosialt handikappede protagonist] references a discourse that we recognize from various types of reality television and it requires us to constantly switch back and forth between suspension of (genuine) empathy and moral disengagement» (s. 230). Uansett om man ser denne type pinlighetshumor, i et reality-program eller i en mockumentar, så fungerer humoren som en ventil for å takle sosialt overskridende situasjoner (Schwind 2015). *Paradise Hotels* bruk av *verité*-stilen og illusjonen av virkelighet øker graden av ubehaget som finnes i de gjenkjennelige, dagligdagse, pinlige situasjonene og dermed den humoristiske effekten.

Humoren i *Paradise Hotel* kan forklares med hjelp av Schwinds modell på syv pinlighetshumor-triggere i *The Office* UK (2015, s. 231–232). For eksempel er en av triggerne Schwind har identifisert hybris/selvhøytidelighet (2015). Her trigges humoren av en totalt manglende selvironi, ydmykhet og overvurdering av egne evner. Dette er egenskaper som blant annet har gjort Kristian René Johansen til en populær deltaker. Den selverklærte presidenten av *Paradise Hotel* og ifølge seg selv den beste spilleren i programmets histories hang til å omtale seg selv i tredje person, er tegn på hybris og manglende selvinnsikt. Ytterligere to av triggerne til Schwind kan forklare korpsscenes humoristiske appell. Den første er humor og spøker som feiler på grunn av at spøken eller vitsen er dårlig fremført, har manglende punchline og/eller bruker utdatert populærkulturelle referanser. Korpsscenen inneholder også en annen av Schwinds triggerer, bruk av seksuelle antydninger gjerne på en noe upassende eller pinlig måte. Gjennom klippingen og bruken av etter-effekter i scenen aksentueres og fremheves pinligheten og dermed også humoren i scenen. *Paradise Hotels* bevisste stil; integreringen av mockumentarens stilspåk i klipping, peker således tilbake både til *verité*-komedien og i andre instans tidligere former for reality-TV. Som en seer og recapper skriver i en kommentar på *Filter*:

Mye av nøkkelen ligger nok nettopp i at Pærra [*Paradise Hotel*] tør å være så mye mer skamløse enn andre i sjangeren, de har skjont at reality også er fiksjon, og bygger opp episodene som om de lager et humorprogram – sce-

nene er stort sett laget over følgende lest: deltakerne omtaler seg selv og situasjonen i sync (dvs. intervjusetting), og uttaler seg gjerne skråsikkert om ditt og datt. Så får vi se selve handlingen, og ser den enorme avstanden mellom hvordan deltakerne ser på seg selv, og hvordan de virkelig er. Det er i denne avstanden humoren oppstår, og det er en formel som mange, fra Ricky Gervais til Espen Eckbo, med hell har brukt før dem. (Fiselin, 2014.)

FIKSJONSVIRKELIGHET?

Paradise Hotel er det jeg vil kalle en reality-fiksjonsgenrehybrid. En reality-fiksjonsgenrehybrid kan med utgangspunkt i *Paradise Hotel* kjennetegnes av å stille til skue sin egen fortellerstruktur og blande reality-TVs estetikk med TV-fiksjonsgenrenes estetikk. Gjennom å ta i bruk fiksjonsgenrenes formspråk og fortellerstruktur synliggjøres fiksjonaliseringen og iscenesettelsen. Men ved å beholde «non-professional actors, unscripted dialogue, surveillance footage, handheld-cameras» (Hill, 2005 s. 41) beholdes noe av umiddelbarheten og gleden av å se «events unfold as they are happening» (Hill, 2005 s.41). Dette har konsekvenser for den tekstlige seeropplevelsen. Som Anette Hill påpeker, tolker seerne graden av autenticitet i et reality-program i forhold til formen på programmet, og jo mer underholdende programmet er, jo mindre autentisk finner seerne programmet (Hill 2005, s. 58). Hun skriver:

If there is one defining characteristic that unites the disparate group of programmes that make up the reality genre it is the capacity to let viewers see for themselves. This unique function of factual television has become a key attraction for audiences of reality TV. However the capacity of reality TV to let viewers see for themselves has ensured a predominantly critical viewing position. Audiences judge «reality» of reality programmes according to a fact/fiction continuum, with at the far end of continuum infotainment or docu-soaps, and at the other end formatted reality game shows. (2005, s. 56.)

Når fiksjonaliseringen går så langt som i *Paradise Hotel* eller andre reality-fiksjonsgenrehybrider, skapes en helt ny seeropplevelse hvor seeren blir satt i en mellomposisjon, hvor strukturen tilbyr den samme strukturerte opplevelsen som et fiksjonsprogram. Samtidig gir virkelighetselementene, som bruk av ekte mennesker, opplevelsen en annen autenticitet enn et fiksjonsprogram. Mellomposisjonen kan også virke den andre veien. Det vil si fra fiksjon til virkelighet. Comedy Centrals *Nathan For You* (2013–) er kanskje det fremste eksemplet. Her spiller komiker Nathan Fielder med en økonomiutdannelse, økonom Nathan Fielder som drar rundt og hjelper virkelige småbedrifter med et TV-team i hælene. Programmet minner om selvhjelps-reality-TV-program som *Luksusfellen*. Reaksjonene på Fielders påfunn er virkelige, men strukturen og situasjonene er fiksjon som skaper en merkelig seerposisjon. Som Emma Healy skriver i *The LA Review of Books*:

This is the fact on which Nathan for You's improbable, uncomfortable magic depends; the thing that makes this show harder and better and worse to watch than anything else on TV. [...] If the disappointment of most reality TV shows is in how they take the trappings of truth and paste them together into something empty and easy, then Nathan for You works the other way around: by taking a comedy and turning it into a reality show, in the truest, least comfortable sense of the word (2016).

Denne mellomposisjonen mellom fiksjon og virkelighet, mellom fiksjons-TV og Reality-TV blir vanligere og vanligere og representerer en ny måte å se og oppleve TV på, som derfor er viktigere og viktigere å forstå.

REFERANSER

- Altman, R. (1999) *Film/Genre* London: British Film Institute
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Methuen.
- Asbjørnsen, D. ([1994]1999), *Dypt og grunnleggende overfladisk. Om den postmoderne filmens estetikk*. Oslo: Spartacus.
- Bignell, J. (2005) *Big Brother: Reality TV in the Twenty-First Century*. London Palgrave Macmillan UK
- Bjørnstad, S. (2015) «- Det er flere over 50 enn under 20 år som ser på 'Paradise Hotel'» hentet fra *Nettavisen* <http://www.side2.no/underholdning/--det-er-flere-over-50-enn-under-20-ar-som-ser-pa-paradise-hotel/8548159.html>
- Blanchet, R. & Bruun Vaage, M. (2012) «Don, Peggy, and Other Fictional Friends? Engaging with Characters in Television Series», i *Projections*, Volume 6, Number 2, Winter 2012, s 18-41. DOI:10.3167/proj.2012.060203.
- Brunsdon, C. (1997) *Screen Tastes: Soap Opera to Satellite Dishes* London: Routledge.
- Crawford, A. (2009) «'Oh Yeah!': Family Guy as Magical Realism?» I *Journal of Film and Video* Volume 61, Number 2, Summer 2009 s.52–69 DOI:10.1353/jfv.0.0027.
- Eco, U. (1993) «Postmodernism, Irony, the Enjoyable» i Peter Brooker (red) *Modernism/Postmodernism* London/New York: Longman.
- Ellis, J. (2000) *Television in the Age of Uncertainty. Seeing Things*. London og New York: I.B Tarius.
- Fiseline (2014) «Derfor er 'Paradise Hotel' Norges beste realityserie akkurat nå» i *Filter* http://filterfilmogtv.no/derfor-er-paradise-hotel-norges-beste-realityserie-akkurat-na/#_ga=1.24820154.1233451494.1412438383
- Fiske, J. (2006 [1987]) *Television culture*, New York: Routledge.
- Frøysaa, S. (2011) «Mobbing i beste sendetid» *Dagbladet* hentet fra http://www.dagbladet.no/2011/03/18/kultur/debatt/paradise_hotel/mobbing/15861417/
- Gripsrud, J (1995) *The Dynasty Years, Hollywood Television and Critical Media Studies*, New York og London: Routledge.
- Gulbrandsen, T. (2016) «TV3 rapper seere fra TV2» hentet fra *Nettavisen* <http://www.nettavisen.no/na24/propaganda/tv3-rapper-seere-fra-tv-2/3423219886.html>
- Haugland, J (2011) i *Bergensavisen* 04.09.2011.
- Healy, E. (2016) «Missed Connections: How to Tell If Nathan for You Is For You» hentet fra *The LA. Review of Books* <https://lareviewofbooks.org/article/missed-connections-how-to-tell-if-nathan-for-you-is-for-you/#>
- Hill, A. (2005) *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television* London. New York: Routledge.

- Hills, M. (2007) «Media Academics as Media Audiences: Aesthetic Judgements in Media and Cultural Studies», in Jonathan Gray, Cornel Sandvoss and C. Lee Harrington (eds) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York: New York University Press.
- Holmen, Thomas Rist (2013) Intervju foretatt 22.05.2013.
- Holmes, S & Jermyn, D (2004) 'Introduction: i Holmes, S & Jermyn, D (red) *Understanding Reality Television* London. New York: Routledge.
- Horni, Thomas (2014) «Her er Paradise Hotel muldvarpene» hentet fra seher.no <http://www.seher.no/kjendis/her-er-%C2%ABparadise-hotel%C2%BB-muldvarpene-69290>
- Huyssen, A. (1986) *After the great divide*. London: The Macmillian Press Ltd.
- Jameson, F. (1985) «Postmodernismen och sen-kapitalismens kulturelle logikk» i *Postmoderna tider*.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide* New York: New York University Press.
- Jerslev, A. (2014) *Reality TV* Fredriksberg: Samfundslitteratur.
- Kavka, M. (2012) *Reality-TV* Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Kilborn, R. (2003) *Staging the Real: Factual TV Programming in the Age of «Big Brother»*: Manchester: Manchester University Press.
- Kjøll, G. (2017) *Muffins i mosen: språk på ville veier*: Cappelen Damm
- Madsen, O. J. og Brinkmanns S. (2012) «Lost in Paradise: Paradise Hotel and the Showcase of Shamelessness» i *Cultural Studies ó Critical Methodologies*.
- Modleski, T. (2001) «The Search for Tomorrow in Today's Soap Operas: Notes on a Feminine Narrative Form» I Spigel. L & Brunson, C (red) (2. utg) *Feminist Television Criticism: A Reader* Berkshire: Open University Press.
- Modleski, T. (1990) *Loving with a Vengeance: Mass-produced Fantasies for Women* (2. Utg) London. New York: Routledge.
- Newman, M. Z og Levin, E. (2011) *Legitimizing Television: Media Convergence and Cultural Status*. Routledge: New York and London.
- Piper, P. (2004) «Reality TV, Wife Swap and the drama of banality» I *Screen* (2004) 45 (4): 273-286 DOI:10.1093/screen/45.4.273.
- Rustad, G.C og Schwind, K. H (2017) «The Joke That Wasn't Funny Anymore: Reflections on the Metamodern Sitcom» in *Metamodernism: Historicity, Affect, and Depth after Postmodernism* Van Den Akker, R., Gibbons, A and Vermeulen, T. (eds) (forthcoming) Rowman & Littlefield International.
- Schwind, K. H. (2015) *Found in Translation: The Office – a hybrid sitcom as blueprint for successful transnational television format adaptation*. Universitetet i Oslo. Oslo.