

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra nederlandistiky

Studijní rok 2020/2021

---



**REALITY-TV IN NEDERLAND: DE EVOLUTIE  
VAN DE KRITIEK**

REALITY TV IN THE NETHERLANDS: THE  
EVOLUTION OF CRITICISM

*ŽÁNŘ REALITY-TV V NIZOZEMSKU: VÝVOJ KRITIKY*

*Bakalářská práce*

*Praktická nizozemská filologie*

Zuzana Koláčná

Vedoucí práce: Drs. Bas Hamers, M.A.

---

Olomouc

2021

**Verklaring**

Ik verklaar dat ik mijn bachelorscriptie zelfstandig heb geschreven en alle gebruikte literatuur en andere bronnen heb vermeld.

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla jsem v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne 24. dubna 2021

Zuzana Koláčná

Op deze plaats wil ik de begeleider van mijn scriptie, Drs. Bas Hamers, MA, bedanken voor zijn waardevolle adviezen en opmerkingen bij het schrijven van deze scriptie.

# Inhoud

<b>Inleiding</b> .....	<b>5</b>
<b>Hoofdstuk 1. Theorie van reality-tv genre</b> .....	<b>7</b>
1.1 Terminologie en definitie .....	7
1.2 Subgenres.....	10
1.2.1 Reality-dramatische programma's (documentairestijl) .....	10
1.2.2 Romance .....	12
1.2.3 Challenge/Competitie .....	13
1.2.4 Talent.....	13
1.2.5 Make-over/Lifestyle .....	14
1.2.6 Misdaad/Politie.....	14
<b>Hoofdstuk 2. Reality-tv in Nederland</b> .....	<b>15</b>
2.1 Het begin.....	15
2.2 Big Brother als ijkpunt .....	17
2.3 De reality-tv van vandaag.....	19
<b>Hoofdstuk 3. Kritiek</b> .....	<b>21</b>
3.1 Ethiek.....	21
3.1.1 Privacy en gevolgen .....	22
3.1.2 Grensoverschrijdend gedrag.....	23
3.1.3 Verkeerde beeldvorming .....	24
3.1.4 Authenticiteit en manipulatie .....	26
3.2 Maatschappelijke invloed .....	29
3.2.1 Representatie van vrouwen .....	30
<b>Conclusie</b> .....	<b>32</b>
<b>Bibliografie</b> .....	<b>35</b>
Literatuur .....	35
Internetbronnen .....	37
<b>Summary</b> .....	<b>43</b>
<b>Resumé</b> .....	<b>44</b>
<b>Anotace</b> .....	<b>45</b>

## Inleiding

Reality-tv is de afgelopen dertig jaar een inherent onderdeel van tv-programma's geworden. In feite is het tegenwoordig een van de meest bekeken tv-genres. Wat mensen er precies aantrekkelijk aan vinden, is moeilijk te bepalen. Is het populair vanwege het feit dat het 'normale' mensen in niet-gescripte, real-life situaties documenteert? Of vanwege het drama en de controverse die er gewoonlijk mee gepaard gaan? Het is absoluut een combinatie van al deze en zelfs meer factoren.

Begin jaren negentig, toen realityshows op grotere schaal op de tv-schermen verschenen, was de aard ervan veel eenvoudiger. Met shows als *The Real World*, die het leven documenteerden van een groep vreemden die tijdelijk samen in een nieuwe stad woonden in één woning en werden gefilmd, ging het meestal over een documentair werk. Maar tegenwoordig staan de meeste van de huidige realityshows ver van dit concept af. Tv-zenders, maar ook streamingplatforms als Netflix en Videoland, concurreren met elkaar in wie het meest unieke, of gekke concept bedenkt. Met verschillende tools en innovaties maken ze de shows steeds extremer om ervoor te zorgen dat het publiek geïnteresseerd blijft. Vanwege de extreme concepten wordt de reality-tv van vandaag vaak geconfronteerd met kritiek. Deze scriptie hoopt licht te werpen op deze kritische discussie in Nederland.

Hoofdstuk 1 richt zich op de theorie van de reality-tv als geheel, wat het eigenlijk is en hoe het is ontstaan. Ook wordt de terminologie van het genre en de ermee samenhangende problematiek besproken. Hoewel deze scriptie zich vooral richt op de kritiek van het Nederlandse subgenre realityshows als *Big Brother* of *De Villa*, is het goed om meer over het hele genre te weten en het in het grotere plaatje te zien. Er worden verschillende subgenres van reality-tv genoemd met voorbeelden van programma's die in Nederland zijn uitgezonden.

In Hoofdstuk 2 komen de meest populaire of besproken reality-programma's in Nederland door de jaren heen aan de orde. Deze korte introductie van het genre is bedoeld om context te geven aan het derde hoofdstuk. Dit wordt gedaan door de evolutie van reality-tv in Nederland in de internationale context te plaatsen. *Big Brother* speelde een grote rol bij het vormgeven van de reality-programma's die we vandaag op tv zien en daarom krijgt het speciale aandacht.

De centrale vraag in deze scriptie is: *Wat zijn de meest bekritiseerde aspecten van reality-programma's in een land waar Big Brother (de eerste 'moderne' reality-programma) is ontstaan?* Er is de afgelopen 20 jaar veel veranderd in de media, maar ook

in onze samenleving. Het genre van reality-tv is geen uitzondering. De aard ervan en de formats zijn in sommige gevallen onherkenbaar veranderd. Maar zijn deze veranderingen op enigerlei wijze in de kritiek weerspiegeld? En zo ja, hoe? Deze vragen hoop ik te beantwoorden door de kritiek die in de Nederlandse media is verschenen te analyseren. Er wordt nader gekeken naar het ethische debat en enkele andere controversiële aspecten van het genre die kritische reacties uitlokken, zoals authenticiteit en maatschappelijke invloed.

Voor het theoretisch kader gebruik ik voornamelijk Engelstalige wetenschappelijke literatuur, aangezien er heel beperkt Nederlandstalige literatuur beschikbaar is. Zelfs de Nederlandse of Vlaamse wetenschappers kiezen er meestal voor om in het Engels te schrijven. De concrete voorbeelden van kritiek komen vooral uit online krantenartikelen, maar ik gebruik ook artikelen uit tijdschriften.

Enkele van de onlinenieuwswebsites waarmee ik werk zijn *de Volkskrant*, *Trouw* en *Het Parool*, maar ook *RTL-nieuws* en *AD*.

# Hoofdstuk 1. Theorie van reality-tv genre

## 1.1 Terminologie en definitie

Reality-tv maakt samen met vele andere genres en subgenres deel uit van een groter genre genaamd *factual television* (Hill 2007: 3). Zoals de naam suggereert, bevatten de televisieprogramma's die onder dit genre vallen een weergave van de werkelijkheid. Maar zoals Hill in haar boek concludeert, ervaren kijkers tegenwoordig *factual* genres niet geïsoleerd, maar als onderdeel van een 'chaotic mix of factuality' (2007: 2). Dit betekent dat de grenzen tussen feit en fictie in verschillende populaire *factual* formats worden opgezocht, wat resulteert in een mix van non-fictie en fictie-genres. Dit is echter niets nieuws, aangezien Mark Fishman en Gray Cavender dit probleem met reality-tv-programma's die de grens tussen nieuws en entertainment en zelfs feit en fictie vervaagden, al in de jaren 90 beschreven (1998: 3). Kavka spreekt over het 'tabloidisation of factual programming' en beschrijft hoe het de springplank vormt naar wat de belangrijkste hybride kenmerken van reality-tv werden - de vervaging tussen feit en fictie, informatie en amusement, openbare en privélevens (2012: 49). Deze categorisering kan aan de kant van de kijker tot verwarring leiden, iets waar Hill ook over spreekt (2007: 2), want sommigen zouden reality-tv bijvoorbeeld niet van andere *factual* genres, zoals documentaire kunnen onderscheiden.

Het is moeilijk om te beschrijven wat het genre reality-tv eigenlijk is en wat het omvat. Ondanks het feit dat reality-tv de afgelopen drie decennia niet meer weg te denken is op de tv-schermen en dat het publiek meestal een duidelijk idee heeft van welke programma's in deze categorie vallen, is er nog geen gevestigde of universeel erkende definitie van dit genre. Sommigen noemen twee mogelijke betekenissen, breed en specifieker (Biltreyst/Van Bauwel/Meers 2000: 40). Reality-tv wordt tegenwoordig meestal gebruikt in de bredere zin, als een koepelbegrip (of categorie) dat een breed scala aan amusementsprogramma's over reële mensen en reële gebeurtenissen omvat (Hill 2005: 2). Hoewel dit begrip tegenwoordig vrijwel uitsluitend op deze brede manier wordt gebruikt, kunnen we in oudere literatuur ook andere (specifiekere) interpretaties vinden. Deze interpretaties verwijzen naar een tv-genre dat een mengeling van journalistieke en dramatische conventies bevat en waarin onverwachte of dramatische gebeurtenissen uit het leven van gewone mensen of uit het werk van politieagenten, hulpdiensten, artsen en andere openbare beroepen centraal staan (Nichols 1994: 45). De specifiekere interpretatie is afgeleid van de allereerste reality-programma's, zoals misdaadprogramma's en docusoaps, die heel anders waren dan de reality-programma's die we tegenwoordig kennen.

Een van de kenmerken van reality-tv is dat het constant evolueert. Er zijn zoveel innovaties en veranderingen in formats geweest sinds het genre voor het eerst op de tv-schermen verscheen, dat Misha Kavka in haar boek *Reality TV* het volgende concludeert: ‘...there is probably not a single feature that is shared by all of the programmes which fall under the rubric of “reality TV”’ (2012: 1). June Deery schrijft iets soortgelijks, ze suggereert dat het label reality-tv tot op zekere hoogte slechts een ‘floating signifier’ is met een verschillende betekenis voor verschillende mensen op verschillende historische momenten (2015: 2).

Als we in de literatuur naar de verschillende betekenissen van reality-televisie zoeken, ontdekken we dat inderdaad bijna elke auteur zijn eigen route kiest. Voor Kavka bijvoorbeeld, verwijst de term naar shows zonder scenario met niet-professionele acteurs die door camera’s in vooraf geconfigureerde omgevingen worden geobserveerd (2012: 5). Anderen vinden eerder de kenmerken belangrijk, zoals het feit dat reality-televisie wordt geassocieerd met lage productiekosten, hoge emoties en twijfelachtige ethiek vanwege de commerciële vorm die de serieuze tradities van documentaires met het entertainmentdoel van populistische formats combineert (Murray/Ouellette 2009: 2). Een ander belangrijk aspect van de programma’s is de interactiviteit (Godlewski/Perse 2010: 148). Veel van deze programma’s verleiden kijkers niet alleen om te kijken, maar rekenen er ook op dat ze meedoen. Jonathan Bignell geeft zijn kijk op de karakterisering van het genre in zijn boek *Big Brother: Reality TV in the Twenty-First Century* in één korte zin: ‘programmes where the unscripted behaviour of “ordinary people” is the focus of interest’ (2005: 1). Maar onmiddellijk daarna bekent hij dat zijn definitie problematisch is, aangezien deze van toepassing zou kunnen zijn op allerlei soorten programma’s die normaal niet als reality-programma’s worden beschouwd. Een voorbeeld van zo’n programma zou *America’s Funniest Home Videos* kunnen zijn - een programma dat tot de categorie van *factual* programmering behoort, maar geen reality-programma wordt genoemd. June Deery nam een vergelijkbare route en schreef in haar boek *Reality TV* het volgende: ‘[Reality TV is] ...pre-planned but mostly unscripted programming with non-professional actors in non-fictional scenarios.’ (2015: 3). Maar net als Bignell realiseert ze zich ook dat haar definitie niet op alle programma’s van toepassing is. Dat er uitzonderingen kunnen zijn, bijvoorbeeld dat de omgevingen niet altijd vooraf geconfigureerd zijn, dat het script op verschillende niveaus betrokken is en sommige programma’s zelfs professionele acteurs gebruiken (Deery 2015: 3). Een andere vaak geciteerde definitie is van Nabi: ‘[Reality-based tv programs are] ...programs that film real people as they live out events (contrived or otherwise) in their lives, as these events occur.’ (2003: 304).

In plaats van reality-tv gebruikt hij de term *reality-based* televisieprogramma’s en hij voegt ook karakteristieke elementen van dergelijke programma’s toe, wat deze definitie, zoals hij zelf schrijft, gefocust en conservatief maakt:



1. Mensen die zichzelf uitbeelden (geen acteurs),
2. zonder een script,
3. tenminste gedeeltelijk in hun woon- of werkomgeving in plaats van een set,
4. met gebeurtenissen die in een narratieve context zijn ingebed,
5. met als belangrijkste doel de kijker te vermaken.

(Nabi et al. 2003: 304)

De reden dat hij zijn definitie als conservatief omschrijft, is omdat hij besloot programma's uit te sluiten die sommige andere academici wel als onderdeel van de categorie beschouwen, zoals nieuwsprogramma's, documentaires, talkshows, game shows en programma's zoals *America's Most Wanted* waarin acteurs echte criminelen en echte situaties uitbeelden.

Over het algemeen verschillen de definities van reality-tv niet al te veel van elkaar. Er is echter een punt dat inconsistent is in de verschillende definities: het script. De meeste academici zijn van mening dat reality-programma's geen script moeten hebben. Nabi stelt bijvoorbeeld dat de programma's geen script zouden moeten hebben, maar wel kunstmatig kunnen zijn (2003: 304). Dit kan het geval van reality-programma's zoals *Wife Swap* zijn die kunstmatig lijken, hoewel de deelnemers geen acteurs zijn en geen script volgen. De geconstrueerde situatie van het programma plaatst de mensen in de rol van performer. Dit is iets wat bijvoorbeeld Jonathan Bignell, die vindt dat het ontbreken van een script een van de belangrijkste kenmerken van reality-tv is, ook opmerkt (2005: 104). Maar er zijn ook academici, zoals Woods en Ebersole, die beweren dat reality-programma's altijd tenminste semi-scripted zijn (2007: 26). Ook de bovengenoemde definitie van Deery noemt de programma's 'mostly unscripted', wat aangeeft dat ze in feite tot op zekere hoogte scripted zijn. Jennifer Pozner hint hier ook op door te schrijven dat reality-programma's 'unscripted' (compleet met aanhalingstekens) zijn en voegt eraan toe dat ze op zijn minst zorgvuldig zijn vervaardigd (2010: 8). Op een vergelijkbare manier schrijven Godlewski en Perse dat deze programma's 'claim to present reality' (2010: 148; ook Fishman en Cavender 1998: 3), wat impliceert dat er gevallen waren waarin de programma's de realiteit niet presenteerden. Biltereyst is nog explicieter en wijst erop dat in reality-tv soms ook geësceneerde beelden worden gebruikt (2004: 117). Zoals al vermeld in de eerste alinea, zijn de grenzen tussen feit en fictie tot het uiterste verlegd in verschillende populaire *factual* formats. Dit veroorzaakt blijkbaar verwarring, niet alleen bij het publiek zoals Hill liet zien in haar boek *Restyling Factual TV*, maar ook bij academici.

Aangezien het vinden van de beste definitie van het genre niet het doel is van deze scriptie, worden slechts enkele voorbeelden gegeven van interpretaties van academici en wetenschappers op dit gebied. Op basis van bovenstaande definities en interpretaties kan de volgende definitie samengesteld worden:

*Reality-tv is een categorie binnen het genre van factual televisieprogramma's die programma's omvat die gewone mensen of niet-acteurs in niet-gescripte of semi-gescripte situaties laten zien en die beweren de realiteit te presenteren. Mensen in deze programma's worden meestal in vooraf geconfigureerde omgevingen gefilmd, maar soms ook in niet-geconfigureerde. Het belangrijkste doel van deze programma's is om te vermaken en ze bevatten meestal een competitieaspect en de deelname van de kijkers. Andere gemeenschappelijke kenmerken zijn het sterke emotionele aspect en de doorgaans lage productiekosten.*

Deze scriptie gebruikt deze definitie als een leidraad bij welke programma's wel en welke niet tot het reality-tv genre behoren. In hoofdstuk 1.2 worden concrete subgenres genoemd samen met voorbeelden van programma's. Niettemin, zoals al werd geconcludeerd, zijn er vele manieren waarop het genre van *factual* programma's kan worden benaderd en op dit moment is geen enkele manier de officieel juiste.

## **1.2 Subgenres**

Om het genre volledig te begrijpen, is het belangrijk om de individuele categorieën (subgenres) die de afgelopen twee decennia in het reality-tv-genre zijn ontstaan te introduceren. Het is onmogelijk om elk subgenre en reality-programma te benoemen, daarom worden alleen de programma's die een significante invloed op het genre hadden of die algemeen bekend waren genoemd.

Er is geen goede of foute manier om de programma's te categoriseren, aangezien er geen officiële categorisering is. De meeste auteurs van de wetenschappelijke literatuur kiezen ervoor om hun eigen indeling te maken en gebruiken, vaak op onderwerp, format of functie. Veel programma's zijn tegenwoordig 'hybriden', wat betekent dat ze elementen uit verschillende subgenres met elkaar vermengen. Dit wordt gedaan om programma's zo aantrekkelijk mogelijk te maken.

Deze scriptie verdeelt de programma's in zes grote subcategorieën, die tot op zekere hoogte geïnspireerd zijn door het onderzoek van Tsay-Vogel en Krakowiak (2007: 2) en Nabi (2006: 433): Reality-dramatische programma's, Romance, Challenge/Competitie, Talent, Make-over/Lifestyle en Misdaad/Politie.

### **1.2.1 Reality-dramatische programma's (documentairestijl)**

Reality-dramatische programma's vormen waarschijnlijk het grootste subgenre van de zes, omdat het een grote verscheidenheid aan programma's omvat. Sommige van deze formats worden door 'fly-on-the-wall' filmtechnologie gekenmerkt, waarbij gebeurtenissen realistisch worden opgenomen met minimale interferentie, in plaats van dat ze geacteerd

en geregisseerd worden (Oxford Dictionary 2021). Veel van deze programma's werken vaak met een scenario en zijn gemonteerd, hoewel ze de realiteit beweren te presenteren. Deze programma's hebben ook vaak het soap-opera-aspect, alleen met vermoedelijk echte situaties en mensen die geen acteurs zijn.

#### *1.2.1.1 Speciale woonomgeving*

Hoewel de documentaire stijl en de filmtechniek fly-on-the-wall wordt gebruikt, zijn speciale woonomgeving programma's niet per se documentaire formats. Dit komt doordat ze gedeeltelijk voor-gestructureerd zijn. Dit betekent dat, in tegenstelling tot een klassieke documentaire, deze gebeurtenissen niet zouden plaatsvinden als de camera's er niet waren.

Deze programma's hebben meestal een competitie-element, maar de deelnemers strijden niet expliciet met elkaar zoals ze in een programma uit de categorie Challenge/Competitie zouden doen. Hoewel er nogal eens verschillende taken en obstakels zijn die de deelnemers moeten overwinnen, zijn deze meestal niet primair bedoeld om de deelnemers uit te schakelen.

*The Real World* geproduceerd door MTV en voor het eerst in 1992 uitgezonden, wordt als het pioniersprogramma van deze categorie beschouwd (Kavka 2012: 5). Sommigen beweren echter dat *The Real World* het concept van het Nederlandse reality-programma *Nummer 28* dat in 1991 op de KRO werd uitgezonden gebruikte (Van Harmen 15 september 1999, Gilmore/Pine 2007: 34). Het format van *The Real World* is gebaseerd op het idee om zeven volslagen vreemden voortdurend te filmen terwijl ze gedurende enkele maanden samen in een appartement in een gekozen stad wonen. Behalve dat elke beweging werd gefilmd, leidden de deelnemers normale levens - de botsing van levens van zeven totaal verschillende mensen leverde genoeg interessante situaties op om het programma interessant te maken.

Een vergelijkbaar format werd gebruikt door de wereldberoemde reality-serie *Big Brother* die in 1999 voor het eerst in Nederland werd uitgezonden. Er werden weer vreemden samen in een huis geplaatst, maar deze keer konden ze het huis niet verlaten. Een van de grootste verschillen was het gebruik van bewakingsapparatuur - de deelnemers werden niet langer gefilmd door mensen en de kijkers konden de non-stop live videobeelden op internet bekijken. Het andere grote verschil was dat *Big Brother* een eliminatie wedstrijdelement bevatte - er was maar één winnaar. De kijkers konden beïnvloeden wie het langst in het huis zou blijven en het geld winnen.

Andere soortgelijke programma's volgden het succes, bijvoorbeeld *Való Világ* in Hongarije, *VyVolení* in Tsjechië en *Jersey Shore* in de Verenigde Staten.

### 1.2.1.2 Beroemdheid

Deze programma's gebruiken meestal de documentairestijl van filmen (fly-on-the-wall stijl) en laten de levens zien van beroemdheden en hun familie. Hoewel ze op de markt worden gebracht als reality-programma's, laten deze shows meestal alleen de situaties zien die de beroemdheden aan het publiek willen laten zien. Er zijn bewezen situaties die eerder werden gerepeteerd of waarin een scenario werd gebruikt (Willen/Baragona 2020). Dit soort programma's is vaak bedoeld om een bepaald product of aankomend project te promoten.

Enkele van de beroemdste reality-programma's van dit type zijn: *Keeping Up with the Kardashians*, *The Osbournes* en *The Simple Life*.

### 1.2.1.3 Sociaal experiment

Sociaal experiment is een speciaal type reality-programma dat sterk emotiegericht is en meestal drama en conflicten omvat. Waarschijnlijk het bekendste voorbeeld is de serie *Wife Swap* (NL: *Jouw vrouw, mijn vrouw*) dat in 2003 voor het eerst in het Verenigd Koninkrijk werd uitgezonden. In het programma wisselt een vrouw voor korte periode van gezin met een vrouw uit een ander gezin. De gezinnen komen meestal uit verschillende sociale klassen en hebben verschillende levensstijlen en waarden, wat tot gespannen situaties leidt. Het doel van het 'experiment' is om te zien wat een dergelijke ruil met een gezin en de relatie kan doen.

Enkele andere programma's uit deze categorie zijn: *Holiday Showdown* (VK), *The Secret Millionaire* (VK) en *Zlatá mládež/Golden Youth* (CZ).

## 1.2.2 Romance

Er zijn twee basistypen van *romance* programma's: competitie en daten. In de afgelopen jaren is het aantal op competitie gebaseerde dating reality-programma's gestegen, omdat ze voortdurend aan populariteit winnen en de onzekerheid van het jaar 2020 door de Covid-pandemie heeft er alleen maar voor gezorgd dat het aantal sneller groeit (Miller 2020).

De op competitie gebaseerde dating reality-programma's draaien om een deelnemer die een date uit een groep kandidaten kiest. Deze programma's verschillen meestal iets van elkaar (aantal deelnemers/ het volgen van de deelnemers duurt een heel seizoen of slechts één aflevering/ verschillende thema's en taken/ verschillende eliminatieprincipes/ enz.), maar het hoofdthema blijft hetzelfde. Deze programma's zijn bijvoorbeeld: *The Bachelor* en *The Bachelorette* (VS), *Farmer Wants a Wife* (NL: *Boer*

zoekt Vrouw), *Temptation Island*, *Blind Vertrouwen*, *Love Island*, *Love is Blind* en nog veel meer.

De datingcategorie is echter niet vaak meer te zien op de tv-schermen, omdat deze programma's populairder in de jaren negentig en begin 2000 waren. Ze laten meestal elke aflevering verschillende mensen zien en draaien om daten. Dit soort shows zijn onder meer *Blind Date* (VK), *The Dating Game* (VS) en andere.

### 1.2.3 Challenge/Competitie

De categorie Challenge/Competitie is breed en omvat verschillende programma's die allemaal in de eerste plaats een eliminatiewedstrijd zijn. Sommige andere genoemde programma's bevatten ook het eliminatie-element, maar in die programma's is het van secundair belang.

De deelnemers worden (meestal tijdens het hele seizoen van het programma) gefilmd terwijl ze aan verschillende activiteiten en hindernissen deelnemen om een prijs te winnen. De deelnemers worden meestal één voor één geëlimineerd op basis van de stemmen van de deelnemers zelf, de kijkers of een soort jury. Ze kunnen zich ook in een besloten omgeving (bijvoorbeeld een eiland) bevinden.

Shows die in deze categorie passen zijn: *Survivor* (NL: *Expeditie Robinson*), *The Mole* (NL: *Wie is de Mol?*), *The Amazing Race*, *Too Hot to Handle*, etc.

### 1.2.4 Talent

De categorie Talent bevat programma's die naar verschillende soorten talent zoeken, zoals musical, koken, modellenwerk, enz. Deze categorie kan ook in het competitie-subgenre worden ondergebracht, aangezien deze op competitie is gebaseerd. Deze shows zijn enigszins anders, omdat ze meestal erg gestructureerd zijn met een groot aantal deelnemers. Dit betekent dat de persoonlijkheid of het persoonlijke leven van de deelnemers niet zo vaak als in sommige andere shows wordt getoond.

De meeste talentenjachten, zoals de wereldwijde formats *Idols*, *The Voice* en *Got Talent*, volgen een vergelijkbare structuur. Ze tonen grote aantallen kandidaten die een bepaald talent uitvoeren waarna de jury kiest wie verder gaat. De kijker krijgt vervolgens invloed op het programma door te stemmen wie erin blijft.

Een andere grote categorie van talentenjachten zijn kookshows, zoals *Top Chef*, *Heel Holland Bakt*, *Hell's Kitchen* en *MasterChef*. Enkele andere populaire programma's in deze categorie zijn *Dragons Den*, *The Next Top Model* en *The Apprentice*.

### 1.2.5 Make-over/Lifestyle

De categorie Make-over/Lifestyle bevat programma's waarin de deelnemers een soort make-over ondergaan. In deze programma's is het gebruikelijk om elke aflevering verschillende deelnemers te hebben. Eerst worden de deelnemers op hun startpunt getoond, daarna worden ze geadviseerd door professionals die hen advies en ondersteuning geven en aan het einde van de aflevering worden de resultaten van de make-over getoond. Ze kunnen over verschillende dingen worden geadviseerd, van afvallen tot relatieadvies. Voorbeelden zijn: *The Biggest Loser*, *How Do I Look?*, *De Uitdaging*, *Extreme Makeover*, *Tool Academy* of *Hoarders*.

Onder deze categorie vallen ook renovatieprogramma's, waarbij een woning, werkruimte of voertuig wordt gerenoveerd. Enkele van deze programma's zijn: *Extreme Makeover: Home Edition*, *While You Were Out* en *Pimp My Ride*.

Een andere speciale categorie in het Make-over subgenre is bedrijfsverbetering, die kleine bedrijven proberen te helpen of te verbeteren. Dit zijn onder andere: *Restaurant Makeover*, *Ramsay's Kitchen Nightmares (VK)* en *The Profit*.

### 1.2.6 Misdaad/Politie

Sommige reality-programma's laten professionele activiteiten zien, zoals het werk van politie of justitie. Deze programma's tonen ofwel het dagelijkse werk of bepaalde rechtszaken. Ze lijken op enkele van de allereerste reality-programma's, die op een documentaire manier het werk van professionals lieten zien.

Enkele van deze programma's zijn: *Cops*, *America's Most Wanted*, *Cold Case Files*, *Judge Judy*, *Judge Joe Brown*, *De Rijdende Rechter* en andere.

## Hoofdstuk 2. Reality-tv in Nederland

Een grondige beschrijving van de geschiedenis van het reality-tv-genre zou op zijn minst een heel boek kunnen vullen. Het volgende hoofdstuk biedt een korte blik op de evolutie van het genre in de wereld en in Nederland, waarbij meer aandacht wordt besteed aan enkele punten die essentieel voor het genre waren.

### 2.1 Het begin

Het allereerste begin van de reality-tv gaat al tot het einde van de jaren 40 terug, want sommige van de eerste tv-programma's bevatten al elementen van reality-tv - van documentaires tot quizshows, talentenjachten, talkshows enz. Elk televisieformat dat in de afgelopen decennia echte mensen voor de camera heeft getoond, kan in feite als voorloper van de reality-programma's van vandaag worden beschouwd (Kavka 2012: 13). In Nederland vond de eerste officiële televisie-uitzending plaats op 2 oktober 1951 en televisie werd meteen in de jaren 50 in Nederland een van de belangrijkste mediavormen (NPO Kennis 2017). Waar in de Verenigde Staten de 'eerste golf' van reality-tv plaatsvond toen in 1948 het programma *Candid Camera* voor het eerst werd uitgezonden (Kraszewski 2017: 25), vond het genre in Nederland pas in de jaren zestig zijn weg naar de tv-schermen (Bruijn, de 2018).

*Candid Camera* was een op surveillance gebaseerd programma dat bestond uit meerdere korte opnames met vooropgezette scenario's die op openbare plaatsen plaatsvonden. In deze opnames werden onwetende deelnemers (echte mensen) in het geheim een paar minuten gefilmd, waarna de camera's werden onthuld. De opname werd met een spectaculaire onthulling afgesloten. De verborgen camera werd voor het eerst in deze show gebruikt - een hulpmiddel dat in de komende jaren een standaard in het arsenaal van moderne reality-programma's zou worden.

Een andere grote mijlpaal in de ontwikkeling van het genre was de introductie van de 12 uur durende documentaireserie *An American Family*, die voor het eerst door PBS in 1973 in de Verenigde Staten werd uitgezonden. Door velen wordt het als het eerste televisieprogramma beschouwd dat een kijkje bood in het leven van gewone mensen (Rowen 2000). De familie Loud stemde ermee in om zeven maanden lang gefilmd te worden. Er werd meer dan 300 uur aan beeldmateriaal verzameld, waaruit een 12 uur durend tv-programma werd gemaakt. Door het redigeren en sorteren van materiaal werd het programma sneller en de gezinssituatie leek dramatischer dan het was. De kijkers kregen onder andere te maken met relatieproblemen van de ouders en een coming-out van hun zoon. Het programma was ronduit een sensatie en had meer dan 10 miljoen kijkers

(Rowen 2000). Hetzelfde gebeurde in het Verenigd Koninkrijk, waar in 1974 een eigen versie van het programma, genaamd *The Family*, werd uitgezonden (Bignell 2005: 14).

Hoewel zowel *Candid Camera* als *An American Family* door wetenschappers vaak als belangrijke mijlpalen in de ontwikkeling van het genre worden genoemd, gaat Misha Kavka nog verder. Zij is van mening dat juist deze twee programma's voor een dubbele erfenis (technologisch en conceptueel) hebben gezorgd en samen de basis voor de moderne reality-tv formats vormden (2012: 13).

In de jaren zeventig en tachtig verschijnt op de Nederlandse televisie een grote nieuwe publiekstrekker - de amusementsprogramma's. Ze bestonden vooral uit spelprogramma's als de *WiekentKwis* en later ook talentenjachten als *De Soundmixshow* (vanaf 1985). De Nederlandse televisie had toen nog geen commerciële zenders, dus dit soort programma's werden op zaterdagavond massaal bekeken (Bruins Slot 2016). Deze programma's waren zo'n belangrijk product voor de Nederlandse Publieke Omroep, dat ze zelfs televisiepresentator Fred Oster naar Amerika stuurden om daar televisie te kijken, aantekeningen te maken en inspiratie op te doen (de Brijn 2018). Vanaf 1988 werden de programma's ook interactief, de kijkers thuis konden voor het eerst telefonisch stemmen op hun favoriete deelnemer in *De Soundmixshow* (de Bruijn 2018). In 1989 verscheen in Nederland de eerste commerciële televisiezender, RTL-Véronique, wat een grote uitstroom van kijkers voor de Publieke Omroep betekende (Media monitor 2006).

Rond deze tijd (in het televisieseizoen 1988/1989 om precies te zijn) verschenen in de Verenigde Staten twee shows die het kader voor een genre creëerden dat later als 'reality-tv' bekend zou worden, namelijk *America's Most Wanted* en *Cops* (Kavka 2012: 53). Beide programma's werden op FOX uitgezonden en toonden de arrestatie van criminelen. Ze werden onmiddellijk een succes bij het publiek en veroorzaakten wat Kavka een 'sneeuwbaaleffect' noemt - er werden talloze nationale spin-offs gemaakt en ook internationale versies (2012: 53). Zoals Richard Kilborn zegt, was het slechts een kwestie van tijd voordat de kleine kabelmaatschappijen en grote netwerken de voordelen van dit soort programma's zouden erkennen - ze zijn relatief goedkoop en trekken een groot publiek (1994: 426). Halverwege de jaren negentig was reality-tv synoniem aan misdaadprogramma's. De concurrentie tussen de televisiezenders was echter groot en daarom duurde het niet lang voordat nieuwe experimenten met reality-tv begonnen te verschijnen.

Nederland deed niet mee aan de trend van reality-misdaadshows, maar kwam in 1991 wel met een volgens velen revolutionair idee. De KRO bedacht samen met het productiebedrijf Today TV een nieuw reality-gebaseerd format: zeven jonge mensen samen in één huis terwijl hun leven 31 weken lang wordt gedocumenteerd (de Bruijn 2018). De naam van het programma is *Nummer 28* - een programma waarvan wordt



beweerd dat het de eerste reality-soap ooit is, een programma die het brede scala aan reality-tv-programma's op gang bracht (Burns 2010: 33). *Nummer 28* introduceerde vele technieken die standaardelementen van reality-programma's werden, zoals het gebruik van 'confessionals' waarbij de castleden op camera privé reflecteerden op de gebeurtenissen in het huis. Een ander element was het intensieve gebruik van soundtrackmuziek (Burns 2010: 33). Ondanks het revolutionaire format was het programma niet echt een succes en tot op de dag van vandaag is het zelfs in Nederland weinig bekend (Condon 2015: 632). Maar een jaar later, in 1992, werd een vergelijkbaar Amerikaans reality-programma op MTV uitgezonden - *The Real World*, dat een sensatie werd. Waar *Nummer 28* slechts één kort seizoen te zien was, werd *The Real World* in de loop der jaren in totaal 33 seizoenen op verschillende televisiezenders en platforms uitgezonden en het was lange tijd de langst lopende reality-serie in de Verenigde Staten (Sickels 2008: 146). Het programma werd geprezen voor het bespreekbaar maken van veel taboeonderwerpen, zoals abortus, seksuele geaardheid, aids, de dood van familieleden en geweld (Burns 2010: 32). De Nederlandse producer Erik Latour, die het concept van *Nummer 28* bedacht, probeerde erkenning te krijgen voor het idee, maar slaagde er nooit in omdat de makers van *The Real World* bleven beweren dat hun programma alleen door de documentaire *An American Family* geïnspireerd was (Condon 2015: 632).

Reality-tv werd een enorme wereldwijde mediatrend in de geglobaliseerde mediacultuur van de jaren negentig (Bondebjerg 2002: 159). Een van de factoren die hierbij een belangrijke rol speelden, waren de nieuwe technische mogelijkheden, die een intieme tracking van het gewone leven mogelijk maakten - lichtgewicht digitale videocamera's en nieuwe computersoftware, zoals bewerkingsprogramma's met hoge capaciteit voor het samenstellen van de beelden (Bignell 2005: 15). Het belangrijkste ijkpunt (in ieder geval voor Europa en het Verenigd Koninkrijk) in het reality-tv-genre kwam echter in 1999 toen *Big Brother* op de Nederlandse tv-schermen verscheen.

## **2.2 Big Brother als ijkpunt**

*Big Brother* was het begin van de tweede golf van reality-tv, zoals sommige wetenschappers het noemen, omdat het element van 'competitie' onder de voorwaarden van 'comprehensive surveillance' geïntroduceerd werd (Kavka 2012: 76). Hoe innovatief het er ook uitziet, het was eigenlijk een heel logische stap vooruit, omdat het in feite twee zeer populaire formats tot één combineerde: een op een spelshow en een documentaire gebaseerd reality-programma. Daarom noemen sommige wetenschappers programma's van dit soort ook 'reality-gameshows' (Hill 2005: 31). Bovendien zijn beide programma's vrij goedkoop en gemakkelijk te maken, terwijl ze tegelijkertijd zeer exporteerbaar zijn, waardoor deze programma's perfecte producten voor de televisiemaatschappijen zijn.

Het idee voor *Big Brother* is in 1997 geboren en het brein erachter zijn John de Mol, Paul Römer, Bart Römer en Patrick Scholtze (de Bruijn 2018). Het programma werd door Endemol geproduceerd, een mediabedrijf dat in 1994 door een fusie van de televisieproductiebedrijven van Joop van den Ende en John De Mol werd opgericht. Römer zei dat ze onder andere door *Jennicam* werden geïnspireerd: een project van een 19-jarig meisje dat in 1996 de eerste persoon was die haar leven 24 uur per dag, zeven dagen per week op internet uitzond (Bruij, de: 2018). Zoals al vermeld in het eerste hoofdstuk, sluit *Big Brother* zijn deelnemers op in een speciaal gemaakt huis en filmt ze dag en nacht tijdens ongeveer drie maanden, waarin ze proberen niet het huis uitgezet te worden. In het allereerste seizoen, dat liep tussen 16 september en 30 december 1999 op Veronica, zaten er 9 deelnemers 106 dagen in het huis in Almere. Naast het nieuwe format deed het programma ook iets dat niemand eerder had gedaan - het gebruikte meerdere mediaplatforms. Deze platforms omvatten zowel internet, telefoon als uitgebreide berichtgeving in de pers. Zoals Kavka opmerkt, trok vooral de samenvloeiing van televisie en internetentertainment een enorm publiek, waardoor het format een basispakket werd dat wereldwijd kon worden gekocht en verkocht (2012: 85). June Deery wijst er in haar boek *Consuming Reality* op dat de toevoeging van internet in de eerste plaats een poging van Endemol was om een tweede inkomstenstroom te creëren. Ze bouwden de live online streams opzettelijk in het format van het programma in, waarbij ze eerst de online inhoud gratis aanboden, maar vervolgens de video's alleen tegen betaling toegankelijk maakten (Deery 2012: 36). De tol voor het feit dat het publiek non-stop naar de evenementen in het huis kon kijken, was de lagere kwaliteit van de productie, die uitgebreide montage en soepelheid ontbeerde. Dit werd echter gecompenseerd door de authenticiteit en directheid van het programma. De telefoon werd aan de mix toegevoegd om het programma interactiever te maken. De kijkers konden zelf invloed uitoefenen op de gebeurtenissen in het huis, namelijk wie van de genomineerden van de week uitgezet zouden worden. Deze stemming werd eerst via vaste telefoongesprekken en later met sms-berichten uitgevoerd, iets dat niet alleen publiek trok, maar ook inkomsten voor het programma genereerde (Kavka 2012: 86). Juist deze combinatie van elementen zorgde voor een snelgroeiende publieke cultuur van praten over het programma (speculatie over de deelnemers, wie zal de winnaar zijn, enz.), waardoor het programma alleen maar populairder werd (Bignell 2005: 53).

De eerste *Big Brother*-serie bereikte een piek van 6 miljoen kijkers (Bignell 2005: 53) en binnen een jaar was het format aan zeven omroepen op het Europese continent verkocht, evenals aan Channel 4 in het Verenigd Koninkrijk en CBS in de Verenigde Staten (Kavka 2012: 86). In totaal werd *Big Brother* in 62 landen uitgezonden (februari 2021), waarmee het een van de wereldwijd meest succesvolle tv-programma's ooit is (Banijay Group 2021). Dankzij het succes van het programma werd Endemol onmiddellijk

een toonaangevende producent in de branche. Endemol werd vooral geprezen om het vermogen om een reeks producten te ontwikkelen die, met kleine aanpassingen om beter te voldoen aan de smaak en verwachtingen van verschillende culturen, gemakkelijk in meerdere markten kunnen worden ingepast (Kilborn 2008: 144).

Op hetzelfde moment dat Endemol het format van *Big Brother* over de hele wereld verkocht, probeerde een ander zeer populair programma gemaakt door Charlie Parsons hetzelfde te doen. Het gaat hier om *Survivor*, een reality-competitieprogramma, dat voor de Verenigde Staten was wat *Big Brother* voor Europa was (Kavka 2012: 97). Het had hetzelfde competitie-element, waarbij de deelnemers een voor een uitgezet worden totdat alleen de winnaar overblijft. Een ander wederzijds kenmerk is dat de deelnemers voor de duur van het programma gescheiden van de wereld samenleven. Ondanks het feit dat *Survivor* en *Big Brother* niet veel andere overeenkomsten delen, heeft Parson Endemol voor de rechter gedaagd wegens vermeend kopiëren van het *Survivor*-format (Wells 2001).

Charlie Parsons bedacht het format van *Survivor* voor Planet 24 al in 1994, maar vanwege de manier waarop het programma op papier klinkt (16 mensen worden naar een onbewoond eiland gestuurd, gedwongen om met elkaar te concurreren door uitdagende taken uit te voeren) en het feit dat het een erg dure productie is (risico van groot verlies), waren er geen zenders geïnteresseerd (Wells 2001). Uiteindelijk bracht een Zweedse televisiezender het idee in 1997 uit met een programma genaamd *Expedition Robinson*. Omdat het programma gunstige beoordelingen kreeg, verschenen al snel andere internationale versies, waaronder de beroemdste Amerikaanse versie *Survivor* in 2000. Veel Amerikanen hielden van het format, de finale van het eerste seizoen trok namelijk meer dan 51 miljoen kijkers (Ebersole/Woods 2007: 26), en tot op de dag van vandaag is het erg populair - in 2021 zal de 41ste serie van het programma uitgezonden worden (Ross 2021).

Nederland was (samen met België) een van de landen die hun eigen versie van *Expedition Robinson* produceerden na het Zweedse succes. *Expeditie Robinson* werd voor het eerst in 2000 op RTL 5 (NL) en VT4 (BE) uitgezonden. Hoewel niet zo succesvol als het Amerikaanse *Survivor*, draait het programma al sinds de introductie ervan en heeft nog steeds ruim 1 miljoen kijkers per aflevering (RTL Boulevard 2019).

### **2.3 De reality-tv van vandaag**

In 2006 probeerde John de Mol het *Big Brother*-idee te vernieuwen met het programma *De Gouden Kooi* waarbij een groep mensen bij elkaar werd opgesloten in een villa. De deelnemers werden weggestemd totdat er nog maar één persoon overbleef die de villa en een geldprijs won. Deze opvolger was echter niet zo succesvol en werd slechts één seizoen uitgezonden (de Bruijn 2018).

Op 31 december 2013 startte John de Mol weer een andere variatie op het format van *Big Brother*: het reality-programma *Utopia*. Het was een soort experiment waarbij 15 deelnemers met 2 kippen, 15 koeien en een startkapitaal van 10.000 euro naar een loods in Laren trokken met als doel de ideale (utopistische) samenleving op te bouwen. Overal waren camera's die de deelnemers constant in de gaten hielden. Het programma werd dagelijks uitgezonden op SBS en zou na een jaar eindigen, maar vanwege de hoge kijkcijfers werd het tot 2018 vernieuwd. In dat jaar startte *Utopia 2* dat tot eind 2019 werd uitgezonden, toen het vanwege de aanhoudende afname in populariteit werd gestopt (Beukers 2019). Dit programma bevatte ook livestreams op sociale media en de kijker kon de inhoud van het programma beïnvloeden. Het *Utopia*-format werd ook aan andere landen verkocht, waaronder Duitsland (Sat.1) en de Verenigde Staten (Fox), maar het wereldwijde succes van *Big Brother* herhaalde zich niet.

Het reality-tv genre heeft een lange weg afgelegd sinds het begin en is tegenwoordig een essentieel onderdeel van zowel televisie als streamingdiensten over de hele wereld. De verscheidenheid aan programma's is zo breed dat het alles omvat, van koken tot het vinden van een echtgenoot. Bovendien worden er constant nieuwe programma's gemaakt, meestal gebaseerd op bekende formats, maar steeds met schokkende wendingen om het steeds interessanter te maken. Maar is deze trend duurzaam? Als mensen vandaag de dag al twijfelen aan de aard van sommige programma's, hoe zullen de programma's er bijvoorbeeld over 10 jaar uitzien? Is het mogelijk om met zo'n groot aantal reality-tv-programma's de gunst van de kijkers te behouden? Zal er ooit weer een wereldwijde reality-manie zijn zoals we die hebben meegemaakt met *Big Brother*? Op dit moment zijn er helaas geen antwoorden op deze vragen, omdat het reality-tv-genre zo onconventioneel en onvoorspelbaar is. Wat we wel kunnen doen, is proberen te kijken naar de kritiek op het genre die ons waarschijnlijk geen eenduidige antwoorden zal geven, maar ons wel kan helpen onze mening over deze problematiek te vormen.

## Hoofdstuk 3. Kritiek

Er zijn in de loop der jaren veel discussies over het reality-tv-genre geweest, maar een van de meest voor de hand liggende is de kritiek. Enkele van de meest negatieve commentaren beschrijven reality-tv als een format dat zich voornamelijk op harde, controversiële sociale kwesties richt en die perverse opvattingen verwoordt of zelfs een platform voor excentrieke freaks creëert (Biltreyst 2004: 8). Deze extreme opvattingen komen heel dicht in de buurt van Dovey's 'trash TV position' die beweert dat: 'Contemporary popular media are the product of a market-led political economy and therefore culturally suspect.' (2000: 83) Het is volgens de critici de druk van de mediamarkteconomie die de trash-cultuur voortbrengt, waarbij kijkcijfers en de lage prijs van deze programma's voorrang krijgen boven de kwaliteit van de inhoud. Maar dit is niet uitsluitend een nieuwe mening, want daar schreven wetenschappers als Dauncey al jaren eerder over, alleen toen noemden ze het de 'lowest-common-denominator programming' (1996: 103). De kritiek op het genre is zo ver gegaan, dat het vaak als monolithisch slecht object wordt gepresenteerd, waarnaar de auteurs niet alleen als 'trash', maar ook als 'voyeur' of 'vernedering'-televisie verwijzen (Mast 2016: 2179).

Veel kenmerken van het genre zijn op deze manier in de wetenschappelijke literatuur besproken, vooral de ethische vraag van de programma's lijkt het meest naar voren te komen. De ethische discussie werd al duidelijk nog voordat de eerste *Big Brother* aflevering was uitgezonden en die kritiek is sindsdien nooit echt verdwenen. Naarmate de jaren vorderden en het genre evolueerde, waardoor steeds meer controversiële inhoud op de tv-schermen kwam, evolueerde ook de kritiek.

In de volgende hoofdstukken wordt dieper ingegaan op het ethische debat en op enkele controversiële aspecten van het genre die kritische reacties uitlokken, zoals authenticiteit en maatschappelijke invloed.

### 3.1 Ethiek

Over het algemeen kan gezegd worden dat alle reality-programma's onethisch zijn, omdat er altijd een ongelijke machtsverhouding tussen de maker en de deelnemer is. Dat betekent dat de deelnemer geen zeggenschap heeft over hoe hij verbeeld wordt en in welke situaties hij wordt geplaatst. Er zijn echter twee manieren waarop de ethische kwestie van het genre kan worden waargenomen. Er ligt een verantwoordelijkheid bij de programmamakers om schade aan de deelnemers te voorkomen, maar ook schade aan het publiek (Mast 2016: 2179). Het is ook belangrijk om te concluderen dat de ethische kwesties zich uitstrekken tot, of geheel voortvloeien uit, wat er achter de schermen gebeurt en wat tijdens of na de distributie, promotie en uitzending van het programma (Mast 2016: 2179). Zoals Jelle Mast

suggereert; het feit dat het productieproces grotendeels een geheim blijft voor de kijker, voedt alleen de morele kritiek (2016: 2179). Het houdt het machtsverschil in stand en stelt de programmamakers in staat verantwoordelijkheid te omzeilen.

De onethische behandeling van deelnemers aan een reality-programma kan verschillende vormen aannemen, zoals het binnendringen van hun privacy, hen vernederen of hen in een ander licht laten zien. Vanuit het perspectief van de kijker kunnen de programma's gezien worden als voyeurisme onderschrijvend en obsceniteit en seksuele misbruik verheerlijkend.

### 3.1.1 Privacy en gevolgen

Voyeurisme wordt vaak genoemd in verband met reality-tv-programma's, maar wat betekent het eigenlijk? Het woordenboek definieert een voyeur als iemand die 'de neiging heeft om anderen, meestal geliefden, te bespioneren' (Van Dale 2021). De term had oorspronkelijk seksuele connotaties, maar dat is niet noodzakelijk langer van toepassing, aangezien het tegenwoordig ook kan betekenen dat je in het geheim iets privés, vies of schandaligs observeert (Dictionary by Merriam-Webster 2021). Een andere, meer gedetailleerde beschrijving stelt dat:

Veel mensen hebben wel iets van dit verlangen, maar de meesten gaan in die wens niet zo ver dat zij eindeloos met verrekijkers of in tuinen staan te gluren. Doordat in films, op de televisie en via internet, in tijdschriften en op billboards veel bloot is te zien, heeft het ouderwetse voyeurisme aan betekenis ingeboet. (Cultureel Woordenboek 2021)

Het is inderdaad waar dat de huidige media het meeste werk op dit gebied voor ons lijken te doen en reality-tv is zeker een van de hoofdrolspelers.

De makers van reality-programma's lijken te weten dat mensen de neiging tot voyeurisme hebben en ze maken er goed gebruik van. Het was het eerste seizoen van *Big Brother* en het gebruik van de verborgen camera's waarmee het allemaal begon. Het volledig ontdoen van de privacy van de deelnemers en het toelaten van het publiek om elke beweging te observeren, gebeurde echter niet zonder controverse. Voordat het programma werd uitgezonden, waren er al talloze artikelen geschreven over de gevaren van het zogenaamde experiment. Psychiater P. Notten van het Tilburgse Elisabethziekenhuis zei in een artikel voor *De Limburger* dat zo'n programma 'onverstandig en zelfs menonterend' is (van den Akker 11 mei 1999). Ze uitte zelfs haar zorgen dat het programma de deelnemers helemaal psychotisch zou kunnen maken en hun leven voor altijd drastisch zou kunnen veranderen (van den Akker 11 mei 1999). Notten was niet de enige die zich zorgen maakte over de deelnemers. Ook het Nederlands Instituut van Psychologen waarschuwde voor ernstige psychische risico's (Vos 6 juni 1999). De makers spraken echter tegen dat hun programma iemand schade zou kunnen berokkenen en bleven

zeggen dat zij ‘gewoon een leuk programma willen maken’ (Vos 6 juni 1999). Gezien de controversiële aard van het programma hadden ze echter nog een ander doel kunnen hebben: een leuk programma maken dat veel geld oplevert. In lijn met de stelling over de voyeuristische neigingen van de meeste mensen was de meest bekeken scène van de serie de vermeende seksscène tussen deelnemers Bart en Sabine. En vanaf dat moment lijkt het alsof seks en schandaal de belangrijkste verkoopargumenten van de meeste moderne reality-programma’s werden.

In het eerste seizoen van de eerste *Big Brother* werden de angsten van psychiater P. Notten echter geen werkelijkheid en er waren geen berichten dat de deelnemers psychologische trauma’s hadden opgelopen. Naarmate de programma’s steeds controversiëler worden, wordt echter de discussie over de gevolgen luider, ook vanwege zelfmoordpogingen. Bijna elk buitenlands reality-programma had een deelnemer die probeerde zelfmoord te plegen nadat hij de gevolgen van zijn deelname niet had kunnen opvangen en Nederland is geen uitzondering. Nadat realityster Samantha de Jong, beter bekend als Barbie, in 2018 zelfmoord probeerde te plegen, kwamen de Nederlandse media met kritiek op de reality-programmamakers. De deelnemers worden vaak van de ene op de andere dag beroemd, wat tot problemen kan leiden als ze ineens overal gevolgd worden door de media. Daarom begonnen journalisten zich af te vragen: ‘Is Samantha genoeg begeleid, is er genoeg nazorg geboden? Is ze niet over de spreekwoordelijke rand geduwd? Had de zender haar niet wat meer tegen zichzelf en de wolven in de buitenwereld moeten beschermen?’ (Jong de 2018). Tv-producent Nathalie Pieters zei in verband met de kritiek dat begeleiding van de kandidaten uitermate belangrijk is en moet beginnen voor het filmen, maar ook daarna moet doorgaan (Tukker 2018).

### 3.1.2 Grensoverschrijdend gedrag

Een van de problemen van het streven van de makers naar steeds meer schokkende inhoud aan te bieden, is het feit dat de moderne reality-programma’s vaak op de rand staan van wat nog ethisch acceptabel is. De deelnemers zijn contractueel verplicht om samen te werken met de makers. Dat kan ook betekenen dat ze gevraagd worden om een ruzie te initiëren, of om te omhelzen ‘voor de camerashot’, die vervolgens aan hun partners wordt getoond om ruzie te krijgen (Duin 2019). Deze manipulatie kan ongevaarlijk zijn, maar kan ook ernstige gevolgen hebben, zoals het geval was in *De Villa*.

De kritiek begon in 2019 nadat een scène uit het programma werd uitgezonden waarin een dronken meisje in bed lag en door een mededeelnemer werd betast. Ze had hem meerdere keren gezegd te stoppen, maar dat deed hij niet. Het publiek schrok van wat de makers lieten gebeuren en nog meer van het feit dat ze ervoor kozen om het uit te zenden. ‘Deze scènes gaan echt voorbij aan ethische grenzen. Dit was geen seks, maar aanranding.

Een: dit hadden de makers niet mogen laten gebeuren. Twee: dit hadden ze al helemaal niet moeten uitzenden,' luidt een van de meningen van de deskundigen die in de media verschenen (de Joode/Houthuijs 2019). En zoals de experts concluderen, moesten de producers denken dat er niets mis was met de scènes, anders zouden ze ze niet uitzenden (de Joode/Houthuijs 2019). Bovendien beweren sommige bronnen dat het juist de producenten waren die de man naar haar kamer stuurden (Duin 2019).

Na de ophef haalde RTL het programma van de buis. 'Seksueel grensoverschrijdend gedrag is onacceptabel en mag nooit worden gepromoot, niet voor en niet achter de schermen. We bieden hiervoor onze excuses aan.' (RTL Nieuws 29 november 2019). In reactie op het schandaal zei toenmalig RTL-programmadirecteur Peter van der Vorst tegen meerdere bronnen dat hij zich kapot geschrokken was toen hij erachter kwam hoe de programma's tot stand komen (RTL Nieuws 29 november 2019). Hij verklaarde dat het de productiemaatschappij Blue Circle was die de deelnemers tot grensoverschrijdend gedrag aangespoord had door hen grote hoeveelheden alcohol aan te bieden (RTL Nieuws 29 november 2019). Hoewel RTL van november 2019 tot februari 2020 stopte met het uitzenden van alle reality-programma's, zijn ze nu weer terug in de prime time-uitzending (Pasveer 2020). Afgezien van het opstellen van een intern protocol met aangescherpte ethische normen, heeft RTL geen wijzigingen aangebracht met betrekking tot hun realiteitsprogramma's (Lommen 2020).

Het lijkt er echter op dat niet alleen de makers de schuld krijgen. Enige tijd daarna verscheen in de media nieuwe informatie, namelijk dat RTL het productiebedrijf Blue Circle e-mails had gestuurd met de eis 'meer seks' (Heerkens 2019). Dit is geen uitzondering, dit soort aanmoedigingen van de makers is al jaren aan de gang, ook al is het door de pers grotendeels genegeerd. Sebastiaan Bens die aan shows als *Oh oh daar gaan we weer* en *Beauty and the Beat* meewerkte, zegt dat het onmogelijk is dat RTL hierdoor verrast werd: 'Dit is hoe het al jaren gaat. Van der Vorst wil uitzoeken hoe dit kon gebeuren, terwijl iedereen in de tv-wereld weet hoe reality-programma's tot stand komen.' (Duin 2019)

### 3.1.3 Verkeerde beeldvorming

We horen vaak het argument dat de voormalige deelnemers geen recht hebben om over het programma te klagen, omdat ze wisten waar ze aan begonnen. Dat is echter niet helemaal waar, omdat de mensen misschien denken te weten hoe het programma vanuit het standpunt van de kijker eruitziet, maar ze weten niet hoe het eruitziet in de productie en hoe het programma in post productie bewerkt wordt. Als ze nooit waren betrokken bij de productie van een dergelijk programma, kunnen ze niet zeggen dat ze weten waarmee ze akkoord gaan. Dit kan ervoor zorgen dat situaties of uitspraken die misschien niet op een



bepaalde manier bedoeld waren, in het eindproduct anders kunnen overkomen. Dit gaat hand in hand met een ander probleem waar de deelnemers vaak mee te maken hebben, de verkeerde beeldvorming. Een voorbeeld kan een deelnemer zijn die in het normale leven leuk en geliefd is, maar in de kunstmatige setting van het programma en bij mensen die hij niet zo leuk vindt, overkomt als een onsympathiek en saai persoon.

Dat melden ex-deelnemers in de Nederlandse media al sinds de eerste *Big Brother*. Al in december 1999 verscheen in het Nederlandse weekblad *Viva* een interview met voormalig *Big Brother*-deelnemer Bianca. In dat interview omschrijft ze zichzelf als iemand die confrontaties opzoekt en spontaan en pittig is. Ze uit vervolgens haar frustratie over hoe het geselecteerde materiaal dat op tv werd uitgezonden, haar eruit liet zien als een ‘rustige, gelaten vrouw’ (*Viva* 1 december 1999: 13). En ze was niet de enige van de eerste cast die ontevreden was over de manier waarop ze afgebeeld werd. Heel recent kwamen veel van deze berichten van de allereerste deelnemers weer boven water, toen de Nederlandse media het publiek enthousiast probeerden te maken voor de *Big Brother* comeback.

Een van hen is Martin Jonkman, die de eerste *Big Brother*-afvaller ooit was. Hij beschrijft hoe hij bij het terugzien van de beelden onaangenaam verrast was:

Je zag soms iedereen gezellig in de woonkamer zitten, afgewisseld met beelden van mij dat ik in mijn eentje bij de achterdeur naar de tuin stond te turen. Maar dat was op heel andere tijdstippen. Alsof ik me altijd afzonderde, wat absoluut niet het geval was. Dat was het karakter dat de makers mij in de montage gaven. (Tienhooven 2021)

Hij wijst er vooral op dat, ook al ben je er als jezelf, je geen enkele grip hebt op hoe ze je in beeld brengen. De reality-programma's zijn volgens hem op deze manier gemanipuleerd om de kijker zoveel mogelijk aan te spreken (Tienhooven 2021). Hij is niet de enige die besloot oude wonden open te halen, ook Sabine Wendel en de allereerste winnaar Bart Spring gaven onlangs een interview ter gelegenheid van de uitgave van Wendels nieuwe boek *Big Sister*. Juist deze twee deelnemers waren verantwoordelijk voor waarschijnlijk het meest memorabele moment van de eerste *Big Brother* - de vermeende seksscène net voordat Sabine het huis moest verlaten. Er werd destijds ook veel over gesproken in de media, omdat het de eerste keer was dat een scène van zo'n controversiële aard met twee niet-acteurs op een groot televisienetwerk werd uitgezonden. Sabine heeft de pers meerdere keren verteld dat er geen seks heeft plaatsgevonden, ondanks wat de meeste mensen dachten, en in dit interview heeft ze dit herhaald. Ze geeft toe dat ze op een gegeven moment samen onder de dekens zaten, maar verwerpt dat daar nog iets anders gebeurd zou zijn: ‘De makers suggereerden dat [we seks hadden] door die scène met dat sigaretje erachteraan te monteren. Maar we rookten die nacht wel tien sigaretjes. Het was een vervelend, suggestief fragment waar ik nog lang last van heb gehad.’ (Jansen/Mollen 2020) Sabine voegt er zelfs later in het interview aan toe dat haar publieke reputatie door die

suggestie van de makers werd geruïneerd, ook al zat ze altijd in langdurige relaties en was ze trouw geweest (Jansen/Mollen 2020).

Verkeerde beeldvorming komt zeer vaak voor en beperkt zich niet alleen tot de meer controversiële reality-programma's. Meer recentelijk was hier sprake van in een ander soort reality-programma: *Heel Holland Bakt*. Hoofdrol in het incident speelde Maroeska Metz, die in de winter van 2018-2019 deelnam aan het programma van Omroep MAX. Hoewel de tv-omroep wist dat ze eerder een kookboek had uitgegeven, beschuldigden de fans van het programma haar van vals spelen en begonnen ze een soort heksenjacht op haar. Ondanks het feit dat ze niets verkeerd had gedaan, werd ze de slechterik van het programma. In een interview voor *Het Parool* gaf ze toe dat ze zichzelf deels de schuld geeft, omdat ze naïef was en zich alleen gefocust had op bakken en niet op het presenteren van haar personage (Stöve 2020). Maar ze denkt dat de schuld vooral bij Omroep MAX ligt, namelijk dat ze haar bewust in de montage als een betweterig, onaardig, asociaal type neergezet hadden (Stöve 2020). Hoewel ze bij het filmen aanwezig was en wist wat er op de set gebeurde, zei ze: 'Ik had iedere zondag weer een knoop in mijn maag, want je weet niet wat ze ervan hebben gemaakt.' (Stöve 2020)

Deze voorbeelden laten zien dat, hoewel de programmamakers zeker proberen de deelnemers voor te bereiden op de opnames om misverstanden te voorkomen, de deelnemers nooit echt weten waar ze aan beginnen. Als ze ontevreden zijn over de manier waarop de makers hen in het programma hebben geportretteerd, kunnen ze er niets aan doen. Alle reality-tv-deelnemers ondertekenen namelijk voor de opnames een contract en een toestemmingsformulier (consent) waardoor de tv-zender de beelden op elke gewenste manier kan gebruiken (Mast 2016: 2185). Bovendien verscheen onlangs informatie in de pers dat voor sommige programma's zelfs boeteclausules bestaan die deelnemers verbieden negatief over de programma's te spreken en die de deelnemers verplichten zich te onthouden van enige gedraging die schadelijk kan zijn voor de reputatie, eer of goede naam van de producent (Duin 2019).

Hoe frustrerend en problematisch de beeldvorming kan zijn, blijkt ook uit het feit dat alle ex-deelnemers die in dit hoofdstuk worden genoemd, verklaarden dat ze niet nog een keer aan een reality-programma zouden deelnemen, als ze opnieuw konden kiezen (Tienhooven 2021; Jansen/Mollen 2020; Stöve 2020).

### 3.1.4 Authenticiteit en manipulatie

In 2019 verscheen een artikel in *Trouw* waarin stond dat reality-programma's weinig met de werkelijkheid te maken hebben (Baneke 2019). En inderdaad, wanneer er over reality-tv wordt gesproken, komt het onderwerp van de authenticiteit ervan vaak naar voren. Technisch gezien zijn er in de meeste reality-programma's veel elementen die helemaal

niet echt/reëel zijn. In het artikel voor *Trouw* stelt Linda Duits, een Nederlandse wetenschapper die gespecialiseerd is in populaire cultuur: 'Reality-tv is de meest misleidende naam die er is.' (Baneke 2019). De basis van veel programma's, waaronder *Big Brother*, *Expeditie Robinson*, *De Villa* of *Temptation Island*, is een kunstmatige setting, die de realiteit nauwelijks weergeeft. Er zijn altijd camera's aan het filmen, ook niet erg vergelijkbaar met het echte leven. Een ander twijfelachtig element is de beeldvorming die in het vorige hoofdstuk is beschreven. De manier waarop het gefilmde materiaal wordt gemonteerd in de postproductie kan de kijker er namelijk toe brengen iets te geloven dat misschien niet waar is. Duits is echter van mening dat een van de factoren die reality-tv zo aantrekkelijk maakt, juist het feit is dat de kijker zich constant afvraagt wat er echt is en wat niet (Duits 2013).

Wat echter moeilijk in scène te zetten is, zijn emoties, en dat blijkt de authenticiteit waar de makers van reality-tv naar op zoek zijn (Duits 2013). Hoewel de uitingen van emoties reëel zijn en natuurlijke oorzaken kunnen hebben, worden ze vaak veroorzaakt door tussenkomst van de programmamakers. Ze geven de deelnemers bijvoorbeeld taken of halen nieuwe mensen binnen om conflicten te creëren die voor boeiende televisie zouden zorgen.

Of een reality-programma succesvol is of niet, hangt tot op zekere hoogte af van de deelnemers. Dat betekent dat de selectie van geschikte kandidaten essentieel is. De deelnemers moeten bekwaam zijn voor de camera, maar ook iets toevoegen aan het programma dat het publiek boeiend zal vinden. Duits omschrijft een ideale kandidaat voor reality-tv als kneedbaar en stereotiep (Duits 2013). De makers hebben meestal een lijst met 'gewenste personages' die ze willen casten (Baneke 2019). Zoals al vermeld, zoeken ze naar conflicten en kiezen daarom meestal voor contrasterende typen mensen. Er zijn ook gevallen gemeld waarin de deelnemers naar verluidt bonussen werden beloofd als ze seksueel betrokken raakten met andere deelnemers (Spreekbuis 2017).

Maar, zoals Maarten Reesink in een artikel voor *Trouw* schrijft, er is ook een keerzijde van de medaille. Sommige deelnemers weten ook hoe ze de programma's kunnen benutten in eigen voordeel (Baneke 2019). Ze weten wat ze moeten doen om zichzelf geliefd te maken bij de producers, in de schijnwerpers te staan en beroemd te worden. En dat bereiken ze niet door authentiek te zijn. Als voorbeeld noemt Reesink Britt Dekker en haar deelname aan het programma *Echte meisjes in de jungle* in 2011 (Baneke 2019). Ze won het programma en werd bekend om haar platte accent en opvallend domme uitspraken, zoals: 'Ik kan 30.000 euro winnen-dat is dus bijna een miljoen!' (DenD 2018: 68). Sinds haar overwinning wist ze in de publieke belangstelling te blijven en mocht ze een aantal tv-programma's presenteren, zoals *Voor het blok*, *Britt's Beestenbende* en *Het Beste Idee van Nederland*. Maar de afgelopen jaren laten de media zich niet meer door haar simpele gedrag voor de gek houden. Zo schreef journaliste Angela de Jong voor *De Gelderlander*

een commentaar over het programma *Opgezadeld met Britt* waarin ze deelt dat ze haar gedrag niet meer gelooft (de Jong 2019). Ze voegt eraan toe dat je een slimme zakenvrouw moet zijn om 10 jaar in de tv-wereld te kunnen blijven, geen dom blondje (de Jong 2019). En de Jong is lang niet de enige met deze mening, ook grote kranten als *Trouw*, *de Volkskrant* en andere journalisten hebben hun twijfels over haar gebrek aan intelligentie geuit (van Dongen 2021; Breukelman 2018; van Dijk 2011).

De montage en de gevaren ervan zijn al in het vorige hoofdstuk beschreven. De verkeerde beeldvorming van zaken gaat hand in hand met de problematiek van authenticiteit. Bij bepaalde soorten reality-programma's en de methoden die ze gebruiken om te filmen, is de authenticiteit van het eindproduct twijfelachtig. Het gaat om programma's waarin het leven van iemand wordt gevolgd, zoals in *Roy Donders: Stylist van het Zuiden*. Het probleem hierbij is dat de hoofdpersonen niet non-stop worden gefilmd. De cameraploeg is alleen bij de persoon als er iets spannends gepland staat (Spreekbuis 2017), anders zouden ze uren saaie beelden hebben waarop niets gebeurt. Als er echter iets spontaans gebeurt wanneer de camera's er niet bij zijn en de gebeurtenis van vitaal belang is voor het programma, wordt deze meestal later nagespeeld en gefilmd. Men kan dus stellen dat het niet helemaal authentiek is.

Barbara Kuipers, medewerker van programma's als *Dames in de dop*, *Peking Express* en *Temptation Island*, deelde onlangs in een artikel hoe haar werk op de set eruitzag:

Ik moest ervoor zorgen dat het script in de zogeheten productiebijbel werkelijkheid werd. Van tevoren was geanalyseerd wie met wie zou botsen, wie er vreemd zou gaan, zelfs wie het programma uiteindelijk zou winnen. Tuurlijk, soms werd er van het scenario afgeweken, maar vaak bleek na afloop dat zo'n zeventig procent klopte. (Baneke 2019)

Ze legde uit dat de kandidaten grondig werden onderzocht om hun gedrag in bepaalde situaties te kunnen voorspellen. Vervolgens zouden ze dit gedrag kunnen initiëren door de situatie te creëren. 'Wisten we dat iemand een zwak had voor lange mannen? Dan vlogen we zo'n verleider in,' voegt zij toe (Baneke 2019).

Voormalige *Temptation Island*-deelnemers Gianni en Melissa kwamen vorig jaar in het nieuws toen ze onthulden wat er naar verluidt achter de schermen van het programma gebeurt. Hun beweringen gaan echter veel verder dan wat Kuipers beschreef, ze zeiden zelfs expliciet: 'Aan dat programma is niks echt. Echt helemaal niks.' (Het Nieuwsblad 8 mei 2020). Ze beweren dat ze hun date niet altijd zelf mochten kiezen, hoewel dat op televisie zo leek. Het kampvuursegment waar de deelnemers video's van hun partners of vrienden te zien krijgen waarop ze moeten reageren, is naar verluidt ook niet zo echt als het lijkt. Melissa beweert dat de deelnemers vijftien verschillende scènes te zien krijgen en dat de producers kiezen welke reactie ze het leukst vinden. Die reactie gebruiken ze

vervolgens bij elke scène die ze willen, ook al heeft de deelnemer het nooit in het programma te zien gekregen (Het Nieuwsblad 8 mei 2020). Ze praten ook over de beeldvorming - hoe ze opzettelijk in een ander licht werden gezet en hoe de montage bepaalde delen van het programma volledig kan veranderen (Het Nieuwsblad 8 mei 2020). Ook enkele andere voormalige *Temptation Island*-deelnemers hebben toegegeven dat het programma zwaar is bewerkt en dat niet alles wat op tv komt, de waarheid is (Yacoub 2019; Adrichem 2019).

Er is ook een andere tool die Duits noemt, die de makers gebruiken om de deelnemers in sommige programma's te manipuleren – alcohol (Spreekbuis 2017). Ze wijst er ook op dat je zou verwachten dat overmatig drinken in sommige programma's meer bekritiseerd zou worden. Het gebruik van alcohol in reality-tv is wel in de Nederlandse media bekritiseerd, maar vooral in verband met andere schandalen, zoals die in *De Villa* in 2019.

Wat de authenticiteit van de reality-programma's betreft, is het voor de kijker onmogelijk om te bepalen wat werkelijk echt is en wat niet. Er zijn te veel manieren waarop de deelnemers, situaties en beelden kunnen worden gemanipuleerd of gewijzigd.

### **3.2 Maatschappelijke invloed**

Met de globalisatie en communicatiesystemen die bijna alle uithoeken van de wereld bereiken, zijn massamedia belangrijker dan ooit omdat ze bepalen hoe mensen zichzelf en anderen in de wereld zien en begrijpen. In verband met media wordt onder academici vaak het begrip 'hegemonie' genoemd, dat beschrijft hoe culturele stereotypen onbetwiste waarheid worden (Pozner 2010: 97). Media zijn cultureel expressieve kanalen die de kracht hebben om de populaire 'imaginary'<sup>1</sup> om te vormen tot echte praktijken van liefde en haat, vrede en geweld (Castañeda 2018: 1). De media criticus Jennifer L. Pozner legt uit hoe beïnvloedbaar mensen eigenlijk zijn:

Media is our most common agent of socialization, shaping and informing our collective ideas about people, politics, and public policy. Pop culture images help us determine what to wear, whom to date, how to vote, how we feel about our bodies, how we see ourselves, and how we relate to racial, sexual, socioeconomic, and religious 'others'. (2010: 97)

Het feit dat reality-tv tot op zekere hoogte als de representatie van de echte wereld wordt beschouwd, maakt zijn potentiële kracht om mensen te beïnvloeden nog groter. Deze problematiek is door de jaren heen door veel wetenschappers besproken. In de Nederlandstalige literatuur is Jelle Mast, actief op het gebied van communication sciences,

---

<sup>1</sup> '...imaginary, or social imaginary is the set of values, institutions, norms, images and symbols common to a particular social group and corresponding to defined societies.' (Durante 2013: 21)

waarschijnlijk de meest prominente auteur die zich op dit gebied richt. Dit onderwerp is echter niet veel besproken in de Nederlandse media. In het algemeen wordt wel erkend dat reality-tv geen intellectueel uitdagend genre is. Daarom worden deze programma's soms ook wel 'guilty pleasure' genoemd. Er is echter geen onderscheidende discussie over de ernstigere gevolgen. Er zijn wel controversieel klinkende krantenkoppen verschenen, zoals: 'Slecht zelfbeeld door te "perfecte mensen" in reality-tv-programma's' en 'Reality shows dragen bij aan normalisering misbruik', maar deze artikelen waren slechts rapporten van buitenlandse onderzoeken (RTL Nieuws 3 juni 2019; Inter Press Service 24 juli 2018). Dan komen we weer bij het incident in *De Villa*, dat mede werd bekritiseerd vanwege het potentiële seksueel misbruik verheerlijkend effect. Maar men zou kunnen verwachten, met betrekking tot hoe populair reality-tv in Nederland is, dat de negatieve effecten door de journalisten meer zouden worden besproken.

### 3.2.1 Representatie van vrouwen

Hand in hand met de discussie over de invloed van reality-tv op onze samenleving gaat de rol van vrouwen in reality-programma's. Er is een redelijk felle discussie over dit onderwerp in zowel de Engelstalige literatuur als in de Engelse media, maar het lijkt grotendeels onopgemerkt te blijven door de Nederlandse media. Jennifer L. Pozner heeft in haar boek *Reality Bites Back: The Troubling Truth About Guilty Pleasure TV* een heel hoofdstuk gewijd aan hoe reality-tv de positie van de vrouw negatief beïnvloedt. Ze legt uit hoe reality-programma's altijd dezelfde stereotiepe rolpatronen casten die jaloers, dom, incompetent, hypervrouwelijk of *gold diggers* zijn (2010: 98). Verder wordt de vrouw ook vaak geseksualiseerd.

Kirsty Fairclough was in 2004 een van de eersten die kritiek had op de manier waarop vrouwen worden gepresenteerd in reality-programma's als *Boer Zoekt Vrouw*, *Jouw Vrouw, mijn vrouw* of *Temptation Island* afgebeeld (2004: 344). Zeventien jaar later is er in onze maatschappij veel veranderd, maar niet in de wereld van reality-tv. Hoewel de discussie over gendergelijkheid meer dan ooit aandacht krijgt dankzij activisten en bewegingen als MeToo, lijkt het reality-genre onaangetaast te blijven.

De enige keer dat dergelijke kritiek in het Nederlandse nieuws leek te komen, was toen een van de boeren in *Boer Zoekt Vrouw*, de nogal handtastelijke Groninger Geert, vrouwonvriendelijke opmerkingen in het programma maakte (de Volkskrant 2 februari 2015). De meeste mensen vonden de zaak Geert vooral grappig, maar er klonken ook stemmen die de vrouwenhaat noemden (de Volkskrant 2 februari 2015). Maar hoe pervers sommige opmerkingen over het decolleté van de vrouw ook kunnen zijn, het is opmerkelijk dat het juist dit was wat het publiek vrouwonvriendelijk aan het programma vond. Misschien zijn mensen zo gewend aan de formats van deze programma's dat ze niet

beseffen dat ze vrouwen meestal presenteren als handelswaar of wanhopige individuen die geobsedeerd zijn door het huwelijk, en die soms ook worden afgemeten aan hun succes in de huiselijke sfeer (Fairclough 2004: 344).

Media hebben zowel invloed op volwassenen als op jongeren, wat door de jaren heen door veel onderzoeken is bevestigd. Zowel Pozner als Fairclough beweren dat langdurige blootstelling aan inhoud waarin vrouwen worden gepresenteerd als domme, incompetente, *gold diggers*, van invloed kan zijn op de manier waarop volwassenen zichzelf, hun relaties en hun eigen plaats in het openbare en privéleven zien (2010: 131). Reality-tv heeft de kracht om bepaalde normen van geslacht, ras, klasse en seksualiteit als ‘natuurlijk’ te presenteren.

## Conclusie

Het doel van deze scriptie was om licht te werpen op de meest besproken kritiek op het reality-tv-genre in de Nederlandse media. Ik wilde ook het genre en al zijn subgenres introduceren, zodat de lezer het hele plaatje kan zien. Verder wilde ik context bieden door een korte beschrijving te geven van de evolutie van het reality-tv genre in zowel Nederland als in de wereld. Ik wilde verder laten zien of de veranderingen in de media en onze samenleving van de afgelopen 20 jaar invloed op de Nederlandse kritiek van het genre hebben gehad.

In het eerste hoofdstuk leg ik de problematiek van de terminologie van het genre uit en ga ik in op het feit dat er momenteel geen officiële definitie bestaat en dat de meeste academici ervoor kiezen hun eigen definitie te gebruiken. Ik bied ook mijn eigen versie van een definitie aan, die ik heb gemaakt door een aantal definities samen te voegen die ik uit verschillende wetenschappelijk publicaties heb gehaald. In het tweede deel van het hoofdstuk probeer ik te laten zien hoe divers de subgenres in reality-tv werkelijk zijn, door ze op te delen in zes grote groepen: Reality-dramatische programma's, Romance, Challenge/Competitie, Talent, Make-over/Lifestyle en Misdad/Politie. Niet alleen programma's als *Temptation Island* of *Boer Zoekt Vrouw* worden als reality-televisie beschouwd, maar ook programma's als *The Voice* of *De Rijdende Rechter*.

Zoals al werd geconcludeerd, is reality-tv aanzienlijk veranderd sinds het eerste reality-programma werd uitgezonden. Het tweede hoofdstuk probeert inzicht te geven in hoe de evolutie van reality-tv precies heeft plaatsgevonden. Het allereerste begin van het genre is terug te voeren tot de Verenigde Staten en de jaren 40, namelijk tot programma's als *Candid Camera*. In Nederland vond het genre echter pas in de jaren 60 zijn weg naar de tv-schermen. Vanaf dat moment groeide het genre echter in populariteit onder de Nederlanders, eerst vooral in de vorm van programma's als *De Soundmixshow* of *WiekentKwis*. De eerste stap in de richting van moderne subgenres van reality-tv was het Nederlandse programma *Nummer 28*, dat naar verluidt de makers van het Amerikaanse cult reality-programma *The Real World* heeft geïnspireerd. Toch was het belangrijkste breekpunt van het genre het eerste seizoen van *Big Brother* dat in 1999 in Nederland werd uitgezonden. Ik heb geprobeerd uit te leggen wat dit programma zo revolutionair maakt en hoe het hielp om het genre de vorm te geven die we vandaag de dag kennen. Endemol is een van de toonaangevende productiebedrijven in de branche dankzij zijn vermogen om producten (programma-formats) te ontwikkelen die met kleine aanpassingen aan tal van landen over de hele wereld kunnen worden verkocht. Om deze reden schrijf ik in dit hoofdstuk ook over de andere programma's van John de Mol.

In het derde hoofdstuk heb ik met behulp van wetenschappelijke publicaties de kritiek opgedeeld in verschillende categorieën. De eerste en ook de grootste is ethiek die



vanuit twee perspectieven kan worden waargenomen - vanuit het perspectief van de deelnemers of van de kijkers. Ik laat beide kanten zien aan de hand van actuele voorbeelden van kritiek die in de afgelopen jaren in de Nederlandse media zijn verschenen. Ik noem bijvoorbeeld de kritiek die het eerste seizoen van de *Big Brother* teweegbracht en die vooral gericht was op de mogelijke psychologische gevaren van het 'experiment' voor de deelnemers. Ik behandel ook het grensoverschrijdend gedrag in het reality-programma *De Villa*. Dit incident leidde in 2019 in de Nederlandse media tot een van de grootste discussies over dit genre en wordt daarom meerdere keren genoemd - bijvoorbeeld ook in de categorie manipulatie en maatschappelijke invloed. Ook schrijf ik over de verkeerde beeldvorming van de deelnemers waar de makers van de programma's vaak verantwoordelijk voor zijn. Het blijkt dat de montage zo suggestief kan zijn, dat de makers in staat zijn om bepaalde scènes totaal anders te laten lijken dan wat er werkelijk is gebeurd. Een goed voorbeeld hiervan is de beruchte bedscène tussen Bart en Sabine uit de eerste *Big Brother*, die suggereerde dat ze seks hadden. Honderdduizenden mensen geloofden de makers, ook al was er die nacht naar verluidt niets gebeurd. Met hulp van de Nederlandse pers probeer ik te laten zien wat voor negatief effect dit op de deelnemers kan hebben. Hoewel ze bij de opnames aanwezig waren, kunnen ze zelf niet weten hoe ze in het eindproduct zullen overkomen. Een ander veel besproken onderwerp met betrekking tot reality-tv is de authenticiteit. Ik geef voorbeelden van technieken die de makers gebruiken om de programma's te manipuleren die pretenderen de werkelijkheid te weerspiegelen. De berichten over manipulatie zijn meerdere keren in de Nederlandse media verschenen. Enkele manieren waarop de makers de kijkcijfers van hun programma's omhoog laten gaan, is het gebruik van alcohol, het creëren van ruzies, het aanzetten tot controversieel gedrag of in sommige gevallen zelfs het naspelen van scènes. Ik was ook behoorlijk verbaasd dat er geen kritiek was op de manier waarop vrouwen in de meeste van deze programma's worden gepresenteerd. De makers casten namelijk vaak dezelfde stereotiepe genderrollen die jaloers, dom, incompetent of hypervrouwelijk zijn. Ook presenteren ze vrouwen als handelswaar of wanhopige individuen die geobsedeerd zijn door het huwelijk. Om deze reden kies ik er voor om ook deze categorie in mijn scriptie op te nemen, ondanks het feit dat deze kwestie bijna niet ter sprake komt in de Nederlandse media.

De gebruikte voorbeelden geven aan dat de naam reality-tv bedrieglijk is, omdat er, afgezien van de emoties van de deelnemer (en soms zelfs die niet), heel weinig authentiek is in dit genre. Sinds de eerste controverses rond de eerste *Big Brother*, en de golf van populariteit die het teweegbracht, lijkt het bijna alsof de programmamakers en tv-zenders zichzelf proberen te overtreffen wie het meest controversiële programma maakt (en meeste geld verdient). In de afgelopen jaren zijn er veel incidenten geweest, zowel wereldwijd als in Nederland, waarbij deze programma's over de schreef gingen. Deze incidenten zorgden ook voor discussies in de Nederlandse media. In 2019 haalde tv-zender

RTL (na het *De Villa*-incident) zelfs alle reality-programma's voor enkele maanden van de buis. Maar nadat de kritiek was weggeëbd, lijken de programmamakers gewoon weer de draad op te pakken waar ze geëindigd zijn. Je zou kunnen verwachten dat een genre als reality-tv in de vorm die het vandaag heeft, geen plaats zou hebben in de moderne samenleving vol discussie over politieke correctheid, gender- en raciale gelijkheid. Dit kan echter niet verder van de waarheid zijn. Hoewel het genre nogal problematisch is, blijft het een van de meest bekeken tv-genres, zowel in Nederland als in de wereld.

Uit de kritiek bleek dat er veel dingen mis zijn met de manier waarop reality-tv wordt gemaakt en waar het voor staat. We kunnen alleen maar hopen dat de maatschappelijke discussie zich in de toekomst ook uitbreidt naar het reality-tv-genre en hopelijk de broodnodige veranderingen zal brengen.

## Bibliografie

### Literatuur

**van den Akker 11 mei 1999** – van den Akker, Anja. "Veronica-tv-experiment lijkt vragen om psychoses." *De Limburger*, 11 mei 1999.

**Andrejevic 2004** - Andrejevic, Mark. *Reality TV: The Work of Being Watched*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2004.

**Beck/ Hellmueller/ Aeschbacher 2012** - Beck, Daniel, Lea Hellmueller, en Nina Aeschbacher. "Factual Entertainment and Reality TV." *Communication Research Trends: Centre for the Study of Communication and Culture* 31, no. 2 (2012).

**Bignell 2005** - Bignell, Jonathan. *Big Brother: Reality TV in the Twenty-First Century*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.

**Biltereyst 2004** - Biltereyst, Daniel. "Media audiences and the game of controversy: On reality TV, moral panic and controversial media stories." *Journal of Media Practice* 5, no. 1 (2004), 117-137.

**Biltereyst/Van Bauwel/ Meers 2000** - Biltereyst, Daniël, Sofie van Bauwel, en Philippe Meers. *Realiteit en fictie: tweemaal hetzelfde?*. Brussel: Koning Boudewijnstichting, 2000.

**Bondebjerg 2002** - Bondebjerg, Ib. "The Mediation of Everyday Life: Genre, Discourse and Spectacle in Reality-tv." In *Realism and 'Reality' in Film and Media: Northern Lights. Film and Media Yearbook 2002*, 159-193. København: Museum Tusulanum, 2002

**Burns 2010** - Burns, Kelli S. *Celeb 2.0: How Social Media Foster Our Fascination with Popular Culture*. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2010.

**Condon 2018** - Condon, Paul. *1001 TV Series: You Must Watch Before You Die*. London: Hachette UK, 2015.

**Dauncey 1996** - Dauncey, Hugh. "French 'Reality Television': More Than A Matter of Taste?" *European Journal of Communication* 11, no. 1 (1996), 83-106.  
doi:10.1177/0267323196011001004.

**Deery 2012** - Deery, June. *Consuming Reality: The Commercialization of Factual Entertainment*. New York: Palgrave Macmillan, 2012.

**Deery 2015** - Deery, June. *Reality TV: Key concepts in media and cultural studies*. Cambridge: Polity Press, 2015.

- DenD 2018** - Z. n. "In de hoofdrol: Wie is Britt." *DenD*. oktober 2018, no 10.
- Dovey 2000** - Dovey, Jon. *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. London: Pluto Press, 2000.
- Ebersole/Woods 2007** - Ebersole, Samuel, en Robert Woods. "Motivations for Viewing Reality Television: A Uses and Gratifications." *Southwestern Mass Communication Journal* 23, no. 1 (September 2007), 23-42.
- Fairclough 2004** - Fairclough, Kirsty. "Women's Work? Wife Swap and the reality problem." *Feminist Media Studies* 4, no. 3 (2004), 344-347.
- Fishman/Cavender 1998** - Fishman, Mark, en Gray Cavender. *Entertaining Crime: Television Reality Programs*. Piscataway: Transaction Publishers, 1998.
- Gilmore/Pine 2007** - Gilmore, James H., en B. J. Pine. *Authenticity: What Consumers Really Want*. Brighton: Harvard Business Press, 2007.
- Godlewski/Perse 2010** - Godlewski, Lisa R., en Elizabeth M. Perse. "Audience Activity and Reality Television: Identification, Online Activity, and Satisfaction." *Communication Quarterly* 58, no. 2 (2010), 148-169.
- Hammes 2016** - Hammes, Eva Katharina. *Glorifying the Simple Life: Analyses of Socio-Psychological Constructs in the Context of Reality TV*. Basingstoke: Springer Gabler, 2016.
- Hill 2005** - Hill, Annette. *Reality TV: Factual Entertainment and Television Audiences*. London: Routledge, 2005.
- Hill 2007** - Hill, Annette. *Restyling Factual TV: Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. London: Routledge, 2007.
- Hill 2018** - Hill, Annette. *Media Experiences: Engaging with Drama and Reality Television*. London: Routledge, 2018.
- Holmes/Jermyn 2004** - Holmes, Su, en Deborah Jermyn. *Understanding Reality Television*. London: Psychology Press, 2004.
- Kavka 2012** - Kavka, Misha. *Reality TV*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2012.
- Kilborn 1994** - Kilborn, Richard. "'How Real Can You Get?': Recent Developments in 'Reality' Television." *European Journal of Communication* 9, no. 4 (1994), 421-439. doi:10.1177/0267323194009004003.
- Kraszewski 2017** - Kraszewski, Jon. *Reality TV*. New York: Routledge, 2017.
- Lister et al. 2009** - Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Kieran Kelly, en Iain Grant. *New Media: A Critical Introduction*, 2de ed. London: Routledge, 2009.

**Mast 2016** - Mast, Jelle. "The Dark Side of Reality TV: Professional Ethics and the Treatment of Reality Show Participants." *International Journal of Communication* 10 (2016), 2179-2200.

**Murray/Ouellette 2009** - Murray, Susan, en Laurie Ouellette. *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York: NYU Press, 2009.

**Nabi et al. 2003** -Nabi, Robin L., Erica N. Biely, Sara J. Morgan, en Carmen R. Stitt. "Reality-based television programming and the psychology of its appeal." *Media Psychology* 5, no. 4 (2003), 303-330.

**Nabi et al. 2006** - Nabi, Robin L., Carmen R. Stitt, Jeff Halford, en Keli L. Finnerty. "Emotional and Cognitive Predictors of the Enjoyment of Reality-Based and Fictional Television Programming: An Elaboration of the Uses and Gratifications Perspective." *Media Psychology* 8, no. 4 (2006), 421-447.

**Nichols 1994** - Nichols, Bill. *Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1994.

**Pozner 2010** - Pozner, Jennifer L. *Reality Bites Back: The Troubling Truth About Guilty Pleasure TV*. Berkley: Seal Press, 2010.

**Redden 2017** - Redden, Guy. "Is Reality TV Neoliberal?" *Television & New Media* 19, no. 5 (2017), 399-414. doi:10.1177/1527476417728377.

**Sickels 2008** - Sickels, Robert C. *The Business of Entertainment*. Santa Barbara: Praeger, 2008.

**Tsay-Vogel/Krakowiak 2017** - Tsay-Vogel, Mina, en K. M. Krakowiak. "Exploring viewers' responses to nine reality TV subgenres." *Psychology of Popular Media Culture* 6, no. 4 (2017), 348-360.

**Viva 1 december 1999** - Z. n. "Bianca Plune." *Viva*, 1 december 1999: 13

**Vos 6 juni 1999** - Vos, Lisette. "duizend reacties op bizar experiment -'Geen acht stille Willy's in één huis!'" *Eindhovens Dagblad*, 6 juni 1999.

## **Internetbronnen**

**Adrichem 2019** - Adrichem, Esther. "Thomas Cox Geeft Het Eindelijk Toe: "Temptation Island is Nep"." *Cosmopolitan*. 27 november 2019. URL: <https://www.cosmopolitan.com/nl/entertainment/a30011356/thomas-cox-temptation-island-is-nep/>. [geraadpleegd 28.03.2021].

**Baneke 2019** - Baneke, Isabel. "Nep echt: de foefjes van reality-tv-makers." *Trouw*. 10 september 2019. URL: <https://www.trouw.nl/nieuws/nep-echt-de-foefjes-van-reality-tv-makers~b8648c4d/>. [geraadpleegd 22.03.2021].

**Banijay Group 2021** - Z. n.: "Big Brother." Banijay Group. URL: <https://www.banijay.com/shows/#show-2>. [geraadpleegd 08.02.2021].

**Beukers 2019** - Beukers, Gijs. "Na 6 jaar moeten we afscheid nemen van de ruziënde en vrijende Utopianen." *de Volkskrant*. 20 augustus 2019. URL: <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/na-6-jaar-moeten-we-afscheid-nemen-van-de-ruziende-en-vrijende-utopianen~b3dc2c19/>. [geraadpleegd 08.03.2021].

**Breukelman 2018** - Breukelman, Frank. "Column - Britt Dekker: Ontwapenend En Lang Niet Dom - Frank Breukelman Media." Frank Breukelman Media. 9 februari 2018. URL: <https://frankbreukelmanmedia.nl/column-britt-dekker-ontwapenend-en-lang-niet-dom/>. [geraadpleegd 28.03.2021].

**de Bruijn 2018** - Bruijn, Tess De. "Big Brother is Watching You: De Opkomst Van Reality-tv." *NPO Kennis*. 4 april 2018. URL: <https://npokennis.nl/longread/7763/big-brother-is-watching-you-de-opkomst-van-reality-tv>. [geraadpleegd 22.02.2021].

**Bruins Slot 2016** - Bruins Slot, Rob. "De Hoofdprijs...spelshows!" *Andere Tijden*. 23 januari 2016. URL: <https://www.anderetijden.nl/aflevering/21/De-hoofdprijsspelshows>. [geraadpleegd 28.02.2021].

**Castañeda 2018** - Castañeda, Mari. "The Power of (Mis)Representation: Why Racial and Ethnic Stereotypes in the Media Matter." *Challenging Inequalities: Readings in Race, Ethnicity, and Immigration*, 2018. URL: [https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=communication\\_faculty\\_pubs](https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=communication_faculty_pubs). [geraadpleegd 28.03.2021].

**Cultureel Woordenboek 2021** - Z. n. "Voyeurisme." *Cultureel Woordenboek*. URL: <https://www.cultureelwoordenboek.nl/psychologie-en-sociologie/voyeurisme>. [geraadpleegd 06.04.2021].

**De Volkskrant 2 februari 2015** - Z. n. "Eerherstel voor de grijpgrage Geert." *de Volkskrant*. 2 februari 2015. URL: <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/eerherstel-voor-de-grijpgrage-geert~b03652a0/>. [geraadpleegd 28.03.2021].

**Dictionary by Merriam-Webster 2021** - Z. n. "VOYEURISM." *Dictionary by Merriam-Webster*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/voyeurism>. [geraadpleegd 06.04.2021].

- van Dijk 2011** - Dijk, Harmen van. "Britt is niet zo dom." *Trouw*. 22 oktober 2011. URL: <https://www.trouw.nl/nieuws/britt-is-niet-zo-dom~b31f3150/>. [ geraadpleegd 28.03.2021].
- van Dongen 2021** - Dongen, Menno van. "Britt, Britter, Brittst – hoe een paardenmeisje een tv-persoonlijkheid wordt." *de Volkskrant*. 16 februari 2021. URL: <https://www.volkskrant.nl/mensen/britt-britter-brittst-hoe-een-paardenmeisje-een-tv-persoonlijkheid-wordt~b241d8fb/>. [ geraadpleegd 28.03.2021].
- Duin 2019** - Duin, Roelf. "Manipulatie van reality-tv: ‘Dit is hoe het al jaren gaat’." *Het Parool*. 30 november 2019. URL: <https://www.parool.nl/nieuws/manipulatie-van-reality-tv-dit-is-hoe-het-al-jaren-gaat~bb07daac/>. [ geraadpleegd 07.04.2021].
- Duits 2013** - Duits, Linda. "Reality TV En Echtheid." *De Nieuwe Reporter*. 28 maart 2013. URL: <https://www.denieuwereporter.nl/2013/03/reality-tv-en-echtheid/>. [ geraadpleegd 22.03.2021].
- Durante 2013** - Durante, Tommaso. "THE SYMBOLIC CONSTRUCTION OF THE GLOBAL IMAGINARY IN SYDNEY AND MELBOURNE." PhD diss., RMIT University, 2013. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/18619625.pdf>. [ geraadpleegd 07.04.2021].
- van Harmen 15 September 1999** - Dijk, Harmen Van. "De echte wereld." *Trouw*, 15 september 1999. URL: <https://www.trouw.nl/nieuws/de-echte-wereld~b5b9a0a2/>. [ geraadpleegd 07.02.2021].
- Heerkens 2019** - Heerkens, Robin. "RTL Zette Makers De Villa Onder Druk: ‘we Willen Meer Seks!’." *Superguide*. 27 november 2019. URL: <https://www.superguide.nl/nieuws/rtl-zette-makers-de-villa-onder-druk-we-willen-meer-seks-tv>. [ geraadpleegd 07.04.2021].
- Het Nieuwsblad 8 mei 2020** - Z. n. "Deelnemers Verbreken Stilzwijgen En Doen Boekje Open over ‘Temptation Island’: “Niets is Echt Aan Dat Programma”." *Het Nieuwsblad*. 8 mei 2020. URL: [https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200508\\_04951422](https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200508_04951422) . [ geraadpleegd 28.03.2021].
- Houthuijs/de Joode 2019** - Joode de, Erika, en Paulus Houthuijs. "Kijkers Moesten Signaleren Dat Wat in De Villa Gebeurde Echt Niet Kon'." *NOS.nl*. 24 november 2019. URL: <https://nos.nl/artikel/2311802-kijkers-moesten-signaleren-dat-wat-in-de-villa-gebeurde-echt-niet-kon.html>. [ geraadpleegd 07.04.2021].
- Inter Press Service 24 juli 2018** - Z. n. “Reality shows dragen bij aan normalisering misbruik”. *Inter Press Service*. 24 juli 2018. URL: <https://www.ipsnews.be/artikel/reality-shows-dragen-bij-aan-normalisering-misbruik>. [ geraadpleegd 28.03.2021].

- Jansen/Mollen 2020** - Jansen, Dennis, en Janske Mollen. "Bart en Sabine: 'Als ik had geweten hoe groot de impact was, had ik nooit meegedaan'." AD. 12 december 2020. URL: <https://www.ad.nl/show/bart-en-sabine-als-ik-had-geweten-hoe-groot-de-impact-was-had-ik-nooit-meegedaan~ae88d3b4/>. [ geraadpleegd 22.03.2021].
- de Jong 2018** - Jong de, Angela. "Toestand rond Barbie dwingt iedereen tot nadenken." AD. 16 januari 2018. URL: <https://www.ad.nl/show/toestand-rond-barbie-dwingt-iedereen-tot-nadenken~adbffe88/>. [ geraadpleegd 06.04.2021].
- de Jong 2019** - Jong, Angela de. "Britt Dekker geloof ik eerlijk gezegd niet meer." de Gelderlander. 5 november 2019. URL: <https://www.gelderlander.nl/show/britt-dekker-geloof-ik-eerlijk-gezegd-nietmeer~af5bb998/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>. [ geraadpleegd 28.03.2021].
- Lommen 2020** - Lommen, Merel. "Hoe Guilty is Het Guilty Pleasure-genre?" Rechtencircuit. 30 september 2020. URL: <https://www.rechtencircuit.nl/hoe-guilty-is-het-guilty-pleasure-genre/>. [ geraadpleegd 22.03.2021].
- Media monitor 2006** - Z.n. "Ontwikkeling Televisiemarkt." Mediamonitor.nl. 2006. URL: <https://www.mediamonitor.nl/analyse-verdieping/ontwikkeling-televisiemarkt-2006/#>. [ geraadpleegd 28.02.2021].
- Miller 2020** - Miller, Korin. "Dating Shows Are More Popular Than Ever During Quarantine—Here's Why Everyone's Loving the Love." Parade. 28 mei 2020. URL: <https://parade.com/1040702/korinmiller/reality-tv-dating-shows-coronavirus/>. [ geraadpleegd 08.02.2021].
- NPO Kennis 2017** – Z.n. "Hoe Werd De Televisie Het Middelpunt Van De Woonkamer?" NPO Kennis. 8 juni 2017. URL: <https://npokennis.nl/longread/7560/hoe-werd-de-televisie-het-middelpunt-van-de-woonkamer>. [ geraadpleegd 22.02.2021].
- Oxford Dictionary 2021** – Z. n. Lexico, Oxford Dictionary: 'Fly-on-the-wall' URL: [https://www.lexico.com/definition/fly\\_on\\_the\\_wall](https://www.lexico.com/definition/fly_on_the_wall) [ geraadpleegd 07.02.2021].
- Pasveer 2020** - Pasveer, Lars. "Kritiek Op Snelle Terugkeer Liefdes-realityshows Bij RTL." Villamedia — Website over Journalistiek. 26 februari 2020. URL: <https://www.villamedia.nl/artikel/kritiek-op-snelle-terugkeer-liefdes-realityshows-bij-rtl>. [ geraadpleegd 29.03.2021].
- Ross 2021** - Ross, Dalton. "'Survivor' to Start Filming Again Soon in Fiji." Entertainment Weekly. 11 februari 2021. URL: <https://ew.com/tv/survivor-season-41-start-filming-fiji/>. [ geraadpleegd 08.03.2021].



**Rowen 2000** - Rowen, Beth. "History of Reality TV." InfoPlease. 21 juli 2000. URL: <https://www.infoplease.com/culture-entertainment/tv-radio/history-reality-tv>. [ geraadpleegd 22.02.2021].

**RTL Boulevard 2019** - Z. n. "Expeditie Robinson Kijkcijfer-winnaar Van Zondagavond." RTL Boulevard. 9 september 2019. URL: <https://www.rtlboulevard.nl/entertainment/tv/artikel/4841991/expeditie-robinson-leidt-dans-om-kijkcijfers>. [ geraadpleegd 08.03.2021].

**RTL Nieuws 29 november 2019** - Z. n. "RTL Stopt Voorlopig Met Reality-tv Na Grensoverschrijdend Gedrag in De Villa." RTL Nieuws. 29 november 2019. URL: <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/4934966/de-villa-rtl-stopt-voorlopig-met-reality-tv-om-grensoverschrijdend>. [ geraadpleegd 29.03.2021].

**RTL Nieuws 3 juni 2019** - Z. n. "Slecht Zelfbeeld Door Te 'perfecte Mensen' in Reality-tv-programma's." RTL Nieuws. 3 juni 2019. URL: <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/artikel/4733381/slecht-zelfbeeld-reality-tv-temptation-island-ex-beach-love-island>. [ geraadpleegd 28.03.2021].

**Spreekbuis 2017** - Z. n. "'Reality-tv Helemaal Niet Zo Spontaan Als We Denken'." Spreekbuis.nl. 27 december 2017. URL: <https://www.spreekbuis.nl/slug-cxg2i4/>. [ geraadpleegd 28.03.2021].

**Stöve 2020** - Stöve, Hannah. "Maroeska Metz: 'Ik dacht dat het om mooie taarten ging'." Het Parool. 2 februari 2019. URL: <https://www.parool.nl/nieuws/maroeska-metz-ik-dacht-dat-het-om-mooie-taarten-ging~b0a27c9d/>. [ geraadpleegd 22.03.2021].

**Tienhooven 2021** - Tienhooven, Gudo. "'Ik zou verliefd zijn op Sabine en was dus Barts rivaal, totaal uit z'n verband gerukt'." AD. 4 januari 2021. URL: <https://www.ad.nl/show/ik-zou-verliefd-zijn-op-sabine-en-was-dus-barts-rivaal-totaal-uit-zn-verband-gerukt~af56ab60/>. [ geraadpleegd 21.03.2021].

**Tukker 2018** - Tukker, Simone. "De Duistere Kant Van Reality-tv." EenVandaag. 19 januari 2018. URL: <https://eenvandaag.avrotros.nl/item/de-duistere-kant-van-reality-tv/>. [ geraadpleegd 06.04.2021].

**Van Dale 2021** - Z. n. "voyeur." *Het gratis woordenboek van Van Dale*. URL: <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/voyeur#.YGyj2j-xXIV>. [ geraadpleegd 06.04.2021].

**Wells 2001** - Wells, Matt. "The Man Behind Survivor." 14 mei 2001. URL: <https://www.theguardian.com/media/2001/may/14/mondaymediasection>. [ geraadpleegd 08.03.2021].

**Willen/Baragona 2020** - Willen, Claudia, en Louis Baragona. "20 Surprising Things You Probably Didn't Know About 'Keeping Up With the Kardashians'." Insider. 21 oktober 2020. URL: <https://www.insider.com/keeping-up-with-the-kardashians-facts-2018-2>. [ geraadpleegd 08.02.2021].

**Yacoub 2019** - Yacoub, Maggie. "Oei! Temptation Island Deelnemers Verklappen Hoe Nep De Serie écht is." Cosmopolitan. 26 februari 2019. URL: <https://www.cosmopolitan.com/nl/entertainment/a26529425/temptation-island-nep/>. [ geraadpleegd 28.03.2021].

## Summary

This bachelor's thesis tries to analyse the criticism of the genre reality-TV in Dutch literature, press and media.

The thesis is divided into three chapters. The first one discusses the problems of the theoretical classification of the genre, terminology and briefly introduces all the different sub-genres that belong to the reality-TV genre.

The second chapter explains how the genre came about, first in general and then more specifically in the Netherlands. This chapter also focuses more in detail on the reality show *Big Brother* which originated in the Netherlands and which introduced completely new program format and changed the future course of the whole genre.

The third chapter tries to analyse some of the criticism of the reality-TV in Netherlands. The chapter is divided into individual categories which were created based on scholar publications and their characteristics. The biggest category discusses the ethical questions, for example the right of the participants to privacy, or the possible psychological consequences. Special focus gets also the 2019 *De Villa*-incident, that involved sexual assault of one of the participants. The other categories focus among other things on ways which the makers of the programs use to manipulate the programs to get the highest audience ratings possible, or what effects can the watching of reality-TV have on our society. Every category contains actual examples of criticism obtained in the Dutch media.

## Resumé

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou kritiky reality shows v nizozemsky psané literatuře, periodických a zpravodajských webech.

Práce je rozdělena do tří kapitol. První kapitola se zabývá problematikou teoretického zařazení žánru, terminologií a stručně popisuje různé typy televizních pořadů, které do žánru reality-TV spadají.

Druhá kapitola stručně popisuje nejprve to, jak žánr vznikl a jak se vyvíjel ve světě. Do tohoto kontextu je poté zasazen jeho vývoj v Nizozemsku. Tato kapitola se také zaměřuje na původem nizozemský televizní pořad *Big Brother*, který přinesl úplně nový formát těchto programů a ovlivnil celý budoucí vývoj žánru.

Třetí kapitola se věnuje samotné analýze kritiky reality shows v Nizozemsku. Na základě odborných textů jsou rozděleny konkrétní aspekty kritiky do několika kategorií, podle jejich typu. Nejobsáhlejší z kategorií se zabývá etickými otázkami, například otázkou práva účastníků na soukromí, či možnými psychologickými následky. Speciální pozornost je také věnována incidentu z roku 2019 v reality show *De Villa*, kde došlo k sexuálnímu obtěžování jedné ze soutěžících. Další kategorie popisují například způsoby, jakými tvůrci manipulují tyto programy, aby dosáhli co největší sledovanosti, či jaký vliv může mít sledování reality shows na naši společnost. Každá kategorie obsahuje reálné příklady nalezené v nizozemských médiích.

## **Anotace**

**Jméno autora:** Zuzana Koláčná

**Název fakulty a katedry:** Filozofická fakulta Palackého v Olomouci

Katedra nederlandistiky

**Název bakalářské práce:** Reality-tv in Nederland

**Název bakalářské práce v angličtině:** Reality TV in the Netherlands

**Název bakalářské práce v češtině:** Žánr reality-tv v Nizozemsku

**Vedoucí bakalářské práce:** Drs. Bas Hamers, M.A.

**Počet znaků:** 77 500

**Počet stránek:** 30

**Počet příloh:** 0

**Počet použitých titulů:**

a) literární zdroje: 39

b) internetové zdroje: 43

**Klíčová slova:** reality-tv, realityshow, reality-series, reality soap, media, kritik, Nederland

**Krátká charakteristika:** Tato bakalářská práce se zabývá analýzou kritiky reality shows v nizozemsky psané literatuře, periodických a zpravodajských webech. Práce se též věnuje problematice teorie tohoto žánru a stručně shrnuje jeho historii.