

- - Empati via det Audiovisuelle - -

Hvordan blir audiovisuelle virkemidler tatt i bruk for å maksimere seerens empati for Isak i Norges tøffeste?

En audiovisuell analyse av Norges tøffeste (2021)



Bacheloroppgave i Fjernsyns- og multimedieproduksjon

Av Haldor Hagen Jøsendal

Kandidatnummer: 5644

Studentnummer: 249304

Universitetet i Stavanger 2021

Innhold

1. Introduksjon og problemstilling

2. Teori og begreper

2.1 Reality-Tv

2.2 Empati

2.3 Audiovisuelle virkemidler

2.4 Målgruppe

2.5 Karakter

3. Metode

4. Analyse og drøfting

5. Konklusjon

6. Litteratur

1. Introduksjon og problemstilling

Reality-tv er en sjanger innen fjernsynsprogrammer som har vært veldig populært de siste tjue årene. Det er en sjanger hvor det er søkelys på det psykososiale mellom mennesker. Selv har jeg oppvokst med programmer som Paradise Hotel, Mesternes mester, 71 grader nord og Farmen, for å nevne noen. Engasjementet for deltakerne i disse programmene har vært stort. Jeg har alltid klart å finne en relasjon blant castingen. Det er ofte én personlighet jeg har likt så mye at jeg vil at vedkommende skal prestere bedre enn de andre. Denne tankegangen tror jeg er en av hovedgrunnene til at reality-tv har blitt så populært som det har blitt.

Da jeg så første episode av "Norges tøffeste" følte jeg en umiddelbar relasjon til en av deltakerne: Isak. Han skilte seg ut fra resten av castingen. Denne tilknytningen ble bare sterkere jo flere episoder jeg så. Jeg ble engasjert i hans reise gjennom programmet. Ikke gjennom fysiske tester og konkurranse, men gjennom det psykososiale. En ensom fisker som finner tilhørighet via en gjeng unge jevnaldrende mennesker. Det jeg vil finne ut av er hvordan ble jeg lett revet med i denne karakteren sitt opphold og progresjon? Hvorfor følte jeg at jeg var en del av reisen hans? På hvilken måte har produksjonen klart å fange oppmerksomheten min godt? Følelsene kommer frem. Jeg blir sint, glad og lei meg på vegne av noen som ikke aner hvem jeg er. Hvordan klarte produsentene å fremstille Isak på denne måten? Hvilke midler har de tatt i bruk?

Problemstillingen jeg skal forsøke å svare på i løpet av teksten min er som følger:

Hvordan blir audiovisuelle virkemidler tatt i bruk for å maksimere seerens empati for Isak i Norges tøffeste?

2. Teori og begreper

I denne delen vil jeg ta for meg og forklare relevant teori og begreper jeg drar med meg videre i teksten. Begrepene jeg har valgt er de meste relevante og sentrale gjennom analysen, drøftingen og som jeg også bruker i konklusjonen min.

2.1 Reality-Tv

Reality kommer fra engelsk og betyr virkelighet. Personene man møter i Reality-tv er ikke skuespillere, men ekte mennesker som handler i virkelige situasjoner. program sjangeren er designet slik at personene som deltar skal være underholdene fremfor informative. Som seer skal man kunne relatere seg til deltagerne, og bli engasjert på deres veier. Deltagere man følger i et reality-program kan leve sine vanlige liv, eller være del av en konkurranse i et konstruert miljø (Ouellette, 2014).

71 grader Nord var Norges første populære Reality-program. Programmet premierte i 1999 og har vært et fast innslag i norsk reality-tv til den dag i dag. Med et sesong antall på 22 er det tydelig at vi nordmenn liker konseptet som på godt norsk blir kalt for «sosialt-kammerspill».

I løpet av de siste tjue årene har Norge også hentet inspirasjon fra andre land når det kommer til reality-tv. I dag har vi programmer som stemmer fra for eksempel Amerika med titler som Paradise Hotel og Ungkaren.

I en Realityserie er det ofte en eller flere programledere. I Norges tøffeste er det med én programleder, en tidligere deltaker i programmet. Programlederen i Norges tøffeste er med på å guide seerne og deltakerne gjennom det praktiske. Hvilke type konkurranser skal deltakerne gjennom, og hvordan ser poenglista ut. Samtidig er programlederen en mentor for deltakerne. De har mulighet til å snakke med vedkommende om de skulle slite med motivasjonen i løpet av programserien.

2.2 Empati

“Empati betyr innlevelse, evne til å identifisere, forstå og anerkjenne gyldigheten av andres følelsesmessige tilstand og reaksjoner.” (Malt, 2020)

Empatien hjelper mennesker til å bli mer knyttet til hverandre. Det er viktig å skille empati fra sympati. Sympati vil si at man føler for noen, men empati vil si at man føler med noen. Empatien er en mer intens og sterkere følelse og går mer innover hos mennesker. Aktiv empati kan bli aktivert av ansiktsuttrykk, kroppsspråk, stemme og ord, eller at man observerer en situasjon, forutsatt at vi forstår det som skjer. Hvis en liten gutt på toget for en bot for å ikke ha billett, kan vi forstå flauheten fordi vi er kjent med situasjonen. Det samme kan oppnås bare ved å høre samtalen mellom kontrolløren og gutten, men empatien blir forsterket hvis vi ser ansiktsuttrykkene og kroppsspråket (Brinckmann, 2014, s 176)

2.3 Audiovisuelle virkemidler

Det audiovisuelle er en presentasjon av både lyd og bilder. TV er et godt eksempel på hva som kan være audiovisuelt fordi man får både lyd og bilde fra enheten. Når det kommer til Audiovisuelle virkemidler er det hvordan man kan fortelle og formidle historier og følelser via bilde og lyd. I et tv-program hvor man følger en karakter kan det være et nærbilde for å gi seeren følelsen at man er tett oppe i situasjonen. Samtidig som man ligger på et nærbilde kan man for eksempel høre bakgrunnsmusikk som forsterker det man ser. Hvis det er nærbilde at noen som gråter kan dramatisk musikk forsterke følelsene bilde forteller. Hvis det er et over-siktsbilde av en skog hvor man hører fuglekvisper og en elv som renner, skaper dette et audiovisuelt-rom som seeren kan leve seg inn i. (Brown, 2016)

Introduksjonsvideo er veldig vanlig i et reality-program. Her har man ofte en kjenningsmelodi sammen med en video-montage hvor man ser alle deltakerne som er med. Det er ofte oppstilte videoer hvor man tydelig ser deltakerne en etter en, sammen med en super hvor det gjerne står fornavnet på personen. Introduksjonen for hvert program er med på å etablere tid, sted og rom. Som seer blir man ønsket velkommen og man får en sinnsstemning som tar man videre inn i en episode.

I reality-tv er bakgrunnsmusikk et ofte brukt virkemiddel for å forsterke følelser. Stemningsmusikk under en konkurranse eller når noen må forlate et program er noe som får publikum til å engasjere seg. Foto- og klipp er ofte veldig ærlige i program-sjangeren. Man ser hele tiden ansikter og reaksjoner. Hvis noe skjer, er bilde der med en gang. Ingenting blir holdt skjult for seeren.

Intervjuer og monologer er ofte brukt for å forsterke hva deltakeren føler. Deltakerne i et reality-program blir ofte intervjuet flere ganger gjennom programserien. Disse intervjuene blir ofte brukt som et virkemiddel som å forsterke hendelser i løpet av en episode. Er det en konkurranse hvor deltakerne gjør en fysisk oppgave, kan man ofte høre forskjellige voiceover over bildene. En voiceover er at man hører en stemme prater, men man ser ingen synkronisert leppe som sier ordene. Voiceover blir ofte brukt i nyhetsreportasjer eller fra en fortellers standpunkt i en film eller serie. I Reality-TV blir dette ofte brukt. Da man kan se en situasjon utfolde seg via bilde er det ofte vedkommende på bildet som forteller hva han eller hun følte da, via en voiceover.

2.4 Målgruppe

“Gruppe mennesker med bestemte fellestrekk som f.eks. reklame, informasjon og propaganda retter seg mot.” (Den Norske Akademis Ordbok)

Når man lager et program, er det viktig å bestemme hvem man lager programmet for: hvem er det som ser på? Er det seniorer, tenåringer eller barn? Er det for allmennheten eller for en spesiell gruppe? (Owens, 2016, s49).

Mange av Norges Reality-programmer har en stor målgruppe. Mesternes Mester har deltakere som skal nå flere generasjoner med eldre idrettsutøvere som gav seg for mange år siden, sammen med unge idrettsutøvere som bare gav seg for noen måneder siden. Det er et familieprogram som skal treffe så mange som mulig. Paradise Hotel er et eksempel på et program som har en spesifikk målgruppe, tenåringer. Programmet er fylt med ekspressive deltakere som fester, lager drama og som byr mye på seg selv. Konseptet er ment for å treffe de unge.

Norges Tøffeste er et program som består av unge deltakere mellom 18 og 30 år. derfor vil det falle naturlig at en av målgruppene er mennesker i samme alder. Samtidig som alder har noe å si er fysisk aktivitet noe som står sentralt gjennom hele programserien. derfor kan programmet være rettet mot unge som er interessert i fysisk aktivitet, kanskje de holder på med samme utøvelse som en, eller fler at deltakerne.

2.5 Karakter

Ekte karakter kan bare bli vist gjennom valg. Hvordan personens valg utfolder seg under press er hvem han er. Jo større presset er jo dypere, og jo mer ekte er karakteren. (Mckee, 2014, s.375)

En person med karakter er en person med særpreg. Meninger og personlighetstrekk som er tydelige. Reality-TV har ofte mange forskjellige karakterer. Produsentene kan ofte velge hvem som skal være med når det ofte er en søkeprosess for å bli med på et program som Norges tøffeste. Forskjellige personer fra forskjellige miljøer er ofte noe som er vektlagt når man skal sette sammen en gjeng som skal bli vist på TV. Når man lager reality-TV er man som produsent ofte ute etter å skape sterke relasjoner mellom noen karakterer, eller intriger mellom andre. Et vidt spekter med forskjellige karakterer gjør det også lettere å treffe en større målgruppe. Publikum har ofte forskjellige meninger. Noen kan finne tilhørighet i en person som er direkte og frampå, mens andre seere kan helle trekke seg om tilbakeholdne stille personer.

3. Metode

Jeg skal prøve å finne ut av hvordan publikum blir engasjert i deltakeren Isak sitt liv gjennom programmet. Via en audiovisuell analyse vil jeg skaffe meg et bilde på hvordan karakteren Isak blir fremmet. Klipp, musikk, monolog og dialog vil være sentrale virkemidler som blir analysert gjennom teksten. Tilgjengelige lærebøker blir tatt i bruk for å forme analysen. Først vil jeg presentere programmet jeg skal analysere. Et handlingsreferat som forklarer hva programmet går ut på, for så å analysere audiovisuelle virkemidler som fremmer deltakerne, og hvordan det når frem til en målgruppe.

3.1 Presentasjon av programmet: Norges tøffeste

Norges tøffeste er en reality-programserie hvor unge mennesker melder seg på for å kjempe om å bli "Norges tøffeste". Programmet har pågått siden 2013, og er nå på sin tredje sesong. Castingen er en gruppe på 10 deltakere. I løpet av 10 episoder blir 9 av 10 eliminert og bare én deltaker står igjen med tittelen «Norges tøffeste».

Programserien foregår innenfor et konstruert miljø. Deltakerne skal bo og leve sammen i x antall uker. Lokasjonen de bor er en nedlagt arbeidsplass ved sjøen. Lokasjonen er preget av industrielt design. Mat og drikke er ingen selvfølge og det blir fremstilt som både fysisk og psykisk utfordrende å leve der over lang tid. Deltakerne blir godt kjent med hverandre gjennom oppholdet.

Gjennom program blir publikum ledet av en programleder. Hun informerer deltakere om de forskjellige konkurransene og skal fungere som en mentor. Hun har kontroll på hvem som presterer best og holde oversikt over hvem som skaffer seg mest poeng. Som programleder er

hun nære deltakerne og motiverer dem gjennom de forskjellige konkurransene. «ser ut som alle begynt å kjenne det. Bare å minne seg selv på hva som skjer med den som ryker først. Da er det å pakke tingene sine, og hade til Norges tøffeste» er en av mange kommentarer Jørgine sier i løpet av programserien.

Konkurransene deltakerne går gjennom er varierte. Flertallet er fysiske utfordringer hvor muskelstyrke og utholdenhet har sine klare roller. Selv om mesteparten er fysiske, er det også psykiske utfordringer. Med lite mat og drikke går de igjennom oppgaver som krever psykisk styrke. Store høyder og kaldt vann er blant faktorer som spiller mer på psyken enn på det fysiske.

4. Analyse og drøfting

Teksten vil være en audiovisuell analyse av hvordan produsentene fremstiller Isak sin rolle i Norges tøffeste. Jeg skal analysere og drøfte konkrete sekvenser fra spesifikke episoder. Fra starten av programserien hvor publikum først møter Isak. Underveis i oppholdet for å se hvilken utviklingen han har. Avlstuningen blir sesongavslutningen, da Isak blir kåret til «Norges tøffeste». Jeg vil ta for meg sentrale sekvenser hvor det er viktige hendelser som viser hvordan han er som deltaker og person. Sekvensene etablerer hans karakter, samt å vise utvikling og vendinger som skjer gjennom serien. Analysen er delt opp i fire deler. og blir en form for kronologisk rekkefølge basert på programserien sine 10 episoder.

4.1 Førsteintrykket

(Episode 1, 02:49) Første gang man ser Isak våkner han i bilen sin. Han er på veg til lokasjonen hvor alle deltakerne skal bo og konkurrere mot hverandre. Videoen er filmet med et mobilkamera så kvaliteten på bilde og lyd er deretter.

Mobilvideo er naturlig, og man føler man kommer nærmere innpå Isak. Et mobilkamera er noen alle har og som man kan relatere til som publikum. Det er ikke noe oppsatt eller forhåndsbestemt ved førsteinntrykket han gir oss. Det er en kort sekvens på noen titalls sekunder, men man får allikevel et inntrykk. Den korte videosnutten av Isak er spesielt noe som er relaterbart for en målgruppe på 18-30 år, hvor mobilvideoer blir hyppig filmet og spredt på sosiale medier i det daglige.

(Episode 1, 04:40) De andre deltakerne venter på hvem som kommer. Spekuleringene starter og de vedder på hvilken idrett neste deltaker driver med: «en som har en helt syk kondisjon eller noe», blir sagt. Det klippes til Isak som kommer gående mot dem. Han har på seg en ullgenser og en olabukse. Han har sekken på ryggen og en fiskestang i den ene hånda. Imens han beveger seg mot deltakerne kommer det en voiceover fra intervju: «jeg tror den største fordel min er at jeg er annerledes en det de andre er. Tror jeg tåler mer hat enn hva de andre

gjør». Imens ser vi et bilde av Isak og tittelen «Fisker» som vises ned i høyre hjørnet. Da han forteller de andre deltakerne hva han driver med, ler de.

Isak blir vesentlig skilt ut fra de andre deltakerne som er med. Han lever et helt annet liv enn de andre, og han er ikke redd for å vise det. Klippingen fra han går mot dem, til intervjuet og til da han står og sier hva han driver med, fremstiller karakterene til Isak tydelig. Som publikum får man fort noen tanker om hvem denne fiskeren er.

(Episode 1, 09:10) Deltakerne går inn i lokale de skal bo og det spilles en grufull musikk i bakgrunnen for å forsterke en ekkel og ubehagelig stemning mens deltakerne viser et ubehag for hvor de skal oppholde seg de neste ukene. Det kommer et brudd da Isak begynner å snakke. Jazzmusikk spilles mens en voiceover av Isak spilles: «jeg har bodd perioder på hytte uten innlagt vann og strøm, sånn sett er det koselig, hjemmekoselig».

Her blir det understreket at Isak stikker seg ut. Han har ikke samme mentalitet enn de andre. Musikken står sentralt som et audiovisuelt virkemiddel. Den rolige Jazzmusikken står i kontrast til atmosfæren i rommet og stemningen i sekvensen. Klippingen mellom Isak som trives og de andre deltakerne som vies misnøye, forsterker kontrasten.

4.2 Utviklingen

(Episode 3, 37:33) Det er midt i en lagkonkurranse og det er dramatisk musikk. Begge lag arbeider hardt for å vinne over de andre. Så begynner Isak med noe som ikke faller i smak hos de andre deltakerne, han begynner å sabotere for det andre laget. Han knuffer og dytter mot det andre laget og blir møtt med aggresjon og mislike. Mens det pågår kommer det en voiceover fra Isak sin, «etter hvert så kommer Victoria med inn i krigen der», etterfulgt av en mild latter. Han viser null empati for det andre laget, og blir fremstilt som en kald og kynisk person. «... det er rett og slett barnslig» sier Victoria, tydelig irritert over strategien til Isak.

Isak blir fremstilt som en uhyggelig og slu konkurrent. Klippene av han som dytter de andre, voiceoveren hvor han ler av motstanderen, og reaksjonen til motstanderne hans, understreker karakteren han har vist frem. Karakteren til Isak blir forsterket. Det er under presset vi, som publikum, ser den mest. Da han må ta kjappe valg. Dilemmaet om å sabotere eller ikke, kommer frem. Valget Isak tar viser publikum hvem han er under press. Egoistisk.

(Episode 5, 14:50) Det er på slutten av en stafett, og en lagkamerat av Isak er ferdig med siste etappe. Da hun kommer i mål, er Isak helt stille og hun sier stresset «hva er det?» Isak står stille og svarer «hæ». Etterfulgt kommer det en voiceover fra lagkameraten til Isak som sier

«når jeg kommer i mål hører jeg ikke Isak heie eller si noe som helst». De står og stirrer på hverandre og sliter med kommunikasjonen. «hu forventet jo jubel og hurra, men det er jo ingenting å juble for enda» sier Isak i klippet etterpå.

På samme måte som i episode 3, blir Isak igjen fremstilt som en person som har mangel for empati. Klippene viser en tydelig klein stemning mellom Isak og lagkameraten. Dette kan fort skape frustrasjon og engasjement fra publikum sin side da de ser at han ikke støtter lagkameratene sine mer enn han gjør.

4.3 Vendepunktet

(Episode 7, 04:15) Presentasjon av Isak. I løpet av programmet får alle deltagerne en presentasjon av seg selv, hvor de blir intervjuet og filmet hjemme hos seg selv. Isak er den eneste deltakeren som ikke har noe interaksjon med andre mennesker i sin presentasjon, bare hunden sin. Publikum ser at Isak er et ensomt menneske. Den nærmeste han har er hunden Buster, og ikke et menneske. «Hvis Buster hadde dødd, hvorfor skulle jeg komme hjem fra havet? Da kunne jeg bare vært der videre» etterfulgt av Isak og hunden som leker i skogen. Presentasjonen avsluttes med Isak som løper alene i mørket.

“Karakter er en sum av alle observante kvaliteter, en kombinasjon som gjør karakteren unik: fysisk utseende sammen med manerer, talemåte og gester, verdier, hvor han lever, hvordan han lever” (Mckee, 2014, s.375)

Denne sekvensen er sentral for relasjonsbyggingen for å Isak og utviklingen av hans karakter. Hittil i serien har han være hard og kynisk, og han har ikke vært redd for å være ærlig. Da man ser Isak alene, med bare en hund som venn, vekker et følelser hos publikum. Han viser ensomhet og at han er en person som ikke har mange rundt seg. En merkverdig setning fra Isak i løpet av presentasjonen er; «Det har jo vært mye meg». Det han sier er ærlig, og man merker som publikum at han ikke legger på noe ekstra. Dette vekker empatien for Isak hos publikum. Det å ikke være populær, følge dagens normer om å være sosial, kan være noe mange kjenner seg igjen i.

Musikken i starten på sekvensen er upbeat og man kan høre teksten “always under pressure” (fra engelsk og betyr: alltid under press), som forsterker Isak som forteller hvor hardt han mener det er på havet som fisker.

(Episode 7, 21:00) Kjappe klipp av deltakerne som ligger og slapper av. Så hører man «litt til da, flytt deg. Tjukken». Så ser man Isak som sitter tett inntil Victoria. De sitter under samme

dyne og smiler. De har en kort dialog etterfulgt av «lekeslåsing». De er ydmyke mot hverandre, de flørter. Musikken som spiller på starten av sekvensen er sensuell sang, som forsterker kjemien mellom Isak og Victoria

På starten av episoden fikk publikum innblikk i Isak sitt liv utenom konkurransen. Man fikk inntrykk at han er en ensom person. Denne sekvensen står i stor kontrast, hvor man kan se Isak ha en tydelig positiv sosial interaksjon med en av de andre deltakerne. Bildet av Isak og Victoria som sitter sammen under dyna viser en god relasjon mellom de. Som seer blir man glad på Isak sin vegne. Man unner han det, etter å ha blitt fortalt av han selv hvor lite sosial han egentlig pleier å være.

4.4 Den lykkelige slutten

(Episode 9, 02:40) Isak fyller år, og de andre deltakerne synger bursdagssang til han mens de sitter rundt han i en halvsirkel. Han våkner og ligger i soveposen sin og smiler. De andre deltakerne smiler med han og de ler og jamrer mens han blåser ut lyset fra «bursdags tunfiskboksen». Det klippes til et intervju med Victoria som sier «Jeg tror ikke det var sånn Isak så for seg at han skulle feire bursdagen sin, han fortalte meg at han ikke har feiret den på 10 år». Deltakerne feirer Isak. «Her så har jeg fått noen fantastiske uker med folk rundt min egen alder, vert ilag med dem. Nå føles det mest naturlige at jeg skal være sammen med dem ... Men før man vet ord at det er den fasen forbi» forteller Isak i et intervju simultant som publikum ser han feire med de andre deltakerne.

Produksjonen viser bilder av omsorg, feiring og lykke. Selv om dette er mot slutten av programserien og deltakere reiser hjem i hver episode, kan man tydelig se og høre at dette er viktig for deltakerne, og Isak. Relasjonen mellom deltakerne har blitt sterkere og på samme måte har empatien for karakteren til Isak også blitt styrket.

(Episode 10, 36:40) Isak leder overlegent ovenfor de andre deltakerne og han kommer inn til en soleklar seier. Sangen «Blinding lights» av The Weekend spilles av, og alle de tidligere deltakerne kommer og gratulerer han. Isak får tårer i øynene og sier «Endelig kan jeg føle på det, det er godt å endelig, endelig ha det».

Slik er avslutningen på reisen til Isak i Norges tøffeste. Han gråter, smiler og jubler av glede. Som publikum jubler man med han. Musikken som blir spilt passer målgruppen til Norge tøffeste. Sangen er assosiert med popularitet og positivitet. Den ensomme fiskeren har blitt kåret

til Norges tøffeste. «jeg har møtte masse fine flotte mennesker, som jeg liker veldig godt ...», er det siste som bli sagt fra Isak, før programmet er over.

5. Konklusjon

I denne teksten skal jeg prøve å svare på problemstillingen jeg har innledet oppgaven min med. Ved hjelp av analysen som har blitt gjort skal jeg komme fram til et svar.

I denne analysen har det blitt sett på hvordan empatien for karakteren Isak bygges opp. Hvilke audiovisuelle valg produksjonen har tatt for å fremstille han. Det kan konkluderes med at produksjonen har hatt et klart mål om å fremstille Isak på den måten de gjør audiovisuelt. Klipping og valg av bilder har styrket og fremmet følelsene han viser for de andre. Presentasjonen i episode 7, av Isak, gav seeren et nærmere innblikk i livet til Isak utenom konkurransen.

Forskjellig bruk av stemningsmusikk forsterket situasjoner som da han flørtet med Victoria, da de feiret bursdagen hans og da han til slutt vant tittelen Norges tøffeste. Intervjuer og monologer fra Isak var plassert sånn at publikum fikk vite følelser og meninger han ikke fortalte de andre, noe som styrker medfølelsen for han som karakter.

Det å få frem en form for empati har produsentene prøvd på. Via det audiovisuelle har de vist frem Isak på en åpen måte. Reaksjoner gjennom bilder og følelser gjennom intervjuer. Personlig er jeg midt i målgruppen for føle empati for Isak. Han gjenspeiler en ensom karakter, som vil knytte gode relasjoner med andre, men trenger å jobbe med seg selv for å få det til. Fysiske og Psykiske prøvelser gjennom programserien fremmer hans karakter. en særegen personlighet man ikke glemmer. Ingen andre av deltakerne deler den kyniske og kalde siden hans, og det har produsentene klart å fange, og vise frem til publikum

Fra start er han en kynisk og kald person. Han er direkte på hva han vil og viser lite empati ovenfor de andre deltakerne. Selv om de gjør en formidabel prestasjon, skriker han ikke av glede eller hopper rundt og feirer. Kontrasten mellom Isak og resten av castingen er tydelig markert. Intervjuer med deltakere som sliter, er skuffa er ikke med Isak. Han skal være den «hardbarka» nordlendingen som tåler alt, og som ikke viser følelser.

I løpet av programmet blir det vist frem en utvikling hos Isak. Ikke konkurransemessig, men karaktermessig. Klipp hvor han er alene på kjøkkenet og lager mat. Sekvenser hvor han står alene i mørket og fisker er starten. Jo lengre man kommer inn i programmet jo mer ser man Isak sammen med de andre. Han setter pris på de rundt seg, og han blir også selv satt pris på.

I siste episode vinner Isak hele konkurransen. Han blir kåret til Norges tøffeste. Han viser takknemlighet ovenfor de andre deltakerne og viser store emosjonelle følelser. Som seer ble

jeg glad for at han vant. Det som overrasket meg var ikke at han vant konkurransen, men at han vant empati og tillit til de andre deltakerne.

Norges tøffeste er et program som skal teste deltakerne fysisk og psykisk. Det handler på å være tøff. Produksjonen klarte å finne frem og kåre vinneren, men de klarte også noe jeg ikke forventet. Som et biprodukt har produksjonen klart å vise frem Isak som en helhetlig karakter. En utvikling fra start til slutt fortelt gjennom audiovisuelle virkemidler. Fra førsteinntrykket hvor han er kynisk, via dilemmaer og intriger mellom han og de andre deltakerne, til en lykkelig slutt, hvor han vant konkurransen, og hjerte til meg, som en del av publikum. Som seer sitter jeg igjen med en følelse at jeg kjenner Isak. Ikke som deltaker, men som menneske. Jeg føler meg heldig som har fått lov til å følge han på reisen gjennom å bli Norges tøffeste.

6. Litteraturliste

En oversikt over kilder og teori som har blitt brukt i min bacheloroppgave.

Blain Brown. (2016) *Cinematography: Theory and practice*. (3. utg) Routledge Taylor & Francis Group

Buchman, Narro, Slade (2014) *Reality Television; oddities of culture*. Lexington Books

Christine N. Brinkmann (2014) *Color and empathy: Essays on Two aspects of Film* (1.utg) Amsterdam University Press

Det Norske Akademis Ordbok. Reality-TV. Hentet fra <https://naob.no/ordbok/reality-TV>

Det Norske Akademis Ordbok. Målgruppe. Hentet fra <https://naob.no/ordbok/reality-TV>

Jim Owens (2016) *Television Production* (16. Utg) Focal Press

Laurie Ouellette. (2014) *A Companion to Reality Television: Theory and Evidence* (1. utg.). John Wiley & Sons, Incorporated

NRK. (2021). Norges Tøffeste. Hentet fra <https://tv.nrk.no/serie/norges-toeffeste/sesong/3/episode/1/avspiller>

Robert McKee (2014) *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. Methuen 2014

Ulrik Malt (2020) <https://snl.no/empati>

Rapport i forhold til den praktiske delen av Bacheoloroppgaven

I løpet av Bachelor produksjon har vi arbeidet tett i lag. Vi har samarbeidet på alle punkter. Selv om vi har jobbet sammen på alt, kommer en oversikt over vesentlige roller, og hvordan vi har fordelt det.

Manus

Olav Johan Bjånes & Haldor Hagen Jøsendal

Lysdesign

Olav Johan Bjånes & Haldor Hagen Jøsendal

Scenografi/sett-design/kostyme

Olav Johan Bjånes & Haldor Hagen Jøsendal

Regi

Olav Johan Bjånes & Haldor Hagen Jøsendal

Musikk

Melodi: Olav Johan Bjånes

Tekst: Haldor Hagen Jøsendal