



Bron: SBS BE

Bijschrift

Vrijdag start het nieuwe seizoen van 'Temptation Island: Love or Leave'. Een groot deel van televisiekijkend Vlaanderen zal dus al watertandend klaarzitten. Waarom blijven we naar dat programma zappen, terwijl we weten dat het verleidingsspel nooit een goede afloop heeft? We vragen het aan klinisch psychologe Sarah Hertens en professor mediacultuur Hilde Van den Bulck (Universiteit Antwerpen/Drexel University). "We kunnen allemaal iets opsteken van die koppels."

Mannen aan het zwembad met blote torso's, vrouwen die zelfs in bikini kunnen dansen, cocktails die à volonté geconsumeerd worden en veel gehijg op de achtergrond. Ondertussen zit er een meisje in haar slaapkamer te huilen om de fratsen van haar partner. Tja, het recept van 'Temptation Island' is al jaren hetzelfde, maar het blijft wel goed gesmaakt worden. Want elk seizoen trekt het programma opnieuw heel wat kijkers.

Net echt

En dat geldt niet alleen voor *temptasjuun*. Ook andere realityseries waarin de liefde centraal staat doen het goed. 'Boer zkt Vrouw', 'Ex on the Beach', 'Free love island', 'Love Island', 'Too Hot to Handle', 'The Bachelor(ette)', ... De lijst is onnoemelijk lang. Vroeger werden zulke programma's nog trash-tv genoemd, nu zijn ze superpopulair. Dat erkent ook professor Hilde Van den Bulck. "Ondanks de piek in populariteit is het niks nieuws", zegt ze wanneer ze ons opbelt vanuit New York. "Reality-tv gaat al generaties lang mee. Maar het blijft aanslaan omdat we het leuk vinden om naar gewone mensen te kijken in plaats van acteurs of politici in het nieuws."

"Dertig jaar geleden geloofden mensen dat reality-tv echt een weerspiegeling was van de realiteit. Intussen weten we wel beter. Er zijn scripts, de scènes worden aan elkaar gepraat, een montageteam kiest welke beelden getoond worden, ... Mensen weten dat, maar negeren het. We willen onszelf identificeren met de personages, of vinden het leuk als iemand doet denken aan onze partner of vrienden."

⋮ Klinisch psychologe Sarah Hertens
Organisatie van de geciteerde

Met andere woorden: herkenbaarheid is een grote troef. Dat bevestigt klinisch psychologe en relatietherapeut Sarah Hertens, die zelf ook meewerkt aan 'Blind Getrouwd'. "Daar houden ze bij de casting veel rekening mee. Door deelnemers met uiteenlopende profielen te selecteren, kunnen meer kijkers zich identificeren."

Het nut van die herkenbaarheid? Dat kijkers zich kunnen inleven, natuurlijk, al is er ook een leeraspect. Hertens: "Mensen zijn voyeurs. We zijn nieuwsgierig wat er zich afspeelt in anderen hun leven. Wat zijn hun dynamieken? Wat loopt er bij andere koppels stroef? Daar kunnen we allemaal iets van opsteken."

Schadenfreude

Wie had dat gedacht: 'Temptation Island' is dus een leerervaring. "Anderzijds is het pure entertainment met een flinke portie drama", zegt Hertens met een lachje. Van den Bulck knikt. "Er zit zelfs een wedstrijdelement in. Je hoopt dat sommige koppels het halen en anderen niet. Dat heeft te maken met schadenfreude, of leedvermaak. Als het misloopt, hebben we daar een beetje plezier in. 'Ze hadden maar niet moeten deelnemen aan zo'n marginaal gedoe.' Het klinkt gemeen dat we daarmee lachen, maar is vrij onschuldig. Het is een manier voor de kijker om zich schaamteloos te ontspannen en de zorgen van de dag los te laten."

(Lees verder onder de foto.)



Bron: Play5

Bijschrift

Eerder toonden cijfers aan dat vooral hoogopgeleiden (mensen die gestudeerd hebben aan een hogeschool of universiteit) graag naar 'Temptation Island' kijken. Dat speelt eveneens een rol, meent de professor. "Zulke kijkers zitten op een soort van 'moral high ground' en voelen zichzelf een beetje beter dan de deelnemers. Zeker omdat de verhalen soms nogal platvloers zijn." Wil dat dan zeggen dat wij, als kijker, allemaal slechte karakters hebben? Nee, sust Hertens. "Door problemen te zien die veel sensationeler zijn, ga je de jouwe beter kunnen relativeren. 'Hè hè, onze relatie zit toch veel beter in elkaar."

"Dat is gewoon eigen aan de mens", zegt Hertens nog. "We hebben de neiging om onszelf een spiegel voor te houden en te vergelijken met anderen, of dat nu mensen zijn in onze omgeving of in een realityreeks." Volgens een groep wetenschappers van de University of California zit die liefde voor realityshows in onze genen. In hun onderzoek lieten ze resusapen televisiekijken. De apen mochten kijken naar reality-tv (korte filmpjes over soortgenoten) of natuurdocumentaires over andere dieren. Blijkbaar hadden de apen een duidelijke voorkeur voor de korte filmpjes. Om maar te zeggen: de drang om 'Temptation Island' op te zetten, is blijkbaar volkomen normaal.

Slimme tv

Hoewel de inhoud van 'Temptation Island' soms smakeloos is, is het trouwens niet per se slechte tv. Het programma zit volgens Van den Bulck tactisch in elkaar. "Het is gewoon goed gemaakt. De makers weten wat de kijkers verwachten - herkenbaarheid, sensatie, emoties - en spelen daar perfect op in."

Volgens haar is het bovendien een slimme beslissing om reality-tv als 'Temptation Island' uit te zenden. "Dat genre leent zich ertoe om live te kijken. Je zit thuis in de zetel, maar praat erover op Twitter of met vrienden via Whatsapp. Het leidt tot wat we in Amerika 'water cooler chat' noemen: de dag na de uitzending wordt het programma druk besproken aan het koffie-apparaat op het werk. Het is een gespreksonderwerp waar iedereen makkelijk over kan meepraten of een mening over kan vormen, en dat zet anderen aan om óók te kijken. Ze willen zich namelijk niet uitgesloten voelen. En voor ze het goed en wel beseffen zijn ze ook volledig hooked."

Lees ook: