



## SADNESS ON TELEVISION: AFFECT, JUDGEMENT AND EMOTIONAL LABOUR

HELEN WOOD AND BEVERLY SKEGGS

### Keywords

Affect, popular culture, gender, class, reality television, reception studies, emotional labour.

### Summary

Many of the existing debates about Reality TV overlook some of the obvious ways in which questions of intimacy are implicated in gender relations. In this article we want to open up a debate about how Reality TV's creation of mediated intimacy induces a type of emotional labour through the performance of femininity.

The realm of intimacy is one that has traditionally been associated with the feminine private sphere, but various commentators have marked out how public worlds, institutions and market forces have marshalled the intimate terrain into public spaces, using it to reinforce arguments of 'normalcy'. We want to assess whether the blurring of the public/private distinction can offer a straightforward route to viewing pleasure through locating some of our findings from the 40 women that we interviewed about their own lives and the place of Reality TV within their broader life experiences.

What we see on Reality TV is a visualisation of different performances and demands. The distance between the practice of the viewer and the performer is minimised because both are subject to the requirements of feminine performances, particularly at the level of caring. The emotional labour of empathy is also bound up within moral judgements of value, especially visible in the use of the word 'sad'. The ambiguity over 'sad' draws the female viewers of our study into an immanent emotional labour relationship at the same time as offering a space to critique.



*Reality TV* är en av vår tids mest omtalade och populära medieproduktioner. Frågan är hur man ska se på programmen ur ett könspolitiskt perspektiv. Vilken typ av kvinnlighet skapas och hur hänger den samman med känslösfären som av tradition uppfattats som både kvinnlig, intim och privat? För att svara på frågor som dessa har Beverly Skeggs och Helen Woods intervjuat 40 engagerade *Reality-TV*-tittare.

## SORGLIG TELEVISION: AFFEKTER, OMDÖMEN OCH KÄNSLOARBETE

HELEN WOOD OCH BEVERLY SKEGGS

Flödet av *Reality TV* som våra kanaler – både de statliga och de kommersiella – för tillfället svämmar över av skulle kunna ses som att mediet slutligen uppfyller sin tekniska potential. Som hemmets medium förvandlar televisionen det rum som hushållet fysiskt utgör till ett rum som bevakas och representeras ”på” TV. Det som medieforskarna Lang och Lang kallar för ”televisionens unika perspektiv” refererar till hur televisionens anspråk på att vara ”live” och direkt ger upphov till en känsla av att ”vara där”, spatialt och temporalt. Det är en upplevelse som fenomenologer som Paddy Scannell skulle beskriva som en ”autentisk” offentlighet genom vilken vi får direkt tillträde till att bevittna händelserna ”där ute”.<sup>1</sup> På många sätt representerar *Reality TV* en del av mediets triumfer. Oavsett hur redigerat eller manusbaserat *Reality TV* är för underhållningens skull, skapas ändå ett spänningsmoment med hjälp av det som är omöjligt för tittarna att känna till, i stil med ”vad händer sen”, vilket gör oss till en del av det som avslöjas som ”verkligt” framför våra ögon. Även om iscensättningen av händelser på *Reality TV* inte precis stödjer några ontologiska anspråk på ”verklighet”, kan den göra anspråk på det som ”faktiskt händer”; kameran säger oss att detta ”verkliga” händer som svar

på en, förvisso uttänkt men ändå *pågående* situation utan skrivet manus.<sup>2</sup>

Enligt medieforskarna Misha Kavka och Amy West är det den etymologiska genealogin av ordet aktuell eller verklig [*actual*], som genom sitt släktskap med en temporal känsla av "nu", snarare än ett ontologiskt anspråk på sanningen, som gör att *Reality TV* konstruerar en ny känsla av "närvaro". De argumenterar för att *Reality TV* "lämpar sig besynnerligt väl för sitt medium på grund av det sätt på vilket tiden manipuleras som en garant för både äkthet och social intimitet."<sup>3</sup> Det är den till synes oundvikliga sammankopplingen av de anspråk som *Reality TV* gör på en typ av verklighet med former av medierad intimitet som är incitamentet för denna artikel. Detta är en process som sätts i rörelse genom mediets potential: "Aktualiteten förstärker effekten av omedelbarhet, omedelbarheten förstärker känslan av social samhörighet och samhörigheten ger upphov till en känsla av förtrolighet med deltagarna."<sup>4</sup> Många av debatterna om *Reality TV* är dock redan på förhand upptagna med att bekymra sig över den påverkan *Reality TV* har på den offentliga kulturen och därför förbises hur uppenbara frågor rörande intimitet är sammanflätade med könsrelationer.<sup>5</sup> I denna artikel vill vi initiera en debatt om hur den medierade intimitet som *Reality TV* skapar förorsakar ett slags känslöarbete [*emotional labour*] via sitt sätt att framställa feminitet.<sup>6</sup>

### Intimitetsproduktionens konsekvenser

Vilka är då konsekvenserna av detta speciella anspråk på intimitet som produceras i

*Reality TV*? Intimiteten är ett område som traditionellt har associerats med den feminina privata sfären, men diverse uttolkare har framhävt hur offentliga platser och områden, institutioner och marknadskrafter har inordnat den intima sfären i offentliga utrymmen för maktutövning och ett upprätthållande av dominanta hegemonier. Den intima sfären har också använts för att underbygga och förstärka argument för "normalitet" men även emot utbrott av sociala och kulturella spänningar. Litteraturvetaren Lauren Berlant menar att "intimitet även involverar en strävan mot ett narrativ om någonting gemensamt, en berättelse om en själv och andra som slutar på ett visst sätt. Vanligtvis utspelar sig denna berättelse inom zonen för det familjära och trivsamma: vänskap, par och familjeform blir levandegjorda genom en uttrycksfull och frigörande typ av kärlek."<sup>7</sup> Det är tydligt att berättelser som återges i olika former av *Reality TV* bidrar till den uppsjö av sätt på vilka frågor om intimitet omvandlas, exempelvis genom terapi-industrins utbredning, *talk shows* och damtidningarnas förkärlek för pseudo-psykologisk rådgivning. Trots detta lyckas inte de frågor som ställs om *Reality TV* som genre, att ge en adekvat redogörelse för hur nära *Reality TV* gränsar till dessa företeelser, eller förklara hur dessa berättelser har gemensamma kopplingar till känslöarbets kvinnliga område [*the emotional work of femininity*]. Även om det inte är möjligt att här göra dessa frågor rättvisa hoppas vi ändå kunna närma oss några av dessa ämnen genom att använda data från empiriska forskningsprojekt om *Reality TV* och dess kvinnliga publik.<sup>8</sup>

Om vi håller fast vid idén att *Reality TV* fullbordar mediets potential, måste vi hålla i minnet att televisionen karaktäriseras av att den är en specifik kulturell form. Televisionen associeras med det familjära, det vardagliga och det trivsamma; den är en intim medieform som är nära besläktad med dess placering i hemmet. Tidigare forskning påpekade hur televisionens specifika plats i hemmet gav upphov till en mer intim form av tilltal som associerades med idéer om ”flöde”.<sup>9</sup> När det gäller *Reality TV* reflekterar den regelbundet tillbaka hemmets rum på olika sätt. Ett av de tidigaste *reality*-programmen i USA, *The Real World*, förde exempelvis samman ett antal unga människor för att de skulle leva tillsammans i ett hus i storstaden för att där kunna övervaka deras privatliv. *Big Brother* däremot fokuserar på samspelet mellan deltagarna i *Big Brother*-husets vardag, oavsett hur överklig iscensättningen är. I *The Osbornes* följer man en kändisfamiljs liv ”bakom kulisserna” och där återuppstår många av mediets fixeringar vid familjekomedin.<sup>10</sup> Till och med när deltagarna skickas iväg så långt ”hemifrån” som det är möjligt, såsom i *Survivor*, *Cast Away* eller *Shipwrecked*, handlar det om hur deltagarna återuppbygger, tryggar och bevarar en ny hemmiljö i en okänd miljö. I de senaste hybriderna av *Reality TV* och livsstilsprogram har den ”vanliga” deltagarens hushåll blivit den väsentliga platsen där handlingen fångas på film, såsom i *Wife Swap*, *Supernanny*, *You Are What You Eat*, *Honey*, *We’re Killing the Kids* etc. Även i den typ av tävlingsprogram som fokuserar på affärsföretagens offentliga värld genom att, som i *The Apprentice*, tävla om en sexsiffrig lön, krävs av deltagarna att de bor tillsammans och ”kommer överens”, medan dagens offentliga arbetsuppgifter ramas in genom att deltagarna stiger upp och motiverar sig själva för att sedan komma tillbaka och dekonstruera dagen utifrån den relativa bekvämlighet som en delad hemmiljö kan erbjuda. Hemmet såsom ”faktiskt” bebott av familjer – verkliga eller ”på låtsas” – liksom produktionsteamets eller desorienterade deltagares skapande av ett tillfälligt hem, utgör den stabiliserande grunden för en stor del *Reality TV* och borde rimligen påverka hur relationen till intimitet och den närliggande könspolitiken uppfattas.<sup>11</sup>

Även om detta kan verka självklart är det sällan något som nämns i debatterna om *Reality TV*. Många menar att *Reality TV* representerar en voyeuristisk och oärlig invasion av det privata rummet med en vidhängande vända över den förmodade effekten på den offentliga kulturens kvalitet.<sup>12</sup> I denna tolkning utgör *Reality TV*, dess ytliga och ahistoriska exploatering av privata och intima

**Televisionen associeras med det familjära, det vardagliga och det trivsamma; den är en intim medieform som är nära besläktad med dess placering i hemmet.**

avslöjanden ett problem, eftersom dessa avslöjanden, till skillnad från dokumentärernas högre värderade samhällskommentarer, misslyckas med att bli en del av ett relevant medborgarperspektiv. I samband med dessa debatter kan man självfallet höra varningsklockor slå angående kopplingen mellan manligt och kvinnligt och kulturellt värde, vilket också är något som har undersökts i närbesläktade diskussioner om

### Vad är det som blir tilldragande med det privata när "verkliga hem" upprepade gånger återges på TV?

såpoperor, *talk shows* och populärkultur i allmänhet. Medieforskaren Liesbet Van Zoonen diskuterar hur den initiala kritiken av *Big Brother*-fenomenet var inlindad i borgerliga föreställningar om skillnaden mellan den privata och den offentliga sfären, där *Big Brother* blev attackerat som ett försvar mot distinktionens upplösning, medan den stora massan av tittare som fenomenet drog till sig tydde på att en sådan skillnad förkastades.<sup>13</sup> Vardagens enformiga erfarenheter utgör således nyckeln till *Big Brothers* framgång:

Den har sin upprinnelse i den samtida borgerliga uppdelningen mellan en privat och en offentlig sfär som har isolerat det privata livet, marginaliserat det och gjort det osynligt. Feminismen och *Big Brother* delar motståndet mot denna uppdelning. Det är följaktligen

inte överraskande att båda två röner framgång hos kvinnor (åtminstone i en nederländsk kontext).<sup>14</sup>

Detta påstående behöver klarläggas ytterligare. Vi vill utröna huruvida utsuddandet av distinktionen mellan privat och offentligt kan erbjuda ett okomplicerat sätt att se på nöje. Detta genom att i en bredare bemärkelse lokalisera några av våra resultat från de fyrtio kvinnor vi har intervjuat angående deras liv och vilken plats *Reality TV* har i deras upplevelser av livet. Vad är det som blir tilldragande med det privata när "verkliga hem" upprepade gånger återges på TV? Vilka typer av sociala processer producerar denna mediering och denna "dubbling" av hemmets rum när den privata sfären traditionellt har hyst och begränsat kvinnors olika husliga och känslomässiga arbeten och därmed säkerställt kvinnors relativa frånvaro från den offentliga sfären?

### **Där sanningen hör hemma**

I våra intervjuer talade vi med kvinnorna om deras liv, deras intressen, åsikter, arbete och familjer. Som kan förväntas uttryckte många av dem ett spänt förhållande till hemmet: om att arbeta utanför hemmet, om att vilja arbeta hemifrån för barnens skull. En del talade om den tristess och ensamhet som det innebär att vara hemma hela dagarna. Uttalandena täckte hela skalan av dilemman som kvinnors liv är uppbyggda av genom hemmets förväntningar. De uttryckte alla klart och värtaligt det register av frustration som feminister har identifierat i hemmets politik utifrån ett vidare perspektiv. Kvinnorna värvades

från olika sociala förhållanden, så svaren var beroende av deras anknytning till klass och geografisk placering, deras position på arbetsmarknaden och hur deras specifika hushåll var utformade. Självfallet utgjorde dessa frågor från deras "riktiga" värld en konstant bakgrund till vad de hade att säga om *Reality TV* och deras frustrationer komplicerades ibland av idén att hemmet även bör ses som en okomplicerad autentisk plats, ett ställe där man ska kunna "vara sig själv". Nicola från Addington-gruppen ger uttryck för detta:

Jag antar att jag är rätt 'easy-going', men på jobbet kan jag vara en stram person. *Hemma är jag bara mig själv* men på jobbet är jag annorlunda och dessutom måste man vara annorlunda på jobbet, och med mina bästa kompisar på jobbet har vi en arbetsrelation och även en social relation. Men på jobbet ser man en annan sida av mig än hemma.

På detta sätt bidrar *Reality TV* med sin förmåga att förknippas med hemmet till att stödja hemmets övergripande anspråk på någon sorts autenticitet. Hemmet representerar en typ av oundviklighet och bekvämlighet där exempelvis arbetets eller det offentliga livets tillgjordhet *bör* försvinna. Tidigare sexualitetsforskning har visat att "hemmets" ontologiska trygghet förblev en stark önskan även för dem vars traditionella hemmiljö representerade våld, lidande och ångest; som gensvar utvecklade de "mobila hem", utrymmen med ontologisk trygghet på olika ställen där de var fria från övervakningen och där de kunde vara "sig själva".<sup>15</sup> Denna allmänna myt om oundviklighet och ontologisk trygghet lämpar sig väl för *Reality TV* och dess konstruktion av att det verkliga livet uppenbarar sig framför oss. Exempelvis hör Sabeens uppskattning av programmet *Sex Inspectors* ihop med hur man, genom att följa parens husliga och vardagliga upplevelser, kan finna nyckeln till den avgörande förbättringen av deras förhållande. Detta beror på att dessa iakttagelser ger tillgång till en känsla av att personerna är "som de verkligen är". Hon talar om ett par som har "vuxit ifrån" varandra och hur psykologiprofessorn

**Hemmet representerar en typ av oundviklighet och bekvämlighet där exempelvis arbetets eller det offentliga livets tillgjordhet bör försvinna.**

bara kom hem till dom och bara okej såg vad dom gjorde, hur dom satt ... Jag tror att bara är hemma och bara spelar in varandra och allt och ... och när programmet slutar är dom nära

Denna uppfattning om att ”bara” spela in vad som händer i hemmet antyder att produktionsprocessen har skalats av till ett oförädlad minimum. *Reality TV* är självfallet ofta i hög grad redigerat och planlagt för att iscensätta en verklighet och kvinnorna är för det mesta mycket medvetna om dessa bearbetningar. Upprepningen av det hemvana och vardagliga bidrar dock till att skymma, eller i varje fall marginalisera, en del av de televisuella knepen. I samband med *Big Brother* är Sabeen förvirrad över representationen av det vardagliga i den direktsända televisionen, men avslöjar sedan hur gripande och medryckande denna representation blir:

när jag först fick TV, var det första programmet som kom på, så jag frågade bara min man typ vad är det, typ folk som bara du vet, sover, äter, går till badrummet och du vet, bara badar och allt och det kommer direkt. Han sa att det är ett program, det är som handlingen är nånting sånt – du vet drama eller nånting, svårt. Så dom bara fast i det där huset... och vi bara tittade på vad dom gjorde och dom som bodde där hur dom skulle bete sig, om dom bra eller dom dåliga. ... Bara klick i mitt huvud, bra program.

Reflektionerna över vardagslivets världsliga handlingar åskådliggör insikter hos Sabeen som rör bra och dåligt uppförande. En del medicommentatorer menar att *Reality TV* fungerar ungefär som samtida moralpjäser, som behandlar många av den nutida epokens individpolitiska angelägenheter.<sup>16</sup> I en tidigare artikel har vi föreslagit att brittisk *Reality TV* genom att uppmuntra till att bedöma vilka

**Reality TV är självfallet ofta i hög grad redigerat och planlagt för att iscensätta en verklighet och kvinnorna är för det mesta mycket medvetna om dessa bearbetningar.**

deltagare som ”gör rätt” slutligen förändrar relativt traditionella klass- och könsbaserade distinktioner genom en täckmantel av överbryggande konservativ etik om individualisering och självförbättring.<sup>17</sup> Det ”rätta” beteendet i ett hem organiseras självfallet runt ett känslomässigt liksom ett psykiskt arbete. Hemmet är inte en ”naturligt” trevlig plats av sig självt, utan har vanligtvis byggts upp av kvinnors känslorarbete. Det vanliga talesättet att ett hus görs till ett hem innefattar det osedda men intima ”kärleksarbete”

som kvinnor antas ha en naturlig fallenhet för. Utifrån Sabeens synvinkel sätts möjligen det bra eller dåliga beteendet i samband med hur ett passande känslorarbete används i en otvetydig sammanknytning med hemmets skötsel och traditionella uttryck för feminitet.



### **Reality TV och känsoarbete**

Känsoarbetets relevans för den samtida kulturen och för könsrelationer har betonats av sociologen Arlie Hochschild, först i hennes numera klassiska studie av utbildningen av flygvärdinnor och senare i uppdaterad form i hennes senare arbete om hur feminismen och (till största delen) kvinnors privatliv har tagits i besittning av individualismens kommersiella rum.<sup>18</sup> I den förstnämnda studien beskriver hon hur i synnerhet kvinnliga flygvärdinnor förväntas använda sig av de färdigheter som känsoarbetet i hemmet har utvecklat för att kunna hantera kunderna på flygplanen. Det ingår att be dem att tänka på upprörda passagerare som barn för att släta över besvärliga situationer och att självfallet utveckla känslor av omsorg och empati gentemot *alla* passagerare. ”Det är flygvärdinnans uppgift att förmedla en känsla av avslappnad, hemmaliknande mysighet samtidigt som hon vid varje start och landning mentalt förbereder sig för säkerhetsinformationen.”<sup>19</sup> Hochschilds vidare intresse ligger i att överföringen av känsoarbetet till den ekonomiska arenan, bestående av yrkesarbete och kommersiell konsumtion, ger upphov till oundvikliga skador på grund av åtskillnaden mellan ”äka” känslor och de kommersiella känslor som man avkrävs. I känslornas värld innebär det att tillkännagivandet av ”mig” används för att se ”dig”, men genom känslornas kommersialisering och deras omvandling till kapital, avkrävs de anställda att kompromissa med sina uppfattningar om sig själva. Känslor bör, enligt Hochschild, vara spontana och äka, men de har

blivit föremål för förvaltning och kontroll. Hon menar att

omvandlingen av känslolivet – övergången från det privata till det offentliga, tendensen mot ökad standardisering och kommersialisering av känslomässigt givande, återanvänds på nytt i individuella privatliv; känslolivet framträder nu under ny ledning [*management*] ...[då det] öppnar upp familjehemmet för en större värld av känslolagar.<sup>20</sup>

Det är möjligt att se *Reality TV* genom denna lins. Faktum är att *Reality TV* mycket väl kan vara den ultimata förlängningen av kommersialiseringen av känslor som där

**Faktum är att *Reality TV* mycket väl kan vara den ultimata förlängningen av kommersialiseringen av känslor som där uppnår ett slags förverkligande i samtiden.**

uppnår ett slags förverkligande i samtiden. *Reality TV* använder sig av det vardagliga för att framkalla osminkade och spontana känsloutbrott i linje med vad sociologen Laura Grindstaff hänvisar till i relation till *the money shot* i *Talk Shows*: ögonblick av vrede, tårfyllda sammanbrott eller gripande stunder av självinsikt.<sup>21</sup> Kanhända att den valuta som tillskrivs dessa oredigerade

**[...] i en social hierarki  
av "känslolagar" uppmanas  
kvinnor mycket oftare än  
män att ständigt använda  
sig av empati (även på  
arbetsplatsen) såsom en del  
av arbetet att vara feminin.**

känslor inom *Reality TV* är besläktad med en mer allmän trend mot kommersialiseringen av känslor? Hochschild menar att "som kultur betraktat har vi börjat tillskriva spontana 'naturliga' känslor ett aldrig tidigare skådat värde. Vi är fångslade av det ostyriga hjärtat och vad det kan säga oss. Ju mer våra individuellt känslostyrda handlingar styrs av företaget, ju mer verkar vi hylla det ostyrda känslolivet."<sup>22</sup> Andra studier av *Reality TV*-tittare verkar stödja denna tes, då de menar att det huvudsakliga nöjet i att titta på *Reality TV* ligger i att hitta ögonblick av ontologisk integritet där människor inte "låtsas framför kameran" utan uppenbart är "sina verkliga jag".<sup>23</sup> Vi vill inte repetera liknande slutsatser från vår egen studie och upprepa dessa antaganden här. Vi vill istället undersöka vad det är som står på spel i relationen mellan framställningen av "autentisk" intimitet i *Reality TV* och kulturella förändringar i hur känslor hanteras.

**Relationen mellan de medverkande och publiken**

De förutsättningar som *Reality TV* skapar för sin publik, och som vi berörde inledningsvis, tyder på en närmare form av relation med TV-deltagarna än vad man vanligtvis räknar med när en publik tittar på exempelvis andra TV-framställningar med betalda skådespelare. Detta är självfallet relaterat till användningen av "vanliga" människor och ställen som knyts till det "vanliga" för att återge och förmedla det spektakulära.<sup>24</sup> I linje med detta argumenterar medieforskarna Anita Biressi och Heather Nunn för att bruket av påhittade eller fördömda mikrogemenskaper, och de tävlingar och individuella förhoppningar som de inramas av, representerar ett "medierat socialt/offentligt område".<sup>25</sup> Man kan se hur dessa verklighetsanpassade format [*reality formats*] utvecklar *talk showens* kommunikativa relationer som bryter ner uppdelningen mellan publik och "aktörer" och, kan man argumentera för, erbjuder ett utökat socialt område som vedertagna representationsteorier inte fångar helt och hållet.<sup>26</sup> I mer allmänna teoretiska termer kännetecknas relationen mellan medlemmarna i publiken och de som "deltar" i händelserna, av att den har en "immanent" struktur: en uppsättning relationer inom nyare medieformer genom vilka subjektiviteten postuleras annorlunda för att den kritiska distansen mellan text och subjekt blir kortare (eller obefintlig).<sup>27</sup> Många av de gensvar som kvinnorna i vår studie gav i relation till känslan av empati för människorna på TV kan betraktas på samma sätt. Exempelvis talar Sabeen om ögonblicket då det nya huset visas i *Extreme Makeover: Home Edition*:

så *framför dina ögon* kommer du se det för att innan, huset det var så här, och dom gör det, du vet, dom bygger och gör det. Och efteråt ska dom visa hur familjen reagerar, *man börjar själv gråta ibland ... dom var så på riktigt så man börjar gråta åh herregud ...* Hon offrade allt genom livet och nu får hon ett sånt hem med sina barn.

Men självklart finns det många tillfällen när man ser på film eller television att en känslomässig respons framkallas av text. Vad som möjligtvis är annorlunda är sättet på vilket empati frammanas som ett känslorabete för personer som framställs som ”verkliga” eller ”på riktigt” – ”framför dina ögon” – snarare än som en personlig respons på ett narrativt ögonblick eller en narrativ karaktär. Hochschild poängterar också att i en social hierarki av ”känslolagar” uppmanas kvinnor mycket oftare än män att ständigt använda sig av empati (även på arbetsplatsen) såsom en del av arbetet att vara feminin. Medan Ruby 1 diskuterar *Wife Swap* i intervjun återger hon, istället för ett mer ”rationellt” utgångsläge för diskussionen, en berättelse om hur dessa spektakulära ögonblick av känslomässigt tumult återger ”verkligt liv” på ett sådant sätt att hon måste dela den känslomässiga resan, inte bara med andra kvinnor, utan med alla karaktärer:

ja, för jag tror att ibland måste man gå igenom all den där ilskan och grälen och gapandet och skrikandet på varandra för att, du vet tyvärr måste man gå igenom det för att hitta svaret som löser problemet, det är en del av processen. Och visst, vi skulle alla tycka om att kunna sitta runt ett bord och anteckna och säga jag håller inte med och jag tycker att okej jag ska förändra mig *men livet funkar inte så*. Man måste gapa och skrika ibland för att göra sig hörd du vet det är ett intrång i ditt liv, man vet att det är deras hem och att nån kommer in, du vet som säger att nu ska jag ändra på det här. Det är klart att dom gapar och skriker och det blir gråt och du vet svordomar och barn som smäller i dörrar och fruar som smäller i dörrar och folk som säger att dom kommer att lämna allt och alla. Men jag tror att jag bara har sett ett program som det inte var en ordentlig avslutning, dom var tvungna att sluta filma eller nåt, men dom kommer alltid fram till ett slut, du vet där dom sitter runt ett bord och de har haft en riktigt känslofull erfarenhet och *jag känner verkligen det, jag känner den ilskan ibland, och jag känner den sorgen ... Så jag tycker att jag personligen går igenom den resan med dom flesta människorna i Wife Swap, inte bara fruarna, men männen och barnen, jag går igenom – ja, familjen.*

På detta vis kan *Reality TV* på en nivå helt enkelt fungera som en förlängning av det känslomässiga och hembaserade arbete där kvinnor traditionellt har blivit

konstituerade som nationens moraliska väktare.<sup>28</sup> Men vad skulle det innebära att se dessa kopplingar till *Reality TV* som en legitimering av känslarbetet genom medierad immanens och därmed som en förlängning av hur feminitet görs? Vi vet att feminitet är både performativt och framtvingat av bristen på alternativ, och vi vet att kvinnor förväntas att känslomässigt hantera relationer. Därför är det vi ser på *Reality TV* en visualisering av olika krav och performativer. Avståndet mellan tittarens praktik och den som iscensätts är minimerat, eftersom båda är underkastade de krav som ställs på feminint uppträdande, i synnerhet på

**På detta vis kan *Reality TV* på en nivå helt enkelt fungera som en förlängning av det känslomässiga och hembaserade arbete där kvinnor traditionellt har blivit konstituerade som nationens moraliska väktare.**

omsorgsnivån. Många program (särskilt *Wife Swap*, *Supernanny*, *Honey We're Killing the Kids* etc.) fixerar noggrant moderns och makans subjektspositioner, vilket begränsar de möjliga iscensättningarna. Ändå överskrids ofta gränserna. Vi betraktar ett stycke ogjord performativitet [*performativity undone*]; det arbete som krävs för att "vara" en kvinna – både fysiskt och emotionellt – uttrycks alltför utförligt och således avslöjas feminitetens "görande" som ett arbete som delas av många kvinnor.

Man argumenterar redan för att den tonvikt som *Reality TV* lägger på självutveckling [*self-work*] och på vardagslivets och samspelens mikropolitik, ger näring åt nyliberalismens växande behov av kommers och arbetsmarknad. Att betona självutveckling och förnyade möjligheter ger upphov till en salig "arbeta med dig själv, arbeta med den globala ekonomin"-allians där individualiseringen härskar. En än mer illavarslande tolkning är att de övervakningsmetoder som är involverade ger upphov till en försätlig bild av individer som enhetliga kunskapsobjekt i den avancerade kapitalismens utökade strävan efter nischade marknader. Genom att tillåta oss själva att bli bevakade kommodifierar vi våra vardagsliv och känslomässiga aktiviteter som omvandlas till arbetskraft för företag.<sup>29</sup> På samma sätt menar medieforskaren Nick Couldry att *Reality TV* är nyliberalismens hemliga teater som syftar till att normalisera djupgående nyliberala arbetsförhållanden.<sup>30</sup> Han menar att den socioekonomiska organisationen och känslarbetets serviceekonomi (hämtat från Hochschild) kan överföras till de strukturer som finns i *Reality TV*.

Allt detta stödjer idén att *Reality TV* representerar en framgångsrik lansering av den intima sfären in i den bredare offentliga sfären, till förmån för de kommersiella processerna. Såsom kan förväntas, utgör dock fokus på dylika argument för hur ekonomin inkräktar på den privata sfären, att våra intima förhållanden inkorporeras i ett slags (offentligt) företagskapital. Men om man inte anknyter detta till en feministisk läsning riskerar man att inte alls förstå vad omvandlingen innebär för den privata

sfären. Denna protomarxistiska kritik verkar mena att vi alla påverkas likadant av den process som kommodifierar känslorarbete på TV, men som Beverly Skeggs har visat är de individualiseringsprocesser som Couldry refererar till också skillnads-skapande processer med politiska innebörder: det är en ”kulturell process som inbegriper ett särskiljande gentemot andra och skilda tillträden till resurser”.<sup>31</sup> Även Hochschild har förtydligat att köns- och klasskillnader reproduceras i de hierarkier som styr känslorna [*in the hierarchies of emotional management*]. Detta utgör därför inte ett system där vi alla är jämlikt inbegripna och så är inte heller dess mediering. Detta nyliberala imperativ har länge varit feminitetens imperativ; kvinnor från alla klasser, raser och åldrar har alltid varit tvungna att arbeta med sig själva (med en förhoppning om kommodifiering). Vad som händer på *Reality TV* är inte nödvändigtvis en ny uppsättning nyliberala

**Vad som händer på *Reality TV* är inte nödvändigtvis en ny uppsättning nyliberala tekniker, utan en visualisering av hur man arbetar med könsrelationer.**

tekniker, utan en visualisering av hur man arbetar med könsrelationer. I likhet med Hochschilds studie över flygvärdinnor frågar vi oss hur införlivandet av det privata i televisionens offentliga sfär, som sedan kastar ett brutet ljus tillbaka på hemmet, förväxlas, inom den politik som styr känslorna [*the politics of emotional management*], av dem som redan är negativt positionerade i dessa hierarkier.

För de kvinnliga flygvärdinnor som Hochschild arbetat med positioneras känslomässigt välbefinnande annorlunda i jämförelse med männens välbefinnande, eftersom omhändertagande, känslor och empati antas vara naturliga för kvinnor. Eftersom kvinnor generellt har mindre tillgång till andra resurser med bytesvärde, använder sig kvinnor oftare än män av känslovalutor som en form av gåvoutbyte. De blir därför mer sårbara för missförhållanden på arbetsplatserna inom servicesektorn och mer immanent inbegripna i kommersialiseringen av känslor – en process som eventuellt kan skada dem. Och såsom sociologerna Lisa Adkins och Celia Lury har noterat är kvinnor i den nya serviceekonomin, oupphörligen och genom en serie av pågående processer, positionerade som en social grupp med en *fast identitet* snarare än som individer som utför [*perform*] en identitet. Kvinnliga arbetares aktörskap och autonomi begränsas ofta av den sociala kategorin kön, och således kan arbetet att framställa kön alltid döljas och inte sällan fetischeras.<sup>32</sup> Därför menar vi att kvinnor, genom det bekönade känslorarbetets framställningssätt [*performance*], positioneras mer immanent i förhållande till *Reality TV*:ns omedelbarhet, och att kvinnors kulturella kompetens, i linje med det traditionella argumentet rörande såpoperor, står i dramats centrum.<sup>33</sup> Vi

argumenterar däremot inte att kvinnor skulle bli ”skadade” i egenskap av kvinnor på grund av den dragningskraft *Reality TV* har, i linje med ett regressivt argument mot negativa ”effekter”. Vi vill emellertid öppna upp för några kritiska frågor som berör kvinnors relation till den känslornas immanens som ingår i denna specifika genre samt de ”affekter” som genren kan relateras till.

### Det är bara för sorgligt

Att välja ut en känsla, ”sorglig” [*sad*], för att sedan leta efter dess uttryckssätt i våra empiriska data var givande. Semantiskt har ordet ”sorglig” två betydelser: den första hänvisar till en sorgeakt, att sörja eller att orsaka sorg och den andra uttrycker nedsättande förakt, ”chockerande, bedrövtligt dålig, oförbätterlig”. Således hänvisar den första betydelsen till en känsla och den andra till ett specifikt omdöme. Begreppet användes ofta av våra informanter när de talade om *Reality TV* och deras användning av begreppet glider mellan dessa två betydelser. Det mest påtagliga sätt på vilket det användes berör den känslomässiga och empatiska positioneringen i relation till *Reality TV*-deltagarna. När Kathy exempelvis pratar om programmet *Little Angels*, där en barnpsykolog hjälper föräldrar att hantera sina barn, kan hon se hur mycket enklare det är för ett par att uppfostra barnen tillsammans. Detta gör att hon är mer empatiskt inställd till den ensamstående föräldern:

... Man ser hur svårt det är för föräldrar att se efter sina barn och man ser en massa ensamma föräldrar som måste göra båda rollerna och det är bara för sorgligt du vet...

När vi tittade på programmen tillsammans med kvinnorna i studien uppstod många tillfällen där de beskrev en situation som ”sorglig” och där de kände sig ledsna. När Vicky och Mel tittade på *Wife Swap* kände de empati med kvinnan som bara hade ett barn och sedan bytte hemmiljö för att se efter sex stycken bråkiga barn. Under en scen där hon blev förtvivlad av att försöka kontrollera barnen, säger de:

Vicky: Hon är inte van vid det.

Mel: Nä, det är hon inte.

Vicky: Sorgligt, och sorgligt att hon inte har träffat sin lilla dotter.

Mel: Jaa.

Vicky: Speciellt när hon har varit med hennes [den andra fruns] ungar hela dan.

För det mesta används dock termen ”sorglig” i dess andra mening, som ett omdöme riktat mot människorna på TV. Exempelvis beskriver Joan de första medverkande

i provspelningen till *X Factor* som ”sorgliga varelser”. Eller som Lucy när hon pratar om att hon inte tycker om program som följer brittiska sällskapsresor, såsom programmet *Club Reps*:

För det är sorligt [skratt] ja det är allt det där om – hur unga briter uppför sig utomlands. Det är sorligt och jag blir deprimerad. Du vet, det är som att titta på dom där poliskamerorna, dom där poliskamerorna och packade Storbritannien och allt sånt.

Men som även framgår ovan, är ofta distinktionen mellan empati och moraliskt fördömande otydlig, och det avslöjar ett huvuddilemma i *Reality*-tittandets kärna. Lucy vittnar om detta när hon talar om *make-over* programmen *What Not to Wear* och *Ten Year Younger*:

Ja för om det i alla fall är amerikanskt, så kan jag liksom ah men dom är amerikaner, men om det utspelar sig här är det som åhnej det kan jag inte, du vet det är ganska sorgligt ... det handlar om att ta folk som är lessna över sina liv, lessna över hur dom ser ut och jag vet att dom måste banta och dom måste träna och sånt, men att operera så att dom ser bättre ut så att deras kompisar och familjer plötsligt älskar dom. Det är liksom hur sorgligt är inte det, det är liksom verkligen sorgligt, jag tycker det är ganska pinigt.

Bortsett från de uppenbara kulturella värderingar som här förbinds med amerikansk

och brittisk populärkultur visar detta stycke hur empatins känslöarbete även omfattas av moraliska värdeomdömen. Den empati som Lucy uttrycker för dem som är ”ledsna över sina liv” är sammanflätad med vad som kan ses som det omöjliga i att en *make-over* plötsligt får människor att älska dem och däri består TV-genrens ”sorgliga” brist på djup. När Razia, Sabeen och Sheeba tittade på *What Not to Wear* antydde deras konversation en liknande ambivalens inför innebörden av ”sorglig”. Vid det tillfälle i programmet då experterna Trinny och Susannah har kastat ut alla kläderna i deltagaren Michalenas garderob blir informanterna chockerade över att hon inte tar det på tillräckligt stort allvar:

Alla kläderna är borta!  
Hur kan hon skratta?  
Hur sorgligt är inte det?  
Hennes problem är att hon inte har något självförtroende.

Kvinnorna fördömer hennes bristande insikt i hur dålig hennes garderob är, vilket inte är överraskande med tanke på hur Michalena blir patologiserad i programmet. Omdömet följs av en mer empatisk inställning där de menar att det kan ha att göra med ett bristande självförtroende. Uttalandet ”Hur sorgligt är inte det?” verkar fylla båda innebörderna samtidigt. Denna diskursiva förflyttning är vanlig och återkommer i fokusgrupperna, exempelvis hos Sarah:

Jag vet inte det beror på om du – du kan se programmet och du känner med personen och du tänker ’ah du

vet att du behöver hjälp, få ordning på dig själv' men i andra tänker du bara 'du är för sorglig, skaffa dig ett liv'. (Brockley Focus group)

När Liselle tittar på *Wife Swap* förflyttar hon sig på liknande sätt snabbt från att antyda att ett speciellt känsligt ögonblick är "sorgligt" till att känna sig obekvämt med programmets intrång i känslolivet: "jag tycker det är väldigt sorgligt ... jag tycker hela grejen är voyeuristisk". I kvinnornas diskussioner vävs empati

samman med fördömanden av andra och med en kritik av den teknik som genererar känslor och intimitet genom medieringen.

Här kan man se hur denna tvetydighet rörande "sorglig" drar in de kvinnliga tittarna i studien i en relation med ett immanent känslöarbete. Samtidigt erbjuder detta ett utrymme att kritisera och peka ut brister i de förevisade beteendena då de utgör en del

**Här kan man se hur denna tvetydighet rörande "sorglig" drar in de kvinnliga tittarna i studien i en relation med ett immanent känslöarbete.**

av en igenkännlig uppsättning kvinnliga ansvarstaganden för vård och fostran. Det var även viktigt för våra medverkande att, medels skadeglädje, kunna bidra med distansierande gensvar. Deras moraliska omdömen gjorde det möjligt för dem att skapa ett utrymme mellan personerna på TV och deras egna liv för att på så sätt nå en känsla av lättnad:

Lite som att gotta sig i andra människors, du vet, inte olycka, men liksom får dig att tänka, ah mina barn är inte så farliga. (Orlaine talar om *Supernanny*).

Bara för att se att för att man tänker att mitt är det enda svåraste livet, ibland tänker man åh herregud, kanske man har fyra barn, det tar död på mig, du vet, åh herregud jag stressar och springer runt. Men när du ser andra tänker man ah nej mitt liv är inte lika illa ... så man kan jämföra sitt liv ibland. (Lilly talar om *Wife Swap*).

Vår studie är fylld av utfyllnadsord som "oh, herregud!" och "det kan inte vara sant!" när kvinnorna brister ut i upprörda reaktioner på specifika beteenden. I de sammanhangen hänvisar våra deltagare ofta till bristen på ansträngning, de meningslösa insatserna och de patetiska försöken som de medverkande i *Reality TV* gör för att klara sig under dessa särskilda förhållanden. Därför är upplevelsen av att titta på *Reality TV* något som ständigt förnimms genom en värdering av närhet. Immanens ger upphov till jämförelser och fördömanden, likaväl som erkännande och sympati.



Vad man kan börja skönja i de data som här har presenterats, är att den kritiska reaktionen ”det är för sorgligt” är starkt sammanbunden med de värderingar som associeras med medieringen av intimitet och med själva genren. Såsom film- och medieforskarna Su Holmes och Deborah Jermyrn understryker, är de vidare debatterna om ”kulturellt värde” som dessa program omges av ofta formade av föreställningar om ”kvalitet”, vilka även de är en del av diskurser om social hierarki och klass.<sup>34</sup> I synnerhet de deltagare som vi i vår studie identifierade som medelklass var väldigt angelägna om att ge oss en mer kritiskt distanserad åsikt om *Reality TV* relaterad till deras betydande förståelse för tekniken och produktionsprocessen. Deras kommentarer genljöd till viss del av de akademiska diskussionerna om iscensättningen av verklighet som vi kortfattat nämnde tidigare. Utifrån våra diskussioner framgår det tydligt att det kulturella värde som *Reality TV* förbinds med ger återklang i den känslomässiga hanteringen [*the emotional management*] som pågår. Den diskursiva förskjutningen mellan empati och fördömande verkar inom ett bredare ramverk för kulturella värderingar där genren, i likhet med kvinnors kultur i allmänhet, är en nedvärderad och nedsmutsad form av populärkultur.<sup>35</sup> Därför måste också kvinnor som tilltalas av det känslöarbete som nöjet att se på *Reality TV* innebär erkänna att de har brister. ”Att befästa ’mig själv’ för att se ’dig’”, såsom Hochschild beskriver det, är därför en obekvämlig process. Kvinnorna ser även sig själva som ”sorgliga” när de tittar på *Reality TV* och känner empati med deltagarna. När Sally exempelvis talar om programmet *Ladette to Lady* ligger det inbäddat i den mer generella bekräftelsen att ”jag är för sorglig för jag har sett vartenda avsnitt”. Detta kan självfallet vara en effekt av att det finns en akademisk forskare närvarande som ställer frågor om populärkultur, men detta personliga anammande av diskurser om kulturellt värde genomsyrade de flesta av våra intervjuer. Man kan läsa mottagandet av intimitetens televisering genom Hochschilds diskussion om känslomässig styrning [*emotional management*] och då ser man att kvinnorna står inför en underlig inkoherens. Vanligtvis innebär hanterandet av känslor att man anpassar sina känslor, eller åtminstone erkänner hur man ”borde känna” enligt ”känsloreglerna” i den kultur man lever i. I detta fall måste kvinnorna förhandla med sitt traditionella empati- och omvårdnadsarbete i förhållande till de dominerande diskurserna om kulturellt värde. Att engagera sig i det känslöarbete som det innebär att titta på *Reality TV* är även liktydigt med att underkasta sig en kulturell patologi om moraliskt godkännande som är förbundet med kön och klass.<sup>36</sup>

**Kvinnorna ser även sig själva som ”sorgliga” när de tittar på *Reality TV* och känner empati med deltagarna.**

I denna artikel har vi argumenterat för att *Reality TV* presenterar en specifik uppsättning relationer där intimitet medieras genom ”hemmets” återupprepning och genrens könspolitiska känslorarbete [*a gender politics of emotional labour*]. Dessa diskussioner måste självfallet även lokaliserar i en samtida debatt om självutveckling och självhjälp som är ett inslag i ett vidare nyliberalt sammanhang. Det är numera omöjligt att hålla fast vid att vi alla är jämlikt inbegripna i nyliberalismens och individualiseringens kulturella praktik eller att hävda att denna självutveckling är något nytt överhuvudtaget. Såsom medievetaren Lisa Black-

**Det är numera omöjligt att hålla fast vid att vi alla är jämlikt inbegripna i nyliberalismens och individualiseringens kulturella praktik eller att hävda att denna självutveckling är något nytt överhuvudtaget.**

man framhåller finns det ”konkurrerande, motsägelsefulla föreskrifter som styr den heterosexuella kvinnliga subjektiviteten inom nyliberalismen”. Vi menar här att vi har identifierat åtminstone en av dessa motsägelsefulla processer.<sup>37</sup> Att i vår tid konstruera en historia om sig själv tjänar till att befästa ett obestämt själv gentemot de osäkerheter som har uppstått på grund av de traditionella sociala ordningarnas sammanbrott. I den processen, och i synnerhet i relation till populärkultur, blir vi

dock även indragna i en sorts ”etisk kritik”.<sup>38</sup> Därför måste denna systematisering [*marshalling*] av feminina typer av känslorarbete som vi här presenterar även åkompanjeras av en moralisk bedömning, vilket sociologen Eva Illouz hävdar angående fenomenet *Oprah*:

Tittaren blir indragen i en speciell biografisk historia genom aktiveringen av vissa sorters känslor, som vi kan kalla för ”moraliska känslor”, och vilka binder lyssnaren till historieberättaren genom en uppsättning antaganden om hedervärt eller förkastligt uppförande.<sup>39</sup>

Känslor kan därför inte frammanas som värderingsfria; de måste också tämjas av kontrollerande diskurser om värde och kulturell betydelse. Att utveckla en intim och immanent (om än flyktig) relation med människorna på *Reality TV* som ett försök att ”dela” ett narrativ är därför problematiskt. Det är ganska ironiskt att ordet ”sorgligt” på engelska kan ge upphov till så mycket och användas för att blockera en ytterligare granskning av sådana motsättningar.

## Noter

- 1 Lang och Lang 1982, citerad i Paddy Scannell: "Authenticity and Experience", *Discourse Studies* 2001:3(4), s. 405-411.
- 2 Originaltexten använder här det engelska begreppet *actual* för att utnyttja dess två betydelse: det som är verkligt och faktiskt, respektive det som är pågående och nuvarande (jämför svenskans *verklig* respektive *aktuell*). *Actual* ställs således i detta sammanhang i förhållande till *real*, vilket är en betydelsebärande ordlek som går förlorad i översättningen. Ö.a.
- 3 Misha Kavka och Amy West: "Temporalities of the Real", *Understanding Reality TV*, Deborah Jermyn, Susan Holmes (red.), Routledge 2004, s. 136.
- 4 Kavka och West, 2004, s. 141.
- 5 Originalet "public culture" har en bredare innebörd än det specifika "offentlig kultur" som i svenska sammanhang i första hand syftar på statligt subventionerade kulturprojekt i form av konst, musik och litteratur. Det är dock inte heller liktydigt med populärkultur (*popular culture*) utan är snarare ett samlingsnamn för alla typer av konst- och medieformer som allmänheten har tillgång till, det vill säga även televisionen.
- 6 Engelskans *femininity* kan egentligen översättas till svenskans *kvinnlighet*, men då detta kan innebära att den skillnad som författarna gör mellan *female* och *femininity* blir försvagad, föredras här alternativet *feminitet*. Ö.a.
- 7 Lauren Berlant: "Intimacy – A Special Issue", *Intimacy*, L. Berlant, University of Chicago Press, 2000.
- 8 Detta projekt, *Making Class through Televised Ethnical Scenarios*, finansieras som en del av ESRC Identities and Social Action Programme (referensnummer: 148-25-0040, 2005-2007). Projektet undersöker den moraliska ekonomi som för tillfället skapas genom *Reality TV*. En mångmetodisk ansats används som inkluderar textuellt och sociologiskt tematiska analyser av 10 av 42 programserier under en 12-månadsperiod, intervjuer med 40 kvinnor från olika generationer, medel- och arbetarklass, vita, svarta och asiatiska, etablerade och nya invandrare från fyra områden i South London, 'text-in-action'-sessioner (att iakttas och spela in reaktioner under tittandet, se Wood 2007) med de flesta av kvinnorna, samt diskussioner i fokusgrupper.
- 9 Raymond Williams: *Television: Technology and Cultural Form*, London Fontana 1974; J. Ellis: *Visible Fictions*, Routledge 1982.
- 10 Derek Kompare: "Extraordinary Ordinary: The Osbournes as an 'American Family'", *Reality TV: Remaking television culture*, S. Murray, L. Oulette, New York University Press 2004.
- 11 Låtsasfamiljer definieras av Jeffrey Weeks, Brian Heaphy och Catherine Donovan: *Same sex intimacies: families of choice and other life experiments*, Routledge 2001 som de familjer vi väljer, i jämförelse med de biologiska familjer som vi inte har möjlighet att välja. Genom att inkludera olika familjeformer utökas möjligheterna för att göra en fenomenologisk sammankoppling med programmen.
- 12 John Corner: "Performing the Real", *Television and New Media* 2002:3/3, s. 255-70; Richard Kilborn: *Staging the Real: Factual Television Programming in the age of Big Brother*, Manchester University Press 2003.
- 13 Liesbet Van Zoonen: "Desire and Resistance: Big Brother and the recognition of everyday life", *Media, Culture and Society*, 2001:23, s. 669-677.
- 14 Liesbet Van Zoonen, 2001, s. 673.
- 15 Leslie Moran, Beverly Skeggs et al.: *Sexuality and the Politics of Violence and Safety*, Routledge 2004.
- 16 Zoe Williams (2003) menar i *The Guardian* att *Wife Swap* är "en gammeldags moralhistoria som börjar med hur förfärliga arbetarklasserna är, för att till slut hamna i den ofrånkomliga slutsatsen att de må vara fattiga, men de är snälla och lyckliga."
- 17 Helen Wood, Beverly Skeggs: "Notes on the ethical scenarios of self on

- British Reality TV", *Feminist Media Studies*, 2004:4 (2).
- 18 Arlie Hochschild: *The Managed Heart: Commercialisation of Human Feeling*, University of California Press 1983; Arlie Hochschild: *The Commercial Spirit of Intimate Life and Other Essays*, University of California Press 2003.
- 19 Arlie Hochschild, 1983, s. 106.
- 20 Arlie Hochschild, 1983, s. 160
- 21 Laura Grindstaff: *The Money Shot: Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows*, University of Chicago Press 2002.
- 22 Arlie Hochschild, 1983, s. 190. Originalen använder överlag begreppen "manage", "unmanage" och "management", vilket ger en tydligare koppling till företagsvärlden än begreppen "styra", "ostyrd" och "hantering". Ö.a.
- 23 Janet Jones: "Show Your Real Face", *New Media and Society*, 2003:5 (3), s. 400-421; Anette Hill: *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*, Routledge 2005.
- 24 Det "vanligas" kategorier framkallar självfallet frågor rörande autenticitet och i många fall klass, vilket hänsyftar till en stor debatt som ligger utanför ramarna för denna artikel. Se exempelvis Janet Thumim: "Mediated self-representation: 'ordinary people' in 'communities'", *Returning (to) Communities: Theory, Culture and Political Practice of the Communal*, Stephen Herbrechter, Micheal Higgins (red.), Rodopi 2006. I relation till populärmedia, se David Bell, Joanne Hollows (red.): *Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste*, Open University Press 2005.
- 25 Anita Biressi, Heather Nunn: *Reality TV: Realism and Revelation*, Wallflower Press 2005.
- 26 Paolo Carpignano et al: "Chatter in the Age of Electronic Reproduction: TV Talk Shows and the Public Mind", *Social Text* 1990:25, s. 33-55. Originalen använder det bredare och associationsrikare uttrycket "performers" vilket här översätts med "medverkare". Ö.a.
- 27 Scott Lash: *Critique of Information*, Sage 2002.
- 28 Miriam David: *The State, the Family and Education*, Routledge and Keegan Paul 1980; Anne McClintock: *Imperial Leather: Race, Gender and Sexuality in the Colonial Context*, Routledge 1995.
- 29 Mark Andrejevik: *Reality TV: The work of being watched*, Rowman and Littlefield 2004.
- 30 Nick Couldry: "Reality TV, or the secret theatre of neo-liberalism", *Review of Education Pedagogy and Cultural Studies*, kommande.
- 31 Beverly Skeggs: *Class, Self, Culture*, Routledge 2004, s. 53.
- 32 Lisa Adkins och Celia Lury: "The Labour of Identity: Performing Identities, Performing Economies", *Economy and Society*, 1999:28 (4), s. 598-614.
- 33 Charlotte Brundson: "Crossroads: Notes on Soap Opera", *Screen* 1981:22 (4), s. 32-47.
- 34 Susan Holmes, Deborah Jermyn: "Introduction: Understanding Reality TV", *Understanding Reality TV*, Deborah Jermyn, Susan Holmes (red.), Routledge 2004.
- 35 Liesbet Van Zoonen, 2004.
- 36 I detta kapitel har vi huvudsakligen ägnat oss mer explicit åt hur könspolitik, snarare än klasspolitik, görs genom *Reality TV*-tittande. För ytterligare diskussion om klasspolitik i *Reality TV*-texter, se Beverly Skeggs, Helen Woods, Janet Thumim, (kommande): "Making Class Through Moral Extension on Reality TV".
- 37 Lisa Blackman: "Self-help, media cultures and the production of female psychopathology", *European Journal of Cultural Studies*, 2004:7 (2), s. 228.
- 38 Eva Illouz: *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery*, University of Columbia Press 2003.
- 39 Eva Illouz, 2003, s. 91.

## Nyckelord

Känslor, populärkultur, genus, klass, Reality-TV, receptionsstudier, känslöarbete.

Originalets titel: *Sadness on Television – Affect, Judgement and Emotional Labour*. En omarbetad version av artikeln har publicerats i *Femininity, Domesticity and Popular Culture*, Joanne Hollows och Stacy Gillis (red.), Routledge, London 2008.

Översättning av Sara Edenheim

### **Beverley Skeggs**

Dept. Of Sociology, Goldsmiths, University of London,  
New Cross, London SE14 6 NW, UK  
b.skeggs@gold.ac.uk

### **Helen Wood**

Dept. Of Media, Film & Journalism,  
De Montfort University, Leicester LE1 9BH, UK  
Hwood@dmu.ac.uk