



JMG - INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER
OCH KOMMUNIKATION

DET LILLA EXTRA

En kvalitativ undersökning av dejtingprogram i senmoderniteten

Författare:	Felicia Hassan
Kurs:	Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	VT 2020
Handledare:	Orla Vigsø
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

Abstract

Författare: Felicia Hassan
Kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå: Grundnivå
Termin: VT 2020
Handledare: Orla Vigsø
Kursansvarig: Malin Sveningsson

Sidantal: 61
Antal ord: 17360
Nyckelord: Kärlek, dejting, dejtingprogram, senmodernitet, reality-TV, tematisk analys, socialkonstruktivism

Syfte: Att belysa mediebilderna av kärlek i svenska dejtingprogram.

Teori: Anthony Giddens *senmodernitet*. Eva Illouz, Byung-Chul Han, Emma Engdahl och Zygmunt Baumanns teorier kring samtida kärlek och dejting - oförmågan att se "den andre" och kärlekens kommersialisering.

Metod: Kvalitativ, tematisk analys.

Material: Nio avsnitt av svenska dejtingprogram – tre avsnitt av *Gift vid första ögonkastet*, tre avsnitt av *Bonde söker fru* och tre avsnitt av *Love Island Sverige* – samt programmets format.

Resultat: Dejtingprogrammen framställer kärlek både i linje med och i motsättning till teoretikernas beskrivningar av den senmoderna kärleken som kommersialiserad och den senmoderna människan som oförmögen att se "den andre". Analysen visar också att det finns en skillnad i hur formaten och deltagarna framställer kärlek.

Tack till Orla och mamma för handledning.

Executive summary

Artists as well as academics have through all times and ages tried to describe, explain and define love. “The very essence of romance is uncertainty” Oscar Wilde wrote 1895. “It wasn’t logic – it was love” Carrie Bradshaw said in 2008 in *Sex and the City* and the philosopher Jean-Paul Sartre expressed in 1948 the words “to love is never just to love since it is also to love in spite of oneself, to allow oneself to be overcome by one’s love”. The experience of love is highly personal yet a social phenomenon dependent on and created in relation to its contemporary surroundings. With time society as well the norms, ideals and expressions for love change. This study aims to examine the contemporary media image of love and to answer the question “how is love being portrayed through Swedish television dating programs?”.

In order to examine this a qualitative method is used – thematic content analysis – and the data consists of nine episodes of Swedish television dating programs: three episodes of *Gift vid första ögonkastet* [Married at First Sight], three episodes of *Bonde söker fru* [Farmer wants a Wife] and three episodes of *Love Island Sverige* [Love Island Sweden] as well as the formats of these dating programs. The result is discussed in relation to modern social theories concerning love and dating and Anthony Giddens idea of *high modernity*. The theories describe love as suffering and even impossible under the consumerism and narcissism of high modernity – individualism and self-fulfilment are in focus rather than seeing “the other”. Passion and romance have been replaced with rationality and loneliness.

The study shows that Swedish television dating programs portray love both in favour of, and in contradiction to, the theories descriptions of love in high modernity – the formats to a large extent in favour of the theories unlike the participants who highly contradict the descriptions of a suffering love. As opposed to the theorists this study finds that love in high modernity *isn't* in agony.

Keywords: love, dating, high modernity, dating television programs, reality-TV, thematic analysis, social constructivism

Innehållsförteckning

Inledning.....	7
Problematisering.....	8
Bakgrund.....	10
Kärlek vid första ögonkastet.....	10
Bonde söker fru.....	11
Love Island Sverige.....	12
Kärlek.....	14
Tidigare forskning.....	15
Dejting på TV.....	15
Populärkultur och reality-TV.....	18
Kärlek på makronivå.....	19
Teori.....	22
Senmodernitet.....	22
Oförmågan att se “den andre”.....	23
Kärlekens kommersialisering.....	24
Sammanfattning.....	26
Syfte och frågeställningar.....	27
Metod.....	28
Val av metod och design.....	28
Urval och material.....	30
Tillvägagångssätt.....	32
Metodreflektion.....	34
Den egna forskarrollen och etiska överväganden.....	35
Avgränsningar.....	36
Resultat och analys.....	37
Programmets format.....	37
Underhållning.....	37
Val och konkurrens.....	39
Kärlek = framgång.....	40
Försäljning och rationalisering.....	41
Programmets innehåll.....	43
Det lilla extra.....	43
En djup relation.....	45
Min drömpartner.....	46
Det suger att bli dissad.....	48
Jag har hittat kärleken.....	51
Sammanfattning av analys och slutsatser.....	52

Diskussion och vidare forskning.....	54
Slutdiskussion.....	54
Vidare forskning.....	56
Referenser.....	57
Bilagor.....	61

Inledning

Thank u, next. – Ariana Grande

Författare, låtskrivare, dramatiker, poeter och helt vanligt folk har i alla tider försökt beskriva, förklara och sätta ord på kärlekens vara. “The very essence of romance is uncertainty” skrev Oscar Wilde 1895. “It wasn’t logic – it was love” utbrast Carrie Bradshaw 2008 i *Sex and the City* och filosofen Jean-Paul Sartre uttryckte år 1948 orden “to love is never just to love since it is also to love in spite of oneself, to allow oneself to be overcome by one’s love”. Upplevelsen av kärlek är högst personlig men det är också ett socialt fenomen beroende av och skapt i relation till sin samtid och omvärld. Med tidens gång förändras såväl samhället som normerna, idealen och uttrycken för kärlek.

Likt konstnärerna har psykologer, sociologer, historiker, kemister och många andra akademiker, även de, försökt förstå, förklara och beskriva kärlekens varande i olika tider och sammanhang. De senaste tre decennierna har flera av dem fokuserat på det nutida samhället – senmodernitetens – påverkan på kärlek. Relativt enstämmigt beskrivs en kärlek som lider under senmodernitetens narcissism och konsumism där det egna jaget står i fokus (bl.a. Han, 2015; Illouz, 2016; Engdahl, 2016 & 2020; Bauman, 2003 & 2008). Andra människor reduceras till speglar vars syfte snarast är att bekräfta den egna självbilden. Passion och romantik har ersatts av rationalitet och självförverkligande, förtrollning och hängivenhet av individualitet och ensamhet – eller som artisten Drake rappar: “I need someone that’ll help me think of someone besides myself” – även i kärleken är jaget det mest centrala.

Att dejta är dessutom inte bara något som många personer idag håller på med – det är en populärkulturell genre som drar in mångmiljonbelopp till TV- och streamingbranschen. Förra året var *Gift vid första ögonkastet* det åttonde mest sedda programmet online i Sverige (MMS, 2020) och över en miljon svenskar såg säsongspremiären av *Bonde söker fru* (Nilsson, 2019). Den moderna människan verkar helt enkelt inte få nog av dejting och vissa talar till och med om kärlek som det sekulära samhällets religion (bl.a. Beck & Beck-Gernsheim, 1995). Samtidigt ökar antalet ensamhushåll såväl som skilsmässor (SCB, 2020) och en samhällelig diskussion pågår om dejtandets och kärlekens förändrade, enligt vissa också försämrade, ideal, villkor och uttryck i vår samtid. Dejting och kärlek berör alltså i stort sett alla och intresserar dessutom många – forskning på området är därför inte bara relevant utan också eftertraktat.

Den här uppsatsen undersöker hur kärlek framställs genom svenska dejtingprogram. På vilket sätt förhåller sig programmens framställning av kärlek till teoretikernas beskrivningar av en lidande kärlek? Och hur mår egentligen den senmoderna kärleken?

Problematisering

Kärlek har en så central roll i många människors liv, skriver sociologen Emma Engdahl (2016), att det helt enkelt är svårt att förstå sig själv eller andra på ett personligt plan utan att ta dennes relation till kärlek i beaktning. Det är en företeelse så essentiell för samtida västerländsk kultur att den involverar mer eller mindre alla och spelar en viktig roll i de flestas liv. Därför är kärlek också ett viktigt studieobjekt. “Att studera kärlek är inte perifert” – skriver sociologen Eva Illouz – “utan *centralt* för studiet av modernitetens kärna och grundvalar” (Illouz, 2016;21). Nutidens kärleken, fortsätter Illouz, är avförtrollad – avskalad på hängivenhet och åtrå – men har trots det en större betydelse för människors självkänsla och självförtroende än någonsin tidigare – en paradox som hon, i likhet med Engdahl, menar är grundläggande för att förstå den senmoderna människan såväl som samhället (Illouz, 2016). Dessutom, menar Engdahl och Illouz, verkar gränsen mellan kärlek och depressivitet suddas ut. Kärlek gör ont. Att lära oss mer om eros varande i samtiden är därför också en fråga om att värna många människor lidande och psykiska hälsa – något som även är av intresse rent samhällsekonomiskt.

Den inom- och tvärvetenskapliga diskussion som pågår om kärlekens villkor, ideal och uttryck i relation till den västerländska samtiden är delvis splittrad. Ett fåtal av dem som ägnar sig åt sådan forskning menar att det moderna samhället innebär en möjlighet till jämställda och mer tillfredsställande kärleksrelationer i kontrast till de traditionella relationerna som snarare präglades av bland annat striktare könsroller och kärlek inom samhällsgrupper (bl.a. Giddens, 1992; Beck & Beck-Gernsheim, 1995). De flesta har dock en mindre optimistisk syn på potentialen för samtida relationer och beskriver istället kärleken, som sagt, som lidande under senmodernitetens konsumism och narcissistiska individualism. Slutsatserna går således delvis isär om kärlekens varande i senmoderniteten men forskarna och teoretikerna är trots allt överens om att det moderna samhället har förändrat kärleken i grunden och att forskning på ämnet därför är viktig för att förstå den enskilda individen såväl som det gemensamma samhället.

Även studier av reality-TV är betydelsefulla enligt en bred forskarfront (bl.a. Montemurro, 2007; Wyatt & Bunton, 2012; Hill, 2015; Mast, 2016). Trots att den verklighet som förmedlas via TV-skärmarna är en televiserad och regisserad sådan är reality-TV ett kulturellt uttryck som formas av, och som själv formar, sin enorma publik. Programmen som den här studien hämtar sitt material från är på samma gång uttryck för och skapare av de ideal, uttryck och villkor som finns kring kärlek i senmoderniteten. Att studera dejtingprogram är alltså att också studera kulturen i vilka de konstrueras och uppträder.

Det är med avstamp i den samhälls- såväl som vetenskapliga problematiseringen som den här uppsatsen syftar till att belysa mediebilderna av kärlek i senmoderniteten och genom en kvalitativ, tematisk innehållsanalys av programmen *Gift vid första ögonkastet*, *Bonde söker fru* och *Love Island Sverige* svara på frågan: hur framställs kärlek i svenska dejtingprogram?

Bakgrund

I följande kapitel presenteras de program som ligger till grund för uppsatsens analys – deras format, produktion, huvudsakliga medverkande och eventuella andra viktiga aspekter.

Kapitlet är uppdelat efter de tre programmen och presentationen baseras på programmens egna programbeskrivningar samt det som framgår i programmen så som de sänds.

Kärlek vid första ögonkastet

Den här studien har kollat på och analyserat den sjätte och senaste säsongen av *Gift vid första ögonkastet*, ett dejtingprogram som produceras av produktionsbolaget Baluba och sänds i Svt. Formatet är importerat och finns i flera länder världen över. I programmet får tittarna följa deltagarna Elahe, Jacob, Maxine, Emil, Elina och Albin som har matchats ihop i tre par av ett gäng experter – en sexolog, en psykolog, en parterapeut och en ytterligare forskare som bidrar med allmänna vetenskapliga kunskaper om kärlek. Programmet inleds med att paren träffas för första gången på sitt eget bröllop och gifter sig. Därefter får tittarna följa parens första tid som nygifta – när de flyttar ihop, åker på bröllopsresa, träffar experterna i parterapi, träffar programmets andra deltagarna och lever vardagsliv. Efter fyra veckor beslutar paren om huruvida de vill fortsätta vara gifta eller skiljas.

Deltagarna i den sjätte säsongen av *Gift vid första ögonkastet* – Elahe, Jacob, Maxine, Emil, Elina och Albin – är alla mellan 28 och 35 år och säger sig vara redo för såväl giftermål som att skaffa barn och familj. Alla deltagare har jobb som de, av vad man kan utläsa i programmet, är lyckade inom. Gemensamt för deltagarna är att (heterosexuell) kärlek är den sista “pusselbiten” som saknas i deras annars relativt stadiga, kompletta liv.

Programmet har ingen programledare utan drivs framåt av deltagarna själva som filmas av både produktionensamerateam och i sina egna video-dagböcker. Bilderna växlar mellan enskilda intervjuer med deltagarna och bilder på paren tillsammans i olika miljöer. Under avsnitten har paren även möten med experterna – parterapi – för att få råd och vägledning i relationen. Expert-mötena är både inplanerade som en del av programmets format men paren kan också välja att själva ringa experterna eller kalla till möte om de känner att det behövs. Alla deltagare har möjlighet att när som helst under de fyra veckorna avsluta “experimentet” (som det kallas i programmet) och skilja sig – detta sker en gång under den sjätte säsongen då Elahe väljer att skiljas från Jacob i förtid. Av de övriga två paren väljer ett par att fortsätta vara gifta och ett att skiljas, dvs. i två av tre fall misslyckas “experimentet”.

Deltagarna har själva sökt till programmet och valts ut efter intervjuer, personlighetstest och möten med samtliga experter. I säsongens första avsnitt får tittarna en inblick i hur matchningen har gått till – experterna resonerar utifrån sina olika expertområden kring vilka personer som passar tillsammans, vilka som kompletterar varandra och mellan vilka personer kärlek kan uppstå. Därefter följer, som sagt, fyra veckor (eller sju avsnitt) av parens första tid tillsammans (Hellman, 2020).

Bonde söker fru

I den senaste och fjortonde säsongen av *Bonde söker fru* som har analyserats i den här uppsatsen får tittarna följa bönderna Pelle, Alexander, Jimmy och Oscar i deras jakt på kärlek (den här uppsatsen har kollat på de TV-sända avsnitten och inte *Kärlek åt alla* som endast sänds på TV4 Play). Programmet produceras av Fremantle Media och sänds i TV4. Säsongen inleds med ett casting-avsnitt där bönderna presenterar sig själva i korta videos. Intresserade tittare får då chansen att själva skriva in till den bonde de är intresserade av. Säsongens första "riktiga" avsnitt börjar därefter med att *Bonde söker frus* programledare Linda Lindorff personligen besöker alla bönder och delar ut breven. Deltagarna väljer ut tio av brevskrivarna som de speed- och gruppdejtat under en helg i Stockholm – varje brevskrivare får fem minuter med bonden de är intresserade av på tu man hand och därefter sker ett första val då cirka sju av de tio brevskrivarna "går vidare" och får gruppdejta bonden. Helgen avslutas med ytterligare ett val då varje bonde väljer fyra brevskrivare som får chansen att flytta in på hans gård över sommaren.

Programmet fortsätter sedan att följa de fyra bönderna och deras potentiella kärlekspartners på gårdarna där de lär känna varandra ytterligare, får prova på livet på gården, hanterar konkurrensen mellan varandra och dejtat i grupp såväl som på tu man hand. Med jämna mellanrum dyker Linda Lindorff upp och ber bönderna att göra ett val – någon av tjejerna (brevskrivarna är uteslutande tjejer i den här säsongen) måste lämna gården och åka hem. Tjejerna kan också själva välja att när som helst lämna gården vilket sker några gånger under säsongen. Slutligen står bönderna inför ett slutval mellan de två sista tjejerna. De båda går på varsin slut dejt med bonden innan Linda Lindorff kommer på ett sista besök och beslutet ska fattas om vem bonden vill fortsätta träffa och även åka på en utlandsresa tillsammans med (vilket också sänds som ett avsnitt i programmet).

Bönderna i säsongens *Bonde söker fru* är alla heterosexuella män mellan 22 och 37 år. Brevskrivarna är alla kvinnor mellan ungefär 20 och 40 år. Om bönderna vet tittaren vad de jobbar med och var i Sverige de bor. Om brevskrivarna får tittarna reda på desto mindre. Det som förmedlas om tjejerna är att de är intresserade av bönderna och eventuellt lösryckta detaljer från deras liv samt tidigare erfarenheter av framförallt relationer. Tre av fyra bönder var fortfarande tillsammans med sina tjejer i säsongens sista uppföljningsavsnitt – dvs. programmet hjälpte i tre av fyra fall till med att väcka vad som verkar vara långvarig, romantisk kärlek.

Bonde söker fru har, till skillnad från *Gift vid första ögonkastet*, som sagt en programledare som tillsammans med produktionen i övrigt driver såväl programmet som, i vissa fall, samtalen framåt. Linda Lindorff kan sägas vara “ansiktet utåt” för programmet och en stor del av formatet – hon åker runt och besöker gårdarna, hon får tjejerna såväl som bönderna att berätta för varandra hur de känner, hon uppmanar till initiativ och håller i “valdagarna”.

Den sjätte säsongen består av totalt 13 avsnitt (exklusive casting-avsnittet som sänds månader tidigare) – den inleds med att bönderna introduceras samt får sina brev och avslutas med ett uppföljningsavsnitt av typen “vad hände sen”. Även *Bonde söker fru* är ett internationellt format som har sänts under många år i flera länder (Filipova, 2019).

Love Island Sverige

I en stor villa på en grekisk ö flyttar åtta singlar in under totalt sex veckor. Den andra säsongen av *Love Island Sverige* och den som har analyserats i den här uppsatsen består av 49 avsnitt. Programmet produceras av ITV Studios och sänds i broadcast på Sjuan men ses framförallt i TV4:s streamingtjänster. Produktionen är det som kallas *near-live* – dvs. avsnitten består av material som har filmats det senaste dygnet och klippts ihop under natten. Tittarna följer alltså deltagarna nästan dygnet runt i realtid. Programmet har också en egen app där tittarna är direkt engagerade i programmet genom att rösta på sina favoritpar- eller personer. De par eller individer som får minst röster riskerar ständigt att bli singlar och att åka ut ur programmet.

De medverkande i *Love Island Sverige* byts ut allt eftersom veckorna går då det varje vecka hålls en eller flera parceremonier där den eller de som inte blir valda tvingas lämna villan och åka hem. Efter varje parceremoni skickas nya deltagare – kallade “bombnedslag” – in i villan. Säsongen inleds med en inledande parceremoni då deltagarna bildar potentiella

kärlekspar genom att killarna väljer den tjej som de är mest intresserade av baserat på första intrycket (utan att ha pratat med varandra). Tjejerna kan göra valet enklare genom att kliva fram om de själva är intresserade av killen. Därefter följer sex veckor då singlarna lär känna varandra, konkurrerar med varandra som individer såväl som par, deltar i olika tävlingar, bildar nya par, i vissa fall åker ut och i vissa fall blir kära. Efter en sista parceremoni följer den avslutande veckan – påkostade slutdejter, familjemedlemmar som kommer på besök och brev med kärleksförklaringar som läses upp paren emellan. Finalen avgörs, som sagt, av att tittarna har röstat fram sitt favoritkärlekspar.

Även till *Love Island Sverige* söker deltagarna själva in och väljs ut av produktionen. De medverkande är generellt yngre än i *Bonde söker fru* och *Gift vid första ögonkastet* - oftast mellan 20 och 25 år. Detsamma gäller för programmets tittar-målgrupp. *Love Island Sverige* är ett mer utpräglat “ungdomsprogram” än de andra två. Programmets explicita syfte är trots det, i likhet med de andra två programmen, för deltagarna att hitta kärlek. Det vinnande paret vinner dock också en halv miljon kronor. I den analyserade säsongen lämnade sex personer villan i en kärleksrelation – dvs. programmet “lyckades” med att sitt explicita syfte för tre par.

Love Island Sverige drivs till stor del framåt av produktionen som anordnar tävlingar, parceremonier, skickar in nya deltagare – bombnedslag – och bidrar med andra riktlinjer och “twister” för deltagarna. Det är också produktionen som skickar par eller personer på dejter med nya bombnedslag eller med deras partner i villan. Instruktionerna för dessa tävlingar och andra händelser skickas till deltagarna via sms – i övrigt har de ingen kontakt med världen utanför villan. Programledaren, Malin Stenbäck, och speaker-rösten, Gustav Karlsson, är också delar av programmet men har mer tillbakadragna roller gentemot produktionen själv och programmets deltagare (Bergström & Samuelsson, 2019).

Kärlek

I *Refug* (2006) definierar författaren Michel Houellebecq, kärleken som det yppersta och omöjliga målet – sorgen och nåden – den punkt där allt lidande och all glädje strålar samman. I *Den rödaste rosen slår ut* skriver konstnären och serieskaparen Liv Strömquist “att vara kär är ju liksom att vara helt maktlös, utan armar och ben, som typ ett kebabskott, som snurrar runt inne i ett flottigt gatukök, förmögen till ingenting, utom att brinna, hjälplöst, man *kan* ingenting, man bara *är* en slags plats, en plats som inhyser en önskan, en enda önskan, och det är att få vara nära en dum kille som heter Kevin (eller vem det nu kan vara)” (Strömquist, 2019; 114). I *Gift vid första ögonkastet* menar en av experterna, psykoterapeuten Satu Hirsch Fjellstedt, att kärlek innebär “mikroögonblick av fullständig kontakt när två känslsystem resonerar med varandra och hittar en gemensam ton – det är det som är kärlek. Mikroögonblick av fullständig kontakt” (Hellman, 2020;3). I kontrast till försöken av kärleksdefinitioner skriver författaren Lydia Sandgren i sin roman *Samlade verk* att kärlek är ett hopplöst ord – “nött till en skugga av sin betydelse, tömt på all innebörd” (Sandgren, 2020;93).

Att definiera kärlek som fenomen och känsla är närmast omöjligt. Likväl finns det, trots begreppets variation och spännvidd, en relativt gemensam, fungerande uppfattning om vad kärlek är. Begreppet är dock centralt för följande undersökning och kräver därmed ett tydliggörande. Enligt Svenska akademins ordbok är kärlek en stark känsla – en böjelse för någon som yttrar sig i en önskan om hens lycka och välgång, i glädje och tillfredsställelse över att vara i dess närhet och att göra hen till lags. Kärlek innebär innerlig tillgivenhet och sympati för en annan person, ofta i motsats till hat eller avsky (SAOB, 1939). I den här uppsatsen används *kärlek* som ett övergripande begrepp för romantisk kärlek på makronivå – det syftar alltså inte på den kärlek som kan finnas mellan vänner, familj eller husdjur. Det tar inte heller hänsyn till de individuella skillnader som finns i upplevelsen av kärlek på mikronivå. Ibland skrivs, av stilistiska eller förtydligande skäl, hela begreppet “romantisk kärlek” ut. Innebörden är dock densamma som när endast “kärlek” används.

Med *kärlek* menas i den här uppsatsen också dess framväxt – dvs. dejting. När kärlekens villkor och framställning undersöks och diskuteras innebär det att hela kärleksprocessen undersöks och diskuteras, alltså dejting, förälskelse och alla andra steg däremellan på vägen mot romantisk kärlek. Den mediebild som den här uppsatsen belyser är alltså mediebilden av kärlek och dejting i senmoderna dejtingprogram.

Tidigare forskning

I följande kapitel kommer tidigare forskning som är relevant för undersökningen att presenteras. För att ge en bred men tydlig bild av forskningsläget är översikten uppdelad i tre teman: *Dejting på TV*, *Populärkultur och reality-TV* samt *Kärlek på makronivå*.

Dejting på TV

Forskning om och på dejtingprogram är något som har blivit allt vanligare de senaste tjugo åren i takt med att genren har växt och blivit en av de mest populära i Sverige såväl som internationellt. Olika vetenskapliga discipliner och traditioner har haft dejting på TV som studieobjekt – forskning som jag har tagit del av och presenterar i urval nedan.

The Content of Reality Dating Shows and Viewer Perceptions of Dating heter en studie som gjordes i USA år 2007. Genom en kombination av kvantitativ innehållsanalys och enkätundersökningar på 197 universitetsstuderande dejtingprogram-tittare undersöktes innehållet i 64 timmars amerikanska dejtingprogram för att se i hur stor utsträckning vissa aspekter av innehållet speglade de unga amerikanernas faktiska attityder och beteenden när det kommer till dejting. Resultatet av innehållsanalysen visade att det finns stereotypa attityder som återkommer i dejtingprogrammen; att kvinnor är sexobjekt, att dejting anses vara ett "spel" och att män är sex-drivna. Innehållsanalysen visade också att det finns återkommande dejtingbeteenden i programmen; kyssar, kramar, att festa, dricka alkohol, ge komplimanger och att bada jacuzzi tillsammans. Enkätundersökning kom fram till att de som kollar mest på dejtingprogram samt upplever programmen i hög grad realistiska – vilket visade sig vara män i högre utsträckning än kvinnor – också själva i högre grad anammade attityderna och beteendena i programmen i sitt egna dejtingliv (Ferris; Smith, W; Greenberg; Smith, L, 2007). Studien visar alltså att vissa stereotypa attityder och beteenden är återkommande teman i dejtingprogrammen men också att dessa attityder och beteenden i viss utsträckning anammas av programmens publik. Det finns alltså en dynamik och relation mellan dejtingprogrammen och dess omvärld där dessa påverkar varandra.

Även professorn i kommunikationsvetenskap Amir Hestroni har i en komparativ studie från 2000 kombinerat en kvantitativ innehållsanalys av amerikanska och israeliska dejtingprogram med en enkätundersökning besvarad av 204 unga universitetsstudenter för att studera hur val av dejtingpartner påverkas av situation (TV-produktion eller "vanliga livet"), kultur (amerikansk kontra israelisk) och kön. Resultatet visar att båda kön, i båda länder, la större vikt vid de fysiska ämneskategorierna i dejtingprogrammen än i

enkätundersökningarna. Resultatet visar också att män, oavsett situation och kultur, tenderar att välja partner något mer utifrån fysiska aspekter än kvinnor. Kvinnor däremot, oberoende av situation och kultur, väljer partners mer utifrån icke-fysiska aspekter och då framförallt utifrån ekonomisk status. Innehållsanalysen såväl som enkätundersökningarna visar även att israelerna, oberoende av kön och situation, i högre utsträckning än amerikanerna, lägger vikt vid de fysiska attributen (Hestroni, 2000). Hestronis undersökning visar alltså att såväl situation som kultur och kön har viss inverkan på val av dejtingpartner. Studien visar också att de fysiska aspekterna – utseende och fysisk attraktion – var mer centrala i dejtingprogrammen än i “verkliga livet”. Denna skillnad indikerar att situationen, TV-produktionen, kan ha en inverkan på vilka attribut som värderas högt vid valet av dejtingpartner och alltså att dejtingprogram inte kan likställas med “verkliga livet”. Att dejtingprogrammen inte är detsamma som verkligheten är en viktig poäng för uppsatsen som kommer att utvecklas ytterligare under rubriken *Populärkultur och reality-TV*.

I en norsk studie på deltagare i dejtingprogrammet *Reisesjekken* vill medie- och kommunikationsforskaren Trine Syvertsen genom intervjuer med 40 deltagare och fem producenter svara på frågorna varför personer vill delta i dejtingprogram på TV och vad de får ut av det i det långa loppet (2001). Studien kommer fram till att de som deltar i dejtingprogram ofta har ett stort nätverk av familj och vänner som stöttar och uppmuntrar dem till att medverka. Deltagarna är också i hög grad personer som har framträdande roller i sina umgängen – många av de är redan engagerade i andra former av aktiviteter som tvingar de att prestera och “visa upp sig”. Att delta i dejtingprogram är dock en oförutsägbar historia – produktionerna värnar tittarsiffror och ekonomisk vinst före deltagarnas välmående och önsknings om hur de ska framställas vilket antingen kan spela deltagarna i händerna eller, i det korta såväl som det långa loppet, orsaka stort lidande för de medverkande (Syvertsen, 2001). Likväl som innehållet i dejtingprogrammen inte kan likställas med “verkliga livet” så är dess medverkande inte representativa för hela befolkningen. Hur de medverkande framställs i TV-rutan är inte heller nödvändigtvis representativt för hur de egentligen är när kamerorna slocknar.

Kandidatuppsatsen *Jakten på den rätta i rutan* (2016) undersöker ur ett kritiskt perspektiv hur kärlek och könsroller konstrueras i de svenska dejtingprogrammen *Bonde söker fru* och *Tro, hopp och kärlek*. Analysen visar att de båda programmen konstruerar kärlek och könsroller på liknande sätt. Kärleksidealet i programmen betonar vikten av ett “djup” i relationen – intimitet och exklusivitet – samt jämlikhet och ett ömsesidigt engagemang

mellan parterna. Resultatet visar också att kärleksidealet består av att partners livsstil ska matcha den egna livssituationen eller "jag-berättelsen" (Milstam, 2016). Studien visar alltså att jaget är centralt i det kärleksideal som konstrueras i dejtingprogrammen men också att intimitet och exklusivitet såväl som jämlikhet har stor betydelse.

Även kandidatuppsatsen *Det börjar med giftermål men slutar med...?* från 2018 analyserar dejtingprogrammet *Gift vid första ögonkastet* ur ett kritiskt perspektiv men med hjälp av en kvalitativ metanarrativ analys. Studien visar att berättelser om bröllop, tvåsamhet och kärlek byggs upp i serien för att deltagarna såväl som tittarna ska känna igen sig och därför känna trovärdighet och äkthet inför programmet. Deltagarna träder till exempel in i olika välkända narrativ och roller som nykära, gifta och sambos. Inramningen – TV-produktionen – förstärker ofta känslorna av kärlek men få deltagare fortsätter att känna samma starka känslor genom hela säsongen och ytterst få väljer att fortsätta vara gifta efter de fyra veckor som inspelningen pågår (Starkner & Svensson, 2018). Även detta tyder, i likhet med Hestronis studie, på att produktionen har en inverkan på deltagarnas känslor och agerande. Studien kommer också fram till att ett liknande kärleksideal som Milstam identifierade i sin undersökning återfinns även i *Gift vid första ögonkastet* – dvs att en parrelation bestående av nära emotionell och fysisk kontakt, intimitet och exklusivitet, är normen (Starkner & Svensson, 2018).

Andersson och Edvardsson (2016) studerar i sin kandidatuppsats "*Det är ju inte så roligt att vara ensam*" heteronormativitet i svensk reality-TV med hjälp av en kritisk diskursanalys av dejtingprogrammen *Bonde söker fru* och *Tro, hopp och kärlek*. Analysen kommer fram till att reality-TV medverkar till att reproducera normer kring heteronormativitet och tvåsamhet. Studien visar också hur kärleksförhållandet i programmen framställs som en "pusselbit" till ett komplett liv, något väsensskilt och högre värderat än andra typer av relationer och något som man kliver in i med en tydlig, livslång framtidsvision. Att vara singel däremot framställs som ett misslyckande och något som bidrar till socialt utanförskap (Andersson & Edvardsson, 2016). Samtliga tre kandidatuppsatser stärker således bilden av en kärleksrelation i senmoderniteten som viktig för individen, dess självbild, självförtroende och sociala status men också att idealet av en långvarig, "djup" och jämställd kärleksrelation är starkt.

Den tidigare forskning på och om dejtingprogram kommer alltså fram till att produktionerna är påverkade av och samtidigt själva påverkar den kollektiva, samhällsliga synen på kärlek

och dejting. Forskningen kommer också fram till att den verklighet och de medverkande som framställs i programmen inte kan likställas med det “verkliga livet” samt att produktionerna har en viss inverkan på deltagarnas känslor. Forskningen visar också att det finns starka ideal och normer kring kärleksrelationer och dess varande i senmoderniteten som reproduceras genom programmen – de ska präglas av ett “djup”, av intimitet, jämlikhet, och av att partnern matchar “jag-berättelsen”.

Populärkultur och reality-TV

Att studera populärkultur i allmänhet och reality-TV eller dejtingprogram i synnerhet är något som pågått under en relativt kort period – framförallt sedan 1980-talet och då främst inom den tvärvetenskapliga culture studies-traditionen (bl.a. Lindgren, 2009).

Populärkultur definieras i den här studien som ett samlingsbegrepp för *kultur vilken är populär hos det stora flertalet i samhället* (Lindgren, 2009;17). Reality-TV och dejtingprogram definieras vidare som sub-genrer inom populärkulturen (Hill, 2015). Trots att studier på populärkultur blivit fler efterlyser dock forskare fler studier inom fältet. “The popularity of these unscripted programs merits investigation. Reality shows can be seen as significant cultural objects whose production and consumption reflect and reveal norms and ideologies of contemporary culture”, skriver sociologen Beth Montemurro i sin artikel *Toward a Sociology of Reality Television* (2007;84).

Två som håller med om att studier på populärkultur och reality-TV är viktigt och relevant är journalistikprofessorerna Wendy Wyatt och Kristie Bunton (2012) som menar att genren just är populär och har en större publik än någon annan kulturform och därför bör studeras men också att genren länge har betraktats inom akademien som obetydlig “fulkultur” och därför har negligerats inom forskningen – något som de tycker är ett elitistiskt och felaktigt förhållningssätt. Populärkultur, skriver de, är inte bara underhållning – det är ideologiskt, socialt och ekonomiskt orienterat och det är en förlängning av dess skapare såväl som av dem som det är skapat för. Att studera populärkultur kan lära oss mycket om oss själva såväl och om vår kultur. “Popular culture works to shape the minds and souls of those of us who consume it” (Wyatt & Bunton, 2012;10).

Även Annette Hill, professor i medie- och kommunikationsvetenskap, argumenterar för vikten av studier på reality-TV (2015). I likhet med Wyatt och Bunton menar hon att reality-TV och dess publik länge har varit förbisedda studieobjekt på grund av deras låga kulturella status. Att studera reality-TV är högst relevant, menar hon, då genren inte bara

samlar en enorm publik framför TV-rutan utan också skapar ett engagemang hos stora delar av publiken utanför hemmen som vardagligt diskussions- och samtalsämne (Hill, 2015). Reality-TV, menar hon vidare, är dock inte nödvändigtvis särskilt "real". Snarare skapar och styr producenter, deltagare och tittare gemensamt denna form av icke-manusdrivna underhållning. I studien *Negotiating the 'Real' in 'Reality shows'* av medie- och kommunikationsforskaren Jelle Mast (2016) får Hill medhåll. Genom en innehållsanalys av djupintervjuer med 39 producenter, deltagare och andra verksamma inom genren kommer Mast fram till att innehållet i reality-programmen ofta är en mer eller mindre regisserad version av verkligheten. Såväl Mast som Hill argumenterar också för att reality-TV har varit bidragande i att omdefiniera begreppen "real" och "authentic" – när de används av media i allmänhet och i relation till reality-TV i synnerhet, anses de inte längre innebära "absolut verklighet" eller autenticitet i sin traditionella bemärkelse. Snarare finns en implicit överenskommelse mellan producenter, deltagare och tittare att innehållet inte är en fullt sanningsenlig verklighetsskildring trots att det ramas in som just "real" och "authentic" (Hill, 2015; Mast, 2016). I en svensk kontext redogör Anja Hirdman (2008) för en liknande syn på det "verkliga" i reality-TV. dejtingprogram, menar hon, kan kategoriseras in i kategorin "iscensättandet av en verklighet där TV skapar händelser" (Hirdman, 2008).

Som sagt visar tidigare forskning att reality-TV inte är detsamma som en skildring av verkligheten. Kärlekens framställning i dejtingprogrammen är en televiserad och regisserad sådan som kanske snarast säger något om produktionens och deltagarnas syn på kärlek. Däremot är också den televiserade, regisserade verkligheten såväl som produktionen och programmets deltagare en del av senmoderniteten och präglas av dess normer, ideal och villkor. Alltså är den verklighet som framställs i dejtingprogrammen dubbel – både "fejk" men också en högst verklig del av senmodernitetens kulturella uttryck. Studier på populärkultur, reality-TV och dejtingprogram kan, enligt en bred forskarfront, lära oss något om oss själva, vår kultur och vår samtid. Alltså är resultatet av den här studien inte empiriskt generaliserbart – den syn på kärlek som framkommer av att analysera svenska dejtingprogram kan inte sägas gälla generellt för den senmoderna människan. Däremot, visar tidigare forskning, kan den teoretiskt lära oss något om den kultur vi lever i och därmed också om oss själva och vår syn på kärlek.

Kärlek på makronivå

Mycket av den forskning om kärlek på makronivå som den här studien stödjer sig på, och utgår från, är av teoretisk karaktär – dvs. mer abstrakt än den tidigare forskningen som är

fast i tid och rum – och kommer därför att presenteras i teorikapitlet. En del empirisk forskning har dock gjorts på kärlek i samtiden vilken presenteras, i urval, nedan.

Sociologen Emma Engdahl har undersökt relationen mellan (icke-klinisk) depression och kärlek i det moderna samhället (Engdahl, 2020; Engdahl, 2016). Genom en teoretisk såväl som empirisk argumentation kommer hon fram till att dagens kärleksideal allt oftare samspekar med depressivitet. I kvalitativa analyser av samtida romaner, intervjuer, sms- och mejlkonversationer upptäcker Engdahl att det verkar finnas en konflikt mellan idén om kärlek som något mellanmänniskt och tanken på oss själva som individer – ett starkt och oföränderligt jag. Även kärleken är idag ett individuellt projekt som vi vill och tror oss kunna styra över men som vi, när det misslyckas, också skyller oss själva för vilket leder till känslan av depression. Det genuina intresset för andra och deras unikhet försvinner till förmån för den individuella identiteten och självförverkligandet – allt som erkänns värde blir därför detsamma som en själ. “Contemporary culture’s stress on individual freedom and independence neglects the necessity of the other’s radical difference for the development of personal identity. This becomes evident when considering the disappearance of the other within contemporary love relationships” (Engdahl, 2020;75). Andras unikhet är enligt Engdahl frånvarande i samtidens kärleksideal – dödad av ett allt mer lidande, ensamt och depressivt jag.

Konflikten mellan idén om kärlek som något gemensamt och mellanmänniskt och tanken på oss själva som självständiga individer är något som etnologen och genusvetaren Lena Martinsson identifierade redan 1997 i sin avhandling *Gemensamma liv: om kön, kärlek och längtan*. I intervjuer med tio heterosexuella par upptäckte hon att motsägelsefulla normer kring just tvåsamhet och individualism upprepades. I parens beskrivningar av sig själva och av sin relation fanns till exempel inte sällan konflikten mellan att vara föränderlig och anpassningsbar till förmån för “vi:et” och att vara oföränderlig och statisk med hänvisning till identitet och individualitet (Martinsson, 1997). Såväl Engdahl som Martinsson belyser alltså konflikten mellan jaget och vi:et i moderna kärleksrelationer – en konflikt som belyses även i den här uppsatsen.

Kandidatuppsatserna *Har kärlekens villkor förändrats* (Lindén & Svensson, 2019) och *Kärlekens tid har bevarat dess längtan* (Bejermyr, 2017) undersöker båda, från olika utgångspunkter och med olika resultat, kärlekens villkor i det moderna samhället. Lindén och Svensson har intervjuat åtta kvinnor mellan 23 och 28 år om deras upplevelser av att

försöka dejta romantiskt på dejtingappen Tinder. Resultatet visar att kvinnornas upplevelser i hög grad präglades av en känsla av att vara utbytbar, att använda andra såväl som att själv användas i själviska syften och ett ökat fokus på de egna behoven, självutveckling och självkänsla – symptom på en individualiserad tid, skriver Lindén och Svensson, som en del av studiens slutsatser. Kvinnorna uttrycker dock också att upplevelsen av romantisk dejting på Tinder inte enbart är negativ utan också möjliggör för verkligt romantiska kärleksrelationer (Lindén & Svensson, 2019).

Bejermyr däremot har fokuserat på hur den hållbara kärleksrelationen ser ut i det senmoderna samhället. Trots att ökad individualisering, rationalitet och rörlighet har resulterat i allt mer flyktiga och instabila relationer finns, enligt Bejermyr, en stark önskan i senmoderniteten om den hållbara kärleksrelationen. Genom intervjuer med fem par som varit gifta i minst 25 år kommer studien fram till den mer optimistiska slutsatsen att hållbar kärlek är möjlig i vår samtid. Senmodernitetens kännetecken – globaliseringen, industrialiseringen, kapitalismen, individualiseringen, digitaliseringen – innebär snarast att den hållbara kärleken inte tas för given utan att engagemang, omsorg och tillit krävs och ges för dess överlevnad. Även Bejermyr identifierar dock konflikten mellan självständighet och tvåsamhet i intervjuerna med paren. Till skillnad från till exempel Engdahl menar dock Bejermyr att paren är medvetna om att "bådas behov och intressen behöver bli tillgodosedda för att kärleksrelationen ska hålla. De tar därmed inte för givet att de vill ägna sig åt samma intressen utan låter varandra spendera tid på egen hand när det finns en önskan om det (Bejermyr, 2017;29). Den andres unikheter är, enligt Bejermyr, inte förbisedd av ett självförverkligande jag utan parterna i paren tar in, accepterar och förstår istället varandras olikheter.

Den empiriska forskningen om samtida kärlek på makronivå talar i gemensamma termer om en konflikt mellan paradoxala normer kring tvåsamhet och självständighet. Däremot är resultaten av studierna mångtydiga; kärlek är idag omöjlig på grund av vår oförmåga att se andras unikheter, romantisk dejting präglas allt mer av ett fokus på jaget men detta upplevs inte enbart negativt och hållbar kärlek är visst möjlig – förmågan att se, förstå och acceptera andra subjekt består även i senmoderniteten. Det är med dessa motstridiga slutsatser i tankarna som den här undersökningen gör ytterligare ett försök att belysa, förklara och förstå kärlek i en senmodern kontext.

Teori

I följande kapitel presenteras de teorier som försöker beskriva, förklara, förstå och definiera kärlek på makronivå i samtiden och som utgör uppsatsens teoretiska referensram. Kapitlet är uppdelat i två teman; *Oförmågan att se "den andre"* och *Kärlekens kommersialisering*. Anthony Giddens teoretiska begrepp *senmodernitet* – en förståelse av samtiden och den samtida individen – presenteras och definieras också. Sammantaget utgör teorierna om kärlek och Giddens begreppsapparat den här uppsatsens teoretiska referensram.

Senmodernitet

Senmoderniteten, skriver Anthony Giddens (1999), är den nutida världen. Det är den post-traditionella tillvaron som utmärks av institutionell- och självreflexivitet. Genomgripande institutionella förändringar – globaliseringen, industrialiseringen, kapitalismen, individualiseringen, digitaliseringen – kännetecknar perioden men ett av de tydligaste dragen, vilket särskiljer senmoderniteten mot alla tidigare perioder, är dess *extrema dynamik*. Senmoderniteten är "en skenande värld" (Giddens, 1999;25). Sociala förändringar sker snabbare och är mer omfattande än i tidigare samhällssystem. Traditionella normer och ideal ifrågasätts, strukturer är i ständig omförhandling. Denna extrema dynamik ska förstås som dialektiken mellan det lokala och det globala, mellan mikro och makro, mellan det egna och det institutionella. Den moderna människan är i senmoderniteten ett *reflexivt projekt* – en process som skapar sig självt snarare än blir tilldelad en identitet. Jaget formas av, såväl som bidrar till utformningen av, det institutionella. Giddens skriver: "Genom att individerna skapar sin självidentitet bidrar de till och rent av skapar de sociala påverkningar, som är globala till sina konsekvenser – och detta oavsett hur lokal deras specifika handlingskontext är" (Giddens, 1999;10). I ett virrvarr av valmöjligheter och alternativ samt i en strävan efter självförverkligande – ytterligare kännetecknen för senmoderniteten – tvingas varje individ att välja livsstil och genom sina ständiga val skapar den senmoderna individen sin självidentitet såväl som sin omvärld.

Synen på samtiden som "skenande" och den senmoderna människan som icke-passiv – skapande av sig själv såväl som av sin omvärld – är en del av uppsatsens referensram. I senmoderniteten, skriver Giddens, "blir det allt vanligare att avlägsna händelser påverkar nära händelser eller självets intimitet. Medierna, de tryckta såväl som de elektroniska, spelar uppenbart en viktig roll i detta avseende" (Giddens, 1999; 13). dejtingprogrammen som analyseras i den här studien är en del av samma sociala kontext som dess publik, producenter och medverkande. Alla dessa aktörer är på samma gång skapare och skapta av

sin omvärld. Dynamiken och reflexiviteten mellan det individuella och det institutionella, mellan dejtingprogrammen – dess medverkande, producenter och tittare – och de kollektiva, samhällseliga normerna, idealen och uttrycken för kärlek är den teoretiska inramning som präglar studien och som dess resultat kommer att analyseras och diskuteras i relation till.

Oförmågan att se “den andre”

I en tid då självskapande och självförverkligande står i centrum, då valmöjligheterna är allt fler och viktigare, blir kärleken lidande. Senmoderniteten sätter jaget i fokus och försvårar, eller omöjliggör, mellanmännsliga kärleksrelationer. Det menar flera forskare som beskriver en växande narcissism och en oförmåga att se “den andre” (Han, 2015; Illouz, 2016; Engdahl, 2016 & 2020; Bauman, 2003 & 2008).

I *Eros agoni* (2015) skriver filosofen Byung-Chul Han om en samtida kärlek på väg att förintas av sin fiende – prestationssamhället – vilket kan ses som en synonym till senmoderniteten. Samtiden präglas av en extrem narcissism och att den egna prestationen, jagets jakt på framgång och lycka, står i fokus. Han skriver: “Det narcissistiska prestationssubjektet av i dag strävar framför allt efter framgång. Framgångar innebär den enes bekräftelse genom den andre. Samtidigt degraderas den andre, berövad sin annanhet, till den enes spegel, som bekräftar denne i hans ego” (Han, 2015;9). Den senmoderna människans självupptagenhet dödar “den andre” – dvs. andra personer fungerar inte längre som egna subjekt utan som speglar vars funktion snarast är att bekräfta “den ene” – jaget.

Kärlek menar Han vidare, innebär “ett absolut slut” (Han, 2015;33). Den är ett slut då den kräver och förutsätter ett uppgivande av självet. Kärlek är att förlora, ge upp och glömma sig själv i en annan människa och dess unikheter – det är att dö i “den andre” för att återuppstå som ett förändrat själv (Han, 2015;34). Oförmågan att se “den andre” i senmoderniteten, och än mindre att förlora sig själv i denne, innebär därför att kärleken är hotad eller döende.

Då jaget står i centrum tenderar det genuina intresset för andra att likställas med synd, skriver Emma Engdahl i *Depressiv kärlek* (2016) och stämmer in i Hans beskrivning av den samtida kärleken. “Allt måste göras till detsamma som en själv för att kunna erkännas och ses som värdefullt” (Engdahl, 2016;207). Senmoderniteten är den första period då människan uppfattar allt inom- såväl som utanför dem som resultat av sina egna val och prestationer, menar Engdahl vidare. I en sådan tid blir också kärleken, istället för ett absolut

slut, en prestation och en jakt på framgång. Romantik och passion ersätts med rationalitet och självförverkligande.

Även sociologen Eva Illouz stämmer in i beskrivningarna. Kärleken, skriver hon, har påverkats och förändrats radikalt av en av senmodernitetens viktigaste kulturrevolutioner: "individualiseringen av människors livsstil och intensifieringen av de känslomässiga livsprojekten" (Illouz, 2016;21). Den senmoderna människan söker framförallt efter individuell, känslomässig bekräftelse i sina kärleksrelationer och strävar ständigt efter mer och bättre – ett resultat av den enorma valfriheten och det ständiga självreflekterandet som kännetecknar senmoderniteten och dess medborgare. Också sociologen Zygmunt Bauman stämmer in i betraktelserna och tar även fasta på Giddens beskrivning av senmoderniteten som "en skenande värld" men kallar den istället för *flytande*. Den moderna människan eftersträvar framförallt temporär – flytande – tillfredsställelse som ett symptom på den skenande värld där det enda konstanta är jaget. Också kärleken, skriver Bauman i sin bok *Liquid Love* (2003), är besmittad av senmodernitetens ständiga rörelse och dynamik som i kombination med en ökad individualisering innebär kärleksrelationer utan förpliktelser, löften och långvarighet – dvs. kärlek med jaget i centrum utan varaktig framtid.

Han, Engdahl, Illouz och Bauman talar samstämmigt om en kärlek som lider under senmodernitetens individualism, narcissism och självförverkligande. Oförmågan att se "den andre", innebär enligt teoretikerna, en eros agoni – en kärlekens kamp mot döden.

Kärlekens kommersialisering

Senmoderniteten, menar teoretikerna, har inneburit en *kommodifiering* av människan – hen har gjort sig själv till en vara. Gränsen mellan konsument och produkt har suddats ut. Jag konsumerar, alltså finns jag. Att värna det egna varumärket, jaget, står i fokus vilket även gäller i jakten på kärleksrelationer. Kapitalismen, ett senmodernitetens kännetecken, har bidragit till uppkomsten av sexuella fält och erotiskt kapital – kärleken har idag kommersialiserats (Bauman, 2008; Illouz, 2016; Han, 2015).

Individualiseringen och strävan efter självförverkligande innebär en brist på kollektiv moral, skriver Bauman i sin bok *Konsumtionsliv* (2008). I skapandet av oss själva är ansvarsfulla val framförallt de val som tjänar jagets intressen och begär. Det enda ansvar man har är det över sig själv – du är din egen lyckas smed. Engagemang i andra människor, till exempel i kärleksrelationer, väljs rationellt med syftet att gynna det egna varumärket. De val vi gör,

såväl sociala som individuella, görs med målet att göra oss mer attraktiva på den marknad som är livet (Bauman, 2008). Den nutida kulturen, senmoderniteten, dödar inte bara “den andre” menar Han och stämmer in i Baumans samtidsbeskrivning: “Allt jämnas ut till objekt för konsumtion” (Han, 2015;8).

Kommodifieringen av oss själva och andra innebär, enligt Bauman, också att vi behandlar potentiella partners som varor. I ett shoppingcentrum kan du köpa något annat om du inte är nöjd med det du har, eller om du bara känner för något nytt. Detsamma gäller den senmoderna kärleken; är du inte nöjd så byter du ut det du har mot något nytt.

Kommersialiseringen av kärleken får den senmoderna människan att behandla kärleksrelationer lättvindigt, likt en utbytbar vara, vilket i slutändan leder till ensamhet snarare än lycka (Bauman, 2003). Engdahl fyller i och menar att istället för att se på möjliga kärlekspartners som ett “du” uppfattas de som ett “det”. “Vi har således att göra med ett *förtینگligande*” (Engdahl, 2016;212).

I senmoderniteten – frikopplad traditionella normer och ideal – då kärleken också är fri från regler och ritualer efter den sexuella och kvinnliga frigörelsen liknar kärleken och dejtandets värld snarast en “öppen marknad där människor träffas och bildar par utifrån sin egen smak, samtidigt som de konkurrerar med andra om att få tillgång till de mest åtråvärda kandidaterna” (Illouz, 2016;80). Kärleken har, menar Illouz vidare, flyttat ut på sexuella fält där erotiskt kapital är handelsvaran. Valfrihet, ökad konkurrens, rationalitet och subjektiv smak är det som präglar jakten efter en kärlekspartner i senmoderniteten. Hon skriver: “Det nya är att dagens samhällsstruktur och mediekultur har gjort det lättare att omvandla erotiskt kapital till socialt kapital” (Illouz, 2016;87). Framgångar i dejtingvärlden, på det sexuella fältet, ökar såväl människors popularitet som självbild och sociala värde – likt pengar eller kulturell status har sexualitet, attraktivitet och åtråvärdhet blivit kapital som också går att byta mot annat kapital som till exempel socialt eller ekonomiskt. Även Han stämmer in och skriver att “*sexyness* är kapital” som det gäller att förvalta (Han, 2015;21). Dejtingprogram, menar Illouz vidare, ger uttryck för, såväl som bidrar till, bilden av kärlek- och dejtingvärlden som en marknad (Illouz, 2016).

Senmoderniteten innebär enligt teoretikerna en kommersialisering av kärleken.

“Kapitalismen eliminerar överallt annanheten, för att underkasta allt konsumtionen” skriver Han och fortsätter: “Annanheten låter sig inte bokföras. Den dyker inte upp i resultatet av

debit och kredit” (Han, 2015;26). Likt oförmågan att se “den andre” innebär alltså kärlekens kommersialiseringen, enligt teoretikerna, en eros agoni.

Sammanfattning

Teoretikerna beskriver villkor för den senmoderna kärleken – oförmågan att se “den andre” och kärlekens kommersialisering – som gör den försvårad, försämrad och i vissa fall omöjlig. I den här uppsatsen är ambitionen därför delvis att pröva huruvida det är något i studiens empiri som bekräftar teoretikernas beskrivningar av den senmoderna kärlekens villkor och dess konsekvenser genom forskningsfrågan “Är det något i dejtingprogrammets framställning av kärlek som bekräftar teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som kommersialiserad och den senmoderna människan som oförmögen att se “den andre”?”. Även studiens övriga resultat kommer att diskuteras i relation till den teoretiska referensramen.

Syfte och frågeställningar

Syftet med den här uppsatsen är att belysa mediebildens av kärlek i senmoderna dejtingprogram. Det görs genom den övergripande frågan: hur framställs kärlek i svenska dejtingprogram? För att svara på, och avgränsa, den övergripande frågan har följande forskningsfrågor formulerats:

- Hur framställs kärlek genom dejtingprogrammets format?
- Hur framställs kärlek genom dejtingprogrammets deltagare?
- Är det något i dejtingprogrammets framställning av kärlek som bekräftar teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som kommersialiserad och den senmoderna människan som oförmögen att se "den andre"?

Metod

För att genomföra undersökningen används en kvalitativ tematisk innehållsanalys. Urvalet, det analyserade materialet, består av nio avsnitt svenska dejtingprogram; tre avsnitt av *Gift vid första ögonkastet*, tre avsnitt av *Bonde söker fru* samt tre avsnitt av *Love Island Sverige*. Även programmens själva format har analyserats då de, precis som programmens innehåll, anses vara relevant för hur kärlek framställs. I följande metodkapitel redogörs och motiveras valet av metod och design såväl som urval och tillvägagångssätt. Kapitlet består också av en metodreflektion, ett avsnitt om den egna forskarrollen och etiska överväganden samt ett avsnitt om studiens avgränsningar.

Val av metod och design

För att uppnå syftet med studien – att belysa mediebilderna av kärlek i senmoderna dejtingprogram – och för att svara på undersökningens forskningsfrågor används en kvalitativ tematisk innehållsanalys (Braun & Clarke, 2006). Då uppsatsen intresserar sig för mellanmänniska, sociala interaktioner och ett abstrakt fenomen som kärlek krävs en kvalitativ snarare än en kvantitativ metod. Intresset för studien – att undersöka hur kärlek framställs i dejtingprogram – motiverar just en metod som går på djupet snarare än på bredden. Det analyserade materialet kräver också tolkningar, att analysera sådant som inte alltid sägs eller visas explicit eller manifest utan på en implicit, latent nivå. Kärlek, så som den undersöks i den här studien, reduceras inte till variabler och kodad data. För att uppnå studiens syfte krävs alltså en kvalitativ metod.

Den utvalda metoden, tematisk analys, ger verktyg för att identifiera och analysera teman och mönster i materialet. Metoden är inte bunden till något teoretiskt ramverk, ansats eller design och kan användas för att svara på såväl induktiva- som deduktiva forskningsfrågor (Braun & Clarke, 2006). Metodens flexibilitet och anpassningsbara karaktär gjorde den attraktiv för uppsatsen. Psykologerna Virginia Braun och Victoria Clarke som i sin forskning använder sig av och förespråkar tematisk analys skriver: “What is important is choosing a method that is appropriate to your research question, rather than falling victim to ‘methodolatry’, where you are committed to method rather than topic/content or research questions” (Braun & Clarke, 2006;97). Valet av tematisk analys har alltså gjorts utifrån studiens syfte och forskningsfrågor. Metodens struktur har vidare gett de nödvändiga verktygen för att genomföra en systematisk och gedigen kvalitativ undersökning (vilken beskrivs mer utförligt under rubriken *Tillvägagångssätt*).

Då den tematiska analysen är teoretiskt och epistemologiskt eller kunskapsteoretiskt obunden krävs att dessa ställningstaganden förtydligas. Studien, med sin teoretiska referensram, utgår från ett socialkonstruktivistiskt perspektiv. Individen kan inte förstås utan hänsyn till sin samhälleliga kontext och samhället kan inte förstås utan hänsyn till individernas sociala interaktioner och kollektiva handlingar. Sociala företeelser som exempelvis kärlek studeras och förstås utifrån grundsynen att det är människorna själva som definierar och konstruerar dem – alltså är “objektiva sanningar” obefintliga när det kommer till sociala fenomen – istället förändras de över tid och bör studeras som resultat av sina kulturella kontexter (bl.a. Giddens, 1999; Berger & Luckmann, 1991). Sociologerna Peter L. Berger och Thomas Luckmann redogör i sin bok *The Social Construction of Reality* för det socialkonstruktivistiska perspektivet och skriver: “reality is socially constructed and the sociology of knowledge must analyse the process in which this occurs” (Berger & Luckmann, 1991;13). Mening skapas socialt och kan endast studeras i sitt sociala sammanhang.

Den tematiska analysen kan ske framförallt induktivt eller framförallt deduktivt – eller *bottom up* kontra *top down* som Braun och Clarke uttrycker det (Braun & Clarke, 2006;83). För att motverka ett “stängt” förhållningssätt gentemot ny kunskap och “endast” bekräfta eller dementera redan existerande fakta och teori har ambitionen varit att anta ett induktivt förhållningssätt till studiens material. Studiens två första forskningsfrågor är av induktiv karaktär – de är “data-drivna” snarare än teoridrivna (Braun & Clarke, 2006). Studiens tredje forskningsfråga är däremot deduktivt formulerad. Forskningsprocessen har alltså skett genom en rörelse mellan teori och empiri – ett abduktivt förhållningssätt har antagits. Fördelen med att röra sig mellan empiri och teori, som i den här studiens fall, är att förståelsen dynamiskt och successivt växer fram och grundar sig i såväl tidigare forskning som i empiri. Det kvalitativa, abduktiva, socialkonstruktivistiska anslaget innebär att studien utgår från en *beskrivande analytisk design*.

Operationaliseringsprocessen – “översättningen” från det abstrakta och teoretiska till något konkret och möjligt att studera empiriskt – har skett genom att centrala begrepp och teorier har definierats, genom att forskningsfrågor möjliga att svara på utifrån studiens empiri har formulerats och genom att resultaten presenteras med hjälp av konkreta exempel från materialet. Undersökningen visar också att målet – att svara på studiens forskningsfrågor – har uppnåtts. Det metodologiskt systematiska tillvägagångssättet samt kvalitetssäkringen (vilka presenteras under rubriken *Tillvägagångssätt*) tyder tillsammans med operationaliseringsprocessen och resultatvaliditeten på god reliabilitet samt intern- såväl

som extern validitet. Det relativt lilla urvalet och dess icke-representativitet för hela populationen av dejtingprogram såväl som för senmoderna människor i allmänhet innebär dock att studiens resultat *inte* är empiriskt generaliserbara. Även studiens centrala begrepp – *kärlek* – är så pass abstrakt och öppet för tolkning att en studie vars resultat lutar sig mot det i princip omöjliggör för empirisk generalisering. Däremot kan resultatet, vilket också diskuterades i avsnittet *Populärkultur och reality-TV*, nå en viss *teoretisk* generalisering.

Valet av metod och design påverkar undersökningen – dess utformning, resultat och analys. Denna påverkan diskuteras vidare under rubriken *Metodreflektion*.

Urval och material

Studiens analyserade material består av ett strategiskt, målinriktat, urval. Kriterierna för att kvalificera sig till analysen är att vara ett aktuellt (senaste säsongen ska vara pågående eller ha sänts under det gångna året), svenskt dejtingprogram som består av deltagare vars syfte är att hitta en kärleksrelation samt att programmet går att se i sin helhet online (den totala populationen av vilken urvalet har gjorts finns i bilaga 1.0). Utifrån kriterierna var ambitionen att välja ett heterogent urval – dvs. att ha så stor bredd och spridning i materialet som möjligt. Därför har nio avsnitt från tre olika program analyserats; tre avsnitt av *Gift vid första ögonkastet*, tre avsnitt av *Bonde söker fru* samt tre avsnitt av *Love Island Sverige*. Totalt består urvalet av cirka 7 timmar svenska dejtingprogram.

Att analysera just de tre programmen motiveras återigen med ambitionen att ha ett heterogent urval för att kunna uttala mig så brett som möjligt inom ramen för svenska dejtingprogram. De tre programmen sänds i olika kanaler (Svt, TV4 respektive Sjuan), är skilda till formaten och riktar sig delvis till olika målgrupper för såväl medverkan som publik. Det är också tre av de mest sedda dejtingprogrammen i Sverige (MMS, 2020; Nilsson, 2019) vilket har varit relevant i urvalet då dessa program gemensamt når en enorm publik. Dessutom är alla tre program och dess format välkända och har producerats under flera år såväl inom- som utom Sverige vilket är attraktivt för att studien ska kännas mer relevant även internationellt.

Analysen har, som sagt, utgått från varje programs senaste säsong och från dem har ett avsnitt från början av säsongerna – avsnitt 2 av alla program – ett avsnitt från mitten av säsongerna – avsnitt 5 för *Gift vid första ögonkastet*, avsnitt 7 för *Bonde söker fru* och avsnitt 25 för *Love Island Sverige* – och ett avsnitt från slutet av säsongerna – avsnitt 8 för

Gift vid första ögonkastet, avsnitt 11 för *Bonde söker fru* och avsnitt 45 för *Love Island Sverige* valts ut. Motivationen till urvalet av avsnitt är återigen ambitionen med ett så brett material som möjligt. Avsnitten har också valts ut för att täcka en så stor del av programmen och så många faser av säsongerna som möjligt eftersom att kärlekens framställning eventuellt kan påverkas av vilken del av säsongen som analyseras – början, slutet eller mitten. Avsnitten innehåller också relevanta händelser som till exempel parceremonier, slutval och giftermål.

Studiens empiri består också av programmets själva *format* – dvs. programmets inramning, uppbyggnad, produktion och dramatisering. Det kan till exempel handla om hur programmet drivs framåt, musikval, klippning och manus. Att även analysera formaten är relevant då de i likhet med programmets innehåll är en del av kärlekens framställning. Analysen av formaten utgår från programmets egna programbeskrivningar och av det som framgår i programmen så som de sänds.

Fördelarna med studiens urval är framförallt dess bredd – att olika grupper för såväl deltagare, publik och produktion omfattas vilket innebär en större representation. Däremot består urvalet vad gäller deltagare trots det endast av heterosexuella, relativt unga och i stor majoritet vita medelklass-personer. Urvalet är, som sagt, inte representativt för hela populationen av varken dejtingprogram och dess deltagare eller senmoderna människor i stort. Det hade också funnits fördelar med att istället för att välja färre avsnitt från tre olika program, som den här studien har gjort, enbart studera en säsong från ett program – det hade till exempel gett en mer djupgående och fördjupad analys av det valda programmet. Det hade också sparat tid i forskningsprocessen om fokus varit på ett program istället för tre. I den här studien prioriterades dock ett heterogent urval med motivationen att kunna uttala sig så brett som möjligt inom ramen för svenska dejtingprogram.

Att studiens material består av just dejtingprogram motiveras av studiens syfte. Det styrks dock också av den tidigare forskningen – populärkultur och reality-TV är format och kulturella uttryck som kan lära oss något om vår samtid. Utifrån intresset att undersöka kärlek i samtiden är dejtingprogrammen dessutom tacksamma då deltagarna i programmen talar såväl explicit som implicit om sina tankar och uppfattningar kring kärlek och dejting. Som sagt säger även själva formaten något om kärlekens uttryck i senmoderniteten. Sammantaget motiverar det att uppsatsens material består av just dejtingprogram.

Tillvägagångssätt

Tillvägagångssättet för analysen har skett i linje med Braun och Clarkes steg-för-steg-guide för tematisk analys. Processen börjar med att forskaren lär känna materialet på en bred, ytlig nivå för att sedan stegvis fördjupa sig i det, hitta mönster och slutligen presentera det i relevanta teman. Analysen har också kvalitetssäkrats i linje med psykologerna Robert Elliott, Constance T. Fischer och David L. Rennies riktlinjer för kvalitativ forskning (1999).

Bild 1.0 Guide för tematisk analys (Braun & Clarke, 2006;87)

Phase	Description of the process
1. Familiarizing yourself with your data:	Transcribing data (if necessary), reading and re-reading the data, noting down initial ideas.
2. Generating initial codes:	Coding interesting features of the data in a systematic fashion across the entire data set, collating data relevant to each code.
3. Searching for themes:	Collating codes into potential themes, gathering all data relevant to each potential theme.
4. Reviewing themes:	Checking if the themes work in relation to the coded extracts (Level 1) and the entire data set (Level 2), generating a thematic 'map' of the analysis.
5. Defining and naming themes:	Ongoing analysis to refine the specifics of each theme, and the overall story the analysis tells, generating clear definitions and names for each theme.
6. Producing the report:	The final opportunity for analysis. Selection of vivid, compelling extract examples, final analysis of selected extracts, relating back of the analysis to the research question and literature, producing a scholarly report of the analysis.

Inledningsvis sågs hela den senaste säsongen av alla tre dejtingprogram i sin helhet, dvs. den senaste säsongen av *Gift vid första ögonkastet*, av *Bonde söker fru* och av *Love Island Sverige*. Denna första gång gjordes inga fysiska anteckningar utan målet var att bekanta sig med programmen och dess format på en bred och ytlig nivå vilket är en viktig del av analysen menar Clarke och Braun som skriver att det är idealt att gå igenom hela materialet minst en gång innan kodningen börjar då det ger en värdefull helhetsbild och sätter igång tankar och idéer (Braun & Clarke, 2006;87).

Efter den breda tittningen gjordes urvalet av vilka avsnitt som skulle analyseras närmare (beskrivet ovan under rubriken *Urval och material*). De valda avsnitten kollades därefter igenom igen samt transkriberades. Totalt har varje avsnitt setts flertalet gånger för att försäkra att så lite som möjligt fallit mellan stolarna och för att fördjupa förståelsen för materialet så mycket som möjligt. Transkriberingen skedde genom att innehållet helt enkelt antecknades så som det sades och gjordes i programmen. Det som har transkriberats är deltagarnas explicita, talade, kommunikation till kamerorna såväl som till varandra och experter samt programledare. Även bakgrundsmusik, kroppsspråk samt programledares och experters kommunikation – explicit såväl som implicit – har antecknats när detta har ansetts

relevant för formatets- eller deltagarnas framställning. Analysen har alltså rört sig mellan en manifest och en latent analysnivå.

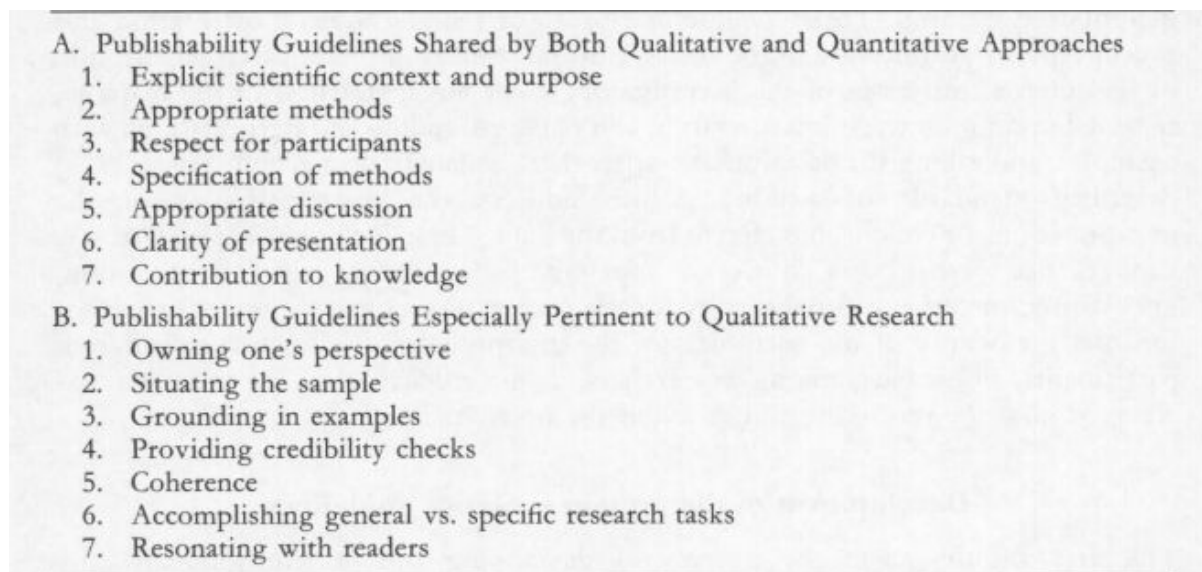
Att transkribera avsnitten har varit givande i den analytiska processen. Braun och Clarke skriver: "The process of transcription, while it may seem time-consuming, frustrating, and at times boring, can be an excellent way to start familiarizing yourself with the data. Further, some researchers even argue it should be seen as 'a key phase of data analysis within interpretative qualitative methodology' (Braun & Clarke, 2006;87). Beskrivningen av transkriberingen som frustrerande och tidskonsumerande är träffande men, som sagt, givande i att kategorisera materialet och att hitta centrala teman.

När materialet var transkriberat och bekantat med på en mer övergripande nivå påbörjades steg två och tre i analysguiden – att hitta och koda intressanta data samt att samla dessa i potentiella och relevanta kategorier. Därefter omarbetades, döptes och slutligen presenterades dessa kategorier med hjälp av utvalda exempel från avsnitten. Kodningen skedde rent konkret genom att mindmaps skapades utifrån transkriberingen. Det blev därmed tydligt vilka kategorier – teman – som var mest återkommande. Materialet bearbetades systematiskt med ambitionen att alla delar skulle få lika mycket uppmärksamhet – detta för att motverka *confirmation bias*, dvs. att hålla ett "öppet sinne" för att inte riskera att vissa delar av materialet föll mellan stolarna. Vissa av temana som presenteras i uppsatsens resultat visade sig dock vara mer återkommande än andra i studiens empiri och dessa har därför tillägnats något mer tid under den analytiska processen – exempel på sådana teman är *Val och konkurrens*, *Kärlek = framgång*, *Det lilla extra* och *En djup relation*.

Trots den tydliga steg-för-steg guiden påpekar Braun och Clarke själva att forskning inte är en linjär, enkelriktad process utan att analysen innebär en konstant rörelse mellan de olika stegen – mellan materialet, kodningen och den egna analysen (Braun & Clarke, 2006). Detta har varit fallet även för den här uppsatsens analys. Teman har kommit till, tagits bort eller involverats i varandra (temat *Val och konkurrens* gick exempelvis från att vara två separata teman till ett sammanslaget) och exempel har bytts ut för att säkerställa att alla tre program är representerade någorlunda jämnt.

Utöver Braun och Clarkes steg-för-steg-guide har hela studien och analysprocessen kvalitetssäkrats med hjälp av psykologerna Robert Elliott, Constance Fischer och David Rennies riktlinjer för god kvalitativ (och delvis också kvantitativ) forskning.

Bild 1.1 Riktlinjer för kvalitetssäkring av kvalitativa studier (Elliott, Fischer & Rennie, 1999;220)



Riktlinjerna, samtliga 14, har som sagt fungerat som en ytterligare kvalitetssäkring och metodologisk riktlinje utöver Braun och Clarkes guide. Ambitionen är att de också är omsatta i praktik och att studien således håller en genomgående god vetenskaplig kvalitet.

Metodreflektion

Fördelarna med tematisk analys är just dess flexibilitet och oberoende av teoretiskt ramverk, ansats och design. Metoden fungerar också bra för att såväl sammanfatta som belysa skillnader och likheter i ett stort material. Det är också en relativt enkel metod att använda för nybörjare inom kvalitativ forskning. Fördelarna med metoden har inneburit en frihet inom metodens ramar och en möjlighet att hitta oväntade resultat vilket också har skett. Att metoden är relativt enkel att lära sig har också varit tidsbesparande – mer tid har således kunnat ägnas åt analys och diskussion snarare än att lära sig och förhålla sig till metoden.

Det finns dock även nackdelar och risker med tematisk analys; i kodningen av materialet och i formuleringarna av teman finns till exempel risken att man mer eller mindre medvetet “letar efter” koder som passar in i ens ställda forskningsfrågor, att vissa delar av materialet bortses från eller att man rakt av använder forskningsfrågorna som teman vilket innebär att

materialet inte behandlas jämlikt och att ingen riktig analysprocess egentligen sker. Hur riskerna för detta har minimerats presenterades i avsnittet *Tillvägagångssätt*.

De problem som har uppstått under analysens gång har framförallt kretsat kring materialets omfattning och det svåra i att sammanfatta detta i ett rimligt antal teman som ändå involverar hela materialet och gör det rättvisa. Hade samma undersökning gjorts om skulle urvalet vara något mindre. Då hade än mer tid kunnat ägnas åt studiens fördjupande delar och den latent analysnivån. Det har också stundvis varit svårt att förhålla sig till transkriberingen av materialet – att svara på frågan vad som ansetts relevant för formatet och deltagarnas framställning av kärlek och vad som således ska transkriberas.

Sammantaget har dock metodens flexibilitet, möjlighet till manifest såväl som latent analysnivå och relativa enkelhet vägt över metodens risker och nackdelar – den tematiska analysen har trots vissa problem och svårigheter gett de verktyg som krävs för att genomföra studien.

Den egna forskarrollen och etiska överväganden

I och med att undersökningen präglas av tolkningar, urval och avgränsningar har den egna forskarrollen betydelse för studien. Forskarens subjektiva påverkan är oundviklig men omöjliggör också objektivitet. Resultaten av den här studien måste därför ses i ljuset av detta vilket återigen talar *mot* att resultaten är generaliserbara. Det systematiska, metodologiska tillvägagångssättet har haft ambitionen att minimera den egna forskarrollens betydelse och att ge möjligheten för andra att genomföra likadana studier. Subjektiviteten har dock som sagt, trots det, oundvikligen betydelse för studiens utfall.

Vidare krävs, vid forskning i allmänhet och på människor i synnerhet, etiska överväganden (Vetenskapsrådet, 2012). Den här studien stöder sig mot offentligt material som individerna samtyckt till. Deltagarna har själva sökt till dejtingprogrammen och de har också haft möjlighet att avbryta sin medverkan om så önskades. Studien fokuserar vidare på hur *kärlek* framställs och inte på de enskilda deltagarnas attribut, åsikter eller egenskaper (i ett sådant fall hade kravet på samtycke från och informerande till de medverkande varit större). Med detta i åtanke anses undersökning etiskt riktig.

Avgränsningar

Tid- och resursbegränsningar innebär att vissa avgränsningar av urval såväl som analysaspekter har behövt göras. Till exempel hade fler avsnitt och ytterligare program kunnat analyseras för ge en mer komplett bild av kärlekens framställning i svenska dejtingprogram. Studien är också avgränsad till just Sverige trots att en stor del av de dejtingprogram som ses av den svenska publiken är internationella – framförallt amerikanska och brittiska. Att även analysera något av de internationella programmen övervägdes men fick i slutändan prioriteras bort.

Som studiens begreppsdefinition av *kärlek* tydliggör, i linje med den teoretiska referensramen, analyseras dejting och kärlek i princip som samma fenomen – som ordnade under samma villkor och förutsättningar. Att inte skilja på dejting och kärlek är också en medveten, tidsbesparande och något förenklande avgränsning som krävdes av undersöknings begränsningar. Tidsbristen och materialets omfattning har också inneburit att den latent analysnivån blivit något lidande. Hade studiens tidsram varit större skulle analysen av det implicita kunnat utvecklas ytterligare och studiens resultat hade då blivit mer utförliga, genomgripande och fördjupande.

Resultat och analys

Resultaten och analysen som presenteras i följande kapitel har som syfte att svara på studiens forskningsfrågor och den övergripande frågeställningen: “hur framställs kärlek i senmoderna dejtingprogram?”. Resultaten redovisas med hjälp av exempel från det analyserade materialet och varvas med analys som har sin grund i den teoretiska referensramen. Kapitlet är uppdelat i två huvudavsnitt; *Programmets format* och *Programmets innehåll*. De två huvudavsnitten är i sin tur indelade i avsnitt organiserade efter de centrala teman som framkommit i analysen. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av de huvudsakliga resultaten.

Programmets format

I följande avsnitt redovisas de teman som framkommit i analysen av dejtingprogrammets format och svarar på forskningsfrågan “Hur framställs kärlek genom dejtingprogrammets format?” samt huruvida det är något i programmets format som bekräftar teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som kommersialiserad och den senmoderna människan som oförmögen att se “den andre”. Analysen har kommit fram till fyra centrala teman; *Underhållning*, *Val och konkurrens*, *Kärlek = Framgång* samt *Försäljning och rationalisering*.

Underhållning

Trots att alla tre dejtingprogram har det kommunicerade, explicita syftet att dess medverkande ska hitta kärlek – “de är på jakt efter den stora kärleken” (Bergström & Samuelsson, 2019) står det i *Love Island Sveriges* programbeskrivning och “singelbönder får hjälp med att hitta kärleken” (Filipova, 2019) går att läsa i *Bonde söker frus* – så framgår det i analysen att programmets format till stor del karaktäriseras av *underhållning* – att locka, roa samt hålla kvar tittare.

Exempel på detta är att *Love Island Sverige* innefattar en mängd tävlingar som ofta innehåller något pinsamt, självutlämnande eller komiskt inslag som dans, avslöjanden om sig själva eller maskeradkostymer. Lekar som *Sanning eller konsekvens* och *Jag har aldrig* förekommer men också pole- och lapdancing. Programmet är också hårt klippt för att öka underhållningsvärdet och locka samt hålla kvar sin publik. Appen som engagerar tittarna direkt i programmet är ytterligare ett sätt att öka underhållningsvärdet och därmed också tittningen på programmet (Bergström & Samuelsson, 2019).

I *Bonde söker fru* blir underhållningsidealet tydligt då programmet ofta klipps så att en “cliff hanger” lockar publiken att sitta kvar över pausen eller till att se nästa avsnitt. Bönderna gruppdejtat dessutom ett flertal gånger i programmet vilket är som upplagt för drama – inom TV ofta synonymt med underhållning (Filipova, 2019).

I *Gift vid första ögonkastet* ser vi exempel på underhållningsidealet när paren efter det inledande giftermålet ska ta bröllopsfotografier tillsammans och då “tvingas” vara nära och intima trots att de nyss har träffats. Ibland har deltagarna intervjuats innan och då berättat att de till exempel inte är helt bekväma med att vara intima med någon de inte känner eller har förväntningar på att personen de gifter sig med ska agera på ett särskilt sätt – tittarna sitter alltså på helspänn för att se vad som ska hända när fotografierna väl tas. Bröllopsfotograferingen kan med enkelhet uteslutas ur programformatet men då hade också underhållningsvärdet sänkts (Hellman, 2020).

Att TV-program i allmänhet och reality-TV i synnerhet drivs av ett underhållningsideal är inget konstigt, tvärtom är det en naturlig del av TV-logiken. Att kärlek och dejting har blivit en så utbredd och populär genre inom underhållnings-TV är dock, som sagt, relativt nytt. Detta kan förstås, i linje med Giddens definition av senmoderniteten och tidigare forskning, som ett uttryck för, såväl som ett bidragande till, den kultur i vilken programmen produceras. Dvs. att dejtingprogrammen blivit en utbredd underhållningsgenre är ett resultat av det senmoderna samhället där kärlek och dejting är en kulturell grundpelare. Analysen stödjer alltså den tidigare forskningen som pekar på kärlek som en essentiell del av senmoderniteten såväl som den senmoderna människan.

Dejtingprogrammets underhållande format tolkas också, utifrån studiens teoretiska referensram, som ett uttryck för kärlekens kommersialisering – produktionsbolag och TV-kanaler kapitaliserar på, och gör underhållning av, kärlek och dejting. Programmets format bekräftar därmed teoretikernas ord att “allt jämnas ut till objekt för konsumtion” (Han, 2015;8) – även kärlek och dejting.

Analysen visar alltså att alla tre programformat framställer kärlek som *underhållning* vilket bekräftar teoriernas beskrivning av kärlek i senmoderniteten som kommersialiserad. Det tolkas också som ett uttryck för, såväl som ett bidragande till, ett senmodernt samhälle där kärlek och dejting inte är en perifer- utan central del av kulturen.

Val och konkurrens

De tre programformaten involverar alla *val* av olika karaktär vilka är en del av programmens inramning och dramatisering. I *Love Island Sverige* och *Bonde söker fru* sker valen på ett kontinuerligt, direkt sätt i parceremonier respektive valdagar. I tiden mellan dessa valsituationer byggs formatet dessutom upp av en *konkurrens* mellan de medverkande som är intresserade av och konkurrerar om samma person eller personer (Bergström & Samuelsson, 2019; Filipova, 2019).

Love Island Sverige och *Bonde söker fru* framställer alltså genom sina format kärlek i linje med teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken präglad av valfrihet, ökad konkurrens och subjektiv smak. Illouzs bild av en "öppen marknad där människor träffas och bildar par utifrån sin egen smak, samtidigt som de konkurrerar med andra om att få tillgång till de mest åtråvärda kandidaterna" (Illouz, 2016;80) är oerhört träffande för programmen.

Gift vid första ögonkastet skiljer sig dock från *Love Island Sverige* och *Bonde söker fru*. Visserligen inleds såväl som avslutas programformatet med två val – inledningsvis om de medverkande säger "ja" till att gifta sig med varandra och avslutningsvis huruvida de vill fortsätta vara gifta eller skiljas – men formatet karaktäriseras snarare av bristen på val och konkurrens. Deltagarna i programmet lämnar istället över kontrollen – valfriheten, den subjektiva smaken och konkurrensmöjligheterna – till ett gäng experter. Utbytbarheten som är närvarande i *Bonde söker fru* och *Love Island Sverige* - bönderna har ett helt gäng tjejer som de dejtade och "bombnedslagen" kan välja att byta partner varje vecka – är helt frånvarande i *Gift vid första ögonkastet* (Hellman, 2020). Istället fungerar det inledande giftermålet symboliskt som en form av motreaktion mot den flyktiga, kortsiktiga val- och konkurrensdrivna kärleken. Äktenskapet – kärlekens institutionalisering – är i *Gift vid första ögonkastet* ett försök att motverka just valfrihet och konkurrens. Det arrangerade äktenskapet som motreaktion.

Dejtingprogrammets format tolkas dock alla som bekräftande, på olika sätt, av teoriernas beskrivning av den senmoderna kärleken. I *Love Island Sverige* och *Bonde söker fru* förmedlas en direkt bild av kärlek- och dejtinglandskapet som präglad av val och konkurrens. I *Gift vid första ögonkastet* motarbetas denna beskrivning men i sitt motarbetande bekräftar programmet snarast att valfrihet, konkurrens och subjektiv smak är aspekter som karaktäriserar den samtida kärleken. Att programformatet så tydligt tar ställning *mot* bevisar snarast att det *finns*. Formatet framställer alltså indirekt kärlek som präglad av val och

konkurrens. *Gift vid första ögonkastet* bekräftar dessutom, via sitt format, teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som försvårad eller rent av omöjlig; arrangerade, genom giftermål förseglade, relationer är vad som, enligt formatet, krävs för att den senmoderna människan ska hänge sig åt “den andre” istället för att fastna i valfriheten och konkurrensens omöjliggörande grepp.

De analyserade programmets format framställer alltså kärlek, i linje med teoretikerna, som en marknad där valfrihet, konkurrens och subjektiv smak är ledorden. *Gift vid första ögonkastet* bekräftar dessutom, genom sitt format, teoretikernas slutsatser om att val och konkurrens försvårar eller omöjliggör förmågan att se “den andre” – dvs. att senmoderniteten lider av en eros agoni.

Kärlek = framgång

I dejtingprogram där själva det explicita målet är för deltagarna att hitta kärlek säger det sig självt att *kärlek framställs som en framgång*. Analysen har funnit ett flertal konkreta exempel på detta:

I *Love Island Sverige* är det vinnande paret det par som genom hela programmet behåller en partner och som tittarna röstar fram till det mest genuint kära. Det paret vinner också en halv miljon kronor. Framgång på det som Illouz kallar det sexuella fältet innebär alltså också en direkt ekonomisk framgång i *Love Island Sveriges* programformat (Bergström & Samuelsson, 2019). Erotiskt kapital omvandlas till ekonomiskt – kärlek framställs som en framgång inte bara på det sexuella fältet utan också på det ekonomiska och sociala.

I *Gift vid första ögonkastet* är formatet, som sagt, uppbyggt kring “experimentet” vilket antingen kan *lyckas* – båda parter väljer att fortsätta vara gifta – eller *misslyckas* – en eller båda parter väljer att skilja sig (Hellman, 2019). Också detta programformat framställer alltså kärlek som ett lyckande – som en framgång.

För *Bonde söker fru* gäller en liknande framställning. I säsongens sista uppföljningsavsnitt då Linda Lindorff besöker bönderna en sista gång för att se hur det gått för de fyra paren spelas glad musik, det skrattas och är god stämning där paren hållt ihop. I det fall där relationen runnit ut i sanden är stämningen istället närmast sorgsen, musiken dov och bonden Alexander blir intervjuad av Linda Lindorff om vad som gick fel (Filipova, 2019).

Programformatet förstärker alltså genom såväl musikval som manus idealet av lycklig kärlek som en framgång och därmed olycklig kärlek eller relationsavslut som ett misslyckande.

Analysen av programformaten visar att *kärlek framställs som en framgång* vilket bekräftar teoretikernas beskrivning av kärlek och dejting som en prestation – som en jagets ständiga jakt på självförverkligande och lycka där den egna prestationen står i fokus. Den tidigare forskningen såväl som uppsatsens teoretiska referensram argumenterar för att framgångar i dejting- och kärleksvärlden ökar den senmoderna människans popularitet, självbild, självförtroende och sociala värde. Studiens analys visar att programmets format framställer kärlek i linje med forskningen och teoretikernas tes. *Kärlek = framgång*.

Försäljning och rationalisering

Bönderna och brevskrivarna, "bombnedslagen" och deltagarna i *Gift vid första ögonkastet* medverkar alla i program där *försäljning* är en del formatet. Det sker exempelvis i casting-avsnittet av *Bonde söker fru* som sänds innan den "riktiga" säsongen och kan liknas med TV-sända kontaktannonser – bönderna berättar om sig själva, sin personlighet, sin livsstil, gård och tillvaro för att förhoppningsvis väcka intresse hos tittarna och alltså potentiella kärlekspartners. Brevskrivarna gör i sin tur detsamma när de i sina brev beskriver varför just de ska bli utvalda av bönderna. Det är utifrån dessa *försäljningar av jaget* som bönderna sedan väljer sina potentiella partners (Filipova, 2019).

I *Love Island Sverige* inleds säsongen med presentationer av varje deltagare då de på ett liknande sätt som bönderna och brevskrivarna berättar om sig själva, vad de söker hos en potentiell kärlekspartner och varför de andra deltagarna bör vara intresserade av en kärleksrelation med just dem. Detsamma sker sedan kontinuerligt under säsongen då nya "bombnedslag" kommer in i villan och presenteras för tittarna (Bergström & Samuelsson, 2019).

Försäljningen av jaget är en central del av dejtingprogrammets format och tolkas som ett bekräftande av Baumans beskrivning av en kommodifiering av den senmoderna människan – hen gör sig själv till en vara. Casting-avsnittet och brevskrivandet i *Bonde söker fru* och presentationerna i *Love Island Sverige* är konkreta exempel på hur dejtingprogrammets format framställer de medverkande som objekt för konsumtion och därmed bekräftar delar av teoretikernas beskrivning av en kommersialiserad kärlek.

Utöver att formaten bidrar till en *försäljning av jaget* så uppmanar alla tre programformat också till en *rationalisering av känslor*. Detta sker i programmen då deltagarna till exempel genomgående, i enskilda intervjuer eller i samtal med experter eller programledare, "tvingas" motivera sina val och sätta ord på sina känslor. Rationaliseringen sker också ofta i relation till försäljningen. Samtidigt som de medverkande uppmanas att sätta ord på sina känslor ska de, enligt programformaten, fortsätta framstå som attraktiva varor. Negativa egenskaper eller svagheter beskrivs snarare som positiva, charmiga eller som något som den potentiella kärlekspartnern kan komplettera (Bergström & Samuelsson, 2019; Filipova, 2019; Hellman, 2020). I *Gift vid första ögonkastet* sker detta i såväl enskilda intervjuer som i samtal med experterna. Deltagarna uppmanas berätta för sig själva såväl som för varandra hur de känner och varför – negativa känslor förklaras då av experterna som till exempel uttryck för rädsla att släppa någon nära, som ett resultat av tidigare erfarenheter eller som en naturlig del av förälskelseprocessen (Hellman, 2020). Känslorna rationaliseras och deltagarna fortsätter att framstå som attraktiva varor för sig själva, varandra och tittarna.

I *Bonde söker fru* och *Love Island Sverige* sker en liknande rationalisering av känslor då bönderna respektive "bombnedslagen" inför varje val och i tiden däremellan, i likhet med deltagarna i *Gift vid första ögonkastet*, uppmanas motivera och förklara deras känslor framför kameran (Bergström & Samuelsson, 2019; Filipova, 2019).

Rationalisering är enligt Giddens såväl som enligt studiens andra teoretiker ett av senmodernitetens kännetecken. Att dejtingprogrammen uppmanar dess medverkande till en rationalisering av känslor tolkas således som ett bekräftande av senmodernitetens fokus på just rationalitet och framställer den senmoderna människan som präglad av rationella val. Att deltagarna i programmen trots det i flera fall inte *kan* sätta ord på, eller rationalisera, sina känslor utvecklas i nästa kapitel om programmets innehåll.

Analysen av programmets format kommer alltså fram till att *försäljning av jaget* och *rationalisering av känslor* är teman som präglar senmoderna dejtingprogram. Detta går i linje med teoretikernas beskrivning av senmoderniteten som karaktäriserad av rationalitet och den senmoderna människan som kommodifierad. Dejtingprogrammets format framställer alltså en kommersialiserad och rationaliserad kärlek.

Programmets innehåll

I följande avsnitt presenteras resultaten och analysen av dejtingprogrammets innehåll som svarar på forskningsfrågan “Hur framställs kärlek genom dejtingprogrammets deltagare?” samt huruvida det är något i programmets innehåll (här likställt med deltagare) som bekräftar teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som kommersialiserad och den senmoderna människan som oförmögen att se “den andre”. Analysen har kommit fram till fem centrala teman; *Det lilla extra*, *En djup relation*, *Min drömpartner*, *Det suger att bli dissad* och *Jag har hittat kärleken*.

Det lilla extra

Att deltagarna i samtliga dejtingprogram kände eller ville känna *det lilla extra* för den potentiella kärlekspartnern var ett av de mest centrala teman som analysen kom fram till. I *Bonde söker fru* exemplifierar bonden Pelle detta när han sätter ord på sin speed-dejt med brevskrivaren Karin:

Den känslan hon gav mig, den har inte jag känt på.. Sen jag vet inte när. Det var något *extra* som fanns där. - Pelle (Filipova, 2019;2)

Simon i säsongens sista parceremoni i *Love Island Sverige*:

Jag är verkligen villig att kämpa för den här tjejen. Hon är speciell och det är *någonting* med henne jag faller för. - Simon (Bergström & Samuelsson, 2019;45)

Även Elina beskriver *det lilla extra* inför slutvalet i *Gift vid första ögonkastet* då hon trots att Albin “på pappret” är rätt för henne saknar *någonting* i relationen:

Det är den sista grejen, det är det som inte går att sätta fingret på. Varför känner man mer saker för vissa människor än för andra...? Det som får hjärtat att slå lite snabbare. - Elina (Hellman, 2020;8).

Med *det lilla extra* menar deltagarna i programmen alltså *någonting* utöver allt det andra. Något, en känsla, som inte går att sätta ord på. Flera av deltagarna beskriver hur allt egentligen stämmer – den potentiella partnern besitter alla de egenskaper som personen söker – men trots det saknas *det lilla extra* och därför avslutas den potentiella relationen.

Att deltagarna i dejtingprogrammen i vissa fall känner, och i de andra fallen vill känna, *det lilla extra* förstås som att deltagarna i vissa fall förmår att se “den andre” och i andra fall vill se “den andre” men av olika anledningar inte gör det. *Det lilla extra* tolkas alltså som den andres unikhhet – det som kräver att bli sett för att “äkta” kärlek ska uppstå. Att de medverkande vill, och i vissa fall lyckas, se den andres unikhhet tolkas därmed som att deltagarna faktiskt strävar efter “det absoluta slutet” (Han, 2015;33) – att förlora, ge upp och glömma sig själv i en annan människa och dess unikhhet – och att vissa av programmets deltagare också lyckas med just detta.

I motsats till teoretikernas beskrivning av den senmoderna människan som oförmögen att se “den andre” tolkas det centrala temat *det lilla extra* alltså som ett tecken på att programmets medverkande snarare behandlar förmågan att se “den andre” och dess unikhhet som avgörande för att inleda och stanna kvar i en kärleksrelation. Analysen av programmets innehåll motsäger alltså teoretikernas beskrivning av en narcissistisk senmodern kärlek som sätter jaget i fokus och därmed präglas av oförmågan att se “den andre”. Dessutom tolkas *det lilla extra* som något närmast odefinierbart och icke-rationellt. Det analyserade materialet visar flera exempel på tillfällena då programformaten uppmanar deltagarna att sätta ord på sina känslor, att rationalisera och förklara, men att deltagarna är mer eller mindre oförmögna till detta. Brevskrivaren Karin i *Bonde söker fru*:

Vad jag känner för Pelle...? Han känns bara så rätt. Från första stunden bara *klickade* det. - Karin (Filipova, 2019;11)

Jimmy till sin partner Lisa i en parceremoni i *Love Island Sverige*:

Den här tjejen som jag kommer välja ikväll är en tjej som verkligen fick mig att förstå hur mycket hon betyder för mig nu när jag var borta i Casa Amor tre dagar. Ehm... Dagen vi återförenades var... Obeskrivligt. Man kanske kan kalla det liksom... *Magi*. - Jimmy (Bergström & Samuelsson, 2019;25)

Analysen visar alltså att de medverkande i dejtingprogrammen, tvärtom mot teoretikernas beskrivning av en avförtrollad och rationaliserad kärlek, istället framställer kärlek som just något odefinierbart och närmast “magiskt”.

Experten Fredric i *Gift vid första ögonkastet* sätter själv ord på temat när han förklarar varför ett av de ihopmatchade paren skilde sig redan efter halva säsongen:

Elahe och Jacob har ju klickat när det gäller det intellektuella, när det gäller det logiska och när det gäller det strukturella men när det gäller det känslomässiga så har de inte riktigt hittat varandra. Det gör ju att det är en bra match ur flera logiska, rationella perspektiv. Men... Kärlek låter sig inte alltid beräknas. - Fredric (Hellman, 2020;8)

En djup relation

Analysen av dejtingprogrammen visar att ett kärleksideal som präglar programmets innehåll är deltagarnas strävan efter *en djup relation*. En lyckad dejt beskrivs som en dejt då de medverkande har kommit varandra närmare och pratat om känslomässiga saker – då de har lärt känna varandra *på djupet*. Anton exemplifierar temat när han i *Love Island Sverige* berättar om sin dejt med Anna:

Jag tycker att dejten var väldigt bra faktiskt – vi pratade djupare om vad hon känner för mig och vad jag känner för henne... Det bästa med dejten var att få komma Anna lite närmare. - Anton (Bergström & Samuelsson, 2019;2)

Brevskrivaren Isabell i *Bonde söker fru*:

Det jag vill utforska mer med Alexander är väl att vi kanske går lite mer på djupet när vi pratar. [...] Jag tycker att det är väldigt viktigt att kunna prata med Alexander om rädslor man har och detsamma åt andra hållet... Att det är bra att veta vad som kan göra honom rädd. - Isabell (Filipova, 2019;7)

Flera av deltagarna i dejtingprogrammen beskriver det också som ett problem i relationen när en av parterna inte släpper den andra "närmare" eller "på djupet". Bonden Pelle i slutvalet då han väljer bort brevskrivaren Josefin:

Jag känner att jag får inte den där sista pusselbiten att falla på plats... Jag känner liksom att jag verkligen har försökt men... Det känns som att du inte vågar riktigt släppa in mig. - Pelle (Filipova, 2019;11)

Elina i *Gift vid första ögonkastet*:

Just nu så upplever jag liksom att det är jag som får ta initiativ till samtalsämnen och gör jag inte det, ja då blir det inget av det. Då blir det mer såhär... Ja alltså det blir ju liksom ett trevligt *häng* men... Det blir inget djupare. - Elina (Hellman, 2020;5)

Önskan om *en djup relation* i dejtingprogrammen framställer kärlek som det närmast motsatta till ytlighet såväl som kortsiktighet och till att "den andre" endast fungerar som en spegel vars funktion är att bekräfta "den ene". De medverkande lägger så stor vikt vid *den djupa relation* att i de fall då deltagarna inte når det önskade djupet avslutar relationen. Att uppnå *en djup relation* framstår alltså som lika avgörande för att deltagarna ska inleda och behålla en kärleksrelation som att känna *det lilla extra*.

Temat tolkas som att deltagarnas fokus *inte* bara är på att bara få sina subjekt bekräftade genom kortsiktiga, flyktiga och temporära tillfredsställelser utan att de istället har en önskan om, och i vissa fall uppnår, långvariga, "djupa" mellanmänniska relationer – dvs. att synen på möjliga kärlekspartners *inte* har och göra med ett "förtingligande" (Engdahl, 2016;212). Temat talar för att potentiella kärlekspartners *inte* behandlas som varor i ett shoppingcentrum vilka lättvindigt byts ut – "du" har *inte* har bytts ut mot "det". Teoretikernas beskrivning: "Då jaget står i centrum tenderar det genuina intresset för andra att likställas med synd" (Engdahl, 2016; Han, 2015) stämmer alltså inte med studiens empiri. Tvärtom är det genuina intresset för "den andre" ett eftersträvansvärt och helt avgörande kärleksideal i dejtingprogrammen.

Min drömpartner

Ett ytterligare centralt tema som återkommer i alla tre dejtingprogram och hos i princip alla programmets deltagare är *beskrivandet av drömpartneren*. Fenomenet uppmuntras i vissa fall av formatet – exempelvis i presentationerna i *Love Island Sverige* – men deltagarna tar också själva upp temat i sina samtal med potentiella kärlekspartners eller kompisar emellan. Anna i *Love Island Sverige*:

Okej men min drömkille är lojal, väldigt trevlig, ambitiös, driven, och... Social, godhjärtad, typ väldigt familjekär och har bra humor. Han måste få mig att skratta liksom. - Anna (Bergström & Samuelsson, 2019;2)

Jimmy i samma program:

Det jag kollar på hos en tjej är oftast ögonen sen så är jag också en träningskille så jag är väldigt såhär kroppsfixerad så det är väl både lite rumpa och bröst som kommer in där med. - Jimmy (Bergström & Samuelsson, 2019;2)

Emil strax efter att han gift sig med Maxine som han har matchats ihop med i *Gift vid första ögonkastet*:

Hon är sprallig... Hon är liksom outgoing. Precis det som jag ville ha och var lite rädd för att jag kanske inte skulle få. - Emil (Hellman, 2020;2)

De allra flesta av dejtingprogrammets deltagare beskriver på liknande sätt sina *drömpartners* på dejting och i andra sammanhang. Egenskaper, fysiska såväl som psykiska, beskrivs – kriterier som den potentiella partnern ska uppfylla. Det här kan tolkas som ett uttryck för kommodifiering och kommersialiseringen av kärleken såväl som ett uttryck för att jaget sätts i centrum – den potentiella kärlekspartnern ska uppfylla deltagarnas individuella kriterier och gör den inte det byts hen genast ut mot en annan, bättre, "produkt".

Analysen visar dock vidare att trots att beskrivningarna av drömpartnern är många och återkommande i samtliga program så övervinner de två tidigare temana - *Det lilla extra* och *En djup relation* - individernas kriterier och beskrivningarna av hens drömpartner.

Maxine i *Gift vid första ögonkastet* exemplifierar det här när hon i intervjuer med experterna och framför kameran beskriver sin drömpartner som en lång, mörk man med mycket hår, stort skägg och som gärna väger lite mer hellre än lite mindre. I samtal med sin frisörkollega Kajsa:

Man vill ju helst ha någon med lite hår på huvudet så det finns något att ta hand om. Det är ju såhär att man *gillar* hår om man är frisör – eller hur Kajsa? Hade du velat dejta någon som är helt flintis? Nej gud det går ju inte. - Maxine (Hellman, 2020;1)

När hon sen matchas och gifter sig med den ljusa, flintskalliga, renrakade, och inte särskilt långa Emil konstaterar Maxine att det inte är den "typen" hon normalt hade valt (Hellman, 2020;2) men det kommer att spela en mindre roll under säsongen eftersom att *Det lilla extra* finns och *En djup relation* utvecklas. Maxine och Emil är i slutänden det enda paret som väljer att fortsätta vara gifta.

I *Bonde söker fru* finns exempel på detsamma när Jimmy under en speed-dejt med brevskrivaren Isabelle beskriver henne som väldigt annorlunda mot de andra tjejerna och mot vad han brukar "gå efter" hos potentiella partners – hon uppfyller helt enkelt inte alla hans kriterier. *Det lilla extra* finns dock och därför vill han fortsätta träffa henne.

Isabelle är... Ja vad ska jag säga? Hon är jättevacker och... En del positivt och så en hel del sånt som man kan vara lite mer tveksam till... Men det är faktiskt någon jag vill lära känna mer. - Jimmy (Filipova, 2019;2)

Även i *Love Island Sverige* när Anton i en inledande intervju beskriver sin drömtjej som en kort, gärna "utländsk" tjej med "lite attityd och stake" (Bergström & Samuelsson, 2019;1) men strax därefter blir tillsammans med den blonda, lite tillbakadragna och inte särskilt korta Anna samt håller ihop med henne programmet ut och utvecklar en kärleksrelation motbevisas temats verkliga betydelse.

Tolkningen av temat är att *beskrivningarna av drömpartnern* på en manifest nivå bekräftar kommodifieringen, ett fokus på jaget och en kommersialisering av kärleken men att detsamma motbevisas på en latent analysnivå. Deltagarna målar upp drömpartnern och definierar krav men dessa målningar och kriterier hamnar snabbt i bakgrunden för *Det lilla extra* och *En djup relation*. Deltagarna i dejtingprogrammen framställer alltså kärlek explicit som präglad av individuella val, subjektiv smak och kriterier men samtidigt implicit som närmast oberoende av subjektivitet och individuella preferenser.

Det suger att bli dissad

Gemensamt för alla tre dejtingprogram är framställningen av att bli dumpad, bortvald eller på andra sätt lämnad – *det suger att bli dissad*. I likhet med hur dejtingprogrammets format framställer kärlek som en framgång kommer analysen av programmets innehåll fram till att deltagarna i vissa fall gör detsamma. Thérèse i *Love Island Sverige*:

Men det suger att bli dissad! För man vill känna sig åtråvärd... Det är inte att jag vill *ha* honom utan det är att jag bara inte vill bli bortvald av någon... För jag vill inte känna mig oattraktiv liksom. - Thérèse (Bergström & Samuelsson, 2019;2)

Att bli dumpad, bortvald eller dissad framställs i vissa fall som en motgång och i de fallen förmedlas också att *kärlek = framgång*. Exemplet ovan visar även hur åtråvärdhet, attraktivitet och att bli vald innebär ett erotiskt kapital vilket, i likhet med teoretikernas beskrivning, innebär ett ökat självförtroende, självkänsla och socialt värde – framgång på det som kan tolkas som det sexuella fältet är, enligt deltagarna, eftersträvansvärt. Exemplet ger dessutom uttryck för teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som en prestation – som en jakt på självförverkligande, bekräftelse och subjektiv lycka. Detta uttryck för kärlek som en prestation och en jakt på kortsiktig bekräftelse motsägs dock också i dejtingprogrammen. I flera fall då en deltagare blir bortvald eller dumpad uttrycks istället en “genuin sorg” eller vad som ibland kallas “ett brustet hjärta”. Brevskrivaren Wilma i *Bonde söker fru* bryter ihop efter slutvalet och berättar gråtandes:

Alltså det har aldrig, aldrig, aldrig känts såhär bra med en kille förut. [...] Jag trivdes så bra och jag hade verkligen hoppats att det var jag som stod där till sist men... Samtidigt måste ju han göra det som känts rätt för honom... Men det är så jobbigt. - Wilma (Filipova, 2019;11)

Edem i *Love Island Sverige* efter han blivit bortvald i en parceremoni:

Ja... Det är ju tyvärr så att det är inte alltid så att kärlek blir som man själv vill och man får inte alltid som man vill men tycker man om någon så måste man också kunna respektera vad den personen vill. [...] Jag är besviken men jag är glad för henne om hon hittar kärleken. - Edem (Bergström & Samuelsson, 2019;45)

Att det *suger att bli dissad* består alltså men att bli bortvald eller dumpad framställs i flera fall snarare som en känslomässig förlust av “den andre” – som ett brustet hjärta – än bara ett misslyckande med jakten på kortsiktig bekräftelse eller en motgång för den subjektiva prestationen. Deltagarna verkar i de här fallen ha gett upp sig själv i en annan människa och dess unikheter men detta “absoluta slut” har inte besvarats.

Analysen kommer också fram till att i flera fall då en deltagare blir bortvald eller dumpad framställs det som något stärkande, meningsfullt och som något som snarast kommer att hjälpa personen i framtida relationer. Josefin efter att ha blivit bortvald i slutvalet i *Bonde söker fru*:

Pelle har betytt jättemycket för mig. Vi har kommit varandra väldigt nära så att det här har verkligen varit det bästa som jag har gjort på väldigt länge. Det har varit den bästa sommaren på väldigt, väldigt länge... Och ja men man får ju liksom tillbaka hoppet på att det finns bra män. Och att man förtjänar kärlek liksom. - Josefin (Filipova, 2019;11)

Jacob i Gift vid första ögonkastet:

När jag gick in i det här var det två saker jag var ute efter. Det ena var ju såklart att man skulle hitta kärleken, hitta den rätta, men det andra var ju den personliga utvecklingen. Att komma lite mer i kontakt med den känslomässiga Jacob som ibland har fått stå till sidan för jobb-Jacob. [...] Det går inte alltid precis som man vill eller som man hoppas. Men jag är ändå övertygad om att jag går stärkt och som en bättre person ur det här. - Jacob (Hellman, 2020;8)

Albin i samma program efter att Elina valt att skiljas trots att Albin ville fortsätta vara gifta:

Det är klart att det är fruktansvärt tråkigt men jag vet att du har tänkt och funderat och att du också har velat att allt ska fungera och att du verkligen har gett ditt allt. Så jag klandrar ju inte dig på något sätt. Jag har ju haft de här fyra fantastiska veckorna med dig. Det är bara tråkigt att vi inte landar i samma slutsats... Det här har ju betytt en massa för mig och det är ju därför som det såklart smärtar men det finns något fint i smärta på något vänster... Ibland slutar sagan inte lyckligt eller vad man kan säga, även om det kan komma något lyckligt ur det här också. - Albin (Hellman, 2020;8)

Analysen visar alltså att i ett fåtal fall bekräftas teoretikernas beskrivning av den senmoderna kärleken som en jagets prestation och en jakt på kortsiktig bekräftelse. I allt fler fall motbevisas dock beskrivningen. Att bli dissad framställs istället som en förlust av "den andre" – som ett obesvarat "absolut slut". Det obesvarade slutet tas dock ofta i uttryck som en personlig vinst eller självutveckling. Det kan förstås som att fokuset på jaget är "second best" – ett respektabelt andrahandsval vid en förlust av "den andre" eller ett "hjärtekross". Analysen kommer alltså fram till att även om *det suger att bli dissad* så framställs denna motgång inte enbart negativ utan också som något meningsfullt och närmast positivt – dvs. kärlek = framgång men det innebär inte nödvändigtvis att dumpad = total motgång. Att framgångar på det sexuella fältet innebär ett ökat erotiskt kapital och att detta i sin tur innebär ökat individuellt såväl som socialt värde framställs dock av såväl programmets format som av dess deltagare. *Det suger att bli dissad* men snarare än att temat bekräftar teoretikernas beskrivningar så motbevisas de genom deltagarnas hjärtekross och hoppfullhet

även när de dumpas. Självutveckling, självförverkligande och fokus på jaget framställs som det respektabla *andrahandsvalet* när ett ömsesidigt “absolut slut” inte uppnås.

Jag har hittat kärleken

Det femte och sista centrala temat som analysen av programmets innehåll kom fram till var att *kärlek framställs som möjlig*. I alla tre program hittar ett eller fler par vad de själva uttrycker, och vad som verkar vara, långvarig kärlek. Emil till Maxine i *Gift vid första ögonkastet* efter att de sagt “ja” till att fortsätta vara gifta med varandra:

Vet du? Jag tycker att du är så jävla fantastisk. Den som gled ner för trappan - den kunde inte ha varit bättre. Den som gled ner där, den var bäst. - Emil (Hellman, 2020;8)

Oscar i *Bonde söker fru* efter att ha gjort sitt slutval:

Det har ju verkligen uppstått något mellan mig och Cissi som inte går att... Det går inte att jämföra med något annat. Hur jag än försöker så kan jag inte sluta tänka på henne. Ja, jag är väl kär. Det är väl det som har hänt. - Oscar (Filipova, 2019;11)

Och Anton i säsongens sista parceremoni i *Love Island Sverige*:

Efter vår första dejt så kände jag något som jag faktiskt aldrig har känt för en tjej förut och jag visste direkt att det var någonting... Någonting speciellt mellan oss. Och idag står jag här, nästan två månader senare, och kan gladeligen säga att jag är kär i den här tjejen. - Anton (Bergström & Samuelsson, 2019;45)

Exemplen av “lyckad” kärlek är, som sagt, flera. Deltagarna motbevisar alltså i många fall teoretikernas beskrivningar av en en senmodern, försvårad eller omöjlig kärlek. Men även i de fall då relationen “misslyckas” – då någon av parterna blivit bortvald eller dumpad – framställs kärlek ändå som möjlig. Brevskrivaren Isabell efter att hon blivit bortvald i slutvalet i *Bonde söker fru*:

Min tro på kärlek har definitivt inte försvunnit på grund av det här. [...] Det finns någon där ute som vill ha mig också. - Isabell (Filipova, 2019;11)

Jonna i samma program efter att även hon blivit dumpad i slutvalet:

Jag hade inte kunnat göra något annorlunda. Och det känns ändå skönt. Det känns som att jag har fått hopp om killar av att träffa Jimmy – att det finns sådana bra killar i världen liksom. Jag tror absolut att kärleken finns där ute någonstans, det tror jag. - Jonna (Filipova, 2019;11)

Linnéa i *Love Island Sverige* efter att ha blivit hemskickad från villan:

Nej men jag kom hit för att hitta kärleken och nu är jag på väg hem... Så det är jobbigt. Det fanns ingen kille för mig där inne riktigt. Men han finns hemma i Sverige istället. - Linnéa (Bergström & Samuelsson, 2019;25)

Ingen av deltagarna som medverkar i dejtingprogrammen, oavsett om de hittar eller inte hittar en relation, uttrycker alltså att de har tappat hoppet om kärleken. Tvärtom framställs kärlek genom programmets deltagare som just *möjlig*. Eros agoni framstår genom deltagarna i senmoderna dejtingprogram som i princip helt frånvarande.

Sammanfattning av analys och slutsatser

Studiens analys har kommit fram till att kärlek i senmoderna dejtingprogram framställs både i linje med och i motsättning till teoretikernas beskrivningar av den senmoderna kärleken som kommersialiserad och den senmoderna människan som oförmögen att se "den andre". Analysen visar också att de tre programmen, trots olika format och deltagare, alla framställer kärlek på liknande sätt – dejtingprogrammets alla tre format bekräftar i hög utsträckning teoretikernas beskrivningar till skillnad från de tre programmets deltagare som till stora delar motsäger bilden av en lidande, rent av döende, senmodern kärlek.

De fyra teman som analysen av dejtingprogrammets format kom fram till - *Underhållning*, *Val och konkurrens*, *Kärlek = Framgång* och *Försäljning och rationalisering* - framställer kärlek som en central del av den samtida kulturen, som en marknad präglad av kommodifiering, valfrihet, konkurrens, rationalitet och subjektiv smak, som en jagets jakt på prestation, självförverkligande och framgång och som ett kapital vilket kan bytas mot andra.

Analysen av dejtingprogrammets innehåll – deltagarna – kommer fram till att kärlek istället framställs genom de fem temana *Det lilla extra*, *En djup relation*, *Min drömpartner*, *Det suger att bli dissad* och *Jag har hittat kärleken* – dvs. den senmoderna kärleken framställs som icke-rationell, som präglad av ett starkt ideal om djupa, långvariga mellanmänniska

relationer, som närmast oberoende av subjektivitet och individuella preferenser, som en framgång individuellt såväl som socialt och som *möjlig*. Den senmoderna människan framställs vidare som *förmögen* och villig att se “den andre”, som på en manifest nivå kommodifierad och kommodifierande men på en latent nivå icke-förtingligande och som strävande efter “det absoluta slutet” – att förlora, ge upp och glömma sig själv i en annan människa och dess unikheter.

Sammanfattningsvis kan alltså konstateras att studiens resultat och analys visar att det finns en differens och betydande skillnad mellan hur programmets format och hur deras deltagare framställer kärlek. Denna differens diskuteras vidare i följande kapitel.

Diskussion och vidare forskning

I studiens avslutande kapitel förs en slutdiskussion kring undersökningens huvudresultat i relation till tidigare forskning och den teoretiska referensramen. Det presenteras även förslag på vidare forskning inom fältet.

Slutdiskussion

Studien har undersökt hur senmoderna, svenska dejtingprogram framställer kärlek genom dess format och deltagare. Resultatet visar att det finns en betydande skillnad i hur formaten kontra programmens deltagare framställer kärlek. Formaten bekräftar i högre grad studiens teoretiska referensram än deltagarna som i större utsträckning motsätter densamma. Som den tidigare forskningen konstaterar är reality-TV och dess medverkande *inte* detsamma som en skildring av verkligheten och det "verkliga livet" (Hestroni, 2000; Syvertsen, 2001; Hill, 2015; Mast, 2016; Hirdman, 2008). En tolkning av skillnaderna i hur programmens format och deras deltagare framställer kärlek är att formaten i högre grad än deltagarna är televiserade, regisserade och dramatiserade. Krav på underhållning, tittarsiffror och ekonomisk vinst (Syvertsen, 2001) skulle då innebära att formaten hamnar längre ifrån en skildring av det "verkliga livet" än deltagarna som framförallt drivs av en förväntan och vilja att hitta kärlek. Programmets dramatiserande, underhållande och vinstdrivande drivkrafter bidrar då till oförmågan att se "den andre" och kärlekens kommersialisering. Formaten, styrda av senmodernitetens populärkulturella medielogik, bekräftar och reproducerar därmed teoretikernas beskrivningar medan deltagarnas framställning av kärlek snarare motsäger dem.

Studiens resultat visar också att kärlek är *möjlig*. Kanske drar därmed teoretikerna felaktiga slutsatser utifrån sina beskrivningar av den senmoderna kärleken. Romantisk kärlek är i dejtingprogrammen möjlig trots att formaten bekräftar en viss kommersialisering, kommodifiering av andra såväl som sig själv samt individualisering och fokus på självförverkligande. I likhet med programformatens dramatiserande, regisserande och konstruerande har kanske teoretikerna förstärkt existerande tendenser för kärlekens villkor och varande i senmoderniteten och därmed förvrängt slutsatserna av dessa. Lindén och Svenssons studie om hur Tinder har förändrat kärlekens villkor i samtiden stärker också denna förståelse – upplevelsen av romantisk dejting på Tinder är inte enbart negativ trots de förändrade förutsättningarna utan möjliggör också för verkligt romantiska relationer (Lindén & Svensson, 2019). Kärlekens villkor har i senmoderniteten förändrats men det innebär inte nödvändigtvis en eros agoni.

Vidare kommer, i likhet med den tidigare forskningen om dejting på TV, den här studien fram till att kärleksrelationer i senmoderna dejtingprogram är centrala för individen, dess självbild, självförtroende och sociala status samt att idealet av en långvarig och "djup" kärleksrelation är starkt hos programmets deltagare. Detta bekräftas av formaten såväl som deltagarna samt av dejtingprogrammets själva existensberättigande och popularitet. Däremot stärks inte, på en latent nivå, den tidigare forskningen om ett kärleksideal där den potentiella partners livsstil ska matcha den egna livssituationen eller "jag-berättelsen" (Milstam, 2016). Inte heller konflikten mellan tvåsamhet och självständighet stärks på en latent nivå – dessa ideal och paradoxer övervinns istället av *Det lilla extra* och *En djup relation*. Studiens resultat visar alltså, i likhet med Bejermyrs kandidatuppsats, att den andres unikhet inte är förbisedd av ett självförverkligande jag utan snarare att parterna i senmoderna kärleksrelationer tar in, accepterar och förstår varandras olikheter (Bejermyr, 2017). Självutveckling, självständighet och jagets centralitet är snarare sekundärt, "second-best", då kärlek inte uppnås – då det "absoluta slutet", den enes förlust i den andre, är obesvarat. Detta kan förstås som att teoretikerna i sina beskrivningar och slutsatser om den senmoderna kärleken snarare drivs av ideologi än empiri och återigen att deras slutsatser är förstärkta och därmed också förvrängda.

Som studiens urval och Syvertsens forskning kommer fram till är de medverkande i dejtingprogrammen inte representativa för den senmoderna befolkningen i stort (Syvertsen, 2001). Kärleken framställs genom en grupp människor som själva är en relativt smal, normativ, idealgrupp i samhället. Dejtingprogrammen framställer därmed en slags regisserad, konstruerad idealbild av en idealkärlek i ett idealsammanhang. Studiens resultat är, som tidigare nämnt, inte empiriskt generaliserbara. Däremot kan resultaten, trots det, diskuteras utifrån studiens teoretiska inramning – senmoderniteten – samt dess kunskapsteoretiska perspektiv – socialkonstruktivismen – och därmed nå en viss *teoretisk* generalisering. Enligt studiens teoretiska och metodologiska inramning säger dejtingprogrammets framställning av kärlek också något om den kollektiva, samhälleliga synen på kärlek i senmoderniteten. Även den tidigare forskningen stärker att det finns en dynamik och en relation mellan dejtingprogrammen och deras omvärld där dessa påverkar varandra (Ferris; Smith, W; Greenberg; Smith, L, 2007; Hestroni, 2000; Montemurro, 2007; Wyatt & Bunton, 2012; Hill, 2015; Mast, 2016). Den verklighet som framställs genom dejtingprogrammen är dubbel – både televiserad, regisserad och konstruerad men också ett "verkligt" uttryck för senmoderniteten och den senmoderna kärleken. Studiens resultat

belyser *mediebilden* av kärlek i senmoderniteten men den belyser också en mediebild som är skapad av sin omvärld och människorna som befolkar den. Det innebär att de teman som studiens analys har kommit fram till också, teoretiskt sett, kan lära oss något om synen på, och villkoren för, kärlek i senmoderniteten. Den tidigare forskning visar däremot också att situationen – TV-produktionen – påverkar och förstärker de medverkande i dejtingprogrammets känslor (Hestroni, 2000; Starkner & Svensson, 2018). Det går alltså att ifrågasätta äktheten, autenciteten, i deltagarnas känslor vilket innebär att den bild av kärlek som har belysts inte nödvändigtvis lär oss någonting om den senmoderna kärleken i stort.

Det lilla extra har tillfört ytterligare ett försök att belysa, förklara och förstå kärlek i en senmodern kontext. Resultatet, analysen och slutdiskussionen har förhoppningsvis också bidragit till en något mer komplex och nyanserad bild av den samtida kärleken i relation till studiens teoretiska referensram. Till skillnad från teoretikerna kommer den här studien fram till att kärlek i senmoderniteten mår ganska bra.

Vidare forskning

Under processen av att göra och skriva den här undersökningen har flera idéer på angränsande och vidare forskning fötts. Det skulle till exempel vara intressant att forska vidare på skillnaden mellan format och innehåll – hur *konstrueras* framställningen av kärlek och hur skiljer sig konstruktionen åt mellan format och innehåll? Det hade också varit intressant att, tvärt emot den här innehållsfokuserade undersökningen, göra en mottagarstudie på hur dejtingprogram tas emot och påverkar dess publik. En sådan undersökning hade också kunnat ge vissa svar på hur betydelsefulla dejtingprogrammets framställningar är för den kollektiva, samhälleliga synen på kärlek. I och med studiens avgränsning till Sverige hade det också varit intressant att studera internationella program – framställs kärlek på ett liknande sätt genom amerikanska, brittiska eller spanska dejtingprogram eller finns det nationella, kulturella skillnader i hur kärlek framställs?

Sociologen Eva Illouz vars teorier har varit centrala för den här studien har också kommit med en ny bok – *The End of Love* – där hon bygger vidare på sina tidigare resonemang och teoretiserar kring varför relationer tar slut och hur det är påverkat av såväl som påverkar samhället runt omkring. Det hade varit intressant att följa upp den här studien med forskning på relationsavslut och kanske även hur relationsavslut framställs, eller snarare inte framställs, i media.

Referenser

Andersson, L. & Edvardsson, M. (2016). "Det är ju inte så roligt att vara ensam" - En studie om heteronormativitet i svensk reality-TV. (Kandidatuppsats). Jönköping universitet. Institutionen för medie- och kommunikationsvetenskap. Hämtad 2020-04-08 från <http://hj.diva-portal.org/smash/get/diva2:1092289/FULLTEXT01.pdf>

Bauman, Zygmunt. (2003). *Liquid Love*. Cambridge: Polity Press.

Bauman, Zygmunt. (2008). *Konsumtionsliv*. Stockholm: Daidalos.

Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (1995). *The Normal Chaos of Love*. Cambridge: Polity Press.

Bejermyr, L. (2017). "Kärlekens tid har bevarat dess längtan" - en hermeneutisk studie om kärleksrelationen i det senmoderna samhället. (Kandidatuppsats). Mälardalens högskola. Institutionen för hälsa, vård och välfärd. Hämtad 2020-04-11 från <http://mdh.diva-portal.org/smash/get/diva2:1110409/FULLTEXT01.pdf>

Berger, L. P. & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality - A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books.

Bergström, J. & Samuelsson, P. (2019). *Love Island Sverige*. ITV Studios. Sverige: TV4 Play. Hämtad 2020-04-25 från <https://www.cmcore.se/serie/120603-love-island-sverige/sasong-2/episod-2/11975805-love-island-sverige>

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. Volume 3:2, 77–101. Hämtad 2020-05-02 från <https://www.tandfonline-com.ezproxy.ub.gu.se/doi/pdf/10.1191/1478088706qp0630a?needAccess=true>

Elliott, R.; Fischer, C. T. & Rennie, D. L. (1999). Evolving Guidelines for Publication of Qualitative Research Studies in Psychology and Related Fields. *British Journal of Clinical Psychology*. Volume 38:3, 215–229. Hämtad 2020-05-03 från <https://search-proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/docview/218644134/fulltextPDF/1DAC25DE8EC440F2PQ/1?accountid=11162>

Engdahl, E. (2016). *Depressiv kärlek: En social patologi*. Göteborg: Daidalos.

Engdahl, E. (2020). The Disappearance of the Other: A Note on the Distortion of Love. *Qualitative Sociology Review*. Volume 16:1, 50-76. Hämtad 2020-04-11 från <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8077.16.1.05>

Ferris L. A.; Smith W. S.; Greenberg S. B. & Smith L. S. (2007). The Content of Reality Dating Shows and Viewer Perceptions of Dating. *Journal of Communication*. Volume 57:3, 415-612. Hämtad 2020-04-08 från

<https://onlinelibrary-wiley-com.ezproxy.ub.gu.se/doi/full/10.1111/j.1460-2466.2007.00354.x>

Filipova, M. (2019). *Bonde söker fru*. FremantleMedia. Sverige: TV4. Hämtad 2020-04-20 från <https://www.cmore.se/serie/87885-bonde-soker-fru/sasong-14>

Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy - Sexuality, Love and Eroticisim in Modern Societies*. Stanford: Stanford University Press.

Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet - självet och samhället i den senmoderna epoken*. Stockholm: Daidalos.

Han, Byung-Chul. (2015). *Eros Agoni*. Stockholm:Ersatz.

Hellman, L. (2020). *Gift vid första ögonkastet*. Baluba AB. Sverige: Svt. Hämtad 2020-04-20 från <https://www.svtplay.se/gift-vid-forsta-ogonkastet>

Hetsroni, A. (2000). Choosing a Mate in Television Dating Games: The Influence of Setting, Culture, and Gender. *Sex Roles*. Volume 42, 83-106. Hämtad 2020-04-08 från <https://link-springer-com.ezproxy.ub.gu.se/article/10.1023/A:1007084211572>

Hill, A. (2015). *Reality TV*. New York: Routledge. Hämtad 2020-04-10 från https://books.google.se/books?id=dSpWBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=sv&source=gs_bse_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Hirdman, A. (2008). Televiserad verklighet och emotionernas betydelse. I (red) Edin, A., Vesterlund, P. *Svensk television - en mediehistoria*. Stockholm: Mediehistoriskt arkiv 6. 268-284. Hämtad 2020-04-10 från <https://research.ims.su.se/se/publications/689>

Houellebecq, M. (2006). *Refug*. Stockholm: Albert Bonniers förlag.

Illouz, E. (2016). *Därför gör kärlek ont - en sociologisk förklaring*. Stockholm: Daidalos.

Lindén, J. & Svensson, M. (2019). *Har kärlekens villkor förändrats? En kvalitativ studie om unga kvinnor i tinderlandskapet*. (Kandidatuppsats). Lunds universitet. Institutionen för psykologi. Hämtad 2020-04-11 från <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=9002564&fileOid=9002570>

Lindgren, S. (2009). *Populärkultur - teorier, metoder och analyser*. Malmö: Liber AB.

Martinsson, L. (1997). *Gemensamma liv: om kön, kärlek och längtan*. Stockholm: Carlsson.

Mast, J. (2016). Negotiating the 'Real' in 'Reality Shows': Production Side Discourses Between Deconstruction and Reconstruction. *Media, Culture & Society*. Volume 38:6, 901-917. Hämtad 2020-04-10 från

<https://journals-sagepub-com.ezproxy.ub.gu.se/doi/full/10.1177/0163443716635860#articleCitationDownloadContainer>

Milstam, K. (2016). *Jakten på den rätta i rutan - En kritisk diskursanalys av könsrolls- och kärlekskonstruktioner i två svenska dejtingprogram*. (Kandidatuppsats). Örebro universitet. Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap. Hämtad 2020-04-08 från <http://oru.diva-portal.org/smash/get/diva2:1074764/FULLTEXT01.pdf>

MMS. (2020). *Välkommen till TV-året 2019*. Mediamätning i Skandinavien AB. Hämtad 2020-04-11 från https://mms.se/wp-content/uploads/_dokument/rapporter/ovrigt/ovriga-rapporter/tv_aret_2019.pdf

Montemurro, B. (2007). Toward a Sociology of Reality Television. *Sociology Compass*. Volume 2:1, 84-106. Hämtad 2020-04-09 från <https://onlinelibrary-wiley-com.ezproxy.ub.gu.se/doi/full/10.1111/j.1751-9020.2007.00064.x>

Nilsson, M. (2019). Tittartapp för TV4:as storformat. I *Dagens media*. 2019-10-3. Hämtad 2020-05-06 från <https://www.dagensmedia.se/medier/rorligt/tittartapp-for-tv4-s-storformat/>

Sandgren, L. (2020). *Samlade verk*. Stockholm: Albert Bonniers förlag.

Svenska akademiens ordbok. SAOB. (1939) *Kärlek*. Hämtad 2020-05-26 från http://www.saob.se/artikel/?unik=K_3627-0063.iY2L

SCB. (2020). *Hushåll i Sverige*. Sveriges statistiska centralbyrå. Hämtad 2020-04-11 från <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/hushall-i-sverige/>

SCB. (2020). *Skilsmässor i Sverige*. Sveriges statistiska centralbyrå. Hämtad 2020-04-11 från <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/skilsmassor-i-sverige/>

Starkner, B. & Svensson, S. (2018). Det börjar med giftermål och slutar med...? Skilsmässa eller en perfekt matchning i serien Gift vid första ögonkastet. (Kandidatuppsats). Göteborgs universitet. Institutionen för kulturvetenskaper. Hämtad 2020-04-08 från https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/56169/1/gupea_2077_56169_1.pdf

Strömquist, L. (2019). *Den rödaste rosen slår ut*. Stockholm: Galago.

Syvertsen, T. (2001). Ordinary People in Extraordinary Circumstances: A Study of Participants in Television Dating Games. *Media, Culture & Society*. Volume 23:3, 319-337. Hämtad 2020-04-10 från

[https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016344301023003003#articleCitationDownload
Container](https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016344301023003003#articleCitationDownloadContainer)

Vetenskapsrådet. (2012). *Forskningsetiska principer - inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Vetenskapsrådet. Hämtad 2020-05-27 från <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Wyatt, N. W. & Bunton, K. (2012). *The Ethics of Reality TV: A Philosophical Examination*. New York: Continuum Books.

Bilagor

Bilaga 1.0 Den totala populationen dejtingprogram

I bilagan listas alla de dejtingprogram som uppfyller kriterierna för kvalificera sig som material för uppsatsens analys - dvs. att vara ett aktuellt (senaste säsongen ska vara pågående eller ha sänts under det gångna året), svenskt dejtingprogram som innefattar deltagare vars syfte är att hitta en kärleksrelation samt att programmet går att se i sin helhet online.

- *Gift vid första ögonkastet* (Svt)
- *Första dejten* (Svt)
- *Bonde söker fru* (TV4)
- *Flirty Dancing* (TV4)
- *Ensam mamma söker* (TV4)
- *Love Island Sverige* (TV4)
- *Bachelor/Bachelorette Sverige* (TV4)
- *Hemliga beundrare* (TV3)
- *Ex on the Beach Sverige* (Dplay)

Av dessa valdes alltså *Gift vid första ögonkastet*, *Bonde söker fru* och *Love Island Sverige* vilket motiveras under rubriken *Urval och material*.