



INSTITUTIONEN FÖR
KULTURVETENSKAPER

SYMTOMATISKA PORTRÄTT I MODEFOTOGRAFI

En studie om kvinnors roller i Damernas Värld

Sara Berglund

| | |
|-------------------------|-------------------------|
| Uppsats/Examensarbete: | Kandidatuppsats 15hp |
| Program och/eller kurs: | Kultur, Kandidatprogram |
| Nivå: | Kandidatnivå |
| Termin/år: | VT18 |
| Handledare: | Alexandra Fried |
| Examinator: | Eva Knuts |

ABSTRACT

Titel: Symtomatiska porträtt i modefotografi
– En studie om kvinnors roller i *Damernas Värld*

Författare: Sara Berglund

Termin och år: VT 2018

Institution: Institutionen för Kulturvetenskaper

Handledare: Alexandra Fried

Examinator: Eva Knuts

Nyckelord: The male gaze, fashion photography, femininity, feminist fashion, women roles

This essay will deal with six photographs from the Swedish magazine *Damernas Värld* and will analyse how the women in the pictures can be understood as non-normative in the context of fashion photography. The women's transformation from object to subject are discussed based on gaze theories and with a cultural historical perspective. The study also examines if the photographs can be linked to any feministic messages in their historical context. The photographs in this study are from the 1970s, 1990s and from 2010s, and are chosen for this study based on the feminist eras which occurred during the second half of the 20th century. By looking at the environment, context, depiction, fashion, and personality in the photographs the study aims to examine what possible positions the women possess.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

| | |
|--|-----------|
| INLEDNING | 4 |
| KAN MODEFOTOGRAFI VARA FEMINISTISKT? | 4 |
| SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR..... | 5 |
| MODET OCH DE FEMINISTISKA VÅGORNA..... | 6 |
| <i>Begreppsdiskussion, Mode & Kvinnlighet</i> | 8 |
| TIDIGARE FORSKNING | 9 |
| TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER | 11 |
| <i>Blickteori</i> | 11 |
| <i>Kulturhistoriskt perspektiv</i> | 13 |
| MATERIAL OCH METOD | 14 |
| <i>Semiotik</i> | 14 |
| <i>Sittandets semiotiker</i> | 15 |
| <i>Fotografier från Damernas Värld</i> | 16 |
| <i>Urvalsdiskussion</i> | 17 |
| <i>Avgränsningar</i> | 19 |
| <i>Disposition</i> | 19 |
| UNDERSÖKNING | 20 |
| LÄSNING AV BILDERNA | 20 |
| <i>Pojkflicka</i> | 20 |
| <i>Kvinnlig i khaki</i> | 21 |
| <i>Naturkvinnan</i> | 22 |
| <i>La Garçonne</i> | 23 |
| <i>Idrottaren</i> | 25 |
| <i>Kosmopolit</i> | 26 |
| TOLKNINGAR | 27 |
| <i>Makt och blickar</i> | 27 |
| <i>Gestaltning och budskap</i> | 29 |
| <i>Militanta feminister, Fula feminister & Girl-Power feminister</i> | 34 |
| SLUTDISKUSSION | 39 |
| SLUTSATS | 39 |
| VIDARE FORSKNING | 40 |
| KÄLLFÖRTECKNING | 41 |
| TRYCKTA KÄLLOR | 41 |
| OTRYCKTA KÄLLOR | 43 |
| BILDFÖRTECKNING | 44 |

INLEDNING

KAN MODEFOTOGRAFI VARA FEMINISTISKT?

Just nu upplever jag att vi genomgår en slags feministisk revolution, kanske kan vi kalla detta för en förlängning av den fjärde vågens feminism, som ur en svensk kontext kretsat mycket kring genombrottet av ett feministiskt parti, kamper för HBTQIA-personer, och senast i höstas den enorma kraften i rörelsen *#Metoo* som kräver ett stopp för sexuella trakasserier över hela världen.

Detta med att feminismen ligger *i tiden* avspeglar sig i allt från konst, musik och mode. Modevärlden har under de senaste åren fullkomligt bombarderat oss med feministiska budskap, t-shirts med texttryck som: *We should all be feminists*, *Girl Power*, *Feminism*, *the radical notion that women are people*, och fler därtill. Feministen Gloria Steinems citat: *A woman without a man is like a fish without a bicycle*, användes flitigt av feminister på sjuttioalet, då kvinnor runt om i hela västvärlden organiserade sig emot det patriarkala förtrycket, och idag kan vi köpa tröjor med samma citat tryckt på bröstet.¹

Hur påverkas då modevärlden och hela dess kontext av feministiska influenser, kan modevärlden överhuvudtaget vara feministisk, och kan vi se någon skillnad i hur modeller porträtteras och gestaltas i förhållande till feministiska influenser? Både på catwalken och i modefotografi präglas den visuella kontexten fortfarande av en objektifiering, genom betraktarens blick på ofta unga, taniga kvinnokroppar vars uppenbarelse skapar ett ideal omöjligt för de flesta att leva upp till, vilket inte direkt stämmer överens med någon feministisk ideologi.

På samma sätt som samhället influeras av modevärldens skönhetsideal så präglas också modevärlden av olika kulturella och ideologiska strömningar från samhället, bland annat feminismen, vilket vi ur en samtida kontext kan se mycket explicita exempel på. Jag blev inför denna uppsats nyfiken på om det gick att se något samband mellan feministiska budskap i modefotografi från andra tider och perioder då kvinnokampen och feminismen ur en svensk kontext präglade vår kultur. Relationen mellan mode och feminism är inte något nytt fenomen,

¹ Jung, Susanne, *Plakatmode-ropen skalla en slogan åt alla*, i *Stil i p1*, sändes 10 mars 2017, Sveriges Radio.

utan har under lång tid präglat varandra. Under det tidiga 1900-talet spelade modet en stor roll för kvinnans frigörelse, och genom ett för tiden revolutionerande mode formades bilden av den nya kvinnan. Mode har också förmågan att få människan att uttrycka sig politiskt, genom att vara klädda på ett visst sätt, i vissa färger och med rätt symboler kan detta förstärka vårt uttryck och vad vi vill signalera för budskap avsevärt.²

Jag har dock i denna uppsats valt att fokusera på modebilder från en publikation som utifrån sett inte uppfattas som någon speciellt feministisk tidning, utan har istället valt mitt material från magasinet *Damernas Värld*, en tidning som vill nå ut till ”alla kvinnor”. Jag vill undersöka om det även i denna mera opolitiska kontext går att finna kvinnoporträtt i modefotografierna som står i relation till olika feministiska budskap genom åren. Det är modellernas positioner jag är intresserad av, och vad dessa kan säga oss om relationen mellan den modefotografiska kontexten och feministiska strömningar i samhället.

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur kvinnorna i magasinet *Damernas Värld* är gestaltade. Genom en semiotisk bildanalys och ett blickteoretiskt perspektiv vill jag undersöka hur deras gestaltning bidrar till huruvida de uppfattas som subjekt eller objekt i bilderna. Jag vill också undersöka hur kvinnornas uppenbarelse producerar föreställningar om genus och *kvinnlighet*. Genom att titta på miljö, gestaltning, mode och personlighet i bilderna vill jag undersöka vilka möjliga positioner kvinnorna har, och vilka kvinnoroller som uppenbarar sig i dessa. Jag har gjort olika nedslag i *Damernas Värld* i förhållande till viktiga år för kvinnorörelsen och feminismen i Sverige, med syftet att undersöka om det kan finnas en koppling mellan bildmaterialet och de feministiska vågorna, och i så fall hur detta syns i bilderna.

Undersökningens frågeställningar lyder:

² Rabinovitch-Fox, Einav, *This Is What A Feminist Looks Like: The New Woman Image, American Feminism, and the Politics of Women's Fashion 1890-1930*, ProQuest Dissertations and Theses, 2014.

- Hur kan kvinnornas transformering från objekt till subjekt diskuteras i det valda materialet?
- Hur kan porträtteringen av kvinnorna i *Damernas Värld* diskuteras som normbrytande?
- Hur symptomatiska är porträtten i förhållande till de feministiska vågorna och dess budskap?

MODET OCH DE FEMINISTISKA VÅGORNA

I detta kapitel diskuteras modets förhållande till kvinnokampen, de feministiska vågorna och hur de påverkat och influerat varandra. Avsnittet fungerar som en historisk bakgrund och ger en inblick i tiden för när uppsatsens valda material utspelar sig.

Det brukar talas om västvärldens feminism och kvinnorörelse i olika eror eller vågor. Den första vågens feminism både i en internationell och svensk kontext kretsade kring kvinnans politiska och medborgerliga rättigheter, kampen för kvinnans myndighet och samtidigt kampen för kvinnans rösträtt som skulle ge henne samma nationella medborgarskap och rättigheter som män. Mellan 1880-talet och fram till rösträtten 1921 brukar man säga att denna våg hade sin framfart, mycket tack vare den svenska organisationen LKPR (Landsföreningen för kvinnans politiska rösträtt) som satte press på regeringen och slutligen fick igenom kvinnlig rösträtt.³ Att kvinnans position nu hade förflyttats till att även hon hade politiska och medborgerliga rättigheter präglade under denna tid även våra visuella kulturer, exempelvis konsten och modet. *Den moderna kvinnan* började ta plats i vår kultur och i offentligheten, vilket i modet syntes bland annat genom att kvinnorna inte längre behövde bära korset, klänningarna blev kortare och till och med byxor började tillverkas för kvinnor.⁴

Den andra vågens feminismen som blommande upp under 1970-talet i Sverige, och som även pågick runt om i Europa och USA, kretsade kring rätten till sin egen kropp, därmed rätten till abort. Ett ledande slagord inom den svenska feminismen vid denna tid var: *Det personliga är politiskt!* Politiska grupper som *Grupp 8* startades i Sverige och mängder av feministiska

³ Hammar, Inger, *För freden och rösträtten. Kvinnorna och den svensk-norska unionens sista dagar*, Nordic Academic Press, Lund, 2004.

⁴ Scott, Linda, M, *Fresh Lipstick: Redressing fashion and feminism*, Palgrave Macmillan, New York, 2005, s.65-69.

demonstrationer pågick runt om i landet. I slutändan ledde detta till att den svenska staten såg över lagar och regler, och kvinnorörelsen fick bland annat igenom en ny abortlagstiftning 1974, som gjorde fri abort laglig.⁵ Kvinnorörelsen präglade kulturen starkt under 70-talet och i modet syntes detta tydligt, bland annat genom att kvinnor slutade bära bh, en aktion som kopplades till att ha en friare och naturligare kropp.⁶

Feminismen under 90-talet präglades av ett starkt porrmotstånd, och en allmän reaktion mot de skönhetsideal som producerades genom supermodeller och *Miss Word*-tävlingar. Livliga diskussioner om kön, sexualitet, synen på kvinnlighet och objektifiering pågick, och mycket av denna kritik kretsade kring populärkulturella uttryck. Till skillnad från tidigare eror av feminism och kvinnokamp finns inte något konkret i modet från denna tid att hänga upp sig på, åtminstone inte som nådde ut till den stora massan. Det man kan säga om 90-talets feminism och kopplingar till modet är att det formade mer och mer en norm kring hur en feminist skulle se ut, och vid denna tidpunkt var detta en form av anti-skönhet, osminkade, kortklippta kvinnor, tillbaka till det naturliga, som positionerade sig emot det rådande skönhetsidealet.⁷

Vi kan tala om att vi just nu, sedan några år tillbaka är inne i en ny feministisk era. I en svensk kontext ser vi detta i politiken, med genombrottet för *Feministiskt Initiativ* och deras inverkan på det politiska klimatet som lett till att många fler politiker börjat kalla sig feminister.⁸ Feministiska debattörer från olika håll hörs mer och mer och lyfter ständigt nya perspektiv, och det har blivit trendigt att kalla sig feminist. Dagens feminism lyfter även andra perspektiv än just ojämlikheten mellan könen. Vi talar idag om ett intersektionellt perspektiv som belyser maktobalansen också hos klass, etnicitet, sexualitet och funktionalitet. Genom detta perspektiv kan se hur fler grupper än kvinnor blir diskriminerade på olika sätt i samhället på grund av dessa faktorer.⁹

⁵ Sarrimo, Christine, *När det personliga blev politiskt. 1970-talets kvinnliga bekännelse och självbiografi*, Symposion, Stockholm, 2000.

⁶ Scott:2005, s.289-291.

⁷ Scott:2005, s.322/323.

⁸ Gustafsson, Carina & Lübking, Ida, *Feminismens intåg i politiken - Partiers strategier och bemötande av Feministiskt Initiativ*, Kandidatuppsats, Högskolan i Borås, 2016.

⁹ Lundberg, Anna & Werner, Ann, *Genusvetenskap, Politik och Samhällsengagemang*, Nationella sekretariatet för genusforskning, Göteborg, 2014.

De feministiska budskapen har även nått till modevärlden åter igen, men nu mer explicit. Flera stora modehus och klädkedjor, allt från *Chanel* och *Doir* till *Gina Tricot* och *H&M* har lanserat kollektioner bestående av t-shirts med budskap som: *We should all be feminists*, *Girl Power*, *Feminism, the radical notion that women are people*. När vi nått denna nivå ställer sig många frågan om denna kapitalisering på feministiska budskap helt och hållet kan komma att urvattna feminismen.¹⁰

BEGREPPSDISKUSSION, MODE & KVINNLIGHET

I denna undersökning kommer jag använda mig av begreppet *mode*. Jag kommer även att tala om *kvinnlighet*, och vill därför i detta avsnitt förklara hur jag definierar dessa begrepp för en vidare förståelse av undersökningen och dess diskussion.

Begreppet mode kan förstås och förklaras på en mängd olika sätt, men som modesociologen Kawaura skriver är det viktigt att förstå skillnaden på mode och kläder, alltså mode som begrepp och klädmode som praktik eller fenomen. Mode är på så vis inte en materiell produkt utan någonting abstrakt, en symbolisk produkt utan substantiellt innehåll. Mode kan därför tillföra extra värde i det materiella, ett visst märke kan ge ett plagg status, både kulturellt och symboliskt vilket leder till extra stimulans hos konsumenterna, och skapar på så vis modetrender.¹¹

Vad som uppfattas som kvinnligt bygger på föreställningar av hur kvinnan ska agera och interagera i sin roll som just *kvinnna*. Denna iscensättning av kön eller genus som vi numera talar om uppfattas som naturlig då den konstant reproduceras i vår kultur, inte minst i bildkulturen, men är i själva verket en konstruktion som upprätthålls genom vårt agerande och uppvisande av *kvinnlighet*.¹² Att kvinnlighet i vår kultur har fått representeras av något vackert, skönt och passivt finns otaliga exempel på inom konsten men också i mode-och reklambilder. Specifika attribut för vad som anses kvinnligt, som runda former, långt hår och ett välsminkat ansikte kan vara föränderligt över tid, men vad som kvarstår är att kvinnan och

¹⁰ Jung: 2017.

¹¹ Kawamura, Yuniya, *Modeologi: en introduktion till modevetenskap*, Norstedt, Stockholm, 2011, s.18-20.

¹² Butler, Judith, *Genus Ogjort: Kropp, Begär och Möjligt Existens*, Nordstedts Akademiska Förlag, Stockholm, 2006.

kvinnligheten i sin konventionella mening framställs som ett objekt för visuell njutning.¹³ När jag min undersökning talar om *kvinnlighet* så bygger detta alltså på denna föreställning och när jag talar om *stereotyp kvinnlighet* syftar detta till en ännu mer generaliserande bild av kvinnan.

TIDIGARE FORSKNING

Innan det redogörs vidare för uppsatsens teoretiska perspektiv och metodiska angreppssätt presenteras här forskning inom angränsande fält. De fält som uppsatsen rör är feministiska konstteorier, och specifikt *blickteori*.¹⁴ Nedan presenteras även annan forskning som gjorts på modedefotografi och veckopress. Jag är medveten om att fältet för modedeforskning är mycket stort, och att de forskare som här presenteras endast innefattar en bråkdel av detta fält.

Inom fältet för forskning kring modedefotografi bör Charlotte Andersen nämnas, hennes avhandling *Modedefotografi – en genres anatomi* består av en gedigen genomgång av modedefotografiets historia, där hon samtidigt undersöker modedefotografiet som fenomen och hur det kan kopplas samman med konstnärliga diskurser, stilar och epoker. Hon drar paralleller mellan modedefotografi och surrealism, och även dadaism, för att nämna några stilar. Andersen tar upp olika teman i sin avhandling, där hon tittar på både modellerna, skönhetsideal och representation. Väsentligt för hennes avhandling är också att undersöka modedefotografiet som tecken, där hon placerar sig i en semiotisk tradition, där hon analyserar och problematiserar modedefotografiet genom bland annat Barthes begreppsapparat.¹⁵

Griselda Pollock har i flera olika texter diskuterat fenomenet *Kvinnobilder*. Den första texten, *Vad är det för fel med kvinnobilder?*, tar upp och problematiserar feministers relation till så kallade *Kvinnobilder*. Med detta uttryck syftar Pollock till de bilder som avbildar kvinnor i mode och reklam, som så ofta också läses av kvinnor.¹⁶ Här och även i sin nästa text, *Frånvarande kvinnor: nytt perspektiv på kvinnobilder* fortsätter Pollock att undersöka

¹³ Göthlund, Anette, *Den omöjliga kvinnligheten*, i *Kvinnovetenskaplig tidskrift*; 3, .65-74, 2000.

¹⁴ Mulvey, Laura, *Visuell lust och narrativ film*, i *Feministiska Konstteorier; Skriftserien Kairos nummer 6*, Raster, Stockholm, 2001.

¹⁵ Andersen, Charlotte, *Modedefotografi. En genres anatomi*, Museum Tusulanums Forlag, Köpenhamn, 2006, s.8-26.

¹⁶ Pollock, Griselda, *Vad är det för fel med kvinnobilder?* i *Feministiska Konstteorier; Skriftserien Kairos nummer 6*, Raster, Stockholm, 2001.

representationen i dessa bilder, både hur kvinnorna gestaltas och hur detta utgår ifrån en manlig blick och fantasi om hur kvinnan bör vara. Pollock diskuterar kvinnan som tecken ur en semiotisk aspekt, och hur detta kommer att forma dessa *Kvinnobilder*.¹⁷

Vidare på temat *Kvinnobilder*, kan vi läsa i Anja Hirdmans avhandling *Tilltalande bilder – Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*. Här undersöker Hirdman hur kvinnor och mäns relationer framställs i två olika veckotidningar. Hon undersöker genom innehållsanalys två svenska veckotidningar, varav *Veckorevyn* tydligt riktad till kvinnor, och *Fib aktuellt* riktad till män. Hirdman undersöker de mediala definitionerna av feminint och maskulint och genom att titta på dessa två magasin från 1965, 1970, 1975 och 1995 gör Hirdman en jämförelse både mellan de två tidningarna men undersöker också hur föreställningar om genus har förändrats över tid. Hirdman undersöker även i sin avhandling hur producerandet av genusföreställningar förmedlas beroende på publikriktning.¹⁸

I förhållande till det blickteoretiska perspektivet vill jag även lyfta in Anette Göthlunds artikel *Makt och blickar i Sisleys modebilder*, där Göthlund sig av *blickteori* för att analysera modefotografier från modeföretaget *Sisley*. I denna artikel analyserar och tolkar Göthlund de kvinnliga modellernas position, och problematiserar hur de gestaltas. Göthlund studerar och analyserar sitt material med ett feministiskt perspektiv och menar på att alla visuella representationer av kvinnor och kvinnlighet påverkar oss, och att det därmed är viktigt att också analysera mode-och reklambilder med samma relevans och tyngd som när man analyserar övrig konst. Hon applicerar Mulveys teori kring makten och blicken med begreppet *the gaze*, och använder sig också av begrepp från teoretiker som Anette Kuhn och Mieke Bal och diskuterar möjligheter för en alternativ blickposition i sitt valda material.¹⁹

Nya röster inom fältet dyker ständigt upp, och ett relevant bidrag till detta är uppsatsen *En handelsvara i feministkläder*. Här undersöker genusstudenten Vilma Ljunggren Forsberg plagg med feministiska budskap utifrån Lukács teori om reifikation kombinerat med Foucauls teori om normer och normalitet. I sin undersökning lutar sig Ljunggren Forsberg mot

¹⁷ Pollock, Griselda, *Frånvarande kvinnor: nytt perspektiv på kvinnobilder*, i *Feministiska Konstteorier; Skriftserien Kairos nummer 6*, Raster, Stockholm, 2001.

¹⁸ Hirdman, Anja, *Tilltalande bilder. Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*, Atlas, Stockholm, 2002, s.8-13.

¹⁹ Göthlund, Anette, *Makt och blickar i Sisleys modebilder*, *Konsthistorisk Tidskrift*, 72:3, 206-216, 2003.

Utmaningar – Feminismens (o)möjlighet under nyliberalismen, av Falhgren, Giritli Nyberg och Johansson, och det är utifrån dessa forskare och deras läsning av Foucaults normaliseringsgrepp som mode diskuteras utifrån hur feministiska perspektiv påverkas av nyliberalismen. Ljungberg Forsberg använder sig av ideologikritik som metod i undersökningen av sitt material, som syftar till att avslöja den ideologi som döljer sig bakom ett material.²⁰

TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER

Denna undersökning kommer att utgå ifrån ett blickteoretiskt perspektiv kombinerat med ett kulturhistoriskt perspektiv. *Blickteorin* springer ur Laura Mulveys artikel *Visuell lust och narrativ film* (1975). Denna text tillsammans med andra film-och konstteoretiker har tillsammans format det vi idag kallar för *blickteori*. Nedan redogörs för dessa teorier och perspektiv, samt de begrepp som blir relevanta för undersökningen.

BLICKTEORI

Den teoretiska utgångspunkten i den här uppsatsen kommer också att fokuseras kring *blickteori*, detta utifrån Laura Mulvey och hennes text *Visuell lust och narrativ film*, från 1975. Mulvey använder sig av psykoanalysen som ett politiskt vapen för att demonstrera hur det patriarkala samhället får oss att se kvinnor som objekt. Genom att analysera Hollywoodfilmer visar Mulvey på hur vi genom filmen reproducerar kvinnan som objekt, och låter mannen vara den aktiva karaktären som för handlingen framåt, det är också honom vi identifierar oss med.²¹

Mulveys teori utgår ifrån ett feministiskt perspektiv på makt, och menar på att den som äger blicken också äger makten. Genom att använda sig av ett blickperspektiv undersöks vilken blickposition den avbildade har, men också hur hen blir betraktad.²²

Mulvey förklarar bakgrunden till mannens, och därmed samhällets, besatthet av att ikonisera kvinnan för ett sexuellt begär med männens kastrationsångest. Som en strategi för att

²⁰ Ljunggren Forsberg, Vilma, *En handelsvara i feministkläder – en studie av feminism inom mode som exempel på reifikation*, Kandidatuppsats, Institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap, Stockholms Universitet, 2017.

²¹ Mulvey: 2001, s.47/48.

²² Mulvey:2001, s.55-57.

motverka detta måste kvinnan antingen feticheras, vilket i denna mening betyder att hon endast förblir ett obetydligt objekt, eller straffas i voyeuristisk mening, som är vanligt förekommande i skräckfilm då också blicken på kvinna är mer spionerande, hon är betraktad men vet inte om det.²³

Det finns mer konkreta visuella strategier för att avbilda kvinnan på ett avväpnade och icke-hotfullt sätt, vilket vi ofta kan se i mode-och reklambilder. Dessa kan alla förstås utifrån en viss typ av fetichering, det kan exemplifieras genom att fragmentera kroppen, sexualisera den avbildade med en sexuellt utmanande blick eller beröring, vilket görs på olika sätt för att tillfredsställa betraktaren så att denne inte ställs till svars för sin objektifierande blick.²⁴

Andra forskare som har utvecklat *blickteorin*, bland annat Mieke Bal, menar på att det finns en rörlighet i blickpositionerna, att det inte som Mulvey skriver, endast är den manliga, voyeuristiska blicken som erbjuds oss utan här finns fler alternativ. Enligt Bal är alltså inte det aktiva subjektets respektive det passiva objektets tillstånd statiskt, utan det finns möjlighet till en förhandling i detta. Rörligheterna i blickpositionerna, och därmed också makten, sker då den avbildade (objektet) tittar tillbaka på betraktaren, då hon alltså äger sin blick blir hon aktiv och därmed ett subjekt och det har skett en maktförskjutning.²⁵ Detta visuella motstånd som skapar möjlighet för objektet att bli subjekt och därmed försvårar en objektifierande blick kallar Bal för *focalizer*. Fokalisatorn fungerar som en narrativ agent som får oss att betrakta bilden på ett inkännande och medvetet sätt.²⁶

I studien kommer det tillämpas ett par begrepp som springer ur Mulveys teori, bland annat *the male gaze*, som är den objektifierande blick vi anammar som betraktare då vi betraktar kvinnor ur det objektifierande perspektiv som enligt Mulvey oftast är det som erbjuds oss.²⁷ Begreppet *the glance* kommer även att lyftas, vilket syftar till den igenkännande och medkännande blicken som man också kan inta som betraktare. Dessa begrepp i förhållande

²³ Mulvey:2001, s.59-62.

²⁴ Rose, Gillian, *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, Sage, London, 2007, s.113.

²⁵ Bal, Mieke, *Double Exposures. The Subject of Cultural Analysis*, Routledge, London/New York, 1996, s.256/257.

²⁶ Bal:1996, s.264.

²⁷ Mulvey:2001, s.55.

till varandra myntades av Norman Bryson, men har diskuterats vidare och utvecklats av Mieke Bal, som har en mer feministisk tolkning av dessa begrepp.²⁸

Ett annat relevant begrepp för undersökningen är *the come on-look*, som filmvetaren Annette Kuhn benämner som en sexuellt utmanande blick som kvinnor ofta ger kameran i pornografi men som även är vanligt förekommande i mode-och reklambilder. *The come-on look* tillåter betraktaren att sexuellt njuta utan att detta ifrågasätts, och se den avbildade endast som ett objekt till för betraktaren. Ytterligare ett begrepp som är utvecklat av Kuhn är *peeping-tom*, som syftar till en situation där den som blir betraktad inte har någon möjlighet att titta tillbaka på betraktaren, detta faller inom ramarna för voyeurism, och kan likas vid en spionerande situation, och betraktaren kan i lugn och ro ägna sig åt sitt tittande, utan att objektet märker någonting.²⁹

I uppsatsens tolkningskapitel kommer *blickteorin* och dess begrepp som ovan redogjorts för att tillämpas genom att undersöka och tolka hur kvinnorna i det valda materialet gestaltas som subjekt eller objekt. Genom användningen av *blickteorin* kommer studien att titta på hur kvinnorna betraktas, på vilket sätt och hur olika faktorer påverkar oss som betraktare att sexualisera bilderna. Studien kommer även att undersöka om det finns en egen vilja och ett ägande av sin egen blick hos de avbildade kvinnorna, och hur denna i så fall kan komma att tolkas.

KULTURHISTORISKT PERSPEKTIV

För att få en tydlig bild av det olika historiska perioder som undersökningens valda material är hämtade ifrån tillämpas ett kulturhistoriskt perspektiv i denna studie. Detta perspektiv syftar till att ge oss förståelse för hur både modefotografi och veckopress porträtterade kvinnor under 1970-talet och 1990-talet, och det ger oss samtidigt en inblick i feminismens relation till mode.

Genom Linda M. Scotts avhandling, *Fresh Lipstick – Redressing Fashion and Feminism* får vi en tydlig bild av hur relationen mellan mode och feminism såg ut, från 1800-talet fram till

²⁸ Bal:1996, s.263.

²⁹ Kuhn, Annette, *The power of the image. Essays on representation and sexuality*, Routledge&Kegan Paul, London/Boston/Melbourne/Henley, 1985, s.41/42.

1990-talet. Scott diskuterar även bilden av feminister under olika tidperioder, hur de gick från att ses som välklädda respektabla damer med makt, till en androgyn militant feministarmé, och slutligen till 90-talets ”fula” feminister som satte sig emot allt vad skönhetsidealen sa, slutade sminka sig och klädde sig i ”trista” kläder.³⁰

För att få inblick i den svenska kontexten lutar sig undersökningen mot Anja Hirdmans avhandling *Tilltalande bilder – genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib Aktuellt*, där Hirdman genom sin undersökning ger oss en bild av hur veckopressen porträtterade kvinnan under den senare delen av 1900-talet.³¹ För att få en förståelse i hur den generella porträtteringen av kvinnor och dess framställning av kvinnlighet tillämpas även Anette Göthlunds artikel, *Den omöjliga kvinnligheten*³², samt flera olika källor som ger oss en inblick i dagens modedefotografiska kontext och förhållandet mellan mode och feminism i vår samtid. Tillsammans med den historiska bakgrunden som redogjorts tidigare i uppsatsen ger detta perspektiv en grund för undersökningens kommande tolkningar.

MATERIAL OCH METOD

I undersökningens analysdel kommer en semiotisk bildanalys att tillämpas, då materialet som består av modedefotografi är passande för denna typ av analysmetod. Analysen kommer att utgå ifrån utgå ifrån Roland Barthes, med begreppen *denotation* och *konnotation*.³³ I analysen kommer även Lena Johannessons text *Sittandes semiotiker* att tillämpas, då hon analyserar och diskuterar ett bildmaterial utifrån de sittande positionerna och vad detta får för merbetydelse.³⁴ Användandet av *Sittandets semiotiker* blir relevant i denna undersökning eftersom flera av modellerna på de fotografier i det valda materialet intar sittande eller halvliggande positioner, vilket gör att Johannessons text kan bidra till analysen.

SEMIOTIK

En semiotisk bildanalys går ut på att genom tecken tolka hur en bild producerar betydelse, den är därmed intresserad av hur bilder kommunicerar men också skapar mening. Bilder är mångtydiga, och beroende på vilken kulturell kontext vi befinner oss i förmedlar de olika

³⁰ Scott:2005.

³¹ Hirdman: 2002.

³² Göthlund: 2000.

³³ Barthes, Roland, *Bildens Retorik*, Faethon, Stockholm, 2016.

³⁴ Johannesson, Lena, *Sittandets semiotiker, i Från modernism till samtidskonst: Svenska kvinnliga konstnärer*, red: Ericsson&Göthlund, Signum, Lund, 2003.

betydelser till oss. Grundtanken i semiotiken är att vi som individer ska ha möjlighet att tyda bilder, texter och visuella uttryck som bärare av mening. Semiotiken är också ett användbart redskap då vi vill förstå hur bilder påverkar och samverkar med betraktaren, bilden som tecken består på så vis av både innehåll och uttryck och blir därmed mångtydig även i denna mening.³⁵

Inom semiotiken brukar man påtala bilders olika bildkoder, precis som språk består av språkliga koder består också bilder av olika bildkoder. Dessa koder bygger på konventioner och ser därför olika ut beroende på kulturell kontext.³⁶ I analysen kommer begreppen *denotation* och *konnotation* att tillämpas, vilka myntades av Roland Barthes, och som själv förklarar sin metod genom att dela in den i tre delar/meddelanden; det lingvistiska, språkliga meddelandet (om det finns något sådant i bilden), det bokstavliga meddelandet och slutligen det symboliska meddelandet. Det bokstavliga meddelandet som framstår som ett underlag för det symboliska är *denotationen*, alltså bildens grundläggande mening. Det symboliska står för *konnotationen*, bildens merbetydelse.³⁷

Som står klart är alltså *denotationen* grundbetydelsen, det första du ser, den bokstavliga meningen i bilden, *konnotationen* däremot är styrd av den kulturella kontexten, kunskap hos personen som tolkar bilden, som kan vara baserad på ideologi, uppväxt och en rad andra ting, det som helt enkelt gör oss till dem vi är. På detta sätt blir bilder mångtydiga, och är öppna att läsas av vem som helst. Vad associerar jag med en bild av en skattande kvinna i bikini, med en tropisk drink i handen på en vit strand? Vi blir med våra tolkningar på den konnotativa nivån på sätt och vis en del av processen, bilden skapar genom sin existens mening, men också genom den som tolkar bilden.³⁸

SITTANDETS SEMIOTIKER

I Lena Johannessons publikation diskuterar hon betydelsen av sittandets praktiker i måleri och verk från sent 1800-tal till tidigt 1900-tal, och hur detta hörde samman med moderna strömningar. Hon diskuterar hur det sittande positionerna historiskt har varit ett uttryck för

³⁵ Gripsrud, Jostein, *Mediekultur och mediesamhälle*, Daidalos, Uddevalla, 2002, s.138-141.

³⁶ Ibid.

³⁷ Barthes:2016, s.36-38.

³⁸ Barthes:2016, s.53/54/58.

makt, helighet, och härskande, men hur det under åren runt sekelskiftet får nya betydelser, framför allt för de kvinnliga modernisterna som exempelvis Sigrid Hjertén.³⁹

Johannesson visar på hur det allrdagliga motivet sittande blev en nyckelkod vid denna tids människoskildringar, där klass, kön och etnicitet diskuteras och problematiseras av de kvinnliga modernisterna.⁴⁰ En position som Johannesson belyser som särskilt intressant och betydelsefull är sittande gestalter i diagonal placering, hon menar på att denna position blev den mest symboliskt laddade av de sittande praktikerna eftersom den flitigt bidrog till en diskussion om genusroller. Ett porträtt av en kvinna i denna position kunde bland annat konnotera avspändhet, elegans och intellektualitet, och blev därmed ett tecken för en mer jämställd relation mellan kvinnor och män. Vi kan se exempel på detta i verket *Dagens arbete bedöms*, av Anna och Michael Ancher från 1883, där kvinnan i bilden lutar sig tillbaka i en gungstol så hennes kropp hamnar i just denna diagonala placering, bakom henne sitter en man upprätt och de betraktar båda måleriet framför dem.⁴¹

Studien kommer i analysdelen att arbeta med semiotik, för att först grundligt beskriva vad vi ser i bilderna, *denotationen*, och sedan övergå i bildernas möjliga merbetydelser, *konnotationen*. Undersökningen kommer delvis luta sig mot populärkulturella fenomen och visuella uttryck i vår kultur för att få fram vad bilderna konnoterar utifrån sin kulturella kontext. Johannessons publikation *Sittandets semiotiker* kommer också att tillämpas i de bilder där kvinnornas poser uppenbart kan liknas vid några av de verk Johannesson tar upp i sin forskning. Det finns en medveten kring att de konnotationer som uppstår ur tolkandet av bilderna utgår ifrån den som tolkar dem, och som tidigare nämnts finns en mångtydlighet i bilder vilket betyder att de kan läsas olika beroende på vem som tolkar dem.

FOTOGRAFIER FRÅN DAMERNAS VÄRLD

Material i studien är hämtat från magasinet *Damernas Värld*, där olika nedslag har gjorts i publikationen. Studien syftar till att titta närmare på sex olika fotografier föreställande kvinnliga modeller, som alla har publicerats i *Damernas Världs* modeavsnitt.

³⁹ Johannesson:2003, s.22/23.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Johannesson:2003, s.27/28.

Damernas Värld är ett svenskt modemagasin som gavs ut första gången 1944 och riktar sig till kvinnor i åldrarna 25–45. Utöver mode gör tidningen reportage om hälsa och skönhet samt olika intervjuer med bland annat kulturpersonligheter och chefer, ofta kvinnor, då tidningen riktar sig till denna målgrupp. Tidningen ges ut av *Bonnier Magazines & Brands* och chefredaktör är just nu Martina Bonnier.⁴²

Eftersom studiens utvalda bilder inte har några titlar, så har de tilltilldelats titlar för att lättare kunna referera till dem i texten. Materialet i undersökningen består av: *Pojkflicka (Bild 1)* från nr. 36 1973. Bilden är en del i *DV-mode*, och är en klassik annons där *Damernas Värld* har satt ihop en outfit som kvinnan bär, och där kläderna är från flera olika märken. Den andra bilden i undersökningen är *Kvinnlig i khaki (Bild 2)* från nr. 22 1975. Denna bild har samma upplägg som *Pojkflicka*, med kläder från flera märken och butiker, någon fotograf är ej omnämnd i någon av dessa bilder. Nästa bild, *Naturkvinnan* är från nr. 9 1994 och är tagen av fotografen Stefan Andersson och följer samma mönster som de föregående bilder. Den fjärde bilden i min undersökning är *La Garçonne (Bild 4)* från nr. 2 1996, bilden är tagen av fotografen Carl Bengtsson. Till skillnad från de andra bilderna så är detta en reklamannons för märket *Peak Performance*, men tillhör samma modeavsnitt i tidningen. *Idrottaren (Bild 5)* från nr. 13 2014 är även detta en reklamannons, denna gång för *H&M:s* samarbete med designen *Alexander Wang*, bilden är tagen av fotografen Mikael Jansson, en känd modefotograf. Den sista bilden i min undersökning är *Kosmopoliten* från nr. 9 2017, fotograferad av Jesper Brandt, och i denna bild är vi tillbaka till upplägget där *DV-mode* har valt ut kläder från olika märken.

URVALSDISKUSSION

I valet av material var mitt sinne till en början väldigt öppet, det jag visste var att jag ville undersöka modefotografi från ett modemagasin. Jag funderade över *Elle* och *Vogue*, men insåg sedan att jag ville undersöka en modetidning ur en svensk kontext, och gärna en och samma tidning. Eftersom *Damernas Värld* är ett svenskt modemagasin som funnits sedan 1944 kunde jag avgränsa mig till endast denna tidning och undersöka de år jag hade bestämt mig för. När jag sedan gjorde mitt urval av fotografier från *Damernas Värld* gjorde jag nedslag utifrån tre olika epoker som har varit viktiga för kvinnokampen och den feministiska

⁴² <http://www.damernasvarld.se/> - hämtad 2018-02-13.

historien, runt 1975, 1995 och vår egen samtid, runt 2015. Jag hade även funderingar på att göra ett nedslag i *Svensk Damtidning* kring 1919, och gick även igenom detta material.

När jag satt ner med materialet gick jag till en början igenom alla utgåvor av *Damernas Värld* kring de år jag var intresserad av, vilket omfattade 52 tidningar om året under 70-talet, tolv nummer per år under 90-talet och har sedan dess utgivits i samma takt. Jag fann det extra intressant att undersöka bilder från *Damernas Värld*, då detta är en tidning som många skulle kategorisera som *mainstream*, då de skriver själva att de vill nå ut till *alla kvinnor*. Detta tyckte jag kändes spännande, då det jag ville undersöka i stor grad handlade om politiska budskap, men nu i en relativt opolitisk kontext.

Då jag gjorde mitt urval var jag intresserad av att hitta fotografier som på olika sätt kunde vara intressanta för min undersökning och som kunde diskuteras i relation till feminismen. Jag måste poängtera att fotografierna i denna undersökning inte är särskilt representativa för *Damernas Världs* generella bild av kvinnan, utan de stack i min mening ut, och är noga utvalda för just denna undersökning för att kunna bidra till en intressant diskussion kring mode och feminism, trots att de är hämtade ur ett modemagasin som inte uttalat är feministiskt.

AVGRÄNSNINGAR

När jag först började fundera över undersökningens omfattning och material ville jag även titta på modedefotografier från första vågens feminism, runt åren kring kvinnas rösträtt i Sverige, 1921. När jag undersökte detta material, som jag fann i *Svensk Damtidning*, så fanns det väldigt få modedefotografier från denna tid, framförallt ur en svensk kontext. Jag valde då bort denna epok eftersom det i min mening skulle bli ett alltför spretigt material och lite för brett för uppsatsens format.

DISPOSITION

Ovan har jag nu presenterat uppsatsens inledning, dess teoretiska perspektiv, val av metod samt vilket material jag kommer att undersöka. Det som nu följer är en första läsning av bilderna, där jag genom semiotikens verktyg *denotation* och *konnotation* analyserar bilderna. Efter detta följer ett tolkningsavsnitt som kommer fokuseras kring *blickteori* där resultatet av den semiotiska analysen vävs samman med undersökningens teoretiska perspektiv. Därefter följer ett avsnitt som fokuseras kring kvinnorollens betydelse i verken, därefter hur detta kan länkas samman med bilden av feminister, och kopplingen till de feministiska vågorna.

UNDERSÖKNING

LÄSNING AV BILDERNA

Undersökningen inleds med en semiotisk analys genom en första läsning av bilderna där begreppen *denotation* och *konnotation* reder ut bildernas grundbetydelse, samt merbetydelse. En grundlig beskrivning av det vi ser i bilderna inleder analysen, vilket följs av bildernas konnotationer och vad dessa kan säga oss om bildernas symboliska meddelande. I de bilder där ett tydligt textbudskap följer med bilden, kommer detta behandlas som ett språkligt meddelande och analyseras utifrån sin lingvistiska betydelse.⁴³

POJKFLICKA

Den bild som inleder analysen är ett fotografi från nr. 36 i *Damernas Värld* 1973, i denna undersökning har jag valt att kalla bilden *Pojkflicka (Bild 1)*. På bilden kan vi se en kortklippt kvinna med brunt hår sitta på en stentrappa utanför ett hus. Hon sitter med lätt ihopsjunkna axlar och hennes blick möter kameran. I bakgrunden ser vi in i ett ödsligt hus med stora glasfönster, vi kan skymta några stolar och en gardin inne i huset. Kvinnan har på sig en grårutig kostym, en marinblå kapp, en gråmönstrad kofta och en stor vit skjortkrage som faller ned över hennes axlar. På kvinnans bägge sidor ser vi inklippt svart text där vi kan läsa oss till var man kan införskaffa kvinnans kläder, och vad priset är.

Kvinnans kortklippta hår och kostymen som ett tecken för stereotyp manlighet i kombination med kvinnans sminkade ansikte konnoterar ett androgynt uttryck.⁴⁴ Hennes uttryck påminner oss också om 40-talets pojkflicka, med populärkulturella fenomen och inspiration från filmer som *Annie Hall* och *Bonnie & Clyde*.⁴⁵ Blicken och de lätt ihopsjunkna axlarna konnoterar en uppgivenhet hos kvinnan, ensam sittandes på trappan framför det ödsliga huset får vi en känsla av att hon väntar på någon som inte har dykt upp. Hennes position, sittandes på trappan kan ge oss olika konnotationer, genom Johannessons läsning av sena 1800-tals verk kan vi jämföra denna position med *Höskörden* av Jules Bastian-Lepage från 1878, där vi kan se en kvinna sitta i en slänt med ihopsjunkna axlar och tom blick. Just denna sittande position

⁴³ Barthes:2016, s.36-38.

⁴⁴ Barthes:2016, s.53/54.

⁴⁵ Cowie, Peter, *Annie Hall*, British Film Institute, London, 1996, s.32.

användes ofta för att skildra socialt utsatta människor vid denna tid.⁴⁶ Tecknet som dock talar emot detta är kvinnas propra och välklädda stil som konnoterar ekonomiskt välstånd och medvetenhet.⁴⁷ Hennes blick är också bestämd, som för att tala om för oss betraktare att trots att något kanske har gått snett, vet hon vad hon vill.

KVINNLIG I KHAKI

I nästa bild, *Kvinnlig i khaki (Bild 2)* från nr. 22 1975 kan vi först och främst definiera ett språkligt meddelande, till vänster i bild i brun text kan vi utläsa: *Kvinnlig i khaki*. Det språkliga meddelandet fungerar som en talande reklamtext för alla tre kvinnor som syns på bilden i kakifärgade kläder. En möjlig läsning av textens budskap kan vara att den vill få oss att inse att man inte behöver kompromissa med sin kvinnlighet även om man väljer att bära kakifärgade kläder.⁴⁸

På bilden ser vi två kvinnor placerade i en halvliggande position på ett sandigt underlag. De ligger tätt intill varandra och deras kroppar skapar en diagonal linje över bilden. Deras blickar är riktade åt samma håll, snett till vänster från betraktarens håll, men vi ser inte vad de tittar på. Deras ansiktsuttryck är lite undrande, kvinnan till höger i bild ser ut att säga någonting, hon kisar med ögonen och håller upp ena handen. Vi ser den andra kvinnas nakna fot vilandes mot sanden. Bägge kvinnorna har kakifärgade byxor och skjortor, den ena långbyxor, den andra bär byxor som slutar strax ovanför knät. De har båda schaletter knutna runt huvudet, nerdragna över pannan så vi precis kan se deras ögon. Kvinnan till vänster i bild har en kakifärgad schalet som täcker hennes hår. Kvinnan till höger i bild bär en svart schalet med orange/svart/vita mönster och på henne skymtar vi en blond axellång frisyr.

Utöver de här två kvinnorna så finns även en tredje person inklippt i det vänstra hörnet. Bilden som ser ut att föreställa en kvinna är mindre i skala, hon befinner sig i något slags ökenlandskap och har på sig kläder i likande framtoning som kvinnorna på bilden. Bredvid den inklippta bilden finns också en liten bildtext där det står; *Kvinnlig i khaki*, och efter följer information om var man kan köpa klänningen som den inklippta kvinnan har på sig. Uppe i

⁴⁶ Johannesson:2003, s.30/31.

⁴⁷ Barthes:2016, s.53/54.

⁴⁸ Barthes:2016, s.42-45.

högra hörnet finns också inklippt text till bilden, där det står vad för plagg de halvliggande kvinnorna har på sig, var man kan köpa dessa och dess pris.

Kvinnornas avslappnade positioner i sanden skulle kunna tyda på att de har en härlig dag på stranden, men det bär inga badkläder, vi skimtar inget vatten och deras täckande kläder konnoterar att det snarare är någon form av ökenmiljö de befinner sig i.⁴⁹ Den halvliggande diagonala positionen kan vi läsa som ett avslappnade tillstånd, och går vi tillbaka och tittar historiskt på betydelsen av denna position har den bland annat stått för avspändhet, elegans och informalitet.⁵⁰ Att deras undrande blickar är riktade från kameran, och söker sig åt ett annat håll kan vara ett tecken på att det är någonting eller någon där som fångar deras intresse. Kvinnan till höger i bild håller upp sin hand vilket kan tolkas som en samtalsgest, som förstärker tecknet på att de har ett samtal om någonting vi som betraktare inte kan se. Kvinnornas täckande kakifärgade kläder mot den sandfärgade ökenmiljön påminner om militärkläder och kan därför konnotera krig och våld, detta förstärks genom miljön kvinnorna befinner sig i och tiden bilden är tagen, då 1970-talet var en tid som präglades starkt av flera konflikter i världen, bland annat Vietnamkriget.⁵¹

Den inklippta kvinnan till höger i bild blir en kontrast till kvinnorna på bilden, då hon med ett stort leende, solhatt och kakifärgad klänning på ett tydligare sätt får representera en stereotyp kvinnlighet, vilket förstärks av bildtexten; *Kvinnlig i khaki*, och kvinnorna i sanden får representera en annan typ av kvinnor, både tuffare men samtidigt mer avspända.⁵²

NATURKVINNAN

När vi nu hoppar fram i tiden ungefär tjugo år till 90-talet, tittar vi närmare på ett fotografi från nr. 9 1994, en bild som i denna undersökning är döpt till *Naturkvinnan (Bild 3)*. I denna bild ser vi en kvinna ståendes i en träbåt hållandes en tamp, som försvinner ut i bildens vänstra del. Kvinnan står bredbent och hennes överkropp är lätt roterad. Hon tittar lite snett förbi kameran med kysande ögon. I bakgrunden kan vi se blått vatten, och skimtar på andra sidan vattnet två bojar. Ljuset faller mjukt över kvinnan i båten, och skiner även över vattnet

⁴⁹ Barthes:2016, s.53/54.

⁵⁰ Johannesson:2003, s.27/28.

⁵¹ Stockstad, Marilyn & Cothren, Michael.W, *Art History, Fifth Ed*, Pearson, Boston, 2013, s.1084.

⁵² Barthes: 2016,s.42-45.

bakom henne. Kvinnan har på sig ett par bruna kängor, bruna byxor och har en brun kofta knuten runt midjan. Kvinnas vita, fluffiga jacka har bruna ärmar och är uppknäppt, hon har huvan uppdragen så den täcker största delen av hennes panna, den ramar in ansiktet ansikte och inget hår är synligt i bilden. Under jackan som är halvt uppknäppt skymtas en brun manchesterskjorta med ljusare, nästan guldfärgade knappar. På bildens högra sida finns en bildtext i vitt som talar om för oss vad kvinnan bär för plagg och priset på dessa.

Bildens miljö och kontext, med vattnet och träbåten konnoterar ett lugnt, behagligt liv ute i det fria, iväg från stress och prestation inför sitt utseende.⁵³ Det naturliga, kalla ljuset som faller över bilden påminner om det typiska skandinaviska ljuset vi kan se i målningar av bland andra Anders Zorn och kan därför konnotera nationalromantik.⁵⁴ Kvinnans position vittnar om att hon håller på att dra in båten, och hennes rejäla till synes slitstarka kläder tillsammans med hennes sysselsättning blir ett tecken på att detta är en praktisk och händig person. Kvinnans pose och iscensättning påminner om en klassisk skildring av män från arbetarklassen, hon kan liknas vid många av de avbildningar som gjorts av fiskare i Skagen, bland annat av Michael Anchers.⁵⁵ På så vis uttrycker bilden könsneutralitet, det är snarare en bild av en *person* i en båt än en kvinna i en båt. Kvinnan på bilden är ensam men hennes sneglade blick uppåt, förbi kameran kan ses som ett tecken på att det är något eller någon annan där, och hennes blick är något misstänksam mot det hon ser på. Hennes ensamhet sammankopplat med den misstänksamma blicken utstrålar en känsla av sårbarhet i bilden.

LA GARÇONNE

Nästa bild är en annons för märket *Peak Performances*, den visades i nr. 2 1996. På bilden kan vi i den inklippta texten läsa *Garçonne (Bild 4)*, och det kommer även bilden att kallas för i denna undersökning. Bildtexten *Garçonne* fungerar som ett språklig meddelande, och syftar till kvinnan på bilden.⁵⁶ Begreppet *garçonne* har sedan sent 1800-tal använts för att gestalta kvinnor med androgyna drag men blev efter första världskriget och framförallt på 1920-talet

⁵³ Barthes:2016, s.53/54.

⁵⁴ Sandström, Birgitta, *Zorn*, Natur och Kultur, Stockholm, 2005, s.29/30.

⁵⁵ Eriksson, Yvonne & Göthlund, Anette, *Möten med bilder*, Studentlitteratur, Lund, 2012, s.74/75.

⁵⁶ Barthes:2016, s.42-45.

synonymt med den oberoende singelkvinnan som klippte håret kort och bar korta, raka klänningar.⁵⁷

I bilden ser vi fyra bilder ihopklippta till en, i förgrunden till dessa bilder ser vi samma kvinna, som poserar olika på de fyra bilderna. Bilden är svartvit med en mörk gråspräcklig bakgrund och en vit, smal kant ramar in var och en av de fyra bilderna. Kvinnan i bilderna står upp, hon har blont bakåtkammat hår och hennes ansikte är starkt belyst. Hon har på sig ett par vita byxor, ljus skjorta, svart slips och en kort jacka i något mörkare nyans. Hennes ansiktsuttryck varierar mellan neutralt och mer bestämt, men blicken riktad mot kameran på alla bilder. På en av bilderna är kvinnans mun lite halvöppen, och på en annan blottas en bit av hennes mage. I bildens högra hörn kan vi läsa bildtexten: *Garçonne*, och efter det ett upprådande av de plagg hon bär.

Kvinnans kläder, framför allt skjortan och slipsen konnoterar en klassik herrstil, vilket tillsammans med begreppet *Garçonne* skapar en lek med könsroller, detta förstärks också genom mötet mellan kvinnans dockliknade ansikte och hennes kläder. Samtidigt skapar begreppet *garçonne* tillsammans med det visuella uttrycket i bilden ett tydligt tecken för att det är en kvinna i bilden.⁵⁸ Det pojkflickiga uttrycket är därmed tillbaka här, det finns också uppenbara kopplingar till modeikonen Twiggy genom kvinnans mycket smala kroppsbyggnad och det pojkflickiga uttrycket.⁵⁹ Bildens visuella uppbyggnad med de fyra rutorna påminner samtidigt om Andy Warhols många verk och avbildningar av ikoner som bland annat Audrey Hepburn och Marilyn Monroe.⁶⁰ Det minimalistiska uttrycket i bilden gör också att vi drar kopplingar till sextiotalet, själva bildkontexten och rummet kan förstås som en fotostudio, och genom små justeringarna i kvinnans poser leder de in oss på att hon kan befinna sig på en casting av något slag. Kvinnans blick som varierar lite från bild till bild är aktiv, och har intensiv kommunikation med betraktaren, vilket kan vara ett tecken på att hon vill ha ut någonting av betraktaren och det finns samtidigt en flörtighet i hennes blick.

⁵⁷ Scott:2005, s.166/167.

⁵⁸ Bartehe:2016, s.42-45.

⁵⁹ Conekin, Becky. E, *Fashioning Mod Twiggy and the Moped in 'swinging' London*, i *History and Technology*28, no. 2, 209-215, 2012.

⁶⁰ Stockstad&Cothren:2013, s.1092/1093.

IDROTTAREN

Det sista nedslagen som görs i denna analys är från en samtida kontext, den första bilden som tas upp är från nr. 13 2014, bilden är en reklamannons för *H&Ms* samarbete med designen *Alexander Wang*. I denna undersökning har bilden fått titeln *Idrottaren (Bild 5)*.

I denna bild ser vi en kvinna som står bredbent i en stadig pose. Hon bär svarta kläder vilket kontrasteras till den helvita bakgrunden. Kvinnan håller en hockeyklubba i sin vänstra hand, i den högra har hon i något slags skydd. Hon har två långa flätor som hänger fram över hennes bröst, hennes hår är mörkbrunt, och vi kan se ett svart hårband som är inknutet i flätan.

Hennes ansikte är välsminkat och hennes blick är möter kameran med ett allvarligt ansiktsuttryck. Kvinnan har ett svart, brett halsband högt upp på halsen men texten *Wang* i grått, samma logga som även återfinns på kvinnans långärmade svartgråa tröja, där texten står på kvinnans högra underarm. Hon har ett par svarta shorts och ett par grå knästrumpor på sig, mellan dessa blottas kvinnas ben något.

Den helvita bakgrunden i bilden ger intrycket av en typisk fotostudio, då ingenting annat syns eller fokuseras i bilden än kvinnan ger detta en känsla av upphöjdhet, det är henne och ingen annan vi ska fokusera på. Kvinnas utstrålning, pose och attribut konnoterar styrka och sportighet, framför allt hockeyklubban blir ett tydligt tecken för en bild av en idrottare. I förlängningen kan hockeyklubban ses som ett slags vapen, kvinnas pose och intensiva uttryck säger åt oss att hon är beredd, rustad för strid. Det krigiska inslaget återkommer alltså här, och hon kan liknas vid något typ av amason.⁶¹ Samtidigt finns en annan dimension i bilden, kvinnans kraftigt sminkade ansikte och hennes breda halsband i kombination med de sportiga kläderna för tankarna till 90-talet och *Sporty-spice*, vilket konnoterar en kultur som präglas av *Girl Power*.⁶² Hennes blick in i kameran förstärker också en möjlig sexualisering kring bilden. Allt detta kombinerat konnoterar samtidigt en bild av en superkvinna, som kan liknas vid ett kvinnligt superhjalteportätt, hennes blick och allvarliga ansiktsuttryck vittnar om att hon har kontroll över situationen.

⁶¹ Barthes:2016, s.53/54.

⁶² Leach, Elizabeth Eva, *Vicars of 'Wannabe: Authenticity and the Spice Girls*, i *Popular Music* 20, no. 2, 143-167, 2001.

Sista exemplet i denna analysdel är ett fotografi från nr. 9 2017, som i studien har fått titeln *Kosmopolit (Bild 6)*. Frontalt i bilden ser vi en kvinna som sitter med särade ben på en stenspelare. I bakgrunden ser vi en gata, med ljusa valv och kolonner till vänster i bild, på höger sida skimtar vi en annan byggnad och några bilar som står parkerade på gatan efter varandra. Kvinnans överkropp är vriden åt vänster och hon håller upp sina händer i en tydlig gest åt samma håll. Hennes ansikte är i profil och blicken går i samma riktning som hennes gest med händerna. Hennes mun är öppen och hennes blick fokuserad på någonting till vänster om kvinna, och hon kisar med ena ögat. Kvinnans ansikte är sminkat, med ett tydligt markerat kindben och rödtonade läppar. Hennes mörkblonda hår är uppsatt i en knut. Hon har en svartvitrandig långärmad tröja på sig, ovan på denna en beige/vit randig kavaj som slutar vid armbågen, kavajen är uppknäppt. Hon har ett par vida, beigea plisserade byxor på sig. På bildens högra sida, precis nedanför kvinnans armbåge ser vi en inklippt text där vi kan utläsa; *Randig tröja*, efter det information om plaggens pris.

Bildens bakgrund med kolonnerna och de höga byggnaderna vittnar om att kvinnan befinner sig i någon form av stadsmiljö. Gatupelaren som kvinna sitter på med sina särade ben kan liknas vid en fallossymbol, vilket förstärks och fokuseras i bilden då den ramar in av kvinnans kropp och skapar en triangel kring detta parti, vilket bidrar till en sexualisering av bilden.⁶³ Hennes sittande position, som skulle kunna vara förminskande gör istället att hon framstår som mäktig med sin raka hållning och tydliga gester. Denna sittande position som kvinnan intar har historiskt uttryckt helighet och härskande, och då vi som betraktar kvinnan befinner oss i en låg position framstår kvinnan på bilden som mäktig.⁶⁴ Kvinnans tydliga kroppsspråk och ansiktsuttryck vittnar om att det är någonting som fångar hennes uppmärksamhet på hennes vänstra sida, hennes gestikulerande kroppsspråk och ansiktsuttryck visar att hon har en konversation med någon på gatan och det finns därmed en tydlig aktivitet i bilden, från kvinnans håll. Genom kvinnans kroppsspråk kan vi utläsa hon har en diskussion eller möjligtvis en argumentation med den osynliga personen, vilket vittnar om att hon är en person som inte låter sig tystas ner och inte är rädd för att ta plats.⁶⁵ Kvinnans välklädda siluett ger ett sofistikerat intryck, det kostyminspirerade modet med den gråa kavajen och de plisserade

⁶³ Göthlund:2003, s.210/211.

⁶⁴ Johannesson:2003, s.22.

⁶⁵ Barthes:2016, s.53/54.

byxorna ger oss konnotationer åt en karriärkvinna, som samtidigt lite vågat bryter av detta med en långärmad svartvit tröja med bredare och mer uppenbara ränder. Detta, tillsammans med fallossymbolen och hennes mäktiga framtoning skapar en känsla av motsägelsefullhet över hela bilden.

TOLKNINGAR

MAKT OCH BLICKAR

Kvinnans positionering i mode-och reklambilder präglas inte sällan av passivitet och objektifiering för att verka inbjudande och lockande. Något som diskuterats flitigt i förhållande till detta inom konsten men också modedefotografi, reklambilder och film är *den manliga blicken*, eller *the gaze*, som präglar hela vår populärkultur och som reproducerar objektifieringen av kvinnan.⁶⁶ I detta avsnitt undersöks makt och blickar i bilderna med hjälp av *blickteorin* och dess begrepp. Genom detta diskuteras även kvinnornas positioner och uppfattningen av dem som objekt eller subjekt.

Om vi tittar lite närmare på bilderna i denna undersökning kan vi genom analysen konstatera att flera av kvinnorna på bilderna uppvisar en subjektivitet, samtidigt som jag nu i detta tolkningsavsnitt kommer visa på hur de samtidigt är utsatta för *den manliga blicken* samt andra strategier för att få dem att objektifieras och sexualiseras. Om vi tittar på *Kvinnlig i khaki* kan vi konstatera att deras blickar inte möter betraktaren, detta bidrar till ett voyeuristiskt inslag och vi kan tala om en *peeping-tom* effekt, där de avbildade inte är medvetna om att de är betraktade, och på så vis kan betraktaren ostört ägna sig åt sin njutning utan att känna sig skyldig.⁶⁷ Eftersom kvinnorna inte möter vår blick blir de mer exponerade även för den manliga blicken, *the gaze*. *The gaze* får oss att betrakta kvinnorna som objekt, vare sig vi vill eller inte, samtidigt vill jag hävda att det finns en subjektivitet hos kvinnorna i bilden, då de uppenbarligen i samråd med varandra har en diskussion kring någonting eller någon som vi inte ser. Vi kan genom detta konstatera att det finns aktivitet i bilden, trots kvinnornas vilande poser.

⁶⁶ Göthlund:2000.

⁶⁷ Kuhn:1985, s.41.

När vi tittar på *Idrottaren* konstaterades i analysen att detta är en bild av en kraftfull kvinna. Hockeyutrustningen och hennes bestämda position ger oss krigiska konnotationer samtidigt som vi kan finna en *gaze* här, där objektifieringen och sexualiseringen av kvinnans kropp förstärks genom en *come-on look*, som trots kvinnans uppenbart kraftfulla gestaltning bjuder in betraktaren till att sexuellt njuta av hennes uppenbarelse⁶⁸. På samma gång kan vi läsa in ett visuellt motstånd och ett utmanande i hennes blick, och samtidigt som vi betraktar henne så betraktar hon också oss med en stenhård blick. Detta möjliggör en rörlighet i blickpositionerna, en så kallad *focalizer*, där hon i samma stund som att vara betraktad som ett objekt kan återta makten genom sin blick och bli ett subjekt som vi istället för att betrakta genom en *gaze*, kan betrakta genom en *glance*.⁶⁹

För att vidare diskutera *the come-on look* kan vi titta närmre på *La Garçonne* där vi i analysen kunde urskilja en flörtig och intensiv blick från den porträtterade kvinnan gentemot kameran. Detta kan tolkas som en *come-on look*, samtidigt som det hos kvinnan finns en uppenbar egen vilja att uppnå och få ut någonting av betraktaren. Detta förstärker hennes subjektivitet och vi kan tala om att det finns en *glance* i bilden, som får oss som betraktar henne att känna *med* henne. Denna igenkännande blick, som ett alternativ till *the gaze* blir möjlig här just på grund av kvinnans intensiva kommunikation genom blickar med betraktaren. Att den som innehar blicken också innehar makten har vi redan konstaterat, och om vi grundligt betraktar dessa bilder kan vi då se tecken på att maktpositionen skiftar från bild till bild? I den första bilden, rutan längst upp till vänster, inger kvinnans framställning bilden av ett passivt objekt, och vi kan tala om en *gaze* i denna bild. Men sedan händer det något, kvinnan tar tillbaka och äger sin blick, det sker därmed en maktförskjutning och genom detta visuella motstånd skapas en *focaliser* i bilden, som får oss att betrakta den på ett mer medvetet sätt.⁷⁰

Också i *Pojkflicka* återfinns vi här en subjektivitet hos kvinnan. Hon inger ett passivt uttryck, framför allt genom sin kroppshållning, men tittar vi på hennes blick så ser vi att den utmanar betraktaren, och inte genom att framställa sig som ett sexuellt objekt, utan genom sitt bestämda uttryck. Vi kan tolka henne som en självständig och viljestark person, och hon liksom som kvinnan i *La Garçonne*, äger sin blick på ett sätt som gör att makten i blicken

⁶⁸ Kuhn:1985, s.42/43.

⁶⁹ Bal:1996, s.256/257/264.

⁷⁰ Ibid.

ligger hos henne. Vi ser på henne genom en *glance*, och även om det finns en känsla av sårbarhet och uppgivenhet i denna bild så är den blick som faller på henne medkännande och inte objektifierande.

Även i *Naturkvinnan* framstår modellen som ett tydligt subjekt, här förstärks detta genom hennes uppenbara aktivitet i bilden, det faktum att hon håller på att dra in en båt. Framställningen av denna praktiskt lagda kvinna ger henne rätten till sin subjektivitet, och vår blick på henne är genom en *glance*, och på samma sätt som i *Pojkflicka* betraktar vi hennes sårbarhet med en medkännande blick. Samma känsla av en självständig kvinna återfinns i båda bilderna, i *Pojkflicka* är det framför allt blicken som bidrar till detta medans det i *Naturkvinnan* är aktiviteten i bilden som bidrar till denna tolkning. Kvinnans blick möter aldrig riktigt kameran, utan sneglar istället misstänksamt snett förbi oss betraktare vilket gör det svårare att tala om en rörlighet i blickpositionerna. Samtidigt som vi konstaterat, är det från första början ett subjekt vi betraktar genom vår *glance*, och i detta fall är denna position konstant.

I *Kosmopoliten* uppenbarar sig en kvinna med en stark personlighet, vilket diskuterades i analysen, samtidigt pågår det en sexualisering av kvinnan i bilden, om vi tolkar gatupelaren som kvinnan sitter på som en fallossymbol. Kvinnans ben som ramar in detta parti gör att vi fokuserar vår blick just här, vilket i kombination med att kvinnan har sin blick bortvänd från betraktaren gör att hon lättare blir ett offer för objektifiering och *den manliga blicken*. Samtidigt kan denna position diskuteras och omförhandlas då vi väger in betydelsen av kvinnans aktiva position. Hennes tydliga aktivitet i bilden, en diskussion eller en möjlig argumentation och sättet som hon tar plats på möjliggör en alternativ blickposition och identifikation med kvinnan i bilden. Genom denna *fozализer* kan vi se på kvinnan som mer som ett subjekt än ett objekt för visuell njutning. På samma sätt som i *Naturkvinnan* skapas denna identifikation och subjektskapande av kvinnan genom bildens tydliga aktivitet.

GESTALTNING OCH BUDSKAP

I detta avsnitt kommer bildernas kontext och dess betydelse diskuteras, och hur den bidrar till hur kvinnorna uppfattas. Jag kommer att diskutera de olika kvinnoroller som visas upp i bilderna, och genom att jämföra dessa med andra tidstypiska gestaltningar av kvinnan argumentera för hur bilderna jag tittar på kan tolkas som normbrytande.

Hur någon i en bild är gestaltad, och i vilken rumslig kontext personen befinner sig kan vara avgörande i hur vi uppfattar och tolkar personen. När vi historiskt sätt talar om normativa kvinnoroller så kan detta innefatta: Måkan, Modern, Hemmafrun, Hushållerskan eller Sekreteraren, för att nämna några.⁷¹ Dessa kvinnoroller rör sig i rumsliga kontexter som i hemmet, med barnen, i köket, vid sidan av sin man eller vid det sistnämnda, på kontoret men där ofta vid sidan av en man, som i hierarkin står över kvinnan. Genomgående för alla dessa kvinnoroller är också att behaga mannen, och *den manliga blicken* som vi talade om i det förra avsnittet. Kvinnan står här alltid i relation till mannen, och uppenbarar sig som det svagare könet, objektet. Om vi lite övergripande diskuterar bilderna i min undersökning så kan vi konstatera att ingen av dem representerar en hemmiljö, kvinnorna på bilderna förhåller sig inte heller till några män eller barn, och i det fallet där det är två individer på bilden, i *Kvinnlig i khaki*, så är detta två kvinnor som ägnar sig åt varandra.

Om jag skulle placera in de två kvinnorna från *Kvinnlig i khaki* i någon form av kvinnoroll skulle jag vilja tala om äventyrare. Den rumsliga kontexten de befinner sig i är en öken, för oss ur ett svensk perspektiv en avlägsen och exotisk plats långt hemifrån. De är klädda på ett sätt som får oss att förstå att det inte är där för att sola och bada, utan som jag tagit upp tidigare finns det kopplingar till kamouflerade soldatkläder i deras outfits. Vare sig de ligger i krig eller ute på någon form av ökenvandring eller safari så framställs de mer som ett par äventyrliga polare som i avslappnade lite grabbiga poser tar en paus i sanden.

I *Pojkflicka* visas en annan typ av kvinnoroll upp, en för mig självständig pojkflicka med en stark vilja och integritet. Hon befinner sig ensam på en veranda utanför ett ödsligt hus och ingen annan person skymtas i bilden. Om vi tittar på andra *kvinnobilder*, representationen av kvinnan i veckotidningar kring tidigt 70-tal, som både *Kvinnlig i khaki* och *Pojkflicka* är ifrån, riktar sig tidningarna ofta till den unga modern, som nästan genomgående står i relation till sina barn. Artiklar och reklambilder är fulla av tips för hur du ska kunna hantera ditt dubbelarbetande, alltså sköta både hemmet och ha en karriär, samtidigt som du översköls av tips på hur du ska banta dig till en fin och hälsosam kropp.⁷² Om vi jämför dessa

⁷¹ Hirdman, Yvonne, *Genus – om det stabila föränderliga former*, Liber, Malmö, 2001, s.60-62.

⁷² Hirdman:2002, s.110-112.

representationer av kvinnan med *Kvinnlig i khaki* och *Pojkflicka* kan vi se hur dessa två gestaltningar av kvinnor tydligt bryter detta mönster då det i bilden fokuseras på dem och ingen annan, kombinerat med att också den rumsliga kontexten bryter mönstret för var den unga mamman ska befinna sig och sysselsätta sig med.

I *Naturkvinnan* kan vi se en kvinnoroll som är praktisk och händig och befinner sig ute i naturen, en gestaltning av en friluftskvinna. Den rumsliga kontexten som här är utomhus, i en båt vid ett hav eller en sjö talar om för oss att kvinnan är en naturmänniska och genom att titta på hur kvinnan framställs kan vi konstatera en denna kvinnoroll inte heller bryr sig speciellt mycket om att inneha ett perfekt yttre. Om vi tittar på *La Garçonne* så befinner sig kvinnan inomhus, i en fotostudio av något slag, där hela situationen kan tolkas som en casting eller något liknade. I denna kontext framstår kvinnan som en pojkflickig skådespelare, med tydliga mål i livet, att få rollen. Bilden ger ett seriöst uttryck då den anspelar på minimalism och ett sextiotalsideal, som i och för sig inte är speciellt feministiskt med sina oerhört snäva kroppsideal och en bestämd uppfattning av vad en kvinna ska vara. Samtidigt pågår en omförhandling av makten genom blickar i denna bild och en lek med könsroller, framför allt genom modet i bilden.

På många sätt menar jag på att även dessa bilder bryter normer kring hur kvinnor porträtterades i veckotidningar på 90-talet, viket är tiden som båda bilderna är ifrån. Den typiska bilden av kvinnan vid denna tid var en kvinna som var åtråvärd och eftersökt och som skulle ha *det*. Supermodeller och kändisar står för det ouppnåeliga ideal som kvinnor i hela sina liv ska sukta efter och jobba för med hjälp av strikt kropps kontroll och oändliga skönhetsritualer. Att ha ett perfekt yttre enligt de rådande idealen gör kvinnorna åtråvärda för män, samtidigt är det mycket tal om hur deras erotiska kapital kan ge dem mera makt. Dessa budskap utgår dock främst från männens syn på kvinnan, med uppmaningar som: *Var nöjd med din kropp, killar gillar normala tjejer!* som här blir en motsägelsefull och på samma gång förtryckande retorik.⁷³ Kvinnorollen framställs alltså här som en individualist, mån om sitt utseende som konstant bedöms utifrån *den manliga blicken*. I mode-och reklambilder från veckotidningarna visas kvinnan upp som ett behagfullt objekt, likt en fulländad evig skönhet, hon befinner sig nu allt oftare utanför hemmets väggar, på en strand, i en stadsmiljö och vi ser

⁷³ Hirdman:2002, s.202/203.

allt färre bilder där barn närvarar. Samtidigt är *den manliga blicken* och en överliggande objektifiering närvarande i dessa bilder.⁷⁴

Jag vill hävda att både *Naturkvinnan* och *La Garçonne* bryter mot dessa mönster, och framför allt ser vi detta i *Naturkvinnan*, som blir en motsats till bilden av supermodellidealet både genom sitt utseende, sina kläder och sin aktivitet i bilden. Som jag diskuterade i det förra kapitlet så bidrar dessa faktorer till att vi betraktar henne som ett subjekt, vars gestaltning och porträttering sticker ut om man jämför med det rådande idealet på 90-talet. När det kommer till *La Garçonne* så sticker hon till sitt yttre inte ut på samma sätt, men här blir det avgörande i tolkandet av hennes gestaltning som ett subjekt blickarna. Hur vi ser på henne, och hur hon ser tillbaka på ett sätt där makten omförhandlas. Hon må presenteras som ett njutbart objekt men hon tar tillbaka sin blick och visar på ett visuellt motstånd i bilden som inte är särskilt vanligt förekommande om vi tittar på andra porträtteringar av kvinnor i mode-och reklambilder från denna tid.⁷⁵

I bilden *Idrottaren* kan vi se en kvinnoroll som kopplas till den starka idrottskvinnan. Femininitet kombinerat med styrka gestaltas i denna bild och på samma sätt som i *La Garçonne* finns dubbla budskap i bilden, en dimension av sexualisering men samtidigt ett återtagande av makten genom kvinnans blick som gör att hon i slutändan framstår som ett subjekt. Även i *Kosmopolit* återfinns subjektiviteten, samtidigt som det går att urskilja en sexualisering av kvinnan i bilden. Om vi ska tala om hennes kvinnoroll kan hon placeras in i rollen som den viljestarka kosmopoliten, en självsäker kvinna som väl passar in i samtidens ideal med sin smala kropp och spännande livsstil. Bilden uttrycker också en stark personlighet, en kvinna som tar plats genom sin aktivitet, och jag menar att dessa faktorer i båda bilderna bidrar till att de går att tolka in ett feministiskt budskap hos dem.

När vi talar om en samtida kontext i mode-och reklambilder finns numera en ganska vid representation av kvinnan. Samma mönster av individualism, narcissism och uppmaningar om att ta hand om sin kropp och sitt utseende finns kvar i stor utsträckning. Men den kritik som riktas mot detta, som med säkerhet existerade även på 90-talet, har nu även fått utrymme i

⁷⁴ Hirdman, 2002, s.205-208.

⁷⁵ Se bildexempel från A.Hirdmans forskning s.207.

veckomagasinen. Om vi ser på *Damernas Värld* från vår nutid finns flera reportage som tar upp vår problematiska hets kring utseende, en klädkollektion har till och med gjorts av artisterna *Icona Pop* som en reaktion mot detta.⁷⁶ Kvinnorollen, vår syn på idealkroppen och utseende problematiseras och diskuteras, samtidigt som tidningarna fortsätter att göra reklam för produkter som vi måste ha för att exempelvis inte få rynkig hy. Något som kan påpekas är att skönhetsprodukter riktade till män har blivit allt vanligare, likaså deras utseendefixering och krav på sig själva inför att ha en perfekt kropp. Så, kan vi därmed konstatera att vi lever i ett jämställt och feministiskt samhälle nu? Inte fullt ut, för baserat på det vi har tittat på kan vi konstatera att det fortfarande finns snäva normer, inte minst i modevärlden, som konstant påverkar oss, vår självkänsla och uppfattning om vad en önskvärd kropp ska vara.⁷⁷

Idealkvinnan som numera presenteras för oss är fortfarande en smal och hälsosam kvinna som regelbundet tränar och sköter om sin kropp, hon är snygg och sexig men samtidigt medveten, välutbildad och har en framstående karriär. Det är på många sätt en livsstil som säljs in genom mode- och reklambilder, och genom dessa uppmanas vi till att *ta hand om oss*, fokusera på oss själva, vilket i förlängningen gör oss till de individualister, narcissister och elitister som så många menar har blivit synonymt med samhällsklimatet idag.⁷⁸

Genom feminismens normalisering och intåg i modevärlden ser vi flera olika typer av kvinnliga representationer i modebilder, vilket gör att det inte i samma utsträckning går att tala om att bilderna från den samtida kontexten i detta material är normbrytande i samma utsträckning som i de föregående bilderna. Samtidigt innehar de, ett visst mått av denna vara, då vi jämför med den modefotografiska kontexten som fortfarande idag är full av objektifierande bilder på unga kvinnor som framställer ett kvinnligt ideal omöjligt att leva upp till. Hur bilderna genom detta förhåller sig till, och eventuellt förmedlar feministiska budskap kommer diskuteras vidare i nästa avsnitt, där också samhällets inställning till feminismen under bildernas historiska kontext sammanvävs med bildernas möjliga budskap.

⁷⁶ <http://www.damernasvarld.se/kategori/mode/> - hämtad 2018-03-01.

⁷⁷ Göthlund:2000, s.65-74.

⁷⁸ Ruggerone, Lucia, *The Simulated (fictitious) Body: The Production of Women's Images in Fashion Photography*, *Poetics* 34, no. 6, 354-369, 2006.

I detta avsnitt kommer kvinnornas normbrytande framställning diskuteras och relateras till den generella bilden och samhällssynen av feminister. Vilka var feministerna, vad gjorde de och hur uppfattades detta utifrån den samtida kontexten? Kvinnornas porträttering kommer att sammankopplas med de feministiska vågorna och en diskussion kring om kvinnornas gestaltning kan kopplas till feministiska budskap kommer att avhandlas.

Under 70-talet utmärktes den feministiska kampen genom sin kollektivism och talan om systemskapet, det fördes kamper runt om i västvärlden, och i Sverige slog feminismen igenom stort under tidigt 70-tal. Utifrån sett sågs dessa nya feminister som en radikal kraft, ofta sammankopplad med vänsterrörelsen, och då ett mönster uppenbarande sig i deras sätt att klä sig, refererade media ibland till dem som ”en feministisk armé.” Stereotypen av denna nya feminist var att hon klädde sig i jeans och T-shirt och bar givetvis ingen bh. Deras hår var antingen långt, utsläppt och fritt eller mycket kortklippt vilket väckte uppståndelse då dessa kvinnor upplevdes som androgyna. Det kortklippta håret och den tillhörande ”feministiska uniformen” framstod från mer konservativa håll som vedervärdig och kvinnor som stämde överens med denna bild utmålades ofta som manshatande, sexfientliga och lesbiska.⁷⁹

Om vi tittar på *Pojkflicka* och hennes framställning så kan vi se androgyna framtoningar i denna bild, både när det kommer till hennes frisyr och modet i bilden, detta kan tolkas som en flört med den stereotypa framställningen av den nya feministen. Tittar vi på den generella bilden av 70-talskvinnan så utmärks detta av ett långt utsläppt hår, influerat av hippierörelsen som från sextioalet och in på sjuttioalet hade ett stort inflytande på den västerländska kulturen och modet.⁸⁰ I *Kvinnlig i khaki* är det en annan typ av kvinnobild vi ser framför oss, dessa två äventyrliga kvinnor iklädda ett mode som kan ses inspirerat av militäruniformen. Med denna tolkning ur sin samtida kontext upplevs dessa kvinnor kanske som hotfulla och om de nu skulle kopplas till medias framställning av de militanta feministerna så är denna bild ett skräckexempel för de konservativa medborgarna.

⁷⁹ Scott:2005, s.289-293.

⁸⁰ Scott:2005, s.289.

Det är på det hela taget svårt att säga hur väl dessa kvinnor överensstämmer med vem feministen var, eftersom hon, han eller hen kunde vara och se ut på väldigt många sätt, men om vi utgår ifrån stereotyper så finner jag att dessa två bilder kan ses som en koppling till medias konstruktion av en feminist på sjuttioalet. När det kommer till bildernas budskap i relation till feministiska värderingar så kan jag med det jag utläst i analysen och mitt tidigare avsnitt i diskussionen kring kvinnorollen konstatera att dessa bilder bryter den generella normen kring hur kvinnan och kvinnlighet skulle presenteras i en sjuttiotalskontext. Bilderna producerar på olika vis en tanke om kvinnlig självständighet, oberoende av mannen, och genom denna tolkning kan vi göra kopplingar till andra vågens feministiska budskap om kampen för kvinnans frigörelse från sin underordnade position i samhället.⁸¹

Om vi nu tittar på synen på feminister under 1990-talet så kan vi konstatera att bilden av en manshatande, sexfientlig och lesbisk kvinna fortfarande är en bild som många i samhället kopplar samman med feminister.⁸² Inom den svenska politiken fanns ett självförtroende inför Sverige som ett av världens mest jämställda länder, och genom detta menade många att feminismen inte längre behövde föra sina kamper, vilket kan vara en anledning till varför inte feminismen inte slog igenom hos den stora massan under 90-talet.⁸³ Denna nya våg av feminister och deras kritik kretsade runt skönhetsideal och ett massivt motstånd mot sexism inom populärkulturen växte fram. Dessa feminister skapade sina egna rum och magasin som ett alternativ till den som de ansåg genomgående sexistiska propagandan som sköljde över samhället varje dag.⁸⁴ Konstruktionen av feminister som fula och okvinnliga förstärktes antagligen genom den *anti beauty*-rörelse som pågick i USA, där feminister ansåg det som nödvändiga feministiska handlingar att gå emot skönhetsidealen, sluta sminka sig och inte bry sig om sitt utseende.⁸⁵

Hur kan vi då jämföra *Naturkvinnan* och *La Garçonne* med denna bild av feministen? I *Naturkvinnan* kan vi se ett kvinnoporträtt som blir en motsättning till alla de samtida

⁸¹ Sarrimo:2000, s.17-23.

⁸² Groeneveld, Elizabeth. *Third-wave Magazines and Feminist Public Cultures*, ProQuest Dissertations and Theses, 2010.

⁸³ Persson, Ingvar, *90-talets kvinna, i Tvärdrag: En Tidning för Debatt och Kritik, nr. 6*, Primo, Oskarshamn, 1991.

⁸⁴ Groeneveld:2010.

⁸⁵ Scott:2005, s.322-324.

skönhetsideal skriker efter. Genom sin könsneutralitet, sin subjektivitet och sitt oputsade yttre kan denna porträttering kopplas ihop med *anti beauty*-rörelsen och dess kritiska inställning till 90-talets skönhetsideal. Så samma gång faller hon kanske för vissa in i en stereotyp bild av hur feministen såg ut på 90-talet, men det beror givetvis på vem man frågar. Likaväl skulle hon kunna vara en friluftsklädd kvinna, på väg ut till havs utan några feministiska kopplingar alls.⁸⁶

Om vi tittar på *La Garçonne* så visar detta kvinnoporträtt inte upp samma tydliga koppling till en *anti beauty*-rörelse, då kvinnan på bilden är välsminkad och har ett yttre som stämmer väl överens med tidens ideal. Hon kan därför inte lika självklart som *Naturkvinnan* kopplas samman med bilden av feministen, men det finns någonting hos budskapet i denna bild som kan relateras till en alternativ porträttering av en kvinna i jämförelse med samtida mode- och reklambilder. Det är återigen leken med det androgyna uttrycket, här framför allt genom modet, och den påtagliga kaxigheten i bilden som uttrycker att detta är en kvinna med en intressant personlighet och inte bara ett sexobjekt. Detta var en viktig diskussion för många ur den tredje vågens feminism, som genom att analysera populärkulturella fenomen som film, skönlitteratur och serietidningar, hittade feministiska förebilder i detta.⁸⁷

Synen på feminismen och bilden av feministen har under de senaste åren vidgats enormt, och vi kan tala om en samhällelig normalisering av feminism. På en politisk nivå har feminismen etablerats på ett nytt sätt och fler politiker än någonsin kallar sig numera för feminister.⁸⁸

Denna feministiska trend har även slagit igenom i modevärlden, och när det lanseras kollektioner av kläder med feministiska budskap om att alla borde vara feminister samtidigt som modellerna och den övriga representationen av kvinnor i modedefotografi fortfarande är objektifierande och förhåller sig till ett visst ideal, kan detta ses som motsägelsefullt.⁸⁹ Detta bidrar dock till att synen på vem feministen idag är blir en annan, vi kan idag tala om snygga och medvetna kvinnor som kan vara upptagna av sitt utseende och fortfarande kalla sig feminister. Feminismens budskap och hela ideologi har under flera år utvecklats och idag kan vi tala om att den belyser fler perspektiv än bara kvinnokampen. Den feministiska diskursen

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Groeneveld:2009

⁸⁸ Gustafsson & Lübking:2016.

⁸⁹ Ljunggren Forsberg:2017.

innefattar idag ett intersektionellt perspektiv, som belyser maktobalans mellan flera grupper, och inte bara mellan könen, utan också mellan klass, etnicitet, sexualitet och funktionalitet för att ge några exempel.⁹⁰

I dagens uppkopplade informationssamhälle är sociala medier en viktig funktion för feminister. Det är här många hittar sina feministiska förebilder, som på exempelvis *Instagram* där användare för sina egna feministiska kamper kring alltifrån kroppsaktivism till ett feministiskt perspektiv på hudvård.⁹¹ Det var också på sociala medier som upproppet *#Metoo* startade i höstas och blev ett av de största feministiska upproppen någonsin. I *#Metoo* vittnade olika kvinnor om det sexuella våld och trakasserier de utsatts för i samhället. Fenomenet visade sig vara vida utbrett, och i Sverige har detta nu blivit den absolut största feministiska frågan som ständigt debatteras och diskuteras, inte minst inför höstens kommande val.⁹² Genom *#Metoo* visade det sig att det svenska samhället inte kommit så långt som vi trodde med jämställdhet och feminism, och lika väl som inom de tidigare feministiska vågorna kvarstår kampen om rätten till sin egen kropp.

Hur kan vi då titta på *Idrottaren* och *Kosmopoliten* utifrån sin feministiska samtid? Dessa bilder av starka, medvetna kvinnor förhåller sig till ett ideal som mer och mer flätas samman med bilden av feministen. De utstrålar femininitet och samtidigt kraft, vilket går i linje med det feministiska sloganen som visades på Chanel's modevisning 2014, *Feministe mais feminine!*⁹³ Samtidigt som feminismen breder ut sig och ser till fler maktperspektiv pågår alltså ett tillbakatagande av kvinnligheten, den ses som en styrka och något man ska uttrycka istället för att ta avstånd från, och på så sätt kan vi konstatera att både *Idrottaren* och *Kosmopoliten* passar in i denna nya bild feministen. Framför allt i *Idrottaren* ser vi en mycket tidstypisk bild av en feministisk kämpe, som i sin kraftfulla försvarsposition är redo att tackla världen med sin Girl Power-utstrålning. Hon blir också genom sin etnicitet en representation av den icke-vita kroppen, vilket inom dagens feministiska diskussion är en viktig faktor att lyfta, sett till det intersektionella perspektivet. Jämför vi med tidigare modedefografi från

⁹⁰ Lundberg&Werner:2014.

⁹¹ Carlsson, Kajsa & Skogsberg, Matilda, *Jag är det bästa som hänt feminismen sen suffrageterna - En kvalitativ studie om feministiska aktivisters användande av det sociala mediet Instagram*, Kandidatuppsats, School of Education and Communication, Jönköpings universitet, 2017.

⁹² <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/65-metoo-grupper-lamnar-kravlista-till-regeringen> -hämtad 2018-03-08.

⁹³ Ljunggren Forsberg:2017, s.17-18.

Damernas Värld så är representationen av rasifierade kvinnor inte alls lika närvarande, vilket också kan ses som ett tecken på att denna maktobalans håller på att förändras.

Även i *Kosmopoliten* ser vi ett porträtt av en kvinna som hävdar sin rätt och tar sin plats, inte i samma utsträckning som *Idrottaren*, men det som trots allt skiljer detta porträtt från många andra modedefotografier av kvinnor är hennes subjektivitet och medvetenhet i bilden.⁹⁴ Hon passar in i bilden av dagens feminist och feministiska budskap för att hon tar diskussionen, inte är rädd för att stå upp för det hon tycker och samtidigt gör detta med sin uppenbara kvinnlighet och feminina uttryck.

Vi kan alltså tala om att dessa kvinnoporträtt från *Damernas Värld* kan representera dagens feministiska budskap och bilden av vem feministen idag är, men samtidigt inte är normbrytande i samma utsträckning som de tidigare kvinnoporträtten, på grund av att feminismen har blivit trendig och mainstream. Men jag vill fortfarande hävda att de i en modedefotografisk kontext är normbrytande och nyskapande om vi på det övergripande planet tittar på hur kvinnor än idag objektifieras och sexualiseras i merparten av mode-och reklambilder.

⁹⁴ Ruggerone:2006, s. 354-369.

SLUTDISKUSSION

SLUTSATS

Genom analys och tolkning av fotografier från *Damerna Värld* har denna undersökning visat att det går att utläsa alternativa blickpositioner hos det valda materialet. Det har genom *blickteori* konstaterats att det trots en närvaro av *den manliga blicken* i flera fotografier finns möjligheter för kvinnorna att framstå som subjekt i sin gestaltning. Detta har belysts genom att återfinna *fokalisatorn* i bilderna, och genom denna visar undersökningen att det finns ett motstånd till *den manliga blicken* då kvinnorna tagit tillbaka kontrollen över blickpositionerna i bilderna. Trots den modedefografiska kontexten och den säljande funktion som mode-och reklamfotografi har i vår kultur har tolkningen visat att det finns alternativ till den sexualiserande objektifieringen i bilderna.

Studien har visat att porträtteringen av kvinnorna i flera fall är normbrytande utifrån sin kulturella kontext, men även visat på de fall då de flyter ihop med idealet av kvinnan, då detta ständigt är i förändring. Studien visar att det i framförallt i bilderna från 70-talet och 90-talet gick att tala om en annan typ av kvinnogestaltning än den som vanligtvis förekom, men att detta inte lika självklart går att se i fotografierna från vår egen samtid då det numera finns en vidare representation av bilden av kvinnan i modedefografi. Samtidigt visar studien att den modedefografiska kontexten fortfarande är full av kvinnor som gestaltas som sexualiserade objekt, och i jämförelse med dessa bilder sticker även det samtida materialet ut, men inte med samma tydliga normbrytande funktion som hos de tidigare fotografierna.

Undersökningen visar på ett samband mellan bilderna och olika feministiska budskap i de olika nedslagen, både när det kommer till gestaltningen, modet, attityderna och personligheterna i de olika kvinnoporträtten. Studien visar genom sitt kulturhistoriska perspektiv att dessa budskap och föreställningar om feminismen har förändrats över tid och att vi därmed kan tala om en normalisering av feminismen i dagens samhälle, vilket bidrar till att de samtida bilderna kan tolkas feministiskt och på samma gång förhålla sig till ett kvinnoideal som ligger i tiden.

VIDARE FORSKNING

För vidare forskning relaterat till detta ämne skulle det vara intressant att studera ett större material bestående av samtida modedefografi och se om dessa går att koppla till feministiska budskap. Det hade också varit spännande att undersöka modevärldens förhållningsätt till feminismen och vidare problematisera frågeställningen om mode överhuvudtaget kan vara feministiskt i sin helhetskontext. I en sådan typ av undersökning, med ett större material skulle en innehållsanalys vara mer lämpligt, och kanske även i kombination med en diskursanalys, då detta skulle underlätta för en vidare undersökning av feministiska diskurser i olika kontexter.

KÄLLFÖRTECKNING

TRYCKTA KÄLLOR

- Andersen, Charlotte, *Modefotografi. En genres anatomi*, Museum Tusulanums Forlag, Köpenhamn, 2006.
- Bal, Mieke, *Double Exposures. The Subject of Cultural Analysis*, Routledge, London/New York, 1996.
- Barthes, Roland, *Bildens Retorik*, Faethon, Stockholm, 2016.
- Butler, Judith, *Genus Ogjort: Kropp, Begär och Möjligt Existens*, Nordstedts Akademiska Förlag, Stockholm, 2006.
- Carlsson, Kajsa & Skogsberg, Matilda, *Jag är det bästa som hänt feminismen sen suffrageterna - En kvalitativ studie om feministiska aktivisters användande av det sociala mediet Instagram*, Kandidatuppsats, School of Education and Communication, Jönköpings universitet, 2017.
- Conekin, Becky. E, *Fashioning Mod Twiggy and the Moped in 'swinging' London*, i *History and Technology* 28, no. 2, 209-215, 2012.
- Cowie, Peter, *Annie Hall*, British Film Institute, London, 1996.
- Eriksson, Yvonne & Göthlund, Anette, *Möten med bilder*, Studentlitteratur, Lund, 2012.
- Gripsrud, Jostein, *Mediekultur – Mediesamhälle*, Daidalos, Uddevalla, 2008.
- Groeneveld, Elizabeth, *Third-wave Magazines and Feminist Public Cultures*, ProQuest Dissertations and Theses, 2010.
- Gustafsson, Carina & Lübking, Ida, *Feminismens intåg i politiken - Partiers strategier och bemötande av Feministiskt Initiativ*, Kandidatuppsats, Högskolan i Borås, 2016.
- Göthlund, Anette, *Den omöjliga kvinnligheten*, i *Kvinnovetenskaplig tidskrift*; 3, .65-74, 2000.

Göthlund, Anette, *Makt och blickar i Sisleys modebilder*, *Konsthistorisk Tidskrift*, 72:3, 206-216, 2003.

Hammar, Inger, *För freden och rösträtten. Kvinnorna och den svensk-norska unionens sista dagar*, Nordic Academic Press, Lund, 2004.

Hirdman, Anja, *Tilltalande bilder. Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*, Atlas, Stockholm, 2002.

Hirdman, Yvonne, *Genus – om det stabilas föränderliga former*, Liber, Malmö, 2001.

Johannesson, Lena, *Sittandets semiotiker*, i *Från modernism till samtidskonst: Svenska kvinnliga konstnärer*, red: Ericsson&Göthlund, Signum, Lund, 2003.

Kawamura, Yuniya, *Modeologi: en introduktion till modevetenskap*, Norstedt, Stockholm, 2011.

Kuhn, Annette, *The power of the image. Essays on representation and sexuality*, Routledge & Kegan Paul, London/Boston/Melbourne/Henley, 1985.

Leach, Elizabeth Eva, *Vicars of 'Wannabe: Authenticity and the Spice Girls*, i *Popular Music 20*, no. 2, 143-167, 2001.

Ljunggren Forsberg, Vilma, *En handelsvara i feministkläder – en studie av feminism inom mode som exempel på reifikation*, Kandidatuppsats, Institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap, Stockholms Universitet, 2017.

Lundberg, Anna & Werner, Ann, *Genusvetenskap, Politik och Samhällsengagemang*, Nationella sekretariatet för genusforskning, Göteborg, 2014.

Mulvey, Laura, *Visuell lust och narrativ film*, i *Feministiska Konstteorier; Skriftserien Kairos nummer 6*, Raster, Stockholm, 2001.

Persson, Ingvar, *90-talets kvinna*, i *Tvärdrag: En Tidning för Debatt och Kritik*, nr. 6, Primo, Oskarshamn, 1991.

- Pollock, Griselda, *Vad är det för fel med kvinnobilder? i Feministiska Konstteorier; Skriftserien Kairos nummer 6*, Raster, Stockholm, 2001.
- Pollock, Griselda, *Frånvarande kvinnor: nytt perspektiv på kvinnobilder, i Feministiska Konstteorier; Skriftserien Kairos nummer 6*, Raster, Stockholm, 2001.
- Rabinovitch-Fox, Einav, *This Is What A Feminist Looks Like: The New Woman Image, American Feminism, and the Politics of Women's Fashion 1890-1930*, ProQuest Dissertations and Theses, 2014.
- Rose, Gillian, *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, Sage, London, 2007.
- Ruggerone, Lucia, *The Simulated (fictitious) Body: The Production of Women's Images in Fashion Photography*, *Poetics* 34, no. 6, 354-369, 2006.
- Sandström, Birgitta, *Zorn*, Natur och Kultur, Stockholm, 2005.
- Sarrimo, Christine, *När det personliga blev politiskt. 1970-talets kvinnliga bekännelse och självbiografi*, Symposion, Stockholm, 2000.
- Scott, Linda. M, *Fresh Lipstick: Redressing fashion and feminism*, Palgrave Macmillan, New York, 2005.
- Stockstad, Marilyn & Cothren, Michael.W, *Art History, Fifth Ed*, Pearson, Boston, 2013.

OTRYCKTA KÄLLOR

Jung, Susanne, *Plakatmode–ropen skalla en slogan åt alla*, i *Stil i p1*, sändes 10 mars 2017, Sveriges Radio.

<http://www.damernasvarld.se/> - hämtad 2018-02-13.

<http://www.damernasvarld.se/kategori/mode/> - hämtad 2018-03-01.

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/65-metoo-grupper-lamnar-kravlista-till-regeringen> - hämtad 2018-03-08.

BILDFÖRTECKNING



Bild 1: Pojkflicka, fotograf okänd, annons i Damernas Värld nr. 36 1973.



Bild 2: Kvinnlig i khaki, fotograf okänd, annons i Damernas Värld nr. 22 1975.



Bild 5: Idrottaren, Foto: Mikael Jansson, annons för Alexander Wang för H&M i Damernas Värld nr. 13 2014.



Bild 6: Kosmopoliten, Foto: Jesper Brandt, annons i Damernas Värld nr. 9 2017.