

*Henrique Norman &
Fredrik Svensson*

It's a Man's Man's Man's World

En studie av kvinnans gestaltning i svenska musikmagasin

MEDIA AND COMMUNICATIONS STUDIES
LUND UNIVERSITY

Förtjänstfulla examensarbeten i MKV

2008:2

Copyright © Henrique Norman & Fredrik Svensson 2008
Grafisk form Infografen/Desktop, Malmö
Sättning Ilgot Liljedahl
Tryck Media-Tryck Sociologen, Lund 2008
ISSN 91-7267-277-3

Innehåll

Förord	5
Intro	7
Tillvägagångssätt	11
Kön som kulturell konstruktion	13
Manlig frihet och kvinnlig längtan	13
Tidigare genusforskning inom musikjournalistiken	15
Mediernas konstruerade verklighet	17
Ett samhälle i konsensus	19
En genusordning i konsensus	21
Kvinnobilder i förändring?	23
Den symboliskt utplånade kvinnan	23
Manliga producenter och kvinnliga produkter	25
Det manliga måndagsexemplaret	29
Yoko Ono-kvinnan	35
Outro	39
Referenser	43
Elektroniska källor	44
Källmaterial	44

Förord

Det här är den andra rapporten i serien Förtjänstfulla examensarbeten i medie- och kommunikationsvetenskap. Rapportserien har initierats i syfte att premiera uppsatser av särskilt hög kvalitet. Tanken är att på detta sätt för en större publik än seminariet synliggöra intressanta och synnerligen väl genomförda studier.

Föreliggande rapport, som behandlar framställningen av kvinnliga artister i svensk musikpress (här exemplifierat av *Pop* och *Sonic*) analyserar kritiskt ett omfattande empiriskt textmaterial. Författarna visar hur traditionella genusstereotyper genomsyrar och kontinuerligt befästs i samtida musikjournalistik. Uppsatsen utgör ett gott exempel på den täta integration mellan teoretisk reflektion, empiriskt djup och analytiskt skarpsinne som kännetecknar en föredömlig kandidatuppsats i Medie- och kommunikationsvetenskap.

Arbetet håller därtill genomgående en hög språklig nivå och stilistisk kvalitet, vilket bidrar till såväl det stora läsvärdet som dess förmåga att fånga och bibehålla läsarens intresse.

Uppsatsen är i alla avseenden förebildlig för uppsatsskrivande studenter och förtjänar därför också att publiceras och göras tillgänglig för en vidare läsekrets.

Lund den 16 juni 2008

Fredrik Miegel och Helena Sandberg
Ansvariga för kandidatuppsatserna vid MKV

Intro

Då James Brown i mitten av sextioalet hade en hit med låten *It's a Man's Man's Man's World* så sjöng han inte om den svenska musikjournalistiken, men det kunde mycket väl ha varit kring denna texten kretsade. Precis som Straw (1990) menar att konnässörskapskulturen inom rockbranschen inneburit att kvinnor exkluderats från rockkulturen eftersom skivsamlande och faktaackumulering är en typiskt manlig verksamhet, så har även musikjournalistiken traditionellt uppfattats som ett maskulint område där män analyserar, förklarar och sorterar en macho musikscen för en manlig publik (Ringskog Ferrada-Noli, 2007). Är detta en korrekt bild av musikjournalistiken och hur påverkas i sådana fall den journalistik som produceras? Journalisterna försvarar sig ofta genom den välkända spegelmetaforen och menar att de bara speglar verkligheten så som den ser ut (Kleberg, 2006), i detta fall en manligt dominerad musikscen. Att musikscenen även hyser många begåvade kvinnliga musiker torde dock vara oomtvistat, och dessa borde naturligtvis bli omskrivna i lika stor utsträckning och på samma premisser som sina manliga kollegor. Exempelen på att musikjournalistiken inte lever upp till denna normativa bild är dessvärre många. I antologin *Fittstim* vittnar exempelvis den svenska artisten Marit Bergman om hur hon som sångerska i punkbandet Candysuck blir särbehandlad i branschen beroende på att bandet enbart består av tjejer (Bergman, 1999). Samtidigt så ser vi hur manliga rockstjärnor som Keith Richards prisas i kvällspressen för att de lever ut rockmyten genom att knarka och slåss, medan kvinnliga motsvarigheter som Britney Spears blir illasinnat granskade och gestaltade som dåliga kvinnor eftersom deras uppförande negativt påverkar deras barn och familj (Lokko, 2007). Frågan är om musikjournalistiken bidrar till att reproducera bilden av en bransch där männen står i strålkastarljuset och får utlopp för sina rockstjärnedrömmar medan kvinnorna inte har tillträde på samma villkor?

Sveriges radios P1 sände i juli 2007 ett reportage där handlingen kretsade kring svensk musikjournalistik och hur denna traditionellt uppfattats som manlig. Eftersom programmet främst fokuserade på SVT:s *Musikbyrån*, och menade att dess ojämsättlda redaktionella könssammansättning fick genomslag i den journalistik som producerades, så blev vi intresserade av huruvida det manliga perspektivet även präglar den tryckta musikjournalistiken. En indikation på detta fick vi då det i reportaget redovisades en mindre kvantitativ undersökning av hur könsfördelningen på musikmagasinet *Sonics* omslag såg ut vilken pekade på att män skulle vara klart överrepresenterade, trots att man i reportaget samtidigt fastslår att statistiken talar för att en tid-

ning med en kvinna på omslaget säljer mer (Leffler, 2007). Undersökningar av brittiska musikmagasin har likaledes visat på att det är den manliga normen som ligger till grund för hur musikjournalisten gestaltar musikvärlden (Davies, 2001).

För att utröna huruvida även den svenska musikpressen präglas av ett manligt perspektiv så har vi valt att studera innehållet i de svenska musikmagasinen *Pop* och *Sonic*. *Pop* var under nittioalet Sveriges ledande musikmagasin och hann komma ut med 33 nummer mellan åren 1992 och 1999 innan det lades ned. Den snyggt pakerade musiktidningen blev med en kombination av humor, trendkänsla och – inte minst – en stor kunskap och passion för musiken, saknad av många efter att den gått i graven och ses som Sveriges genom tiderna bästa musiktidning (Backman, 2005). Flera namnkunniga skribenter arbetade genom åren för tidningen. Vid sidan av chefredaktören Andres Lokko så märks namn som Jan Gradvall, Linda Norrman-Skugge, Fredrik Strage samt Jonna Bergh. Musikmagasinet *Pop* ägdes och gavs ut av ett mindre dotterbolag inom *Bonnierkoncernen*, *Fanzine Media* (Skribent okänd, 1994a; Skribent okänd, 1994b; Skribent okänd, 1997). Snittupplagan låg under de tre sista åren på ca 10 000 ex¹.

Musikmagasinet *Sonic* startades hösten år 2000 med det uttalade syftet att fylla tomrummet efter ”en snygg, seriös, välskriven, bred musiktidning i den så omtalade framgångsrika popnationen Sverige” (Sonic-redaktionen, 2000). Redan från starten sågs *Sonic* som en arvtagare till *Pop*, mycket tack vare att tidningen i det närmaste var en karbonkopia av dess föregångare vilket den än idag är, såväl formmässigt som i inriktning och tonfall. Genom att blanda populärmusikaliska historiektioner med trendriktiga framtidsspaningar har tidningen nått ut till en växande skara prenumeranter, och måste betraktas som Sveriges idag ledande (betal-)musikmagasin då det samtidigt är så gott som ensamt inom det populärmusikaliska fältet (Backman, 2005; *Sonic Magazine's* hemsida, 2007).

Vid sidan av chefredaktören Pierre Hellqvist återfinns flera inom musikjournalistiken välkända namn bland tidningens skribenter, däribland Håkan Steen, Markus Larsson samt Lennart Persson. Musikmagasinet *Sonic* ges ut i en upplaga om 18-20 000 ex² av mediebolaget *Sampler Media AB* (*Sonic Magazine's* hemsida, 2007).

Vårt syfte med studien är att utifrån ett genusperspektiv undersöka hur kvinnan gestaltas i svenska musikmagasin samt vad detta kan tänkas få för implikationer på den socialt konstruerade kvinnobilden. Vi ämnar även undersöka om det skett någon förändring av kvinnans gestaltning över tid. En undersökning av detta slag har stor relevans för det medie- och kommunikationsvetenskapliga området då musikmagasin skall ses som betydelsebärande medietexter som inte enbart förmedlar kunskap och ger underhållning, utan också utövar makt och påverkar våra attityder (Östbye, Knapskog, Helland & Larsen, 2003). Vi har tagit fram följande fyra frågeställningar som vi låtit löpa som en röd tråd genom vår undersökning:

- Hur gestaltas musikbranschen i musikmagasinen sett utifrån ett genusperspektiv?

1 Gunilla Frankevall, *Bonnier Tidskrifter AB*, e-post den 3 mars 2008.

2 Pierre Hellqvist, chefredaktör för *Sonic*, e-post den 27 februari 2008.

- Vilka är de bakomliggande orsakerna till att musikbranschen gestaltas som den gör?
- Vad kan musikmagasinens gestaltning av musikbranschen få för konsekvenser för hur vi uppfattar kvinnan?
- Har gestaltningen av musikbranschen förändrats över tid och vilka konsekvenser kan detta i så fall ha fått för hur vi uppfattar kvinnan?

Tillvägagångssätt

Vi har genomfört en komparativ studie av de två svenska musikmagasinen *Pop* och *Sonic* för att undersöka dels om de i likhet med de engelska rockmagasinen genomsyras av skeva köns- och genusframställningar (Davies, 2001), men också huruvida bilden av kvinnan förändrats över tid. Anledningen till att vi valde musikmagasinen *Pop* och *Sonic* är att dessa varit de ledande svenska populärkulturella musikmagasinen under nittioalet respektive tjugohundratalet (Backman, 2007). Musikmagasinen är även synnerligen jämförbara eftersom *Sonic* startades med det uttalade syftet att tidningen skulle se exakt likadan ut som föregångaren *Pop* (Ringskog Ferrada-Noli, 2007). Studien omfattar *Pop* årgång 1997 (totalt fem nummer) samt *Sonic* årgång 2006 (totalt sex nummer). Urvalet är att betrakta som en kombination av ett bekvämlighetsurval och ett ändamålsenligt urval eftersom vi som författare dels haft tillgång till de aktuella årgångarna men även velat att det skulle ha gått en tid mellan dem så att eventuella förändringar skulle bli mer påtagliga.

Den metod vi valt att arbeta med är den kvalitativa innehållsanalysen som är en explorativ metod vilken är användbar då man söker nå förståelse för komplexa fenomen som de komplicerade konstruktioner medietexter får anses utgöra (Arvidsson, 2000). van Zoonen (1994) menar också att detta är den teknik som är mest ändamålsenlig vid feministiska studier av medietexter. Andra forskare anför argumentet att en medietexts mer underliggande – latent – betydelse blir tillgänglig och möjliggör en tolkning först när vi sönderdelat och analyserat medietextens olika aspekter (Dahlgren, 2000; Östbye et al., 2003). I vår analys kommer vi härigenom att ställa oss frågan inte bara huruvida kvinnan finns representerad i musikmagasinen, utan också *hur* hon representeras i gestaltningen.

Undersökningen har koncentrerats till musikmagasinens recensionsdelar samt längre reportage och intervjuer av olika artister eftersom det icke-redaktionella materialet samt mindre notiser inte visat sig vara relevant för studiens syfte. Inte heller har vi studerat musikmagasinens rika bildmaterial utan istället valt att uteslutande koncentrera vår undersökning till textmaterialets kvinnogestaltning. Totalt omfattas undersökningen av 1 091 stycken redaktionella texter där 398 är hämtade från *Pop* och 693 är hämtade från *Sonic*.

Efter att på djupet ha granskat materialet har vi diskuterat igenom och sammanställt vad vi funnit i medietexterna och försökt urskilja olika tematiska drag som varit kännetecknande för dem. I urskiljandet av dessa tematiska drag har vi försökt blottlägga medietexternas mer underförstådda betydelser för att på så vis nå en högre ab-

straktionsnivå och utvinna essensen av medietexternas innehåll. I rapportens analysdel som vi har valt att kalla *Kvinnobilder i förändring?* redovisar vi sju tematiska drag vilka går under de fyra rubrikerna *Den symboliskt utplånade kvinnan*, *Manliga producer och kvinnliga produkter*, *Det manliga måndagsexemplaret* samt *Yoko Ono-kvinnan*.

Kön som kulturell konstruktion

Det genusbegrepp vi använder oss av botten i den biologiska skillnad som finns mellan män och kvinnor, vilken medför en dikotomi och särskilnad mellan könen. Genusbegreppet bygger vidare på den biologiska skillnaden, men med begreppet avses den *kulturella* skillnaden istället för den biologiska. Fokus ligger på hur skillnaderna konstrueras i en social kontext där man varken föds feminin eller maskulin utan lär sig detta utifrån sin kulturs förväntningar, förväntningar som botten i kulturens uppfattning om dikotomin mellan de biologiska könen. Det blir genom dessa kulturella konventioner och förväntningar som människan uppträder i det dagliga livet och konstruerar sig själv som feminin eller maskulin. De biologiska skillnaderna talar alltså inte själva utan måste tolkas kulturellt och appliceras på könen, en process som betonar att genus inte per automatik kommer med könet utan konstrueras socialt. Då kulturens uppfattning påverkar hur genus konstrueras gör detta genus till en konstruktion som är i ständig förändring och utvecklas parallellt i olika kulturer. I ett samhälle behöver således genusordningen omtolkas och skrivas om i takt med att nya praktiker och situationer uppstår (Connell, 2003; Jarlbro, 2006).

Manlig frihet och kvinnlig längtan

För att på ett fruktbart sätt kunna tillgodogöra oss materialet i musikmagasinen har vi låtit Yvonne Hirdmans teori om genusystemet vara särskilt tongivande i vår analys. Hirdmans (1988) teori baserar sig på två logiker vilka hon benämner logiken om dikotomierna samt den hierarkiska logiken, som sedan får ligga till grund för hela hennes resonemang. Det blir således ur dessa som Hirdman menar att det kvinnliga förtrycket tillåts växa eftersom logikerna dels möjliggör en isärhållning mellan könen, dels placerar kvinnan lägre ner i samhällets hierarki genom isärhållningen.

Logiken om dikotomierna tar sitt grunduttryck i hur arbetsfördelningen mellan könen struktureras i ett samhälle samt hur denna isärhållning bygger på förutfattade föreställningar om det manliga och det kvinnliga. Könen underbyggs av föreställ-

ningar om att män och kvinnor besitter olika egenskaper, där kvinnan betraktas som mjuk, moderlig och omvårdande. Dessa kvinnliga egenskaper sätts i relation till de attribut som mannen förknippas med då han i motsats till kvinnan betraktas som förnuftig, självständig och målmedvetet beslutsam.

Det blir här lätt att se hur dessa föreställningar tar sig uttryck i samhället genom att kvinnligt och manligt förpassas till varsin sida med olika sysslor där de arbeten som förknippas med de kvinnliga attributen blir de lägst avlönade. I förlängningen bidrar också dessa föreställningar till att upprätthålla en viss maktordning mellan könen (Gemzöe, 2002).

Ur denna föreställning om dikotomierna bygger Hirdman (1988) upp en förklaring till hur dessa föreställningar fortplantas vidare i samhället via det hon kallar genuskontraktet. Hon menar att genuskontraktet fungerar som en föreställning om hur manligt och kvinnligt bör se ut i relationen, interaktionen och socialiseringen mellan de olika könen. På detta vis blir genuskontraktet till en garant för hur relationen mellan kvinnan och mannen bör se ut samt hur det sociala jaget bör gestaltas. Dessa föreställningar har rotat sig djupt i samhället och blivit mycket svåra att bli av med. Genom att kontraktet ärvs från generation till generation där mannen introducerar sonen och kvinnan introducerar dottern blir föreställningarna legitimerade och kan fortsätta att verka hos en ny generation. Genuskontraktet reglerar inte bara föreställningar om det motsatta könet utan knyter mannen och kvinnan till vissa handlingsmönster som får en stor betydelse för hur det kvinnliga förtrycket kan fortlöpa på ett naturligt sätt. Då Hirdman för ett resonemang om hur längtan efter frihet och symbios är människans starkaste drivkrafter får genuskontraktet en stark position i spelet om könets makt. Eftersom symbiosen som betecknar beroendet – det trygga – genom genuskontraktet har kommit att knytas till kvinnan samtidigt som den otvungna, otrygga friheten har kopplats till mannen ger detta könen olika utgångslägen. Där den manliga friheten ständigt blivit uppmuntrad har den kvinnliga symbiosen bundit kvinnan till hemmet och gjort henne beroende av mannen, samtidigt som kvinnan fungerat som målet för mannens längtan efter symbios. På detta vis har kvinnans längtan efter frihet vaktats av mannen som i sin tur inte gett kvinnan tillgång till friheten i rädsla för att förlora symbiosen. Mannens längtan efter symbios blir således också hans begränsning när det gäller hans längtan efter frihet. Den manliga längtan efter symbios blir på detta sätt en sorts parasitism där bara mannen drar nytta av symbiosen, och kvinnan får försaka sin längtan efter frihet. Denna begränsning som symbiosen utgör för mannen har fått honom att skapa homosociala områden där begränsningen inte existerar. Skapandet av homosociala områden har blivit mannens strategi för att kunna nå friheten, men samtidigt behålla symbiosen under kontroll. På samma gång så har denna strategi i mångt och mycket möjliggjorts tack vare uppmuntrandet av den manligt förknippade friheten och beslutsamheten. Ett exempel på hur mannen framgångsrikt kunnat tillämpa strategin tar sig uttryck i mannens förmåga att nå höga poster i samhället, positioner där han kunnat skapa sig ett område utan de krav som symbiosen medför (Gemzöe, 2002; Hirdman, 1988). På samma vis som kvinnan har varit mannens begränsning i jakten på frihet, har mannen varit kvinnans fängelse men samtidigt hennes enda väg ut i friheten. Genom

att utnyttja sin symbiotiska makt genom sin kropp har kvinnan dock kunnat knyta sig till män med makt och på detta sätt komma friheten och den offentliga sfären närmre. Detta maktutövande genom det kvinnliga könet ser Hirdman som ett slags slavmakt där kvinnan trots allt inte kommer någonstans utan att gå via mannen.

Det är alltså isärhållningen mellan manligt och kvinnligt som via genuskontraktet applicerar olika attribut på de olika könen och som leder vidare till en samvaro där den manliga friheten uppmuntras och kvinnan binds till mannen. Denna struktur ärvs samtidigt oavbrutet nedåt i generationer. Utifrån denna kedja kan man se hur en kraftig isärhållning i samhället leder till att mannens dominans legitimeras, vilket grundar sig i ett slentrianmässigt arv där synen att könen besitter olika egenskaper aldrig ifrågasätts. Detta åskådliggör hur genussystemets strukturalistiska uppbyggnad bidrar till den reproducerande kraften i samhället. Männens dominans legitimeras således genom att ”det är som det är för att det var som det var”. Genussystemet binder kvinnan och mannen till olika platser, sysslor och egenskaper och detta leder till att mannen kan födas in i en kraftfullare position där hans platser, sysslor och egenskaper uppmuntrar honom till en överordnad tillvaro (Hirdman, 1988).

Tidigare genusforskning inom musikjournalistiken

Representationen av kvinnan i massmedierna har alltid varit ett av den samtida feminismens viktigaste slagfält och har stor betydelse för kvinnans frigörelse från det patriarkala samhället (Camauër, 2002). Cohen (1997) menar att musikmedier spelar en viktig roll för musikkonsumenterna genom att journalistiken paketerar branschen och förser dem med en referenspunkt. Samtidigt refererar den till väletablerade genusstereotyper som förstärker ojämlikheten mellan kvinnor och män. Genom att framställa musikbranschen som en maskulint könad sfär så upprätthålls en manlig dominans på ett sätt som hindrar kvinnan från att uppnå sociala och ekonomiska landvinningar (McLeod, 2002). Davies (2001) skriver i en artikel som behandlar den brittiska rockmusikjournalistiken ur ett genusperspektiv att den mest påtagliga tendensen inom musikjournalistiken är att de kvinnliga artisterna är symboliskt utplånade i musikmagasinen. Genom att osynliggöra kvinnan och utesluta henne från musikscenen kan sfären behållas manlig och männen blir mindre hotade av de kvinnor som tagit sig in i branschen (Bayton, 2006; Toyne, 2006). I anslutning till detta menar McLeod (2002) att den maskulina attityden som byggs upp genom den manliga dominansen hindrar kvinnorna från att känna sig bekväma på musikscenen vilket medför att de inte heller söker sig till branschen som artister. Davies (2001) påpekar även hur kvinnornas utanförskap manifesteras i de representationer där kvinnan förekommer genom att man t.ex. påpekar dualismen mellan könen genom att sätta feminina prefix som *kvinnlig* framför artist. Detta resulterar i att kvinnan inte erkänns som en riktig musiker utan blir en lägre stående kopia av de musikutövande männen.

Mediernas konstruerade verklighet

För att kunna få en ökad förståelse kring hur musikmagasinens journalister ramar in och paketerar den kvinnliga närvaron i magasinen har vi valt att använda oss av gestaltningsteorin.

Genom detta teorival riktar vi in oss på hur olika händelser definieras och placeras i kontextuella sammanhang i framställningen för publiken, samt hur denna gestaltning påverkar läsaren (Severin & Tankard, 2001). Genom att journalisterna genom gestaltning definierar och formar en händelse så att den blir möjlig att betrakta från en specifik vinkel blir det relevant för oss att undersöka hur man konstruerar samhällets uppfattning om de olika könsens roll i musikbranschen. Då journalisterna genom gestaltningen bygger upp en intressant nyhet gör man detta genom att referera till för samhället kända företeelser och ting. Det blir således intressant för oss att titta på hur gestaltningen i musikmagasinen refererar till för allmänheten latent bilder av kvinnan. Det blir även viktigt att vara medveten om hur dessa latent bilder kan kopplas tillbaka till magasinens gestaltning då framställningen fungerar som ett verktyg publiken använder i skapandet av framtida referensramar beträffande företeelsen. Gestaltningen ligger alltså till grund för allmänhetens sociala konstruktion av verkligheten. Vi liknar detta vid en spiral där medierna, här musikmagasinen, i framställningen refererar till kvinnan på ett sätt som för allmänheten redan är känt, samtidigt som det är medierna som skapar den latent bilden då de förser publiken med referensramarna. Gestaltningen blir till en slags kommunikativ makt där hegemonin *kan* tillåtas att verka fritt då framställningen *kan* komma att verka för redan starka grupper i samhället (McQuail, 2005, Tuchman, 1978).

För vårt ändamål blir det således intressant att uppmärksamma hur man genom urval, exkludering och betoning föreslår en gestaltning av kvinnan och vad dessa ord har för information och föreställningar grupperade under sig. Genom att musikjournalisterna på begränsat utrymme ska förmedla en känsla om artisten eller dess musik blir det effektivt att gestalta personen genom att använda sig av ordval som konnoterar till en djupare innebörd. Samtidigt innebär det också en fara för den objektiva journalistiken då gestaltningen ofta bygger på principer som grundar sig i fördomar (McQuail, 2005).

Ett samhälle i konsensus

Under 1920-talet instiftade den marxistiske tänkaren Antonio Gramsci begreppet hegemoni. Med detta begrepp avsågs det makttillstånd där en viss klassfraktion i samhället lyckats nå ideologisk legitimitet genom att dess ideologi blivit den förhärskande i samhället som helhet. Gramsci menade att det var av avgörande betydelse att idéer och tankar accepterades utan ifrågasättande och hade stöd av befolkningen om den härskande klassen skulle kunna behålla kontrollen över samhället. Detta uppnåddes genom att oppositionella idéer och intressen fångades upp och införlivades i den förhärskande ideologin så att en ideologisk konsensus uppstod i samhället. Denna konsensus skulle verka som ett ideologiskt cement där eventuella subversiva element hölls i schack och den dominerande klassens ideologi uppfattades som naturlig och oproblematiserad. Följden av detta skulle, enligt Gramsci, bli att de underordnade klasserna såg sin position i samhället som naturlig (Mouffe, 1979).

Ett viktigt instrument för att uppnå ideologisk konsensus i samhället är våra massmedier. Som en vidareutveckling av Gramscis tankar har därför mediekritiska forskare införlivat hegemoniteorin i synen på våra massmedier, genom att lansera begreppet mediehegemoni. Tankegångarna går ut på att alla massmedier är kontrollerade av den dominerande klassen i samhället och att dessa tjänar till att upprätthålla det rådande hegemoniska tillståndet (Severin & Tankard, 2001). En av dem som anslutit sig till tanken om mediehegemoni är Altschull (1995) som i sin forskning kommit fram till att alla nyhetsmedier tjänar som ett slags maktens väktare, då de reflekterar intressen som sammanfaller med den politiska och ekonomiska makten i samhället. Att förvänta sig att medierna skulle avfärda sina finansierares intressen och istället stå i konsumenternas tjänst vore samtidigt att hänge sig åt utopiska fantasier, menar Altschull (1984).

En genusordning i konsensus

Gramscis hegemonibegrepp har även givit upphov till teorin om den hegemoniska maskuliniteten, vilken ger uttryck för hur den kroppsreflekterande genuspraktiken legitimerar en patriarkal världsordning som kännetecknas av manlig dominans och kvinnlig underordning. Viktigt att påpeka är att sociala praktiker som den genuspraktiken utgör aldrig utspelar sig i ett historiskt vakuum utan måste förstås kontextuellt i relation till de omgivande strukturerna. Den kroppsreflekterande genuspraktiken både formar och formas av den omgivande samhällsstrukturen vilket innebär att vi i våra dagliga handlingar både producerar och reproducerar den rådande genusordningen. I detta avseende är de praktiker som konstituerar den hegemoniska maskuliniteten onto-formativa, de skapar den verklighet vi lever i (Connell, 1999).

Mot bakgrund av detta resonemang så kan vi förstå att den hegemoniska maskuliniteten inte är något uttryck för en statisk genusordning som är låst i tid och rum. Liksom alla hegemoniska makttillstånd så ska även den hegemoniska maskuliniteten ses som en process och pågående maktkamp där relationerna är historiskt föränderliga. Vad som kännetecknar den rådande västerländska genusordningen är den hegemoniska maskuliniteten och dess konfiguration av genuspraktik där en kollektiv bild av maskulinitet präglar de viktigaste och mest inflytelserika posterna i samhället. Det är denna koppling mellan kulturella ideal och institutionell makt som ger hegemonin dess legitimitet och gör att männen framgångsrikt kan hävda sin auktoritet utan att behöva använda sig av våld eller andra tvångsåtgärder. Men även inom gruppen män så finns det en tydlig hierarki bland de multipla maskuliniteter som går att urskilja. Den rangordning som i första hand präglar vår tids europeisk-amerikanska samhälle är de heterosexuella männens dominans och de homosexuella männens underordning.

I den patriarkala ideologin så är den homosexuella mannen ett förkroppsligande av alla de symboler och egenskaper som utestängts från den hegemoniska maskuliniteten, där associationer till feminitet är den gemensamma nämnaren. Även vissa heterosexuella män förvägras också legitimitet inom den hegemoniska maskuliniteten. Det är vanligt att dessa hånas och får motta olika tillmälen såsom fegis, morsgris, tönt, sillmjölke etc. Det är betecknande att det även bland dessa män är feminitet som utgör grunden för det symboliska nedsolkandet (Connell, 1999).

Även om få män lever upp till sinnebilden av den hegemoniska maskuliniteten, där mannen ska vara självständig och besitta stor makt, så tjänar majoriteten av männen på den maskulina hegemonin i form av patriarkala utdelningar. Detta innebär att mannen drar fördel av kvinnans underordnade ställning i samhället, vilket kommer till uttryck i såväl materiell utdelning som i termer av ära, prestige och rätten att bestämma (Connell, 1999).

Kvinnobilder i förändring?

Under vår analys utkristalliserades sju teman som var utmärkande för hur de kvinnliga musikutövarna representerades i musikmagasinen. I detta kapitel redovisar vi dessa teman vilka vi grupperat under nedan följande fyra rubriker.

Den symboliskt utplånade kvinnan

Denna första representation – eller snarare icke-representation – av kvinnan är den som är mest påtaglig i musikmagasinen. Ett tydligare uttryck för att vi har att göra med en bransch präglad av en manlig dominans kunde knappast tänkas. Hirdman (2001) menar att denna kvinnliga frånvaro är själva grundformen för hur könsrepresentationen kommer till uttryck inom genusdiskursen. Anledningen står att finna i tankefiguren man – icke-man, där kvinnan i egenskap av att inte vara man förnekas tillträde och utrymme i offentligheten. Granskningsarbeten genomförda i slutet av 70-talet har visat att kvinnor underrepresenteras i såväl journalistiska texter som mediernas bildmaterial, och att de när de väl representeras ofta gestaltas utifrån stereotypa föreställningar om förhärskande könsroller. För att ringa in denna underlåtenhet att beskriva och analysera kvinnans erfarenhetssfärer i medierna så myntade den amerikanska forskaren Gaye Tuchman begreppet symbolisk utplåning (Kleberg, 2006). Begreppet går utan svårighet att applicera på musikjournalistiken då musikmagasinens obenägenhet att gestalta kvinnliga musiker innebär att kvinnan är så gott som utplånad från det redaktionella materialet. Davies (2001) skriver likaledes om hur det kanske mest framträdande sättet att behandla kvinnliga artister i musikjournalistiken är att nonchalera dem fullständigt. Rötterna till denna diskurs kan spåras till rockjournalistikens begynnelse där så gott som alla kvinnor förbisågs, och har sedan kommit att influera andra medier i dess musikbevakning. Uttryck för detta kan exempelvis ses i de många listor som publiceras i musikmagasinen där de kvinnliga artisterna är i det närmaste symboliskt utplånade. Bayton (1997) anför ett exempel på denna utplåning då hon skriver om när det brittiska musikmagasinet *Mojo Maga-*

zine i juni 1996 hyllar "Världshistoriens hundra största gitarrister" och endast tre av personerna på listan är kvinnor. En liknande uteslutning av kvinnan sker då *Rolling Stone Magazine* gör en historisk sammanställning där man presenterar de 500 största rocklåtarna genom tiderna. Denna sammanställning resulterar i en lista där endast en bråkdel av artisterna är kvinnor (Rolling Stone Magazine's hemsida, 2008). Att på detta sätt osynliggöra kvinnan och utesluta henne från musikscenen är ett sätt för männen att parera det kvinnliga hotet och behålla musikbranschens manliga dominans intakt (Bayton, 2006; Toynbee, 2006).

I *Pop* nummer 24 skriver man om den amerikanska garagerockscenen under rubriken "Det stora vita oljudet". Genomgående i artikeln så har man unga män för ögonen och tillåter inte någon kvinna representera den amerikanska garagerockscenen. I gestaltningen av scenen kan man bland annat läsa följande:

I vart och vartannat villakvarter lade den sjuttonårige high school-yinglingen farsans bil i friläge för att kunna rulla ut bilskrälet ur garaget. Sedan kunde han och hans kompisar ta itu med eftermiddagens viktigaste uppgift: att plugga in de nyinköpta instrumenten i förstärkarna (Olofsson, 1997: 2646).

Om banden någon gång lyckades få en spelning fick de ofta nöja sig med att bli kungar på high school-danserna (Olofsson, 1997: 2646).

Om vi ser till teorin om den hegemoniska maskuliniteten så kan vi finna anledningen till att man gestaltar musikscenen som en manlig sfär i att maskuliniteten är hierarkiskt högre stående än femininiteten. På detta sätt blir mannen normgivande för hur en artist skall vara och alla feminina attribut måste utplånas eftersom dessa undergräver branschens status (Connell, 1999). Cohen (1997) skriver att en av anledningarna till detta är att musik förknippats med feminina attribut såsom känslor och kropp snarare än rationalitet. För att distansera sig och slippa associeras till sådana feminina attribut så marginaliseras kvinnorna av branschen. På liknande sätt kan man med hjälp av teorin om genussystemet se hur branschen gestaltas som manlig beroende på att det är mannen som utgör normen i samhället och det hierarkiskt högst stående könet. Genussystemets dualistiska logik tjänar också till att befrämja den manliga friheten medan kvinnan passiviseras och förpassas till den privata sfären där hon får ägna sig åt symbiosen (Gemzöe, 2002; Hirdman, 1988).

Då kvinnan i de artiklar som ligger till grund för denna kategori inte är representerad blir hennes gestaltning således också annorlunda. Genom den symboliska utplåningen föreslår man för läsaren en musikbransch utan kvinnor. Musikjournalistiken bidrar alltså till att socialt konstruera en bransch där mannen dominerar, och påverkar då samhällets syn på hur musik är skapad för och av män (McQuail, 2005). Denna sociala konstruktion kan i förlängningen försvåra för en kvinnlig närvaro då den manliga dominansen har normaliserats genom musikmagasinens ensidiga gestaltning där kvinnan framställs som främmande för musikkulturen. Man kan genom den symboliska utplåningen ur Hirdmans (1988) synvinkel se hur gestaltningen av mannen tjänar till att framställa honom som den aktive, kreative musikern

samtidigt som kvinnan inte skildras som deltagande i musikskapandet. Det blir här tydligt hur gestaltningen grundar sig i den latenta bilden av kvinnan som den passiva och mannen som den aktiva, och att denna bild hela tiden reproduceras i musikjournalistiken.

Vid en jämförelse mellan våra två musikmagasin så kan vi se att de kvinnliga artisterna uppnått en något större representation över tid, men att det fortfarande är manliga representationer som dominerar i musikjournalistiken. Den ökade representationen kan tolkas som ett utslag av det på senare år feministiska uppvaknandet i samhället där kvinnorna krävt ökat utrymme i debatten och offentligheten. Samtidigt så är det intressant att iakttä hur de kvinnliga artisterna i takt med deras ökade representation har kommit att förminska på olika sätt så att deras prestationer på musikscenen förringas. Hur detta kommer till uttryck kommer vi att redovisa i de övriga kategorierna nedan.

Manliga producenter och kvinnliga produkter

Under denna rubrik redovisar vi två mekanismer som är vanliga i musikmagasinens marginalisering av kvinnan. Dessa bidrar till att förringa de kvinnliga prestationerna genom att de kvinnliga artisterna framställs som beroende av männen i branschen för sina karriärer. Vi ser här hur kvinnan hamnar i en dubbel beroendeställning där den manliga producenten förädlar musiken åt kvinnan som sedan säljer den genom att anspela på sin sexualitet för att nå ut till den manliga publiken. I framställningen blir kvinnan till ett objektifierat mikrofonsmykke i den manliga publikens blickfång där hennes främsta uppgift är att behaga mannen visuellt.

Bakom varje framgångsrik kvinna döljer sig en man

I musikmagasinen vi studerat gestaltas kvinnornas framgång konsekvent som beroende av de manliga producenterna eller andra män i branschen som bär upp kvinnan till den nivå där hon befinner sig.

Nye maken Steve Earl har producerat albumet så att det i bästa mening låter som det har spelats in mitt i flykten [...] Earl har med mästertlig hand byggt en glittrande, lyckligt framtrippande vägg [...] ett rakt igenom klassiskt popsound (Persson, 2006: 102).

Sonic #29. Recension av Allison Moorer – Getting Somewhere.

Han tog alla de tidiga bilderna och har i mångt och mycket hjälpt till att skapa den Françoise som fransmännen såväl som italienarna och engelsmännen lärt sig älska (Levy, 1997: 2738-2740).

Pop #25. Porträtt av Françoise Hardy.

Här kan vi se hur genuskontraktet fungerar som mall för hur de kvinnliga artisterna gestaltas gentemot männen i branschen. Det hela bygger på isärhållandets princip där kvinnan och mannen inordnas i ett genuskontrakt där kvinnan förpassas till de roller som förknippas med det naturliga medan mannens roll blir den talangfullt kreativa. Exempelvis skriver Coates (1997) att det råder en samsyn mellan den akademiska världen och den populärkulturella musikkriticisismen om att kvinnan traditionellt innehaft lågstatus-rollen som sångerska i rocksammanhang medan de övriga – ofta manliga – bandmedlemmarna ”burit upp” henne musikaliskt. Det outtalade antagandet här är att de kvinnliga sångerskorna betraktas som mindre skickliga än sina manliga kollegor som handhar instrumenten. Det blir här möjligt att se den framställda arbetsfördelningen som ett tecken på hur kvinnan utestängs från de sysslor i samhället som medför prestige och makt (Gemzöe, 2002).

Ett annat sätt som denna logik om dikotomierna arbetar på visar sig i hur kvinnan hela tiden måste förlita sig till mannens tekniska kunnande för att kunna nå ut med sin musik på marknaden. Med genuskontraktet i ryggen kan mannen obesträtt ta rollen som den aktiva musikproducenten och således försätta kvinnan i en beroendeställning. Musikmagasinen reproducerar denna bild genom att konsekvent gestalta kvinnan som passiv och beroende av branschens tekniskt kunniga och mäktiga män för att kunna nå ut med sin musik.

Det blir vidare möjligt att utifrån gestaltningsteorin se hur journalisterna genom urval och betoning riktar fokus på mannens kompetens och definierar honom som grund för den kvinnliga framgången. Då kvinnan exkluderas och mannen betonas i de delar där fingertoppskänsla och kreativitet diskuteras blir kvinnan gestaltad som mannens produkt snarare än den som faktiskt är artisten bakom albumet.

[...] det är uppenbart att demonproducenten satsat allt på att rycka upp Janet till toppen igen. Tillsammans ämnar de presentera henne som en mogen och seriös artist utan att hon för den skull ska framstå som tråkig och osexig (Hansson, 2006: 90-91).

Sonic #31. Recension av Janet – 20 Years.

Men då var hon förstås vällärdslagsångerska hos producenterna Stock, Aitken & Waterman, som knappt lät henne välja färgen på sina skor (Strage, 1997a: 0082).

Pop vol 2 #1. Recension av Kylie Minogue – Kylie Minogue.

På detta vis har journalisten plockat fragment av händelsen och genom betoning satt in dem i en kontext som gynnar mannen (McQuail, 2005). Det dominerande genuskontraktet styr återigen gestaltningen av kvinnan där man väljer att exkludera henne

från de traditionellt manliga sysslorna och istället låter henne stå bakom mannen, objektifierad i egenskap av sitt utseende (Hirdman, 1988). Artikeln paketeras på ett sätt där mannen framställs som en entreprenör i branschen som upptäcker och plockar upp oerfarna kvinnor med potential, för att sedan forma dem så de tillfredsställer branschens önskemål och blir till framgångsrika produkter. Kvinnorna blir på detta sätt gestaltade som ett slags oslipade diamanter som varsamt slipas i de manliga producenternas händer. Detta är ett tydligt exempel på hur den hegemoniska maskuliniteten arbetar. Den rådande genusordningen där mannen betraktas som norm och kvinnorna ständigt underordnas ifrågasätts inte utan reproduceras ständigt i de texter som musikjournalistiken producerar. Musikmagasinet framställning av branschen blir således onto-formativ, den formar den verklighet vi lever i (Connell, 1999). Här ser vi hur mediehegemonin arbetar då musikjournalistiken upprätthåller det rådande hegemoniska tillståndet – den hegemoniska maskuliniteten (Severin & Tankard, 2001). Bilden av branschen blir till en social konstruktion som kan bidra till att kvinnan påverkas i sin självuppfattning så att hon själv sätter sig i en beroendeställning gentemot mannen då denna bild ständigt reproduceras.

Om vi slutligen betraktar de olika musikmagasinen i den här kategorin i tematiseringen för att jämföra hur gestaltningen skiljer sig åt så kan vi se hur kvinnan till viss del vunnit mark inom det redaktionella materialet i musikmagasinen. Kvinnans utökade utrymme har dock kommit att pareras och vägas upp på så sätt att mannens närvaro hela tiden gör sig påmind genom att han pekas ut som kvinnans nyckel till framgång i branschen. Detta kan ses som ett sätt för den manligt könade musikjournalistiken att konsekvent förringa kvinnorna i branschen i syfte att oskadliggöra det feminina hotet som kvinnornas framflyttade position utgör. Som vi sett ovan i avsnittet *Den symboliskt utplånade kvinnan* kompenseras även här den kvinnliga närvaron genom att man ställer mannen i centrum även när artikeln handlar om en kvinna. Kvinnan har i gestaltningen på så vis kommit att utvecklas från näst intill obefintlig, till en kvinna beroende av mannen för en karriär inom musikbranschen.

Den objektifierade kvinnan

Här kännetecknas gestaltningen av en sexistisk kvinnobild där de redaktionella texterna betonar det urval som gjorts av journalisten där kvinnans utseende sätts i fokus.

[...] arketyper för nittioalets kvinnliga vokalgrupper: snygga brudar med skinn på näsan, mink runt halsen och guld i strupen (Hellsten, 1997a: 2768-2769).

Pop #25. Recension av *En Vogue* – EV3.

I framställningen ser vi kvinnan konsekvent beskriven utifrån ytliga betraktelser gjorda av skribenten där den kvinnliga artisten reduceras till ett objekt. Hennes utseende sätts i strålkastarljuset och hon kommenteras utifrån vad hon valt för kläder och smink, men också utifrån varför hennes kroppsform fångat skribentens intresse.

Man skulle kunna invända att sentensen i en genomsnittlig Beyoncé-text kan sammanfattas ungefär såhär: »Kolla på min rumpa. Den är finare än alla andras rumpor. Erkänn att du vill ha en bit av den här rumpan. Kolla som jag skakar den.« (Svensson, 2006: 91).

Sonic #30. Recension av Beyoncé – B'day

Detta sätt som kvinnan får uppmärksamhet på diskuterar Hirdman (1988) i teorin om genussystemet där hon menar att detta förtryck från männen kan ses som en slags slavmakt där kvinnan kontrolleras. Då kvinnan hindras av mannen från att nå friheten blir hennes längtan efter symbios även hennes begränsning av friheten. Då hennes väg till den offentliga sfären och friheten står under manlig kontroll återstår bara vägen via mannen för att nå ut från den privata sfären. Gestaltningen möjliggörs då kvinnan blir tvungen att anspela på symbiosen som här tar sig uttryck i att hon tvingas framställa sig som ögongodis för den manliga publiken, för att därigenom få en publik som kan legitimera att hon lanseras och når friheten.

Så länge Kylie Minogue var en discodocka i grisrosa klänning kunde hon fortfarande plocka poäng genom att frotera sig med äckliga rockers (Strage, 1997a: 0082).

Pop vol 2 #1. Recension av Kylie Minogue – Kylie Minogue

Detta kan ses som ett dubbelt förtryck då kvinnan för att nå ut från hemmets sfär måste anspela på de attribut som håller henne kvar där. Den sexuella framtoningen som kvinnan tvingas utnyttja kan direkt kopplas tillbaka till symbiosen och det mansberoende som symbiosen innebär. Samtidigt möjliggör denna framtoning en åtskillnad mellan könen där återigen de feminina attributen värderas lägre än de maskulina, vilket bidrar till att gestaltningen kan ta sig form av att man sätter kvinnan i fokus snarare än hennes musik. Detta är även ett utslag av den hegemoniska maskuliniteten då vi kan se hur kvinnornas feminina attribut återigen lyfts fram i gestaltningen eftersom de avviker från den maskulina normen i samhället (Connell, 1999). Detta går att koppla till Coates (1997) resonemang om hur den maskulina diskurs som präglar rockjournalistiken innebär att kvinnliga rockmusiker gestaltas som endera ett sexobjekt som finns där för mannen eller som imitationer av männen i branschen, så kallade tomboys. De exempel i denna kategori som vi fann i musikmagasinen visar på hur gestaltningen innebär att kvinnans roll i musikbranschen blir till ett mikrofonsmykke som finns där för att behaga mannen. Genom att man lyfter fram och betonar det kvinnligt ”sexuella” undergrävs kvinnans självständiga roll i musikbranschen.

Årets kåtaste popsingel var också den bästa (Larsson, 2006:64).

Sonic #32. Årets låt av Markus Larsson – Nelly Furtado feat. Timbaland.

Gestaltningen möjliggör en syn på kvinnan där musiken inte längre är det relevanta vilket kan leda till att branschen blir än mer mansdominerad och svårtillgänglig då

den påverkar den socialt konstruerade kvinnobilden. En framställning av kvinnan med fokus på det sexuella har också effekten att den återknyter kvinnan till reproduktionen i samhället, och separerar henne från produktionen vilken kan behållas manlig och generera fortsatta sociala och ekonomiska fördelar (Gemzöe 2002). Detta blir ett tecken på den arbetsfördelning som Hirdman (1988) menar ligger till grund för att kvinnan systematiskt utestängs från arbete som medför prestige och makt. Här ser vi hur den hegemoniska maskuliniteten arbetar då artisterna i branschen i sina handlingar ständigt reproducerar hegemonin som sedan i linje med teorin om mediehegemonin även kommer till uttryck i musikmagasinens gestaltning av branschen. Gestaltningen där musiken har exkluderats och det sexuella har betonats definierar kvinnan som hemmahörande i en kontext där hon ska behaga mannen. Denna gestaltning formar publikens referensramar och förhindrar kvinnan från att uppnå de mer prestigefyllda positionerna inom branschen (Connell, 1999, McQuail, 2005).

Om vi ser till förändringen över tid och jämför våra musikmagasin så kan vi se att musikjournalistiken nu som då präglas av ett manligt synsätt – en manlig musikjournalistisk diskurs. Denna diskurs präglas av antagandet att musikbranschen är en maskulint könad sfär där en manlig musikjournalist skriver för en manlig läsare (Davies, 2001). Av denna aspekt kan vi inte se någon tydlig förändring över tid vilket påtagligt skulle ha möjliggjort ett ökat kvinnligt genomslag i musikbranschen samt påverkat bilden av kvinnan till det positiva.

Det manliga måndagsexemplaret

I detta kapitel redovisas tre olika sätt som används i framställningen för att betona att kvinnan är väsensskild från mannen och besitter sådana egenskaper som gör henne svagare och mer sårbar. Här ser vi en direkt parallell till Hirdmans teori om genus-systemet då representationerna i detta kapitel bottenar i genus-systemets två bärande logiker, isärhållandets princip och den hierarkiskt högre stående mannen. Genom att hålla isär manligt och kvinnligt så framställs kvinnorna i branschen som mindre talangfulla eftersom de inte uppnår de hierarkiskt högre stående männens kompetens.

Kvinnan som känslövhets

Denna tematisering kännetecknas av att den kvinnliga artisten hålls tillbaka till den privata sfären genom att man ständigt applicerar kvinnliga attribut på hennes röst och framträdande.

Ingen kan sjunga »Go to hell, fuck you« med samma väna röst som Lisa Germano. På samma gång iskyllig och omhuldande varm (Lindgren, 2006: 98).

Sonic #29. Recension av Lisa Germano – In the Maybe World.

Vi kan i denna gestaltning se hur det kvinnliga skiljs från det manliga där man i texten konsekvent applicerar feminina attribut på kvinnans sång och framträdande. Då de feminina attributen är lägre hierarkiskt stående blir resultatet att kvinnans produkter skiljs från mannens som får representera det normala. Då könen underbyggs av föreställningar om att de besitter olika egenskaper där kvinnlighet associeras med moderlighet, känslighet och omvårdnad sätts dessa egenskaper i relation till mannens egenskaper som kännetecknas av rationalitet, målinriktning och förnuft. Det blir med detta resonemang i ryggen tydligt att den kvinnliga musikern gör musik för att uttrycka sina känslor, vilka förknippas med den traditionellt kvinnliga rollen där symbiosen och kärleken till mannen och barnet är det centrala.

När tvåbarnsmamman [...] sjunger det på samma ömt omhändertagande vis som hon alltid gör (Hellqvist, 2006a: 101).

Sonic #31. Recension av Kathryn Williams – Leave to Remain.

Skribenterna blir här till en sorts väktare av den symboliska friheten då de i texterna inte ger kvinnans musik möjligheten att handla om frihet, utan ständigt förknippar den med de feminina attributen som håller henne kvar i den privata sfären. Denna isärhållning leder till att kvinnan gör musik på egna premisser som i förlängningen möjliggör att den manliga musikutövaren kan stå kvar obestridd som branschens härskare, eftersom den rationella kvalitetsmusiken står högre än kvinnans känslösång.

Som vi sett tidigare så innebär den hegemoniska maskuliniteten att mannen konsekvent betraktas som normen i samhället och att detta medför att feminina attribut ständigt underordnas de maskulina (Connell, 1999). Denna maskulina hegemoni kommer även till uttryck inom denna kategori då musik och artister som förknippas med feminina attribut ses som avvikande i branschen. Även om dessa artister per automatik inte betraktas som mindre kvalitativa så poängteras ändå de feminina dragen i de redaktionella texterna vilken medför att den feminina musiken bedöms utifrån andra kriterier än den ”genuint äkta” maskulina musiken.

För den som älskar oskyldig flicksång om ömma kyssar och varma omfamningar (Widell, 1997: 2790).

Pop #25. Recension av Sandy Posey – All American Country

Kvinnorna i detta tema gestaltas precis så som rubriken antyder. Man applicerar känslosamma attribut på kvinnan och lyfter fram dessa egenskaper i de redaktionella texterna, vilket svarar mot den hegemoniska bilden av kvinnan som en varelse som hela tiden har behov av att uttrycka sina känslor men som samtidigt står i en beroendeställning gentemot mannen. Sammantaget medför detta att den sociala konstruk-

tionen av genus i musikmagasinen baserar sig på dikotomin där kvinnan förpassas till den privata sfären där hennes huvudsakliga uppgifter – och karaktärsdrag – är symbiotiska medan mannens frihet vidmakthålls. Det är latent bilderna av kvinnan som här reproduceras i artiklarna, något som negativt kan påverka kvinnans självbild. Man knyter kvinnan till de fördomar som finns om henne och går således i förlängningen tillbaka till den ursprungliga synen där hon saknar ett rationellt tänkande och istället besitter omvårdande egenskaper som gör att hon passar bäst i hemmet (Gemzöe, 2002).

Hoffsten släpper inte ett ord ifrån sig utan att först ha vaggat det långt inne i själen (Persson, 1997b: 2440).

Pop #22. Recension av Louise Hoffsten, Lasse Englund och Esbjörn Svensson Trio – Kära du.

Genom att betona dessa egenskaper som konsekvent kvinnliga blir detta normalt för de kvinnliga artisterna samtidigt som man verkar för en åtskillnad där den manliga musiken är den som inte betecknar den kvinnliga. Även här spelar man alltså på latent fördomar om vad som är manligt och kvinnligt, fördomar som sedan kommer att användas vid publikens sociala konstruktion av branschen och därigenom i förlängningen fortleva (McQuail, 2005).

Då vi jämför de båda musikmagasinen och deras gestaltning av kvinnan i den här kategorin så finner vi att det inte har skett någon större utveckling över tid. Som vi sett i de tidigare kategorierna så har kvinnan medgivits mer utrymme i de senare analysobjekten vilket kan förklara att vi finner denna gestaltning överrepresenterad i *Sonic*. Men faktum kvarstår att någon förändring över tid inte är påtaglig.

Kvinnan som utvecklade varelse

I denna representation gestaltas inte kvinnan som fullvuxen, utan förminskas eller framställs rent av som en liten flicka. Denna framställning härleder konnotationerna till en ung, oerfaren och skör person som är ute på djupt vatten när hon leker med grabbarna.

Liten men tuff. Bättre beskrivningen finns knappast på Little Kim (Hellsten, 1997b: 2442).

Pop #22. Recension av Lil' Kim – Hard Core.

Det är absolut inte charmigt när hon sångduellerar med grabbarna, bara mallgrodigt gapigt (Ericsson, 1997: 2541).

Pop #23. Recension av BIS – The New Transistor.

Det gestaltningen gör här är att den på ett mycket direkt sätt berövar kvinnorna deras legitimitet i branschen. Det kan ses som att mannen blivit så hotad av kvinnans när-

varo att man tvingas associera henne med ett barn och de egenskaper som följer med den associationen. Mottagarna organiserar information enligt vissa bredare principer som viss information och vissa föreställningar finns grupperade under (Severin & Tankard, 2001). Detta blir speciellt intressant att notera eftersom man här konsekvent gestaltar kvinnan som ett ”barn” eller en ”liten flicka”. Dessa begrepp kan fungera som exempel på de bredare principer där mottagarna har föreställningar knutna till begreppen. Att en liten flicka inte konnoterar till självständighet, styrka, kunnskap etc. missgynnar de kvinnliga artisterna då deras kompetens inte kan nå upp till de målinriktade rationella männen.

Gestaltningen blir även en tydlig form av isärhållande där kvinnans närvaro som flicka kommer att jämföras med mannen. Hirdman (2001) vidareutvecklar dessa tankar då hon i boken *Genus – om det stabila föränderliga former* försöker beskriva logikerna bakom genusystemet mer djupgående. Här framför hon tanken om mannen som essensen av själva människan, som den mall och kontext som kvinnor alltid måste förhålla sig till, jämföras mot och bedömas utifrån. Hirdman visar på hur tanken om mannen som mänsklighetens ursprung finns representerad redan i skapelseberättelsen i *Gamla testamentet* där det står att läsa att Gud skapade kvinnan av mannens revben, och att hon skulle heta maninna. I det antika tänkandet kom sedan mannen att förknippas med form, tänkandets fastare struktur som förstånd/själ i kontrast mot icke-form = materia. Kvinnan fick stå för kontrasten, icke-formen, som utmärkte sig genom mindre förstånd/kontroll/själ och av mer kropp och kött. Härav sågs kvinnan som den ofullgångne mannen – mer natur, mer vildsint och samtidigt mindre kontrollerad och ständigt otillfredsställd. Utifrån dessa tankar om kvinnan som ett måndagsexemplar av mannen så kan man se hur kvinnan systematiskt förminsas och framställs som fysiskt liten och barnlik istället för en fullvuxen kvinna. Davies (2001) har tidigare funnit detta vara vanligt förekommande även inom den brittiska musikjournalistiken. Kopplingen mellan kvinnor och flickor blir också ett sätt för mannen att hålla tillbaka kvinnan från den offentliga sfären. Genom att omyndigförklara henne och symboliskt applicera de sociala restriktioner som gäller för småflickor på de kvinnliga artisterna menar man implicit att hon inte bör umgås med grabbarna.

Till slut promenerade en liten flicka med akustisk gitarr upp på scenen [...] Ett fullsmockat och förvirrat Brixton Academy buade och skrek efter Stone Roses, efter Stones och The Clash. [...] Den lilla tösen, som heter Tasha Lee McLuney, är en gammal kompis till Primal Scream. Mycket, mycket motvilligt gav hon med sig – hon visste ju hur hjorden nedanför scenen skulle reagera [...] (Lokko, 1997: 2610).

Pop #24. Reportage om Primal Scream.

Och i fantastiska »Bad Girl« sjunger hon alla uppkäftiga flickors manifest (Hellsten, 1997c: 2767).

Pop #25. Recension av BUS 75 – BUS 75.

Mannen som norm är som vi tidigare beskrivit också utmärkande för den hegemoniska maskuliniteten och den genusordning som denna medför. Eftersom maskuliniteten ständigt överordnas de feminina attributen inom den rådande hegemonin så verkar feminina associationer som förminskande och undergräver den musik och de artister som förknippas med sådana (Connell, 1999). Genom att ständigt framhäva de kvinnliga artisternas feminina egenskaper och attribut så gestaltas kvinnan således som avvikande från den manliga normen och hennes närvaro i branschen ifrågasätts. Det är intressant att se hur man även i recensioner av manliga artister använder sig av feminina attribut för att förlöjliga dem och undergräva deras kvaliteter. Så här skriver man exempelvis om sångaren i den brittiska gruppen Cast i en kontext av ”band som spelar riktig rock för folk som vill höra riktig rock”:

John Powers röst är lite fånig, nästan feminin ibland [...] (Lokko, 1997b: 2661).

Pop #24. Recension av Cast – Mother Nature Calls.

Genom den hegemoniska maskuliniteten ser vi gestaltningen spela på latent föreställningar hos publiken om hur en flicka är, samtidigt som man kopplar dessa föreställningar till kvinnan. På detta sätt kan vi se hur mediehegemonin är verksam. Den selektiva bild som gestaltningen innebär betonar en mindre smickrande bild av kvinnan som omyndig och liten, något som kan påverka publiken i dess bild av henne (McQuail, 2005). Konsekvenserna av en gestaltning av kvinnan som omyndig flicka kan leda till en uppfattning av kvinnan som mindre utvecklad än mannen. Då gestaltningen av kvinnan i medierna påverkar läsarens uppfattning kan detta leda till konsekvenser där kvinnan får det svårare att vinna sociala och ekonomiska fördelar i den offentliga sfären genom att man associerar henne till en liten flicka. Detta kan kopplas till den hegemoniska maskuliniteten som menar att mannen genom att åberopa sin överordnade ställning kan nå patriarkal utdelning och på så sätt trycka ut kvinnan från de eftertraktade områdena (Connell, 1999).

Om vi ser de båda musikmagasinen ur ett jämförande perspektiv kan vi se hur denna sorts gestaltning dramatiskt har avtagit från att systematiskt förekomma i *Pop* till att inte manifesteras överhuvudtaget i *Sonic*. Vi tolkar denna utveckling som ett utslag av den feministiska medvetenheten som fått ökat genomslag i samhället efter senare års debatt om jämställdheten vilken lyft frågan om kvinnors underordnade ställning. Vi hoppas och vill tro att en ökad medvetenhet i samhället har påverkat journalisterna i riktning att de inte längre känner behovet av att gestalta kvinnorna i branschen på ett nedvärderande sätt.

Kvinnan som det andra könet

I denna sista kategori i framställningen av kvinnan som det manliga måndagsexemplaret blir båda Hirdmans (1988) genuslogiker tydligt synliga där man inte bara separerar manligt och kvinnligt på ett närmast övertydligt sätt, utan också låter hierar-

kin med den manliga överlägsenheten hela tiden vara närvarande i texterna. Genom att skriva *tjejband* eller *girlgroup* gör man en särskilnad mellan de kvinnliga artisterna och deras manliga motsvarigheter. Då de manliga artisterna inte systematiskt omnämns med prefixet *manlig* så blir det *han* som får utgöra referensen för det kvinnorna jämförs mot och som sålunda också står högst hierarkiskt. Precis som Johnson-Grau (2002) skriver så fungerar denna beskrivning av kvinnan på så vis att musikutövandet kan fortsätta att ses som en manlig sysselsättning samtidigt som kvinnorna berövas sin legitimitet i branschen. Gestaltningen av kvinnan i egenskap av sitt kön kan ses som att hennes närvaro är önskad, och att man försöker neutralisera kvinnan och göra henne mindre hotfull. Det kan tänkas att denna sociala konstruktion påverkar kvinnan i hennes syn på sin roll i musikbranschen då hon behandlas som en andra klassens musiker vilket i förlängningen normaliserar hennes utanförskap. Genom att placera de kvinnliga musikerna i en egen kategori – *tjejband* – har man avvärjat dem eftersom en manlig närvaro i denna kategori inte blir möjlig. Kvinnorna gestaltas på detta sätt som ett bihang till den manliga musiken genom att de får representera en egen genre (Kearney, 1997). Några exempel från musikmagasinen vi studerat:

[...] blåste nytt liv i den gamla girl group-konceptet [...] blivit arketyper för nittioalets kvinnliga vokalgrupper [...] (Hellsten, 1997a: 2768-2769).

Pop #25. Recension av En Vogue – EV3.

Hur förtjusande är det inte The Konky Duet, denna Paris-baserade tjejtrio [...] (Palm, 2006: 81).

Sonic #32. Recension av The Konky Duet – Mountain Mouton.

[...] har allt som krävs: hela girlgroup-paketet. Med vitprickiga svarta klänningar, skojig koreografi och en tongue in cheek-attityd [...] (Steen, 2006: 119).

Sonic #30. Konsertrecension av The Pipettes, Emmabodafestivalen, 11 augusti.

Hirdman (2001) menar att den här typen av isärhållning där man betonar skillnaderna mellan manligt och kvinnligt inte bara appellerar till tanken om kvinnan som den ofullgångna mannen utan också menar att mannen och kvinnan är väsensskilda av naturen. Här beskrivs inte längre manligt och kvinnligt som variationer av en art utan det handlar istället om två helt olika – och ojämförbara – arter. Trots denna påstådda ojämförbarhet har kvinnan som vi sett ständigt kommit att jämföras med mannen, den normativa människan. Hirdman menar vidare att där den kristna skapelsemyten legitimerade synen på kvinnan som den ofullgångna mannen kom Darwins evolutionsteori och den biologiska världsåskådningen att legitimera tanken om könsskillnaderna. Darwin menade att mannen genom årtusenden tränats till att jaga och slåss samtidigt som han lärt sig utveckla vapen och högre mentala egenskaper för att säkra konsekvensen av fortplantningen – försörjningen. Parallellt med denna utveckling formades kvinnan till sin livsuppgift; att föda och uppföda samt att behaga

mannen. Det är i denna föreställning som genuskontraktet grundar sig genom vilket kvinnan knutits till symbiosen och mannen till friheten (Hirdman, 1988).

Att det är mannen som norm som kännetecknar även denna kategori svarar bra mot den hegemoniska maskuliniteten och hur mediehegemonin tjänar dess syften. Då musikjournalistiken konsekvent överordnar de maskulina attributen genom att tydligt redogöra för när man skriver om kvinnliga musiker är det ett tecken på hur feminina attribut ses som en svaghet. Sättet som musikjournalistiken gestaltar de musikutövande kvinnorna på leder i förlängningen till att männen i branschen kan uppnå patriarkal utdelning. Denna kommer till uttryck i form av ökat spaltutrymme och större uppmärksamhet vilket resulterar i att männen kan åtnjuta rollen som den musikaliska normen i samhället (Connell, 1999).

I denna kategori kan vi se hur gestaltningen arbetar genom att den definierar och formar kvinnans närvaro i musikbranschen så att den blir möjlig att betrakta ur en specifik vinkel, en vinkel där kvinnan alieneras och hennes arbete förminsas. Denna gestaltning där kvinnan blir omskriven som *den andre* föreslår en tolkning där den socialt konstruerade kvinnan ses som avvikande och mannen normal (Tuchman, 1978). Genom att selektivt betona könet på den kvinnliga artisten och genom åtskillnaden placera henne lägre i hierarkin tillhandahåller man en bild som missgynnar kvinnan, och som sedan används i publikens gestaltning och uppfattning av kvinnliga artister (McQuail, 2005). Då man konsekvent förknippar kvinnan med musik som inte kan mäta sig med mannens knyter man ordet *kvinn*a till musik av en lägre klass och placerar således begrepp som konnoterar till musik med lägre kvalitet under begreppet *kvinn*a. Gestaltningen som kommunikativ makt fungerar här som ett missgynnande av kvinnan i musikbranschen samtidigt som den verkar för en åtskillnad och utestängning av henne. Hon erkänns sålunda inte som en fullgod musiker, utan ses enbart som en kopia av mannen.

I vår jämförelse mellan de båda musikmagasinen har vi funnit att de kvinnliga artisterna i takt med att de nått ökat redaktionellt utrymme i vårt senare analysobjekt, också kommit att åtskiljas från sina manliga kollegor i allt större utsträckning. Detta kan tolkas som ett sätt att neutralisera det kvinnliga intrånget i branschen samtidigt som musikjournalisterna efter den senare feministiska idédebatten i samhället inte längre kan ignorera kvinnorna fullständigt. Bevakningen medför även journalistiska poäng; genom att ge kvinnliga artister mer utrymme kan självgod musikjournalister klappa varandra på ryggen i egenskap av självutnämnda jämställdhetskämpar.

Yoko Ono-kvinnan

Denna slutliga representation kännetecknas av att kvinnan gestaltas som ett hinder för mannens frihet och för hennes musikutövande. Genom kvinnan knyts mannen till symbiosen vilket medför att mannen tvingas göra avkall på friheten och därmed också det kreativa musikskapandet.

2006 handlar Bobby Gillespies liv om familjebestyr som att passa upp småbarn och handla mat. Till åttiofem procent. Resten ägnas åt musiken som han fortfarande är lika passionerad över (Lokko, 2006: 51).

Sonic #29. Intervju med Primal Scream.

Det blir här påtagligt hur kvinnan gestaltas som det sekundära könet och hur hennes längtan efter symbiosen binder mannen till hemmet och därmed förhindrar honom friheten. Det rådande genuskontraktet förpassar mannen och kvinnan till olika delar av relationen där kvinnan som är förpassad till symbiosen gestaltas som ett hot gentemot den manliga gemenskapen mellan bandmedlemmarna. Med detta synsätt försöker kvinnan använda den relation hon har med mannen till att knyta honom till sig själv, och ta honom från bandet.

Dave var nygift då och kände sig vuxen. Han bodde i ett litet hus med sin fru och tittade på »East Enders« på kvällarna. Om vi var på turné gick han till hotellet med henne och sade att vi var löjliga när vi söp oss fulla efter spelningarna (Strage, 1997b: 2524).

Pop #23. Porträtt av Depeche Mode.

Musiken som plats för manlig vänskap blir på detta sätt hotad, och de kvinnliga inslagen representerar en ovälkommen erinran om vardagslivet (Gottlieb, 2006). Bayton (2006) menar att genuint maskulina aktiviteter som den som musikutövandet utgör kräver att kvinnorna exkluderas för att aktiviteten skall kunna upprätthållas. För att utveckla en maskulin identitet så tvingas män inte bara att avskilja sig från allt som är feminint utan också nedvärdera det. Det blir här möjligt att följa upp Hirdmans (1988) tanke om den homosociala världen, där mannen skapat sig ett område (musikbranschen) där den kvinnliga längtan efter symbiosen inte äger tillträde. Gottlieb (2006) pekar på hur detta område kan upprätthållas genom de sociala restriktioner som finns för kvinnor i form av att de redan som barn hindras tillträde till de områden där musikbranschen traditionellt har sitt ursprung. Att unga flickor i samma utsträckning som unga pojkar inte tillåts vara ute på de platser där subkulturerna utvecklas skapar en klyfta som leder till olika möjligheter för könen. Pubar, klubbar och nattlivet som helhet där musiklivet utövas kan således utvecklas till en homosocial värld dit kvinnan har ett begränsat tillträde. Istället får hon utveckla rollen som idoldyrkare, och acceptera sig själv som beundrare till mannen. Genom att den manliga friheten ständigt uppmuntras kan mannen dra nytta av denna samtidigt som kvinnan förhindras från att uppfylla sin längtan efter frihet i rädsla för att förlora symbiosen. Hon blir på så vis utestängd från den manliga musikbranschen för att mannen fritt ska kunna leva ut sitt oberoende samtidigt som kvinnan genom äktenskap, barn etc. hindras från att nå sin frihet. Detta, menar Hirdman (1988), är som tidigare nämnts en strategi som gör att mannen kan uppnå friheten men samtidigt behålla symbiosen under kontroll.

Sett utifrån teorin om hegemonisk maskulinitet så kan vi tydligt se att det är en viss form av maskulinitet som är norm där den självständiga och frihetssträvande

mannen betraktas som huvudperson i denna kategori. Då mannen ingår en relation med en kvinna så leder kvinnans intrång i mannens liv till att mannen förvägras delar av den patriarkala utdelningen, eftersom han tvingas göra avkall på sin självständighet och istället ägna sig åt symbiosen.

Arrangören är måttligt förtjust. Jeff Tweedy sitter på hans kontor och pratar i hans telefon, med sin fru i Chicago, på andra sidan jordklotet. Och långdis-tanssamtalet verkar aldrig ta slut. Tweedy har äktenskapsproblem (Persson, 1997a: 2590).

Pop #24. Intervju med Jeff Tweedy.

Den kreativitet som musikerlivet innebär med turnéliv och sex, drugs and rock'n'roll förbyts till ett inrutat familjeliv med dagishämtningar och blöjbyten. Här ser vi en parallell till vad Coates (1997) skriver om den manliga sexualiteten inom rockmusiken och hur den närmast mytologiserats eftersom sex inom rocken inte får några konsekvenser i form av barnafödande och föräldraskap. Rockens inneboende värden förhindrar således kvinnorna från att ta sig in i branschen eftersom moderskapet inte tillåter något rock'n'roll-liv.

Representationerna i den här kategorin lyfter fram och betonar det avvikande i att en kvinna tillåts göra intrång i den manliga musiksfären och vad det får för konsekvenser för mannens frihet. Definitionen av kvinnan som ett hinder för mannen tillgängliggörs således för läsaren och bidrar till dennes sociala konstruktion av branschen. Mediehegemonin är åter i arbete och tjänar till att upprätthålla den hegemoniska maskuliniteten. Kvinnan blir i gestaltningen till en slags Yoko Ono-kvinna som förstör bandets gemenskap genom att infiltrera symbiosen i bandmedlemmarnas liv vilket får konsekvenser för männens karriärer såväl ekonomiskt som socialt. På detta sätt kan kvinnan ses som en metonym för den privata sfären som tar tid i anspråk och blir till en krävande gestalt beroende av mannen eftersom hon inte själv tillåts göra karriär och ta steget utanför hemmet. Hon blir samtidigt gestaltad som en rekvisita till den manliga huvudpersonen, ett ok och ständig börda som den manliga musikern tvingas bära på sina axlar. Gestaltningen kan här ses spela på de fördomar om kvinnan som grundar sig i den symbiotiska längtan som kvinnan fått hålla sig till. Genom att knyta kvinnan till hemmet och familjelivet reproducerar man bilden av en kvinna som inte har ett liv utan sin man, och som samtidigt förhindrar honom friheten. Journalistiken gör att begreppet kvinna intimt sammankopplas med symbiosen och att begreppet sedan framställs som förrädisk för de manliga artisterna. Gestaltningen kan på så vis ses som att den syftar till att inleda läsaren att göra en tolkning där kvinnan missgynnas på ett oreflekterat sätt (Severin & Tankard, 2001).

Den utveckling som har skett av gestaltningarna i *Pop* respektive *Sonic* kan tänkas bero på den allt starkare feministiska medvetenheten i samhället där mannen har kommit att förväntas ta en större roll i den privata sfären. Gestaltningarna i *Pop* som faller under denna tematisering utmärks av att kvinnan pekats ut som ett direkt hot mot mannens frihet och skapande. Man gestaltar henne som en krävande gestalt i bakgrunden av den framgångsrika mannen, en gestaltning som kommit att ta en an-

norlunda skepnad i *Sonic*. Vi ser här en utveckling där mannen allt oftare förekommer i sammanhang kopplade till den privata sfären där blöjbyten och storhandel är en del av vardagen. Kvinnan framställs inte som ett direkt hot mot den manliga gemenskapen men det betonas konsekvent att musiken fortfarande är den viktigaste beståndsdel i mannens liv. Denna betoning antyder att mannens ökade ansvar innebär att han får försaka sin längtan efter friheten till förmån för ansvaret i den privata sfären. Kvinnan finns närvarande som den som lyckats snärja rebellen och påtvingat honom ett frihetsinskränkande ansvar där hon och barnet ständigt gör sig påminda genom att pocka på uppmärksamhet.

Outro

Men trots alla dessa mäns – för de är mest män – ambitioner att nå Jupiters månar med sin musik så är det i slutändan ändå oftast någon ballad av Jimmy Webb som når allra, allra längst (Popredaktionen, 1997: 2581).

Pop #24. Popredaktionen – ledare.

Det kommer ständigt nya generationer långhåriga grabbar (jo, alltid grabbar) som vuxit upp med Stones, Zeppelin eller, på senare tid, White Stripes som vill göra det där de också [...] (Hellqvist, 2006b: 106).

Sonic #30. Beträffande ny bluesmusik.

Med dessa avslutande citat vill vi belysa synen på medierna som en spegel av verkligheten, en spegelmetafor som medierna ofta åberopar för att legitimera sina framställningar. Musikmagasin förmedlar dock inte bara kunskap och ger underhållning, utan utövar också makt och påverkar vår syn på könen. I detta avseende är de betydelsebärande medietexter som samtidigt både producerar och reproducerar vår bild av manligt och kvinnligt (McQuail, 2005; Östbye et al., 2003). Som vi sett i vår analys ovan så har vi att göra med en musikjournalistik som vi skulle vilja beteckna som *androcentrisk*. Med detta menar vi att det genomgående är mannen som gestaltas som normen i branschen och som också får utgöra centrum i journalistiken. Om musikmagasinen konsekvent gestaltar musikbranschen som en bransch där mannen är norm och överordnad alla kvinnliga inslag, så är risken stor att vi som tar del av innehållet också uppfattar branschen som manligt dominerad. Det är precis på det här sättet som den hegemoniska maskuliniteten i samhället fungerar. Genom att journalister oreflekterat gestaltar branschen som en manlig sfär så hemfaller de till vad Ganetz (2004) valt att kalla *genusslentrian*. Detta begrepp refererar till vanemässiga omedvetna genusframställningar som bygger på stereotypa föreställningar om förhärskande könsroller. I vårt fall så leder detta till att mannen gestaltas som den aktiva frihetslängtande rockstjärnan medan hans kvinnliga motsvarighet genom att tillskrivas feminina attribut trycks tillbaka till den privata sfären. Eftersom vi genom våra dagliga handlingar tillsammans i samverkan med de omgivande samhällsstrukturerna bidrar till att skapa den verklighet vi lever i så reproduceras hela tiden den rådande genusordningen – den hegemoniska maskuliniteten (Connell, 1999). Detta ligger också helt i linje med Altschulls (1995) tankegångar om att alla nyhetsmedier tjänar till att vara en slags maktens väktare då det råder ett mediehegemoniskt tillstånd som

ständigt reproducerar den dominerande hegemonins ideologi. Även om hegemonin skall ses som en ständigt pågående ideologisk kamp i samhället (Mouffe, 1979) så måste musikmagasinens bilder av män och kvinnor i branschen uppfattas som påtagligt skeva. Då mediernas gestaltning genom betoning och urval sätter in händelser i specifika kontexter och därigenom definierar vad som är normalt och avvikande får detta påtagliga konsekvenser för kvinnorna och männen i branschen (McQuail, 2005). Genom att konsekvent gestaltas i relation till mannen kan kvinnan aldrig rota sig i branschen utan tvingas in i ett eget rum som fungerar som en andra klassens musikscen. Detta kan sättas i relation till de fördelar som tilldelas mannen genom gestaltningen där han genom den hegemoniska maskuliniteten vinner patriarkal utdelning i form av status och större möjligheter att slå igenom. Det blir sålunda mannen som gynnas då musikjournalistiken blir till en sorts gatekeeper då den definierar vad som är bra musik. Musikmagasinen fungerar härigenom som en garant för den goda smaken och guidar genom sitt innehåll publiken till den kvalitativa musiken. Denna musik är främst gjord av män då man systematiskt utesluter kvinnorna från de genrer som producerar kvalitativ musik och placerar dem i en egen genre som existerar på egna premisser och som männen inte kan få tillträde till (Coates, 1997). Gestaltningen får också vidare konsekvenser då den används av publiken i dess sociala konstruktion av könen, det vill säga att de utifrån den gestaltade företeelsen skapar sig en bild som är påverkad av mediernas framställning (McQuail, 2005; Wenneberg, 2001). Det är utifrån denna sociala konstruktion som kvinnan kan komma att missgynnas ytterligare då gestaltningen inte ger henne några öppningar för att träda in i branschen utan att känna sig marginaliserad och obekvämd (McLeod, 2002).

Med hjälp av våra teorier så kan vi se att anledningen till att musikbranschen gestaltas som den gör står att finna i den *androcentriska* musikjournalistiken. Sett utifrån den hegemoniska maskuliniteten så reflekterar musikmagasinen den rådande hegemoniska genuspraktiken som legitimerar en patriarkal världsordning kännetecknad av manlig dominans och kvinnlig underordning (Connell, 1999). Som vi redogjort för i analysen så menar Cohen (1997) att musikbranschen kommit att förknippas med feminina attribut eftersom musik uppfattas som något som betonar känslor och kropp snarare än rationalitet, vilket har inneburit att männen i branschen marginaliserat kvinnorna alltmer. Bayton (2006) skriver att eftersom maskulinitet och femininitet uppfattas som varandras motsatser så har de också bara ett värde i relation till varandra. Könrollerna konstitueras och ges alltså en mening i en ömsesidig relation till det andra könet – att vara man är att *inte* vara kvinna. Det är genom att distansera sig från allt som är feminint som en pojke utvecklar en maskulin identitet och för att dominera så krävs det att han avfärdar alla kvinnliga attribut. Då de flesta musiker påbörjar sina karriärer i sina yngre tonår är det mot bakgrund av detta inte svårt att förstå att kvinnorna exkluderas från musikbranschen, menar Bayton.

Den manliga dominansen i musikbranschen kan också ses som ett uttryck för att hindra kvinnorna att uppnå sociala och ekonomiska fördelar, ett hinder som åter knyter kvinnorna till den privata sfären där de sätts i en beroendeposition till mannen. I musikmagasinens genusgestaltningar ser vi hur de använder den kommunikativa makten till att skapa det som Hirdman (1988) i sin teori om genussystemet be-

nämner som en homosocial värld. Detta blir ett uttryck för genussystemets första logik, logiken om dikotomierna. Genom framställningen skapas en manlig sfär där kvinnan ständigt fråntas tillträdet till offentligheten och får representera vardagslivet i form av den manliga artistens fru, eller appliceras begrepp som konnoterar till vardagsliv vilket ytterligare försvårar närvaron i musikbranschen. Genom att stänga ute kvinnan skapar mannen en sfär där han kan utnyttja friheten fullt ut, samtidigt som han har symbiosen inom räckhåll. Då man dock inte kan utestänga kvinnan helt från branschen åtskiljer man det manliga och det kvinnliga ytterligare genom att betona när det handlar om en kvinna. Här kan vi se Hirdmans (1988) andra logik om hierarkin i arbete; genom åtskillnad görs mannen till norm inom branschen medan kvinnan placeras lägre ner i hierarkin vilket medför att hennes musik uppfattas som något avvikande, en musik som likt barnmusik etc. skiljer sig från den ”riktiga” manliga musiken.

Om vi studerar hur kvinnobilderna utvecklats över tid då vi jämför våra analysobjekt så blir vår tolkning att det inte skett någon större förändring. Trots det ökade intresset för feministiska frågor och jämställdhet i samhället så ser vi inget större avtryck i musikmagasinens genusrepresentationer. Jämställdhetsdebatten i samhället kan dock ses som ett tecken på hur kvinnan lyckats ta sig in i den offentliga sfären då diskrimineringen har kommit att bli mindre legitim. Ur en feministisk synvinkel blir dock glädjen kortvarig när man i studien kan se hur kvinnan snabbt fråntas sin legitima närvaro genom att man i stor utsträckning utplånar henne som artist, eller placerar henne i ett fack som hindrar publiken från att se henne som en artist likvärdig mannen. I *Pop* som i kronologisk ordning är det tidigare magasinet kan vi notera hur kvinnans närvaro systematiskt uteblir i större utsträckning än i det senare magasinet. Samtidigt kan vi i takt med det ökade genomslaget se hur kvinnorna förminskas alltmer. Förminskningen kan kopplas till hur det ökade tillträdet medfört att männen i branschen känner sig hotade av det feminina intrånget och därför tvingas marginalisera kvinnorna för att behålla makten om den maskulint könade sfären (Bayton, 2006; Toynbee, 2006). Denna diskurs som präglar musikjournalistiken är rotad i musikjournalistikens historia och utgår från antagandet att musikmagasinens läsare är manlig, vilket troligen bidragit till dagens musikjournalistiska form (Davies, 2001).

Vår sammantagna slutsats grundar sig i den sociala konstruktivismen då vi menar att gestaltningen av branschen tjänar till att befästa en bild av kvinnan som sedan används av publiken i dess sociala konstruktion av densamma. I brist på personliga erfarenheter så får vi förlita oss till mediernas verklighetsbild och låta denna bli till en referenspunkt i vår kunskapsbildning (Sandberg, 2004). Vi anser att det här föreligger en fara för att den kvinnobild som fortplantar sig hos publiken sammanfaller med den skeva genusordning som presenteras i musikjournalistiken. Vi menar att kvinnan på så vis kan få svårigheter att åtnjuta samma fördelar som mannen när den bild som socialt konstrueras av publiken grundar sig i förtryckande föreställningar. I det moderna mediasamhälle vi idag lever i anser vi det vara ett nödvändigt krav på medierna att de erbjuder oss konstruktioner och representationer som är bättre knutna till mångfalden i samhället och inte anspelar på förlegade stereotyper. Genom en stere-

otyp gestaltning blir medierna till ett slags skrattspeglar som producerar förvridna karikatyrer av verkligheten istället för att skildra den som den spegelbild man gör anspråk på att vara.

Referenser

- Altschull, J. H. (1984). *Agents of Power: The Role of Mass Media in Human Affairs*. New York: Addison Wesley Longman.
- Altschull, J. H. (1995). *Agents of Power: The Media and Public Policy*. New York: Addison Wesley Longman.
- Arvidsson, P. (2000). "Måste vi läsa metod?" I Jarlbro (red.). *Vilken metod är bäst – ingen eller alla?* (s. 12-29). Lund: Studentlitteratur.
- Backman, D. (2005). Schlagger höjde ribban. *Svenska dagbladet*, 6 oktober.
- Bayton, M. (1997). Women and the Electric guitar. I Whiteley (red.). *Sexing the Groove*. (s. 37-49). London: Routledge.
- Bayton, M. (2006). Women Making Music: Some Material Constraints. I Bennett, Shank & Toynbee (red.). *The Popular Music Studies Reader*. (s. 347-354). London: Routledge.
- Bergman, L-M. (1999). Hellre punkbrud än isprinsessa. I Skugge, Olsson & Zilg (red.). *Fittstim*. (s. 134-139). Stockholm: Bokförlaget DN.
- Camauër, L. (2002). Könskonstruktion, representation och den feministiska mediekritiken. I Camauër, Kleberg & Lundgren (red.). *Bromskloss och pådrivare – Medier, genus, social förändring*. (s. 10-17). Stockholm: JMK.
- Coates, N. (1997). (R)evolution Now? I Whiteley (red.). *Sexing the Groove*. (s. 50-64). London: Routledge.
- Cohen, S. (1997). Men Making a Scene. I Whiteley (red.). *Sexing the Groove*. (s. 17-36). London: Routledge.
- Connell, R. W. (2003). *Om genus*. Göteborg: Daidalos.
- Connell, R. W. (1999). *Maskuliniteter*. Göteborg: Daidalos.
- Dahlgren, P. (2000). Vad säger medierna och vad betyder de? I Jarlbro (red.). *Vilken metod är bäst – ingen eller alla?* (s. 75-100). Lund: Studentlitteratur.
- Davies, H. (2001). All Rock and Roll Is Homosocial: The Representation of Women in the British Rock Music Press. *Popular Music*. Volym 20, nr 3: 301-319.
- Ganetz, H. (2004). Skogens konung och djurens konung i TV. I *Nordicom Information*. Årgång 26, nr 1: 3-14.
- Gemzöe, L. (2002). *Feminism*. Stockholm: Bilda förlag.
- Gottlieb, J. & Wald, G. (2006). Smells Like Teen Spirit: Riot Grrrls, Revolution and Women in Independent Rock. I Bennett, Shank & Toynbee (red.). *The Popular Music Studies Reader*. (s. 355-361). London: Routledge.
- Hirdman, Y. (1988). Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*. Nr 3: 49-63.
- Hirdman, Y. (2001). *Genus – om det stabila föränderliga former*. Malmö: Liber.
- Jarlbro, G. (2006). *Medier, genus och makt*. Lund: Studentlitteratur.
- Johnson-Grau, B. (2002). Sweet Nothings: Presentation of Women Musicians in Pop Journalism. I Jones (red.). *Pop Music and the Press*. (s. 202-218). Philadelphia: Temple University Press.
- Kearney, M. C. (1997). Riot Grrrl – Feminism – Lesbian Culture. I Whiteley (red.). *Sexing the Groove*. (s. 207-229). London: Routledge.

- Kleberg, M. (2006). *Genusperspektiv på medie- och kommunikationsvetenskap*. Stockholm: Högskoleverket.
- Lokko, A. (2007). Utan föregångare. *Svenska dagbladet*, 31 oktober.
- McLeod, K. (2002). Between Rock and a Hard Place: Gender and Rock Criticism. I Jones (red.). *Pop Music and the Press*. (s. 93-113). Philadelphia: Temple University Press.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd.
- Mouffe, C. (1979). Hegemony and ideology in Gramsci. I *Gramsci and Marxist Theory*. (s. 168-204). London: Routledge & Kegan Paul.
- Ringskog Ferrada-Noli, N. (2007,). Svensk musikjournalist: Varför tror du vi skriver som vi skriver? *Nöjesguiden Malmö/Lund*. Nr. 10: 45.
- Sandberg, H. (2004). *Medier & fetma: en analys av vikt*. Lund: Sociologiska institutionen, Universitetet.
- Severin, J. W. & Tankard Jr., J. W. (2001). *Communication Theories – Origins, Methods and Uses in the Mass Media*. New York: Addison Wesley Longman.
- Straw, W. (1990) Characterising Rock Music Culture: The Case of Heavy Metal. I Frith & Goodwin (red.). *On Record*. (s. 97-110). New York: Patheon.
- Toynbee, J. (2006). Introduction to Part Nine. I Bennett, Shank & Toynbee (red.). *The Popular Music Studies Reader*. (s. 343-345). London: Routledge.
- Tuchman, G. (1978). *Making News*. New York: The Free Press.
- Wenneberg, S. B. (2001). *Socialkonstruktivism: positioner, problem och perspektiv*. Malmö: Liber.
- Zoonen, L. van (1994). *Feminist Media Studies*. London: SAGE Publications Ltd.
- Östbye, H., Knapskog, K., Helland K. & Larsen, L-O. (2003). *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber.

Elektroniska källor

- Leffler, Tove (2007). (Elektronisk). Radioreportage: Vit manlig musikjournalistik. Tillgänglig: <<http://www.toveleffler.com/html/reportage.html>> /Vit manlig musikjournalistik. (071220).
- Sonic Magazine's hemsida (2007). (Elektronisk). *Om Sonic*. Tillgänglig: <<http://www.sonicmagazine.com>> /Om Sonic. (071220).
- Rolling Stone Magazine's hemsida (2008). (Elektronisk). *The RS 500 Greatest Songs of All Time*. Tillgänglig: <<http://www.rollingstone.com/news/coverstory/500songs/page>>. (080420).

Källmaterial

- Ericsson, T. (1997). BIS – The New Generation. *Pop*. Nr. 23: 2541.
- Hansson, T. (2006). Janet – 20 Years. *Sonic*. Nr. 31: 90-91.
- Hellqvist, P. (2006a). Kathryn Williams – Leave to Remain. *Sonic*. Nr. 31: 101.
- Hellqvist, P. (2006b). TK Webb – Phantom Parade; The Black Keys – Magic Potion; Spencer Dickinson – The Man Who Lives for Love”. *Sonic*. Nr 30: 106.
- Hellsten, A. (1997a). En Vogue – EV3. *Pop*. Nr. 25: 2768-2769.
- Hellsten, A. (1997b). Lil' Kim – Hard Core. *Pop*. Nr. 22: 2442.
- Hellsten, A. (1997c). BUS 75 – BUS 75. *Pop*. Nr. 25: 2767.
- Larsson, M. (2006). Året i övrigt. *Sonic*. Nr. 32: 64.

- Levy, M. (1997). Françoise Hardy. *Pop*. Nr. 25: 2738-2740.
- Lindgren, P. (2006). Lisa Germano – In the Maybe World. *Sonic*. Nr. 29: 98.
- Lokko, A. (1997a). jakten mot nollpunkten – balladen om nittioalets största rockband. *Pop*. Nr. 24: 2610.
- Lokko, A. (1997b). Cast – Mother Nature Calls. *Pop*. Nr 24: 2661.
- Lokko, A. (2006). Primal Scream. *Sonic*. Nr. 29: 51.
- Olofsson, H. (1997). Amerikanska Musikklubben del IV: Det stora vita oljudet. *Pop*. Nr. 24: 2646.
- Palm, E. A. (2006). The Konky Duet – Mountain Mouton. *Sonic*. Nr 32: 81.
- Persson, L. (1997a). Jeff Tweedy. *Pop*. Nr. 24: 2590.
- Persson, L. (1997b). Louise Hoffsten, Lasse Englund och Esbjörn Svensson Trio – Kära du. *Pop*. Nr. 22: 2440.
- Persson, L. (2006). Allison Moorer – Getting Somewhere. *Sonic*. Nr. 29: 102.
- Popredaktionen. (1997). Dessa fantastiska vi-kallar-den-POP-i-sina-flygande-maskiner. *Pop*. Nr 24: 2581.
- Skribent okänd. (1994a). medarbetare. *Pop*. Nr. 7: 0584.
- Skribent okänd. (1994b). Utan titel. *Pop*. Nr. 10: 0949.
- Skribent okänd. (1997). Utan titel. *Pop*. Nr. 22: 2349.
- Sonic-redaktionen (2000). 66, 77, 90, 00. *Sonic*. Nr. 1: 6-7.
- Steen, H. (2006). Band of Horses + The Pipettes – Emmabodafestivalen, Emmaboda, 11 augusti. *Sonic*. Nr 30:119.
- Strage, F. (1997a). Kylie Minogue – Kylie Minogue. *Pop*. Volym 2, nr. 1: 0082.
- Strage, F. (1997b). Depeche Mode 97. *Pop*. Nr. 23: 2524.
- Svensson, P. (2006). Beyoncé – B'day. *Sonic*. Nr. 30: 91.
- Widell, M. (1997). Sandy Posey – All American Country. *Pop*. Nr. 25: 2790.

