



**Linnéuniversitetet**

Kalmar Växjö

Examensarbete 15 hp – Kandidatuppsats  
Medie- och kommunikationsvetenskap

# ”En drottning behöver ingen kung”

*En studie om kvinnans gestaltning i QX magasin*



*Författare:* Andreas Wikström  
*Författare:* Nikolina Dahl

*Handledare:* Britt-Marie Ringfjord  
*Examinator:* Sara Hamqvist  
*Termin:* VT14  
*Ämne:* Medie- och  
kommunikationsvetenskap  
*Nivå:* Kandidat

# Abstract

**Author:** Andreas Wikström, Nikolina Dahl

**Title:** "A Queen need no King" - A study on how the woman is portrayed in QX magazine

**Location:** Linnaeus University

**Language:** Swedish

**Number of pages:** 50

The portrayals of women in lifestyle magazines has been a continuous subject in gender research, but have mainly been focused on research about heterosexual women. However, how women are being portrayed through editorial content in an LGBT magazines have shown to be a gap in gender research.

The purpose of this study was to find out how female identities were portrayed in the editorial content in the LGBT magazine *QX* — Sweden's largest magazine aimed at members of the LGBT community in Sweden.

The analysis of the material was conducted through a semiotic and a narrative analysis. Patterns and reoccurring themes were selected, and furthermore were analysed against feminist theories and views such as queer theory, radical feminism and post-modern feminism.

Four different gender archetypes derived from the result of the study: *The strong female*, *The passive female*, *The stereotypical female*, and *The intimate female*. The study did show that women featured in *QX* magazine were portrayed through heteronormative *patterns*, although the magazine represents a larger alternative group.

## Nyckelord

gender, semiotics, narrative, feminism, QX, heteronormative, LGBT

# Innehåll

<b>1 Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Problembakgrund	2
1.2 Syfte och frågeställning	4
1.3 Avgränsning	4
<b>2 Bakgrund</b>	<b>5</b>
2.1 Livsstilsmagasin	5
2.2 Begrepp	6
<b>3 Tidigare forskning och teori</b>	<b>8</b>
3.1 Genus- och medieforskning	8
3.2 Semiotisk teori	12
3.3 Narrativ teori	13
3.4 Emotional Selling Proposition (ESP)	13
3.5 Newcomb's modell	14
3.6 Teorins relevans för forskningen	15
3.7 Studiens relevans	15
<b>4 Metod</b>	<b>16</b>
4.1 Metodval	16
4.2 Tillvägagångssätt	16
4.3 Bearbetning av insamlat material av resultat	18
4.4 Urval	18
4.6 Upphovsrätt	19
4.7 Metodkritik	19
4.8 Forskningsetik	20
<b>5 Resultat och analys</b>	<b>21</b>
5.1 Semiotisk bildanalys	21
5.2 Narrativ analys	27
5.3 Sammanfattning av semiotisk och narrativ analys	37
5.4 Balansen mellan ABX (Newcomb's modell)	37
5.5 Genusteoretisk analys	38
<b>6 Slutsats och diskussion</b>	<b>41</b>
6.1 Slutsats	41
6.2 Diskussion	43
6.3 Förslag till vidare forskning	44
<b>Referenser</b>	<b>46</b>

# 1 Inledning

*“The image of woman that emerges from this big, pretty magazine is young and frivolous, almost childlike; fluffy and feminine; passive; gaily content in a world of bedroom and kitchen, sex, babies, and home. The magazine surely does not leave out sex; the only goal a woman is permitted is the pursuit of a man. It is crammed full of food, clothing, cosmetics, furniture, and the physical bodies of young women, but where is the world of thought and ideas, the life of the mind and spirit?”*

(Betty Friedman, 1963, Gauntlett, 2008:54)

Hur kvinnor framställs i media, samt påverkan av ideal som finns i samhället har varit en pågående debatt under flertal år (McQuail, 2010:121). Att undersöka hur samhällets sociala konstruktioner påverkar genusroller, specifikt för kvinnor inom redaktionellt innehåll, är en ingång för vår studie.

Inom medieforskning med ett genusperspektiv analyseras de roller som kvinnor och män framträder inom. Det är ett sätt att få ut de rådande förhållanden och maktpositioner som agerar som styrande ramverk vid konstruktion av kvinnlighet och manlighet. (Kleberg, 2006:5)

Vi läser vårt tredje och sista år på programmet Reklam, Grafisk Design & Visuell Kommunikation på Linnéuniversitetet. Vårt framtida yrke handlar om visuell kommunikation – hur du som kreatör kan förmedla en känsla genom bland annat bilder, illustrationer och text. I och med vårt framtida yrke, samt ett starkt intresse för hur genus gestaltas genom media, tog vi ett beslut om att forska hur kvinnor gestaltas inom det redaktionella innehållet i QX-magasin. Detta för att vidare ge en insikt i om hur vi som kommunikatörer i framtiden kan bli mer medvetna om hur medier gestaltar genus inom redaktionellt innehåll.

QX-magasin är ett gratismagasin som finns i fysisk och digital form (PDF). De beskriver sig själva som *“publicerar nyheter inom nöje, kultur och politik som berör homo-bisexuella, transpersoner och våra vänner”*. Magasinet har en bred omfattning av ämnen, som *“allt från mat & dryck till skönhet, heminredning och motor”*. (QX, 2014a)

## 1.1 Problembakgrund

Tidigare studier om framställning av kvinnor i livsstilsmagasin riktade mot homosexuella har utgått från reklambilder samt genom komparativa studier.

Saucier & Caron (2008) genomförde en undersökning av tidningarna *The Advocate*, *Genre*, *Instinct* och *Out* – alla riktade mot en homosexuell målgrupp. Forskarna analyserade hur män och kvinnor framställs genom bilder i redaktionellt innehåll, och reklam. Studien visade att inom annonserna och artiklarnas innehåll var det specifika kroppsdelar som exponerades hos kvinnorna. (Saucier & Caron, 2008)

Um (2010) analyserade reklam riktade mot homosexuella män och kvinnor som utgick från hur annonser särskiljer sig i jämfört med *”konventionell reklam”*. Resultatet av studien bidrog till att synliggöra hur annonser är utformade i magasin riktade mot homosexuella. (Um, 2010)

Milillo (2008) genomförde en studie om reklam i magasin riktade mot kvinnor. Annonser i tolv *”kommersiella magasin för kvinnor”* analyserades – sex magasin riktade mot heterosexuella kvinnor, samt sex magasin riktade mot lesbiska kvinnor. Annonsbilderna analyserades och kategoriserades utifrån variabler baserade på de kvinnliga modellernas utseende. Studien visade att annonser riktade mot heterosexuella kvinnor använde sig av mer traditionella normer, medan de riktade mot lesbiska kvinnor använde sig av ett levande bildspråk där kvinnan placerades i miljöer som fokuserade på kvinnans kraft. (Milillo, 2008:382, 384, 387)

Ovannämnda studier har i överlag riktat in sig på reklam, och inte det redaktionella innehållet inom livsstilsmagasin. Studier av det redaktionella innehållet inom HBT-tidningar har fokuserat på hur män framställs. Inom vår studie ser vi det som en ingång att analysera det redaktionella innehållet där QX-magasin själva lyfter fram kvinnor. Inom studien kommer gestaltning av kvinnor inom det redaktionella innehållet i QX-magasin att analyseras genom en semiotisk bildanalys (omslag samt tillhörande reportage), med en kompletterande narrativ innehållsanalys (artikeln som tillhör reportage samt rubrik på omslag).

Genom att utföra en studie om hur kvinnor gestaltas inom det redaktionella innehållet i QX-magasin, framträder en djupare bild av hur QX-magasin bidrar eller går emot ett

heteronormativt samhälle. Det viktigt att inte uppfatta något per automatik som motvikt till en patriarkal diskurs (Lindgren, 2009:173).

De grupper som tenderar till att synas inom svenska nyhetsmedier består av svenska, medelålders män i ett antal olika och mångfasetterade roller (SOU, 2007,102:25). Denna grupp av män representeras inte som en grupp med några kännetecknande egenskaper eller attribut (ibid). Inom studien är det därför adekvat att upplysa hur kvinnor representeras inom redaktionellt innehåll i ett magasin, för att synliggöra kvinnans roller. Enligt SOU är en *“ensidig inriktad”* mediabevakning problematisk (ibid). Ett exempel är om homosexuella enbart synliggörs i samband med sexuell orientering kan gruppen framstå som sexfixerade (ibid:25).

Betydelsen för hur olika livstilsmagasin gestaltar kvinnor har dividerats. Genom att läsare både har uppfattat och använt magasin av olika skäl. Magasinen i sig implicerar i sitt innehåll huruvida individer ska leva sitt liv. Dock menas det att samhället är medvetna om sociala konstruktioner av redaktionellt innehåll och tar därmed inte åt sig av innehållet. Individerna väljer själva hur dessa konstruktioner tillämpas på individnivå. (Gauntlett, 2008:280)

Massmedia har blivit mer öppna till alternativa sexuella läggningar samt genus. Detta beror på ett generationsskifte baserat på moderna värderingar. Vilket bidrar till en bredare syn om gestaltning av kvinnor inom media. (Gauntlett, 2008:281). Vi som forskare anser dock att ämnet behöver upprätthållas inom medie-och kommunikationsvetenskaplig forskning. Studiens relevans ur ett samhällsperspektiv är att undersöka det värderingskifte som har skett inom media.

*“Paradoxalt nog kan nämligen något som vid första anblick ter sig som ett ifrågasättande av en myt, i själva verket också bidra till reproduktionen av densamma.”*

(Tigervall enligt Lindgren, 2009:173)

## 1.2 Syfte och frågeställning

Studien bedrivs med syftet att undersöka hur kvinnans genusroll gestaltas inom redaktionellt innehåll i HBT-magasinet QX. Vidare syfte är att bidra med en ökad medvetenhet om hur kvinnor gestaltas inom QX-magasin. Studien ska besvara följande frågeställning:

- Hur gestaltas kvinnor i HBT-magasinet QX?

För att kunna ge ett svar till ovanstående fråga, måste även följande frågor besvaras:

- Finns det några återkommande tecken av hur kvinnor gestaltas i QX magasin?
- Konstrueras kvinnans genusroll enligt en heteronormativ mall i QX magasin?

## 1.3 Avgränsning

Tidigare forskning om kvinnors gestaltning inom livsstilsmagasin har fokuserat på reklam, och artiklar i redaktionellt innehåll. Inom studien kommer redaktionellt innehåll att analyseras för att bygga vidare på tidigare forskning om kvinnors gestaltning.

Enligt QX (2014a) uppnår den digitala delen cirka 30 - 50 000 nedladdningar/nummer, medan den tryckta versionen når en upplaga på 31 000 exemplar. Vi bedömer att den nedladdningsbara varianten (PDF) av QX-magasin är av större betydelse att undersöka på grund av att den når ut till en större frekvens av läsare.

Materialet som ligger till grund för undersökningen består av åtta nummer av QX-magasin från perioden mars 2012 till mars 2014. Den gemensamma nämnaren för de utvalda numren är att det endast är en eller flera kvinnor av biologiskt kön som förekommer på omslaget. Genom avgränsningen genom biologisk kön, samt tidsperiod bidrar detta till att studien blir ett relevant nutida nedslag för gestaltning av kvinnan i utvalda reportage i QX-magasin.

## 2 Bakgrund

Inom kapitlet beskrivs och definieras begrepp för att skapa en större förståelse för studiens bakgrund.

### 2.1 Livsstilsmagasin

Ett livsstilsmagasin visar upp en livsstil vad som läsaren uppfattar som viktig – hur läsarna lever, hur de vill leva, samt läsarens självidentifikation (Hollow, 2012:2).

Livsstilsmagasin intar rollen som fiktion genom att ständigt förhandla mellan vad som är mondänt och fantastiskt, och en självutnämnd världsbild utmålas (ibid:8).

Magasin riktade mot homosexuella fungerar som ett sätt för läsarna att bli mer bekväma med sin sexualitet, samt ger en tillhörighet och en större gemenskap (Gauntlett, 2008:220). Gauntlett (2008) presenterar homosexuellas relation till HBT-livsstilsmagasin genom utdrag av flertalet mailintervjuer med homosexuella.

*“I like looking at other dykes! That’s why I read these mags. I blush as I write this but it’s true. It’s like an “imagined community”. I only have half a dozen lesbian friends so this creates a sense of community’, said a 38year-old woman from New York, USA.”*

(Gauntlett, 2008:220)

Mailkonversationerna påvisade att det fanns en känsla av identifiering med magasinen, samt en förvriden bild över rollen som homosexuell (Gauntlett, 2008:222).

*“There seems to be a tight line drawn around this area, actually. Your sexuality is changeable until you realise you are gay and then it is absolutely fixed. Going back to heterosexuality is a major sin. I can see that the reason for this is that so many people are hurt and defensive, but it’s an interesting paradox. The magazines definitely push the idea that gay is good and if you are gay there’s no getting out of it, buster. But if you are heteosexual, then your sexuality is a fluid thing that you haven’t bothered to explore – (laughs)’, said a 34-year-old woman from Melbourne, Australia.”*

(Gauntlett, 2008:221)

Det finns olika uppfattningar om hur ett livsstilsmagasin möjligen ger en likvärdig framställning. Den konstruerade bilden som återges i ett livsstilsmagasin är en del av en större diskurs, som påverkar synen på identitet överlag. (Gauntlett, 2008:192, 220ff.)



## 2.2 Begrepp

### **Heteronormativitet**

Normer är i praktiken “*sociala regelsystem*” som ofta förblir osynliga till någon bryter mot dem (Rosenberg, 2002:101). Genom att definiera och stänga ute det onormala garanterar heteronormativitet dess status som norm (ibid).

### **HBT och HBTQ**

Nationalencyklopedin (2014a) definierar HBT som följande:

*“HBT, förkortning för homosexuella, bisexuella och transpersoner. Termen har sedan 1990-talet blivit etablerad som ett neutralt samlingsbegrepp i samband med frågor om sexuell läggning och könsidentitet.”*

(NE, 2014a)

Begreppet HBT innefattar även *queer-personer*, och refereras till begreppet *HBTQ*. (NE, 2014a).

### **Homosexualitet och homosexuell**

Homosexualitet är något som har funnits under alla tider, dock har begreppet och identiteten tillkommit “...*under vårt århundrade*”. Homosexualitet är en kärleksrelation mellan kvinna och kvinna, eller man och man. Homosexuell identitet är att som individ uppleva sig själv som homosexuell med hela sin personlighet. (Widegren & Ytterberg, 1995:10). Inom studien kommer homosexuell samt homosexualitet appliceras för att beskriva en sexuell läggning, oavsett biologiskt kön.

### **Bisexualitet**

Bisexualitet menas att en individ är känslomässigt och sexuell dragen till individer av båda könen (NE, 2014b). Bisexuell kommer användas inom studien för att beskriva män och kvinnor som är bisexuella.

### **Lesbisk**

Lesbisk (plural: lesbianer) innebär en homosexuell kvinna (Widegren & Ytterberg, 1995:11). Inom studien kommer begreppet användas för att beskriva en kvinnas sexuella läggning.

## **Butch**

Butch är ett vardagligt uttryck “*som betecknar den lesbiska kvinnan i manskläder*”. Inom lesbiska förhållanden kännetecknas butchen av att återanvända maskulinitet. Dock är butch ingen önskan om att vara man, utan en politisk rollidentifiering. (Rosenberg, 2002:76, 80)

## **Femme**

Femme är ett vardagligt uttryck för en feminin roll inom lesbiska förhållanden. En femme blir endast synlig vid uppträdande med dess motsvarighet, butchen. (Rosenberg, 2002:76, 78)

## **Bög**

Homosexuella män har använt bög, trots att begreppet tillämpats som ett skällsord i många anseenden. Genom att själva använda begreppet har homosexuella män tillgivit uttrycket en positiv innebörd. (Widegren & Ytterberg, 1995:11). Begreppet kommer användas inom studien i fall där det är lämpligt, trots eventuell kränkande innebörd. Bedömning av lämplighet sker enligt den kontext begreppet hamnar inom.

## **Gay**

Begreppet gay är avsett för homosexuella kvinnor och män, dock används begreppet i allmänhet för att beskriva homosexuella män (NE 2014c). Inom studien kommer begreppet att användas utefter dess kontext. Det är lämpligt att inom studien belysa problematiken med begreppet, och att det kommer tolkas och appliceras utefter given kontext.

## **Genusroll vs. Könnsroll**

Begreppet genus användes för att betona det latent maktförhållandet mellan *kvinn*a och *man*, där mannen är dominant och kvinnan är underordnad. Att använda begreppet könsroll följer en paradox och är kopplat till biologi, det vill säga det biologiska könet. Inom begreppet könsroll existerar en uppdelning mellan kön och roll, och i feministisk forskning är det rollen (den sociala och kulturella) som är den viktigaste aspekten. Begreppet genus ska vara ett verktyg inom feministisk forskning för att komma ifrån uppdelningen som könsroll bär med sig. (Hirdman, 2001:11-14). Definitionen av begreppet genusroll används med fördel, samt exklusivt, som ett sätt att påvisa den kulturella och sociala roll som tilldelas kön inom studien.

### **Halvbild**

Subjektet ramas in genom att vissa delar av subjektet går utanför formatet för bilden. Beträktaren bjuds in, och bilden tilldelas ett personligt uttryck. (van Zoonen, 2004:76)

### **Helbild**

Helbild benämns även vid totalbild, som ger betraktaren ett "*utrymme för miljö och atmosfär*". Subjekten i en helbild skildras i helkropp. (Bergström, 2009:195)

### **Närbild**

Ett personporträtt i närbild ramar in subjektet i ett närmare format, och skapar en intimisering mellan subjekt och betraktare. Den konventionella placeringen av personer porträtterade i en närbild är i mitten av formatet. (Bergström, 2009:194)

## **3 Tidigare forskning och teori**

### **3.1 Genus- och medieforskning**

Det som feministisk medieforskning och genusforskning har gemensamt är att de vill undersöka och ifrågasätta diskurser som konstruerar normer som skapar kön, klass, etnicitet och sexualitet. Mediernas representation av genus och sexualitet har skiljt sig genom åren på grund av den tid och kontext som påverkar genusrepresentation och konstruktion. (Kleberg, 2006:20)

Den kritik som kvinnoforskning fick utstå ledde till övergången för genusforskning. Kvinnoforskningen gick från att baseras på diskrimineringsfrågor, samt analyser utifrån ett mansperspektiv, till att istället forska om och ifrågasätta de inre och yttre strukturerna inom samhället. (Ljung, 2007:222, 236)

Det finns två utgångspunkter för feminism inom sfären för svensk medieforskning. Den första grundar sig på den kritik som riktades mot veckopressen under 60-talet, benämnt vid "*förtryckande realitet*", det vill säga en vinklad gestaltning av kvinnan. Andra utgångspunkten handlar om mottagarnas perception, hur de aktivt eller passivt tar in samt tolkar information. (Kleberg, 2006:25f.)

Patriarkatet formar kvinnans genusroll, och kvinnans patriarkala framställning är så pass vanligt förekommande att samhället har blivit blinda för den (Fagerström & Nilson, 2008:43). Genom att applicera ett flertal feministiska teorier och synsätt på en samhällelig framställning bidrar det till en bredare syn över dagens samhällsbild samt en större grund för att granska de yttre och inre konstruktionerna för medierad framställning av kvinnan.

Inom medie- och kommunikationsvetenskap har feministisk medieforskning samt kvinnoforskning haft ett dominerande utrymme. Inom medieforskning används feministiska inriktningar för att påvisa antaganden om varför medier beskriver och gestaltar kvinnor på det sätt medier gör idag. Feministisk teori används även för att belysa betydelsen av den medierade beskrivningen av kvinnor, och dess påverkan av samhällets syn på dessa beskrivningar. De samhällsåtgärder som krävs för att förändra mediernas nedvärderande eller missgynnsamma syn på kvinnor, framkommer genom att applicera feministisk teoribildning inom medieforskning. (Kleberg, 2006:11,13)

Tre olika feministiska teorier har valts ut som grund för studien. Radikalfeminism, queerteori och postmodern feminism – som alla utvecklades i samband av en ökad samhällskritik genom vetenskapliga teoribildningar av feministiska forskare (Ljung, 2007:222). Valda teorier ger studien ett större perspektiv, genom att de förser olika infallsvinklar kring samhällets könskonstruktioner, och som stärker diskussion om kvinnors gestaltning inom redaktionellt innehåll.

### **3.1.1 Radikalfeminism**

Radikalfeminism utgår ifrån ojämlikheten mellan könen, där mannen tilldelas en maktposition genom att kvinnan blir underordnad (Ljung 2007:227).

Radikalfeminismen menar att det existerar ett patriarkat, ett system som är uppbyggt på dominans och underordning (ibid).

Genom en radikalfeministisk analys är det adekvat att undersöka det privata i livet, så som familj och sexualitet – som anses vara verktyg för patriarkatisk dominans (Ljung 2007:227). Radikalfeminismen utmanar den traditionella synen på makt (Bryson 2003:163). Genom att undersöka hur kvinnor framställs genom sexualitet, åtrå och lust framträder patriarkatets maktfördelning (Ljung 2007:228). Heterosexualitet står som

normen i samhället, och genom en radikalfeministisk analys ifrågasätts detta normativa tillstånd (ibid).

Yvonne Hirdman resonerar genom tre modeller om hur kvinnlighet historiskt sätt har beskrivits på liknande sätt. Den första modellen är A – icke-a där kvinnan inte är närvarande. Den andra modellen är A – a där kvinnan illustreras vara outvecklad utan en man, och betraktas som en mindre och sämre version av en människa. Den sista modellen är A - B som bygger på att män och kvinnor är motsatsen till varandra, exempelvis genom yttrande av dikotomiska beskrivningar. Mannen står för *kraft, ande, kultur och renhet* medan kvinnan står för *svaghet, materia, natur och orenhet*. (Ambjörnsson, 2011:33f.)

Inom medie-och kommunikationsvetenskap är ett radikalfeministiskt perspektiv ett sätt att synliggöra om kvinnor kommer till tals på egna villkor, och inte utefter patriarkatets. Radikalfeministisk mediekritik riktar sig mot förskönade bilder av äktenskap samt kvinnors relationer, där mäns makt över kvinnor tilldelas en legitimitet (Kleberg, 2006:16)

Genom att tillämpa radikalfeministisk teori och analys på studien kan maktförhållanden påvisas inom det utvalda redaktionella innehållet, specifikt genom att analysera kvinnors kroppar, och hur deras sexualitet ter sig. Tillämpningen av radikalfeministisk teori kommer vara betydelsefull för att analysera hur kvinnors genusroller konstrueras genom heterosexuella normer.

### **3.1.2 Queerteori**

Judith Butler var en av de första forskarna som gav queerteorin ett "*kvalitativt språng*" (Ljung, 2007:250). Grundtanken var att ge samhället (heterosexuella) en bild av att homosexualitet inte var ett hot, samtidigt slå hål på redan fastställda könsroller (ibid). En viktig del av den ursprungliga betydelsen var att inte exakt definiera ordet queer (Rosenberg, 2002:11). Att definiera begreppet skulle gå mot själva grundtanken med queerteorin (ibid). Butler menar att den egna könsrollen iscensätts, baserat på de femininiteter och maskuliniteter som finns definierade i det heterosexuella samhället (ibid:75).

“...kvinnor sitter med ihoppressade ben, medan männen sitter med särade ben”

(Rosenberg, 2002:75)

Enligt Rosenberg (2002:72) skulle “*butlerismen*” tolka ovanstående citat som att en kvinna iscensätts genom ihoppressade ben. Genom iscensättningen av män och kvinnor samt uppdelningen av sexualitet (icke biologiskt kön) som ligger till grund för tolkning och feministiskt tänkande (ibid:75). Iscensättningen av roller blir “...tydligare föremål för dekonstruktion” (Ljung, 2007:250). Genom att inte applicera roller och begrepp på individer bidrar detta till att det i vissa skeden uppstår förvirring av vad som beskrivs (Rosenberg, 2002:163).

Ur ett medie- och kommunikationsvetenskap har genusforskning specificerat sig på maktfrågor, femininitet samt maskulinitet. På senare år har queerforskning varit till grund för den kritik mot den rådande heteronormativiteten som styr kön och genus (jfr Gantez, 2005 enligt Kleberg, 2006:11).

Inom svensk medieforskning har Queerteori inte vunnit något större tillträde. Queeteorins utgångspunkter är baserade på kritik mot heteronormativiteten som står till grund för de idealiserade bilder av kärnfamiljen i medieutbud. Queerteori borde därmed vara en viktig utgångspunkt i medie- och kommunikationsvetenskap. Hur HBT-personer framställs inom media har dock fått större uppmärksamhet internationellt. (Kleberg, 2006:42f.)

Att analysera det redaktionella innehållet utifrån en queerteori ger en avgränsning gällande användandet av begrepp, likväl ett sätt att avkoda och dekonstruera de normativa tecken som påträffas under studien. Det är också en metod för att avkoda den iscensättning av genusroller som agerar inom det redaktionella innehållet i QX-magasin.

### **3.1.3 Postmodern feminism**

Postmodernistiska feministiska anhängare var starkt kritiska mot den vetenskapliga kunskapen som hade skapat en generaliserad bild av kvinnor, som endast manifesterades i en enda kategori. Postmodernistiska feminister ville lägga fokus på lokalt avgränsade positioner, istället för kategorisering genom en generell bild av kvinnor. Lokalt avgränsad positionering är exempelvis heterosexuella medelklasskvinnor, svarta kvinnor och vita lesbiska arbetarkvinnor. Genom att tillföra

denna typ av kunskap om positionering skulle forskningen bli mer tillförlitlig. (Ljung 2007:252,253)

Postmodernistisk feminism har haft ett stort inflytande på feministisk teoribildning, specifikt på begreppet patriarkat. Inom postmodernistisk feminism diskuterades det istället om sociala strukturer – att individer oavsett kön kan inneha en viss över-/underordnad position. (Ljung, 2007:254)

Enligt den postmodernistiska feminismen är stereotypisering ett alternativ för att representera kön, klass, etnicitet samt sexualitet inom medier. Genom att representera och karaktärisera olika grupper utefter en stereotyp kan dessa neutralisera de karaktärsdrag som en grupp står för, och därmed göra en kulturell skillnad. Stereotypisering innebär dock att specifika grupper kan värderas utifrån kategorien som gruppen tilldelas, med tillhörande positiva och negativa karaktärsdrag. Inom medier bör en representation av kvinnor hanteras. (Kleberg, 2006:17f.)

Genom analys och tillämpning av teori kan sociala strukturer av hur kvinnor gestaltas i QX-magasin synliggöras, som stärker val av teori. Att undersöka en representativ mångfald i redaktionellt innehåll i QX-magasin är adekvat för att uppvisa flera olika möjliga identiteter som läsarna kan relatera till.

### 3.2 Semiotisk teori

En bild står sällan ensam, utan uppträder vanligen inom ett sammanhang. Inom ett vidgat teckenbegrepp är uttryck och innehåll viktiga komponenter, som tolkas med våra sinnen. För att tolkning ska ske krävs dock en kod – en mall för hur ett tecken ska tolkas inom en kontext. (Hansson, Karlsson & Nordström, 2006:9, 16). Den gemensamma förförståelsen som uppstår inom ett samhälle eller grupp klassificeras som en norm (Fiske, 1990:137). Vetskapen om grupp och samhällliga normer gör dem till förutsägbara (ibid).

Tecken har olika nivåer av tolkningar som innefattar "*förnuftiga, uppenbara betydelse*", och benämns vid denotation. (Fiske, 1990:118, 119). Denotation benämns också vid en bild kärn- eller grundbetydelse (Bergström, 2009:208). Paradigm är kategorier och tecken som utgör den beskrivande delen av en semiotisk analysmodell (Gripsrud, 2011:164).

Begreppet konnotation är “...kulturellt etablerade och kodifierade...” (Gripsrud, 2011:149). De personliga tolkningar som varje individ utför är klassificerade som konnotation innanför en samhällelig kontext (ibid). Tecknens ordningsföljd samt förloppsdimension benämns vid syntagm (ibid:164).

Genom att analysera bildmaterialet genom en semiotisk teori kan konstruerade genusroller urskiljas. En semiotisk teori kommer att medföra en tydligare särskiljning mellan denotation och konnotation i materialet, och en större uppfattning över vilka tecken som används vid gestaltning av kvinnor i QX-magasin.

### 3.3 Narrativ teori

Narrativ är alla typer av kommunikation (Roland Barthes, 1977 enligt Johansson, 2005:21). Den narrativa teorin kännetecknas genom teorierna om berättandet och berättelsen (Johansson, 2005:21). Narrativ teori är en samling av olika traditionella teorier som kopplas till studier som är berättande, samt till mer kritiska teorier, exempelvis feministisk analys, och hermeneutik (ibid:20). Att angripa en narrativ analys är en utmaning, i och med att det är en tvärvetenskaplig teori som “..karakteriseras av begreppsförvirring och motsägelsefullhet” (ibid).

Att använda sig av en narrativ analys handlar i grunden om att förstå omvärlden och specifika fenomen som anses vara “naturliga”. Narrativ analys blir ett verktyg för att förstå det som är latent i en berättelse. En central fråga för definitionen av ett narrativ är relationen gentemot en diskurs – det vill säga inom det sociala sammanhanget som narrativet befinner sig. (Robertson, 2012:229, 256)

Inom studien kommer tillämpad teori ge möjlighet till en större bild, samt ett tydligare nedslag inom valt forskningsområde. Verktyn inom en narrativ analys är lämpliga till studiens syfte för att urskilja berättelsens latent innehåll om hur kvinnor gestaltas inom det redaktionella innehållet i QX-magasin.

### 3.4 Emotional Selling Proposition (ESP)

Ett budskaps emotionella försäljningsargument benämns vid *ESP (Emotional Selling Proposition)*. Emotionellt tilltalande budskap löser upp gränsen mellan produkt och mottagare, genom ett tilltalande sätt. ESP-budskapet leder in mottagarna, och låter dem



komma produkten nära, och i ett åtråvärt sammanhang. Ett ESP för ett budskap ska förmedla eller lova: Sensorisk belöning, Intellectuell stimulans, En önskvärd livsstil samt Socialt gillande. Det känslomässiga står i fokus inom en icke-dramatisk berättarteknik, och anses vara ett budskaps ESP. Genom att återge en berättelse med en icke-dramatisk berättarteknik, vänder sig sändaren till mottagarens emotionella sida. Det icke-dramatiska berättandet brukar benämnas vid det kvinnliga sättet att berätta. Genom att låta mottagaren begrunda, ta emot och värdera kommer mottagarna nära in på budskapet. (Bergström, 2009:26, 78)

Den icke-dramatiska berättartekniken, och även budskapets ESP, benämns som det kvinnliga sättet att berätta. Att undersöka en icke-dramatisk berättarteknik blir relevant för studien för att synliggöra om kvinnor inom QX-magasin gestaltas genom en kvinnlig berättarteknik. Genom att undersöka bildmaterial, genom en semiotisk analys, framträder de emotionella försäljningsargumenten för hur QX-magasin tilltalar mottagarna.

### 3.5 Newcomb's modell

Newcomb's triangulära modell för in kommunikationens roll inom ett samhälle alternativt en social gemenskap. Newcomb beskriver att kommunikation är "*avsedd att upprätthålla jämvikt inom det sociala systemet*". Newcomb's modell fungerar genom att A är kommunikatorer och B är mottagare, medan X är den sociala omgivningen. ABX fungerar som ett system som är i ömsesidigt behov av varandra. ABX bör ha liknande attityder mot varandra för att hålla en balans inom systemet. Dock poängteras det att, desto viktigare ställning X har i den sociala omgivningen, desto starkare strävan har A och B att hålla en jämvikt mot X. Modellen är en förutsättning för all kommunikation, då vi utan den inte skulle kännas oss delaktiga i samhället vi agerar inom. Det är viktigt för den sociala omgivningen att veta hur den ska reagera på information och därmed kunna identifiera sig med den specifika gemensamma gruppen. (Fiske, 1990:49ff.)

Inom studien kommer Newcombs modell att agera som en kommunikationsteori för att utläsa QX-magasins agerande som kommunikator. Modellen kommer tillämpas inom studien för att utläsa hur QX-magasin förhåller sig till dess sociala omgivning (heteronormativitet).

### 3.6 Teorins relevans för forskningen

De utvalda teorierna är av vikt för att kunna besvara frågeställningen. Varje teori har ett adekvat utrymme i undersökningen. Genom en semiotisk teori kan tecken påvisas, samt konstruktioner av genusroller urskiljas. En semiotisk teori är ett komplement till en narrativ teori (Lindgren, 2009:97). Narrativ teori påvisar sociala strukturer inom det redaktionella innehållet. Genom att förankra empiri tillsammans med feministisk teori ger det en diskussionsgrund för hur tecken samt sociala strukturer följer samhällets normer och mallar. De feministiska teorierna ger en större uppfattning kring gestaltning av kvinnan, och en bredare grund för analys av resultat. Newcomb's modell kommer ge en uppfattning hur QX-magasin som kommunikatörer förhåller sig till sina läsare samt den sociala omgivningen. Modellen är adekvat för studien för att belysa huruvida QX-magasin förhåller sig till en heteronormativ diskurs.

### 3.7 Studiens relevans

Ur ett inomvetenskapligt perspektiv är studien relevant för att den belyser en kumulativ lucka inom medie- och kommunikationsvetenskap för hur kvinnor gestaltas inom ett HBT-magasin. Studien utgår från tidigare kunskap och forskning kring ämnet (se *Problembakgrund 1.1*) och har därefter formulerats till ett syfte och frågeställning som bidrar till en inomvetenskaplig relevans.

Studien är ett fall av en ökad medvetenhet om hur kvinnor gestaltas inom ett HBT-magasin. Det är även ett fall av hur ett HBT-magasin går emot eller följer samhälleliga mallar för hur kvinnor tidigare har gestaltats inom redaktionellt innehåll. Urvalet innefattar åtta magasin under en tvåårsperiod och studien kommer därmed inte att agera som ett fall av gestaltning av kvinnor inom hela QX-magasin.

## 4 Metod

### 4.1 Metodval

Inom studien tillämpas en kvalitativ innehållsanalys. För en kvalitativ studie är förförståelse ett krav för att aktivt kunna tolka och observera (Ekström & Larsson, 2000:14). En kvalitativ innehållsanalys ger en ökad möjlighet att tolka det utvalda materialet i relation till kontext och “...*belysa grundläggande egenskaper och strukturer*” om fenomenet (ibid:16).

Inom genusforskning har den kvalitativa metoden fått kritik på grund av att den har benämnts som det enda sättet att bedriva genusforskning. Vilket medför en problematik enligt Davies & Esseveld, som beskriver att “*genom att framhålla kvalitativa metoder som de enda tänkbara, lämnar man viktiga frågor utforskade..*”. Dock är den viktigaste aspekten inom en kvalitativ metod att ge kunskap om andra dimensioner och sociala konstruktioner som de kvantitativa metoderna inte förmår att nå. (Eliasson, 2006:147f., 157)

De studier där ett fåtal fall studeras agerar inte som en statistisk representation av en stor population eller hur vanligt förekommande attityder och beteenden är, utan synliggör grundläggande generella egenskaper, betydelser och strukturer inom studien (Ekström & Larsson, 2000:16). Den tvåårsperiod studien omfattar kommer att ge en nutida bild över kvinnors gestaltning inom det redaktionella innehållet i QX-magasin. Vår studie kommer att ge en generaliserbar bild inom de urval som studien utgår ifrån, och inte en representativ bild av kvinnors gestaltning i hela QX-magasin.

### 4.2 Tillvägagångssätt

Bildmaterialet för studien bestod från början av sammanlagt 31 stycken bilder. Två av dessa bedömdes som icke analyserbara på grund av dålig bildkvalitet, det vill säga att det inte var möjligt att urskilja något subjekt i bild. Det utvalda materialet för studien bestod därmed av totalt 29 stycken bilder.

Semiotiska analysen utfördes oberoende av textuellt innehåll inom varje reportage för att undvika påverkan. Den narrativa analysen utgick från det textuella innehållet.

Studien omfattade åtta reportage. Varje reportage (inkluderande bild samt text) analyserades var och en för sig enligt följande tillvägagångssätt:

Det första steget inom den semiotiska metoden var att beskriva (denotera) bildmaterialet. Varje tecken och attribut som förekom på bilderna listades. Denna lista av attribut och tecken sammanfattades i en löpande text, för att ge varje bild en längre beskrivning. Denotation återger en icke tolkande bild av vilka paradigmer som gestaltas. Steg två var att tolka (konnotera) bilderna, och återge bildens latent tecken, och vilket syntagma bilderna befann sig inom. De syntagmer som framgick av analysen skrevs ned i löpande text, och tolkades gentemot tidigare forskning om kvinnors gestaltning inom media.

Inom studien definierades ett narrativ som ett reportage, och inkluderade delarna; rubrik på omslag, rubrik, ingress, citat, brödtext och bildtext. En del av att definiera ett narrativ är att sätta den i relation till en diskurs – genom det medel innehållet förmedlas (Robertson, 2012:230). QX-magasin var diskursen för studien.

Inom studien tillämpades en modifierad narrativ metod av den som Johansson (2005:291) beskriver enligt Lieblich (Lieblich, Tuval-Mashiach & Zilber, 1998) som ett helhetsperspektiv med fokus på innehåll. Analysmodellen inom studien applicerades på de åtta reportage studien innefattade, på följande sätt:

1. Narrativet lästes genom tre gånger för att urskilja ett mönster. Läsningen utfördes med empati och försiktighet, då det är viktigt inom en narrativ teori att låta texten *tala*. Ett beskrivande referat utfördes av narrativet.
2. Efter genomgång av narrativet utfördes övergripande reflektioner. Ovanliga drag samt motsägelser blir en del av reflektionen kring narrativet.
3. Narrativet får ett fokus eller tema, baserade på återkommande detaljer inom narrativet.
4. Temat för narrativet bedömdes gentemot helheten genom att välja **utdrag** från texten där exempelvis temat började och slutade, samt för narrativet överlag.

En semiotisk och narrativ analysmetod påvisade tecken samt mönster som besvarade frågeställningen. Ett narrativt perspektiv berikar det semiotiska, genom att tillföra ett "*tids- och sekvensaspekt*" av analyserat material (Lindgren, 2009:97).

### 4.3 Bearbetning av insamlat material av resultat

De resultat som framgick av analysen av det utvalda materialet kategoriserades. Kategorierna systematiserades baserat på gemensamma och återkommande syntagm (från den semiotiska analysen) och utdrag av texten (specificerade från narrativets tema). De kategorier som framkom under den semiotiska analysen var: maktförhållande, privat sfär samt stereotyper. De kategorier som framkom under den narrativa analysen var: maktförhållande, tillhörighet samt stereotyper.

Inom resultatkapitlet presenteras fem utvalda bilder utefter de valda kategorierna, med en fördjupad semiotisk analys av denotation samt konnotation. Inom den narrativa analysen presenteras utvalda utdrag från punkt 4 ur den narrativa metoden (se 4.2 *Tillvägagångssätt*) utefter utvalda kategorier.

Newcomb's modell appliceras på resultatet för att föra en diskussion huruvida QX-magasin förhåller sig till en heteronormativ mall i dess gestaltning av kvinnor inom redaktionellt innehåll. Modellen används för att urskilja hur QX-magasin förhåller sig till sina läsare samt sin sociala omgivning.

De feministiska teorierna appliceras på resultatet för en djupare diskussion om sociala konstruktioner om kvinnans gestaltning inom det redaktionella innehållet i QX-magasin.

### 4.4 Urval

Urvalet genomfördes med hjälp av ett typurval. Ett typurval eftersöker fall som företräder det karaktäristiska i undersökningen samt "*påträffa ett mönster i fenomenet*" (Larsson, 2000:57).

Som tidigare nämnt i 1.3 *Avgränsning* analyserades endast PDF-varianten av QX-magasin. Studien innefattade åtta nummer av QX-magasin, under perioden mars 2012 till och med mars 2014. Urvalet baserades i syfte för att utföra ett nedslag om hur kvinnan inom QX-magasin gestaltas. Urvalet baserades på kriteriet huruvida det endast är en kvinna (biologiskt kön) eller flera kvinnor som förekom på omslaget.

## 4.5 Material

Urvalet av magasin är:

- *QX magasin nr. 222, mars 2014* (QX, 2014b:1, 20f., 23f.)
- *QX magasin nr. 218, november 2013* (QX, 2014c:1, 20-23, 25)
- *QX magasin nr. 214, juli 2013* (QX, 2014d:1, 18f.)
- *QX magasin nr. 211, april 2013* (QX, 2014e:1, 22f., 25f.)
- *QX magasin nr. 206, november 2012* (QX, 2014f:1, 22f.)
- *QX magasin nr. 202, juli 2012* (QX, 2014g:1, 28f.)
- *QX magasin nr. 201, juni 2012* (QX, 2014h:1, 23f.)
- *QX magasin nr. 198, mars 2012* (QX, 2014i: 1, 30ff., 35f., 38f., 41)

## 4.6 Upphovsrätt

Bildmaterialet i varje magasin är skyddat av upphovsrätten. Varje upphovsman innehar den ideella samt den ekonomiska rätten till sitt verk, det vill säga rättigheter för hur verket ska användas, och hur verket publiceras (Carlén-Wendels, 2005:52, 61). Bilderna i materialet får inte publiceras eller distribueras utan upphovsmännens tillåtelse. Istället för att bifoga bildmaterialet i uppsatsen kommer varje bild att refereras till publicerade elektroniska källor där respektive magasin samt bilder finns tillgängliga.

## 4.7 Metodkritik

Den tolkande ansatsen i studien kommer att ske utifrån vår egna förförståelse och perspektiv. Det vill säga, att alla slutsatser baserat med hjälp av tidigare material samt teori kommer att ske genom två aspekter. Dels genom ett västerländskt perspektiv med tillhörande förförståelse för normer, tecken och symbolik, samt även baserat på det faktum att studien utförs av individer som är av olika biologiskt kön. Olika synsätt baserade utifrån kön om förförståelse och sociala konstruktioner kan tillföra ett djupare tolkningsunderlag.

En tänkbar slutledning är att någon med en annan förförståelse tolkar och genererar andra resultat. Dock med hjälp av tidigare teori samt analysmodeller reduceras *luckan* genom att dela samma diskussionsunderlag.

Den analysperiod som studien innefattar består av åtta nummer under en tvåårsperiod. Frekvensen av material är begränsat till studiens tidsspann.

#### 4.8 Forskningsetik

Det finns krav för att arbeta med samhällsforskning, benämnt vid *forskningskravet*.

Inom forskning finns risk för att individer utsätts för förödmjukelse.

Individskyddskravet är en utgångspunkt "*för forskningsetiska överväganden*", och skyddar individer från kränkning. (Vetenskapsrådet, 2014)

Studien innefattar inte deltagande moment utan baseras endast på befintligt material, varav risken att kränka någon bedöms som låg. Studien kommer endast agera som ett exempel över nutida gestaltning av kvinnor i QX magasin, och ej gentemot de faktiska individerna som förekommer inom materialet. Studien anses inte medföra korta- eller långsiktiga, negativa aspekter.

## 5 Resultat och analys

Inom kapitlet kommer fem utvalda bilder att presenteras utefter de valda kategorierna, med en fördjupad semiotisk analys av denotation samt konnotation. De fem bilderna är utvalda för att presentera de kategorier och resultat som har framkommit av studien.

Inom den narrativa analysen presenteras utdrag från punkt 4 ur den narrativa metoden (se 4.2 *Tillvägagångssätt*) utefter utvalda kategorier. Alla narrativen finns representerade inom den narrativa analysen. De feministiska teorierna appliceras därefter på resultatet för en djupare diskussion för att synliggöra hur sociala konstruktioner påverkar det redaktionella innehållet i QX-magasin.

I kapitlet presenteras Newcomb's modell. Modellen har tillämpats för att utläsa hur QX-magasin förhåller sig till sin sociala omgivning, samt hur detta har påverkat utformningen av det redaktionella innehållet.

### 5.1 Semiotisk bildanalys

Resultatet av analysen är kategoriserat utefter framträdande och gemensamma mönster för bildmaterialet. Fem av de 29 bilderna beskrivs mer ingående i kapitlet för att visa de gemensamma mönster som framgick av den semiotiska analysen.

#### 5.1.1 Maktförhållande

Den första kategorin av återkommande mönster som vi fann, var de maktpositioner som kvinnorna inom det utvalda materialet utövade eller ställdes inför. De två exemplen nedan visar på en utmärkande under- respektive överordnad roll som de två kvinnorna tilldelades inom materialet. Den medierade bilden av kvinnorna inom kategorin påvisar att dessa roller som gestaltas skapar identiteter som både bekräftar och motsäger tidigare forskning om kvinnans gestaltning inom media.

#### *Denotation*

Bild 1 (QX, 2014b:1) föreställer en vit kvinna sittandes i helbild framför en rosa/röd bakgrund. I sin vänstra hand håller subjektet en fjärrkontroll, och i den högra handen en dekorerad stav. På varsin sida bakom subjektets sittplats står två gröna plantor.



Subjektet sitter på en dekorerad stol. Subjektet är sminkad, har långt hår, bär en krona på huvudet, och ett stort smycke kring sin hals. Subjektet bär en lång gul dekorerad kappa med röda detaljer, samt tre märkesnålar på höger bröst. Subjektet bär ett par svarta glittriga byxor, och ett par röda skor med en cirka 10-15 centimeter tjock sula.

### ***Konnotation***

Subjektet på Bild 1 (QX, 2014b:1) har en krona på sig, håller i en förgylld samt juvelbeklädd stav i handen, samt bär en lång, guldig och dekorerad kappa. Subjektet på Bild 1 (ibid) sitter på en tron. Valda attribut konnoteras till att subjektet symboliserar en drottning. Att gestaltas som en drottning kan tyda på en maktposition som medför motstånd. Makt är inte fast utan flytande, och tillskrivs via interaktion – genom att som individ befinna och utsätta sig för situationer där makt utövas (Foucault enligt Gauntlett, 2008:127). Ett maktförhållande är en del av ett motstånd – en naturlig följd av situationer där makt utövas, samt förtrycker de som inte gynnas av makten (ibid:131). Genom tiderna har kvinnlighet alltid haft lägre status än vad samhället betraktar som manligt, och mer betydelsefull makt (Ambjörnsson, 2011:33). Exempel på hur kvinnor historiskt sett har betraktas kan synliggöras genom stereotypformeln “*A - a*”, det vill säga att kvinnan är en mindre och sämre variant än mannen, och har ingen egen intellektuell förmåga (Hirdman, 2001:33).

Subjektets maktposition stärks genom att subjektet på Bild 1 (QX, 2014b:1) iscensätts som en drottning. Imitation är en önskan om, eller ett sätt att “*bli lik med*” den uppfattade bilden under en identifikationsprocess (Gripsrud, 2011:31). Subjektet på Bild 1 (QX, 2014b:1) vill bli betraktad som en person med makt, och stärker därmed en genushierarkisk maktstruktur. Rekvisitan tillför subjektet en roll som drottning inom kontexten. Rollen som utspelas inom det utvalda redaktionella innehållet är en imitation, och inte en faktisk maktposition. Det är endast subjektets vilja av att inneha en maktposition som konnoteras inom kontexten.

### ***Denotation***

På Bild 2 (QX 2014e:22f.) gestaltas en långhårig kvinna som är sminkad runt ögonen samt har röda läppar. Subjektet bär en lång svart klänning, samt svarta skor med klack. Subjektet sitter på ett golv framför en vit bakgrund, har blicken riktad mot kameran samt håller om sin högra arm. Bild 2 (ibid.) är av formatet helbild.

### ***Konnotation***

Subjektet på Bild 2 (QX, 2014e:22f.) innehar attribut som tyder på en feminin genusroll, genom subjektets långa hår, sminkning, samt val av kläder. Kläder och kroppsvård har alltid varit en stor del av livsstilsmagasin riktade mot kvinnor (Hirdman, 2002:67). Subjektet utgör en norm för hur kvinnor bör se ut inom det utvalda materialet.

Kvinnor samt kvinnokroppar brukar gestaltas i reklambilder liggandes som ger en antydning om passivitet (Fagerström & Nilson, 2008:83). Den kroppsliga retoriken ger ledtrådar kring konventionella och sociala arrangemang mellan könen, där kvinnan placeras på låga positioner exempelvis liggandes eller sittandes (Goffman, 1979 enligt Hirdman 2002:50). "*Vanliga människor*" brukar gestaltas genom att hålla en stillasittande position, samt genom att rikta blicken rakt mot kameran (Hirdman, 2002:49). Subjektet på Bild 2 (QX, 2014e:22f.) sitter ned på golvet. Subjektet tilldelas en passiv roll, samt klassificeras som en *vanlig* människa. Inom diskursen, genom attribut och kroppretorik tilldelas subjektet på Bild 2 (ibid) identiteten av en underordnad kvinna. En identitetsberättelse är i behov av att skapa ett sammanhang mellan den individuella identiteten och omvärlden (Rosenberg, 2002:53). Subjektets gestaltning som underordnad inom diskursen bekräftar individens medierade identitet, sociala konstruktioner, samt ett heteronormativt styrande element. Feminina attribut tilldelar inte nödvändigtvis en underordnad roll, däremot med betoning på kroppsretorik samt den riktade blicken tilldelas subjektet en underordnad roll. Bild 2 (QX, 2014e:22f.) är en typisk bild över hur en underordnad kvinna gestaltas inom QX-magasin.

#### **5.1.2 Privat sfär**

Den andra kategorin av återkommande mönster är tecken för den medierade privata sfären och intimiseringen subjekten i materialet gestaltas genom. Exemplet nedan är den enda bilden inom det utvalda materialet som bildmässigt visar upp ett förhållande mellan två individer. Kvinnornas förhållande står i fokus och agerar som bildens ESP. QX-magasin visar upp ett lesbiskt förhållande och stärker därmed en ensidig mediebevakning kring relationer i ett HBT-magasin, då förhållandet gestaltas som ett *naturligt* lesbiskt förhållande. Vilket kan medföra en neutraliserad bild inom redaktionellt innehåll av två kvinnor i ett förhållande.

### ***Denotation***

På Bild 3 (QX, 2014c:25) gestaltas två vita kvinnor som håller om varandra. Subjekten står på en brygga vid en sjö framför en skogsmiljö. Subjektet till vänster har blont långt platt hår, bär en svart jacka med svarta byxor samt svarta skor. Subjektet till höger har lockigt blont hår och har på sig en svart stor polotröja, svarta skinnbyxor, samt svarta skor. Båda subjekten riktar blicken in i kameran. Bild 3 (ibid) är en svartvit helbild.

### ***Konnotation***

Subjekten på Bild 3 (QX, 2014c:25) står ensamma på en brygga, i ett naturlandskap. I kontrast till det dramatiska berättandet, som innebär att snabbt väcka en publiks intresse, finns det icke-dramatiska berättandet, som bygger på en "*öppen struktur*" – en mångtydig bild där publiken får tolka och värdera det som berättas (Bergström, 2009:19). Icke-dramatiska bilder framställs genom ett stilla manér (ibid:171). Bild 3 (QX, 2014c:25) konnoterar till en känsla av harmoni. Den icke-dramatiska berättartekniken är betraktad som det "*kvinnliga sättet att berätta*" (Bergström, 2009:26). Genom attribut tilldelas bilden en icke-dramatisk berättarteknik. Exempelvis att subjekten befinner sig inom en naturmiljö, eller att bilden är tagen i svart/vitt. Bildattributen medför att det icke-dramatiska berättandet blir påtagligt. Bild 3 (QX, 2014c:25) tilldelas en kvinnlig berättarteknik. Det icke-dramatiska berättandet är något som stämmer överens med Bild 3 (ibid) genom att den intima relationen mellan de båda subjekten gestaltas. Läsaren får själv konnotera och tolka subjektens på Bild 3 (ibid) relation med varandra.

Bild 3 (QX, 2014c:25) påvisar ett förhållande mellan två kvinnor, som tillskrivs feminina karaktärsdrag, samt visar en intimitet mot varandra. Närhet, kroppslighet och intuition har varit ett sätt att tillskriva feminina karaktärsdrag (Kleberg, 2006:23). Subjektens attribut är en del av ett gestaltat förhållande mellan kvinnorna, samt deras närhet gentemot varandra. Emotionella argument lyser genom den icke-dramatiska berättartekniken, som i sin tur skapar delaktighet samt medagerande hos mottagarna (Bergström, 2009:78). Emotional Selling Proposition, förkortat ESP är bildens emotionella försäljningsargument, genom exempelvis ting och accessoarer tilldelas en emotionell tillhörighet, och bjuder in samt tilldelar betraktaren en känsla av delaktighet till bilden (ibid). Subjekten på Bild 3 (QX, 2014c:25) relation med varandra agerar som bildens ESP. Betraktaren kommer individerna nära, och blir delaktiga i kvinnornas förhållande. På Bild 3 (ibid) gestaltas kvinnornas förhållande genom en privat sfär.

Genom val av icke-dramatisk gestaltning av subjekten inom kontexten, ger detta en neutral framställning av ett lesbiskt förhållande.

### 5.1.3 Stereotyper

Den tredje utmärkande kategorin för materialet var bilder där subjektens egna samt tilldelade identiteter gav uttryck åt utformning av bildmaterialet. Vi fann att kvinnorna inom kategorin gestaltades enligt stereotypisering, det vill säga kvinnorna tilldelades fasta identiteter baserade på deras genusidentifikation eller etnicitet. Genom att QX-magasin tilldelar subjekten medierade identiteter baserade på fasta kategorier, förstärks dessa stereotyper, och även de negativa generella dragen för olika stereotyper.

#### ***Denotation***

Bild 4 (QX, 2014d:1) föreställer en vit kvinna, ståendes utomhus porträtterad i en halvbild. Subjektet har blont kortklippt hår, är lätt sminkad och bär en svart väst. Subjektet har en kedja i högra öra samt svarta örhängen i sitt vänstra. Subjektet tittar rakt in i kameran. Subjektet korsar sina blottade armar över bysten. Subjektet har armband kring sina handleder samt en klocka på sin högra arm. Subjektet bär ringar på sin vänstra hand, samt har en tatuering på sin högra arm.

#### ***Konnotation***

Subjektet på Bild 4 (QX, 2014d:1) tittar rakt in i kameran. Direkt ögonkontakt innebär ett jämställt förhållande mellan betraktaren och den betraktade (Hirdman, 2002:52). Relationen mellan subjekt och betraktare bidrar till ett medgivande till att bli betraktad, det vill säga en "*öppen voyeurism*" – att den betraktade ej har någon vetskap om att denne blir betraktad (ibid). Subjektet på Bild 4 (QX, 2014d:1) gestaltas genom att rikta sin blick rakt in i kameran, och mot betraktaren. Subjektet på Bild 4 (ibid) uttrycker ett neutralt ansiktsuttryck. Ett leende bygger på en relation mellan betraktare och subjekt som "*ett välkommande som uttrycker en längtan efter gemenskap, en bekräftelse på att tillhöra*" (Hirdman, 2002:49). Subjektets neutrala blick visar på en avfärdande relation mellan betraktare och subjekt, som i kombination med subjektets korsade armar ger en konnotation om instängdhet. Slutna eller korsade armar är ett tecken på slutenhet (Phipps, 2012:108f.). Subjektet på Bild 4 (QX, 2014d:1) tilldelas en aktiv roll med tillhörande ställningstagande riktat mot betraktaren. Subjektets kroppsposition visar gardering gentemot den dominerade gruppen (betraktarna) i samhället.

Subjektet har kort hår, skinnväst och muskulösa armar som ger konnotation till attribut för manlighet, och en butch. Inom en heteronormativ diskurs anses ett butch/femme förhållande vara en heterosexuell imitation (Rosenberg, 2002:80). Uppfattningen av hur en butch ska bete sig är att individen fråntar sig olika former av känslomässiga attribut och uttryck, och imiterar manliga roller (Levitt & Hiestand, 2004 enligt Bimbi, Golub, Parsons & Walker, 2012:92). Dock betyder det inte att en lesbisk kvinna imiterar alla maskulina drag samt beteendemönster inom en butchkategorisering (ibid). Subjektet på Bild 4 (QX, 2014d:1) tilldelas en stereotypisk butch-roll. Subjektet på Bild 4 (ibid) gestaltas enligt en heteronormativ stereotypisering för hur en butch bör vara, trots subjektets attribut som visar en motvilja gentemot rådande heteronormativitet.

### ***Denotation***

På Bild 5 (QX, 2014f:1) gestaltas en mörkhyad, ung kvinna. Subjektet är mörkt sminkad runt ögonen och är svartmålad längs med sin näsa. Subjektet riktar sin blick rakt in i kameran. Subjektet visar hud, bär ett stort halsband och har långt svart hår som täcker sin byst. Bild 5 (ibid) är en halvbild, samt har en beige bakgrund som subjektet står framför.

### ***Konnotation***

Det finns två sätt att se på uppvisandet av nakenhet. Det första sättet är genom ren nakenhet, en kropp utan kläder. Det andra är att porträttera en individ som avklädd, som handlar mer om ett socialt tillstånd som riktas mot en betraktare. (Berger, enligt Hirdman, 2002:242)

Subjektet på Bild 5 (QX, 2014f:1) ger ett intryck av att vara avklädd. Det enda plagg subjektet bär är ett smycke kring sin hals. Avkläddhet betraktas som en symbol för det sexuella, samt ger en visuell igenkänning av individens kropp och könstillhörighet (Hirdman, 2002:244). Dock är den avklädda kvinnokroppen "*inte något stabilt uttryck för en given, enkel kvinnosyn*", utan symboliserar bland annat kvinnors sexuella frigörelse gentemot mäns njutning (ibid:246). Avkläddhet får olika betydelser i olika sammanhang (ibid). Kvinnors kroppar tilldelas ett symbolvärde för naturen, eller naturlighet (Fagerström & Nilson, 2008:51). En naturlig kvinna signalerar en sexualitet, som kopplas till njutning och synd (ibid). Synd är något som ofta kopplas till en kvinna med mörk hårfärg, hudfärg alternativt klädfärg (ibid). Subjektet på Bild 5 (QX, 2014f:1)

tilldelas symbolvärdet av den naturliga kvinnan, som ger utlopp för sexuell lust samt synd.

I och med att subjektet inte bär några kläder konnoteras det till att subjektet är alternativ, det vill säga bryter mot en konventionell syn på beklädnad. Subjektet blir gestaltad som en stereotyp av vad det innebär att vara alternativ. Stereotypisering handlar om karaktärisering av generella drag för olika grupper (Kleberg, 2006:17f.). Skilda grupper gestaltas i syfte att "göra skillnad" genom att förflytta skillnaden mellan grupper, till något som inte är kulturell betingat, och blir en enhetlig social grupp med olika tillhörigheter (ibid). Förflyttningen av gruppskillnader (stereotypisering) kan bidra till att de drag och egenskaper som lyfts fram för en viss grupp, även blir former av nedvärdering mot samma grupp (ibid). Stereotypisering ökar klyftan och ger upphov till nya grupperingar (*vi mot dem*) (ibid:18). Subjektet på Bild 5 (QX, 2014f:1) fyller en funktion av att avdramatisera och naturalisera sin etniska roll, men samtidigt spär på redan befintliga nidsbilder av samma etniska grupp, och bidrar till skapandet av en karikatyr för samma grupp. Generaliseringar innebär att individer kan känna sig kränkta av hur och vad som gestaltas (Fagerström & Nilson, 2008:70). Subjektets utsmyckning konnoteras till en anspelning på subjektets etnicitet, samt medförande stereotypisering. Inom kontexten kan dock stereotypiseringen av subjektet påvisa ett positivt förhållningssätt till minoritetsgrupper. När förtryckta grupper delar med sig av sin livsberättelse, ökar den samhälleliga förståelsen gentemot förtryck (Bryson, 2003:229). Det är av vikt att gestalta en mångfald inom diskursen för att synliggöra en reproduktion av alternativa identiteter, samt ge en ökad förståelse för andra identiteter än individens egna.

## 5.2 Narrativ analys

De olika narrativen, i likhet med den semiotiska analysen, presenteras enligt kategorier. Utdragen som är presenterade i kapitlet är baserade på punkt 4 i den narrativa metoden (se 4.2 Tillvägagångssätt).

### 5.2.1 Maktförhållande

Den första kategorin av återkommande tecken för narrativen som vi fann var de maktpositioner som kvinnorna antingen utövade eller ställdes inför. Nedan följer tre utvalda utdrag som representerar kategorin.

#### *QX magasin nr. 222, mars 2014*

*“När jag var yngre ville jag vara en tyst tjej och passa in i normen. Men det är jag inte och det gör jag inte. Dessutom är jag för gammal för att hymla med min identitet och jag har aldrig stuckit under stolen med att jag är lesbisk.”*

(QX, 2014b:23)

Skapandet av en normaliserad heterosexualitet krävde en negativ motpol. Homosexualitet fick stå som en *“social avstjälpningsplats som effektivt utnyttjas till att förtrycka homosexuella”*. (Rosenberg, 2002:91). Kampen mot en normalisering synliggörs när kvinnan i narrativet (QX, 2014b) förtäljer att hon inte döljer sin sexualitet som lesbisk.

Kvinnor tränas att se sig själva som betraktade (Berger enligt Hirdman 2001:263). Kvinnan inom narrativet (QX, 2014b) väljer att ta avstånd från att kvinnor ska bli betraktade genom ett heteronormativt perspektiv. Kvinnans uttalande utgör ett motstånd mot en rådande heteronormativ makt över homosexualitet. Kvinnan inom narrativets (ibid) mognad samt ålder är en bärande del av hennes reflektioner om ställningstagande kring sociala konstruktioner. Kvinnan inom narrativet (ibid) ger en insikt om synen på sin då- och nuvarande intagna maktposition. Genom att kvinnan inom narrativets (ibid) har blivit äldre har även hennes syn om sin maktposition förändrats.

*“- Jag är trött på att kvinnor ska vara gulliga, tysta och lyckliga och till för att tillfredsställa heterosexuella män. Den manliga blicken. Jag vill framställas som allvarlig och hård.”*

(QX, 2014b:23)

*“Vi reser oss och drar på oss skorna, Kakan frågar vad jag tycker om hennes stil, Adidastights, med högklackade lackskor.”*

(QX, 2014b:24)

I det första utdraget beskriver kvinnan i narrativets (QX, 2014b) sin egen önskan om att

få framställas som allvarlig och hård. Kvinnors koppling till kroppen och dess ideal har påverkat diskrimineringen och förtrycket av kvinnor (Ambjörnsson, 2011:27). Genom att subjektet inom narrativet (QX, 2014b) uttrycker en ovilja gentemot att framställas som en kvinna vars enda uppgift är att tillfredsställa heterosexuella män. Det andra utdraget inom narrativet (ibid) utmärkte sig genom att kvinnan aktivt sökte bekräftelse om sitt eget utseende. Utdraget är en motsägelse gentemot subjektets tidigare ovilja att tilldelas en heteronormativ gestaltning som ett ytligt objekt. Det är diskursen som betonar kvinnans val av attribut, genom gestaltning om hur kvinnan bör uppfattas.

### 5.2.2 Tillhörighet

Den andra utmärkande kategorin som vi fann för materialet inom den narrativa analysen var tillhörighet. Genom att gestalta kvinnornas sexuella identitet och roll, tilldelades de en grupp tillhörighet baserade på fasta kategorier. Nedan finns nio utdrag som representerar kategorin *Tillhörighet*.

#### ***QX magasin nr. 218, november 2013***

*“...eftersom Anja precis ägnat 90 minuter åt att för första gången berätta om kärleken till flickvännen Filippa. (...) Tjejen som aldrig riktigt bjudit på sig själv i media, men som varit tuffare än en pansarvagn i backen. Många har beskrivit henne som tjurig, norrländsk men med en oerhörd vinnarskalle. Nu hade hon öppnat upp sig i Sommar [i P1]. Blottat sig själv och lagt sina känslor och sitt hjärta på bordet så alla kunde se. Hon sa att hon varit rädd, men också att hon är otroligt förälskad.”*

(QX, 2014c:21)

I utdraget ovan beskrivs kvinnan i narrativets (QX, 2014c) handling att *komma ut* som lesbisk med tillhörande känslomässiga attribut. En performativ “*komma-ut-handling*” har ingen heterosexuell motsvarighet och uppfattas som en unik handling (Warner enligt Rosenberg, 2002:58). Kvinnan beskrevs tidigare som en *pansarvagn*, *tjurig* och *vinnarskalle*, dock efter sin egna *komma-ut-handling* beskrevs kvinnan som känslomässig, samt att hon blottade sitt hjärta och blev rädd. Maskulina, respektive feminina attribut är varandras motsatser (Fagerström & Nilson, 2008:10). Kvinnan tillämpades en feminin roll när kvinnan *kom ut* som lesbisk, till motsats mot den maskulina rollen kvinnan inom narrativet (QX, 2014c) tidigare tilldelats.



”’Välkommen till klubben’ var det nån som sa, berättar Anja. Och jag bara, ‘jaha, är man med i en klubb nu’ (skrattar). Det är lite den känslan när man kommer från vårt håll, och går från hetero till homo. Man har lite dålig koll på vad man säger och inte säger, på bokstäver och uttryck.”

(QX, 2014c:22)

“Välkommen till klubben” (QX, 2014c:22) är ett uttryck som beskriver att individen i fråga har blivit medlem i en klubb, som kan beskrivas som att tilldelas en grupptillhörighet. En grupptillhörighet hos homosexuella förknippas ofta med representation och samhällets förhållningssätt till dem som grupp (Rosenberg, 2002:58). I utdraget ovan beskriver kvinnan sin relation till den homosexuella gruppen, där kvinnan i narrativet (QX, 2014c) beskriver att hon till en viss del känner sig utanför. Gruppidentitet blir en del av sin personliga identitet när individen känner igen sig i sociala situationer som kännetecknar vald grupp (Young enligt Rosenberg, 2002:58). Utdraget uttrycker kvinnan i narrativets (QX, 2014c) känsla av utanförskap gentemot en homosexuell gruppidentitet, på grund av kvinnan i narrativets (ibid) tidigare sexuella läggning. Detta tyder på en gestaltning av en kulturell gruppidentitet baserat utefter en sexuell läggning.

### ***QX magasin nr. 202, juli 2012***

“– Nej du. Jag har en väninna som är lesbisk som sagt att ‘jag vet ingen som är så straight som du Lena’ Och så är det nog, skrattar hon.”

(QX, 2014g:28)

Heterosexualitet är ingen självklarhet, utan är något som består av en uppsättning identiteter, värderingar och relationer, som har uppstått på grund av historiska, sociala samt kulturella förutsättningar (Kulick enligt Rosenberg 2002:87). Heterosexualitet är en del av kvinnans identitet. Kvinnan beskrivs som “ingen som är så straight som du...” (QX, 2014g:28). Heterosexuell identitet har varit något som inte har ifrågasatts genom att det har ansetts vara *vanligt* (Rosenberg, 2002:87). Utdraget visar ett förtryck genom att kvinnan inom narrativets (QX, 2014g) sexualitet är oklanderlig, och är av beskrivningen icke motsägbar. Kvinnan inom narrativets (ibid) sexuella läggning blir en permanent del av kvinnans identitet.

*“Tillägg: Ett tag efter intervjun, och samtidigt som jag överför Lenas ord i text så figureerar hon på löpsedlarna som berättar att hon och maken Per Hollknekt ska skiljas.”*

(QX, 2014g:28)

Inom narrativet (QX, 2014g) är tillägget ovan ett ovanligt drag då det lades till i efterhand. Tillägget markerar att kvinnan i narrativet (QX, 2014g) har skiljt sig. Hemmafruidealet motverkar kvinnors frigörelse, genom att kvinnan blir bland annat ekonomisk beroende av sin make (Kleberg, 2006:14). Den medierade kvinnliga genusrollen som hemmafru ses som passiv, samt som en mottaglig underordnad individ som kontrolleras av olika grupper inom samhället (ibid). Trots det faktum att kvinnan inom narrativet ska skilja sig, och frigör sig från mannen, styrs kvinnans identitet i enlighet med civilstånd.

### ***QX magasin nr. 206, november 2012***

*“- Vi som... agerar på ett annorlunda sätt, som inte tänker kvinnligt/manligt, som inte vill bli stoppade i fack. Vi som är annorlunda enligt den stora massan.”*

(QX, 2014f:23)

En social identitet är något som skapas av förtryck genom att kulturellt dominerade grupper börjar stöta bort och kategorisera människor (Rosenberg, 2002:52f.). För att skapa en *“positiv självidentifikation”* krävs en referensgrupp för att minska känslan av att vara utstött (ibid). Utdraget representerar den ståndpunkt kring identitet, som är av vikt för kvinnan inom narrativet (QX, 2014f). Kvinnan inom narrativet (ibid) beskriver sin motvilja över att bli placerad i ett fack på grund av hennes identitet. Genom att berätta om sin livshistoria kan det bidra till att skapa andra identiteter (Rosenberg, 2002:52f.).

Att skapa en identitet handlar om att förhandla om ett bekräftat utrymme i den sociala gemenskapen. En individuell identitet är *“en socialt inlärd känsla av individualitet och internaliserad självbild som gör att jag kan sätta mig själv i relation till sociala kategorier”*. (Steven Epsteins enligt Rosenberg, 2002:53). Kvinnan i narrativet (QX, 2014f) bekräftar genom utdraget ovan att hon inte är ensam om att representera en *annorlunda* norm. En motsättning uppstår när kvinnan inom narrativet (ibid) i det slutnämnda utdraget väljer att beskriva sig själv som en individ som inte går att

kategorisera enligt en manlig/kvinnlig genusmall. Kvinnan inom narrativet (ibid) uttrycker en ovilja gentemot traditionella normer för sexualitet. En grupptillhörighet påvisas trots kvinnans ovilja att bli placerad inom ett fack. Kvinnan inom narrativet (ibid) beskriver en tillhörighet med en grupp *annorlunda* individer som tyder på att en grupptillhörighet inte är valbar. Utdraget ovan synliggör att sociala konstruktioner bidrar till att individer placeras inom fack trots att de olika individerna inte passar in i den rådande normen.

### ***QX magasin nr. 198, mars 2012***

*"Varför skapar vi nya begränsande roller för hur kvinnor får vara, själva poängen med kvinnans frigörelse är väl att vi ska få vara som vi vill?"*

(QX, 2014i:31)

*"Tänk dig en klassisk kvinnlig hållning, armarna längs kroppen, huvudet på sned, benen tätt ihop för att inte ta för mycket plats. Och så tänker du det motsatta."*

(QX, 2014i:35)

*"Jag har också fått höra att folk ifrågasatte om jag som lesbisk kunde sitta kvar som styrelseledamot i jujutsufederationen"*

(QX, 2014i:41)

Medierna gestaltar ofta kvinnor med makt genom en privat sfär, vilket skapar en intimisering i skildringen av kvinnans gestaltning (Fagerström & Nilson, 2008:128f.). Intimisering blir en del av gestaltningen av kvinnorna inom narrativet. En stereotypisk genusroll förstärker det maskulina och det feminina förminskas, som bidrar till att stereotypisering gynnar en grupp, och missgynnar en annan (Fagerström & Nilson, 2008:128f.). Genom gestaltning av kvinnorna inom narrativet (QX, 2014i) framträder ett mönster av behov om tillhörighet inom sociala konstruktioner. Denna typ av gestaltad intimisering missgynnar kvinnorna inom narrativet.

Heterosexualitet ska inte förväxlas med heteronormativitet, då heterosexualitet är en sexuell läggning. Heteronormativitet är det som garanterar dess status som norm genom att definiera och stänga ut det som anses vara onormalt. (Rosenberg 2002:101)

Inom narrativet (QX,2014i) definieras en tillhörighet och diskussion kring sexualitet samt beteendemönster. Kvinnorna inom narrativet (ibid) blir definierade utefter attribut och sexuell läggning. Kvinnorna inom narrativet (ibid) placeras inom sociala

konstruktioner, samt ger en gestaltning om hur kvinnan ska uppträda som individ. Utdragen ovan skapar problematik, genom att gestalta kvinnornas behov av att gruppera, och placeras in i en tillhörighet – både genom en sexuell läggning samt genom attribut. Kvinnan gestaltas genom att tillhöra en underordnad grupp enligt en heteronormativ struktur.

*“Familj: Ja, jag har en stark känsla av familj och sammanhang och mer än så behöver jag inte definiera för det här är QX!”*

(QX, 2014i:38)

Den skildrade och medierade bilden av äktenskap, samt kärnfamiljen är ett sätt att frånga från kvinnors positiva och inbördes relationer, och ger en legitimerande framställning av mannens makt (Kleberg, 2006:16). Inom narrativets (QX, 2014i) diskurs ger utdraget ovan en mer öppen syn på ett heteronormativt val av familjeuppsättning. Kvinnans svar ifrågasätter diskursen som narrativet (ibid) befinner sig inom, och bidrar till en icke heteronormativ mall genom en alternativ prioritering av kravet för en heteronormativ familjeuppbyggnad.

### **5.2.3 Stereotyper**

Den tredje utmärkande kategorin som vi fann för den narrativa analysen är stereotypisering, där subjektens identitet präglade berättandet inom narrativen inom det utvalda materialet. Nedan följer nio utdrag som representerar kategorin *Stereotyper*.

#### ***QX magasin nr. 214, juli 2013***

*“Hon är hård och är inte rädd att ta närkamperna. Hon är bruden med den tuffa frisyren, målfasta blicken och stenhårda musklerna. Hon har spelat över 100 landskamper...”*

(QX, 2014d:19)

*“– Sedan gillar jag det fysiska, att man kan gå in och tacklas och leva runt.”*

(QX, 2014d:19)

Kvinnan beskrivs som en brud med en tuff frisyre och stenhårda muskler. Ramarna kring att vara maskulin är att vara man, och feminin är att vara kvinna har ifrågasatts genom butch/femme-kategoriseringen av lesbianaer (Bimbi, et al., 2012:91). En butch kan

framstå som en imitation av maskulina drag, genom kläder och framställande (ibid). Dock betyder det inte att en lesbisk kvinna imiterar alla maskulina drag samt beteendemönster inom en butchkategorisering (ibid). Kvinnan inom narrativet (QX, 2014d) beskriver sin syn på det fysiska i sporten, och poängterar förkärleken mot att "gå in och tacklas och leva runt" (QX, 2014d:19). En riktig man är "ingen fjolla utan stake", och genom att avvika från dessa ramar kan mannen tendera att inte längre framstå som en riktig man (Ambjörnsson, 2011:47). Inom maskulint dominerande områden, exempelvis inom fotbollen, uppstår en reaktion där kvinnor måste bevisa sina kvalifikationer för att kvinnor bedöms ut efter manliga normer samt värderingar (Ringfjord, 2006:89). Kvinnan inom narrativet (QX, 2014d) gestaltas som en butch genom sina attribut samt val av sport. Den typiska gestaltningen av en butch präglas genom att kvinnan inom narrativet (ibid) gestaltas som en hård, lesbisk kvinna.

*"Fischers dröm är att få jobba med mode. Att driva ett eget företag, eventuellt en egen klädaffär. Men den praktiska biten har ännu inte fallit på plats."*

(QX, 2014d:19)

Mode är något som är ett uttryck för dagens ideal och uttryck genom kläder (NE 2014d). Genom att skapa en passande kvinnokropp samt förväntas klä sina kroppar på ett specifikt sätt är ett typiskt kvinnligt attribut (Ambjörnsson, 2011:77). Utdraget ovan är ett ovanligt drag inom narrativet (QX, 2014d) på grund av att det fokuserar på kvinnan i narrativets (QX, 2014d) yttre egenskaper istället för kvinnans karriär inom sporten. I utdraget benämns kvinnan i narrativets (ibid) framtidsdrömmar, som tenderar åt mer kvinnliga genusattribut. Utdraget kontrasterar mot den tidigare butch-gestaltningen av kvinnan inom narrativet. Utdraget ovan ger en stereotypisk kvinnlig gestaltning av kvinnan inom narrativet.

### ***QX magasin nr. 211, april 2013***

*"Hon ville visa att alla muslimer inte är likadana. Att även muslimer kan skoja om och med andra muslimer. Alla är inte som vissa av de religiösa fanatiker som visas i TV:s nyhetssändningar*

*– Jag har ju, just på grund av att jag hört att folk hatar muslimer, försökt att få en större bild av allting. "*

(QX, 2014e:26)

*”Jag hatar att definieras av en etikett. Jag vill inte definieras av min tro. Eller mitt kön, vart jag kommer från eller vem jag är kär i. Jag är så mycket mer än etiketterna”*

(QX, 2014e:25)

I utdragen ovan urskiljs kvinnans åsikter om etiketter, samt att kvinnan vill skapa en större förståelse för sin religiösa tro. Stereotypisering är ett begrepp som utgår ifrån egenskaper och attribut för en hel grupp som ligger till grund för en stereotyp (Hinton 2003:11f., Lindgren, 2009:91). Kvinnan berättar i utdraget ovan att hon inte vill bli behandlad utefter etiketter så som kön, etnicitet eller religiös tillhörighet. Kvinnan inom narrativet (QX, 2014e) beskriver att alla som delar samma religiösa tro inte är likadana. Problematiken med stereotyper är att individer som betraktas att tillhöra en vis grupp tilldelas tillhörande attribut och egenskaper, trots att individerna i sig inte tar till sig dessa egenskaper (Lindgren, 2009:91). Kvinnan i narrativet (QX, 2014e) vill inte ta till sig stereotypiska egenskaper baserat på hennes religiösa identitet, och tar avstånd från tillhörande normer. Kvinnans religiösa tro skildras inom narrativet (ibid) trots det faktum att hon tidigare uttalat sig om sin ovilja att identifieras utefter sin religion.

Kvinnan inom narrativet (ibid) är den första inom studien som beskrivs enligt sin religion, som bekräftar en gestaltad stereotypisk roll. En inre motsättning skapas – att den medierade bilden av kvinnan inom narrativet (ibid) påvisar en ovilja att klassificeras baserat på sin religion, medan en religiös tro fortfarande är en stor del av individens identitet. Genom att förtälja sin egen livshistoria skapas en referensgrupp för andra, och ökar förståelsen för den grupp berättaren representerar (Rosenberg, 2002:53). Inom diskursen kan det även befastas en förståelse genom gestaltning av kvinnans livsberättelse, och ger läsarna en ökad uppfattning om minoritetsgrupper som de själva inte befinner sig inom.

*“Vad är det första du skulle göra om du var kille för en dag?*

*- Se hur dom har det i vardagen eftersom killar har det så mycket lättare i samhället.*

*Och höra hur killar pratar om tjejer när en tjej inte är med.”*

(QX, 2014e:26)

Hela det svenska samhället kännetecknas idag av en *“asymmetrisk isärhållning av könen”* (Hirdman enligt Ambjörnsson, 2011:32f.). Det manliga betraktas som norm, medan det kvinnliga avfärdas som avvikande och med en lägre betydande roll (ibid).

Isärhållningen av könen, det vill säga allt från arbetsuppgifter, personliga egenskaper och intresseområden skapar en hierarkisk struktur (ibid). Inom utdraget ovan fokuseras det på kvinnan i narrativets (QX, 2014e) biologiska kön, samt vilka handlingar som kvinnan hade utfört om hon ändrade kön till det motsatta. Kvinnan i narrativet (ibid) blir utfrågad om könstillhörighet, när kvinnans tidigare ovilja av att klassificeras enligt kön redan uttryckts inom narrativet (ibid). Diskursen stereotypiserar kvinnan enligt fasta normer, och diskursen styr vilken identitet kvinnan inom narrativet (ibid) tilldelas.

### ***QX magasin nr. 201, juni 2012***

*“Ibland kan det vara svårt att hitta det självförtroendet, men min flickvän Alisa pushar mig.”*

(QX, 2014h:24)

Genom att utmärka flickvännens namn med fet stil inom ovanstående utdrag betonas kvinnan i narrativets (QX, 2014h) sexualitet. Samhället strävar efter en sexuell normalitet, som medför att individer som inte passar in känner sig utanför och känner skam (Rosenberg, 2002:91). Kvinnan inom narrativets (QX, 2014h:24) alternativa sexualitet betonas, som tyder på att kvinnan är homosexuell alternativt bisexuell. Kvinnan i narrativet (QX, 2014h) gestaltas enligt definitionen för en sexuell avvikelse. Dock genom att kvinnan inom narrativet (ibid) själv poängterar sin sexualitet tyder det på en självsäkerhet om sin sexualitet. Dock skapas en osäkerhet genom att kvinnan inom narrativet är beroende av sin partner *“ibland kan det vara svårt att hitta självförtroendet..”* (ibid). Kvinnans sexualitet är något som benämns för att tilldela kvinnan inom narrativet (ibid) en grupptillhörighet.

*“Finns barn med i planerna?  
– Ja, jag tror det... Jag har aldrig varit stensäker på det. Men jo... det finns med när jag ser bilden av framtiden. Dock inte än.”*

(QX, 2014h:24)

Enligt Hirdman (1995:72f.) finns det något som är helt *naturligt* med att kvinnor som ingår i en under och över-ordnad relation ska vilja: gifta sig, skaffa barn och bli försörjda. Utdraget ovan är en motsägelse på grund av att kvinnan inom narrativet (QX, 2014h) ställs inför frågor som stödjer en heteronormativ genusroll. Kvinnan inom narrativets (ibid) uttalande skildrar en kvinnlig stereotypisk framtidsbild.

### 5.3 Sammanfattning av semiotisk och narrativ analys

Resultatet av den semiotiska analysen visade att kvinnor gestaltades i QX-magasin enligt en maktinnehavande norm, intimisering, samt stereotypisering. Den heteronormativt styrande medierade bilden medförde att kvinnornas individuella attribut fick ge vika för en rådande gruppidentitet och intimisering. Maktförhållanden inom kontexten tydliggjordes en över- och underordnad struktur i enighet med rådande normer inom samhället. Tecken som framkom var exempelvis att majoriteten av kvinnorna tittade rakt in i kameran, och gestaltades ur icke-dramatiska bilder. Vidare tilldelades kvinnorna identiteter genom attribut såsom kläder, hår samt sminkning.

Den narrativa analysen visade att kvinnorna inom studien gestaltades utefter maktförhållande, sexuell tillhörighet, sexuell läggning, samt genom stereotypisering. Inom diskursen tydliggjordes det att sociala konstruktioner agerade som ett styrande ramverk för vilka maktpositioner, tillhörigheter och stereotyper som förmedlades inom det redaktionella innehållet. Det som framkom av studien var att kvinnans relation till sitt yrke, förhållande samt sin position i samhället var identitetsbärande tecken inom den narrativa analysen.

De resultat som framgick av den semiotiska, och narrativa analysen visade likheter med varandra, samt delade ett återkommande gemensamt mönster.

### 5.4 Balansen mellan ABX (Newcomb's modell)

Inom studien agerar QX-magasin som A (kommunikatör), och läsarna som B (mottagarna). Newcombs modell används inom studien för att urskilja ett motstånd mot heteronormativiteten, det vill säga X. Om AB förhåller sig kritiskt till X, kan detta medföra att X anpassar sig för att upprätthålla den ömsesidiga balansen. Dock i och med att X har en stark påverkan på AB, är det oftast AB som väljer att justera sig genom att upprätthålla balansen mellan parterna.

Inom studien påvisar modellen att QX-magasin som kommunikatörer, samt läsarna som mottagare påverkas av heteronormativiteten. För att upprätthålla balansen (mellan A,B och X), använder sig QX-magasin inom det utvalda materialet av ett heteronormativt perspektiv för att gestalta kvinnor. Det heteronormativa perspektivet visar sig i studien genom att kvinnorna gestaltar typiska genusroller enligt tidigare forskning.



Studien visar att enligt Newcomb's modell är det heteronormativiteten som styr kommunikationen som nås ut via sändaren och tvärtom. Studiens resultat utifrån Newcomb's modell visar att mottagarna tar emot det som heteronormativiteten (X) kommunicerar och därmed stärker balansen mellan ABX. En problematik som uppstår är att det är svårt för HBT-magasinet QX att inte förhålla sig till en heteronormativ mall i deras gestaltning av kvinnor. Kvinnors gestaltning i QX-magasin influeras därmed av den sociala omgivningen (heteronormativiteten) som upprätthåller balansen.

## 5.5 Genusteoretisk analys

Stereotypisering är en del av hur kvinnorna i QX-magasin gestaltas. Ur ett radikalfeministiskt perspektiv har mannen makten över kvinnan, vilket innebär att kvinnor tilldelas en roll som underordnad (Ljung, 2007:228). Könsstereotypisering missgynnar en grupp och gynnar en annan – det feminina minskas och det maskulina förstoras (Fagerström & Nilson, 2008:128). Diskursens stereotypisering av kvinnor kan bidra till att missgynna kvinnor som grupp. Gestaltningen av kvinnor i QX-magasin visar attribut och egenskaper som stödjer identitet och grupptillhörighet. Sexuell läggning samt civilstånd ligger till grund för individens gestaltade identitet. Ur ett medie-och kommunikationsvetenskap är radikalfeministisk perspektiv ett sätt att synliggöra hur kvinnor kommer till tals och att dem gör det på sina egna villkor (Kleberg, 2006:16). Den intima gestaltningen, samt grupptillhörighet som QX-magasin gestaltar kvinnorna ur skapar en problematik då kvinnorna inte gestaltas på egna villkor. Kvinnorna gestaltas utifrån förhållanden eller sin sexuella läggning som utgår ifrån ett patriarkatiskt perspektiv. Ur ett radikalfeministiskt perspektiv, synliggörs sexualitet inom en socialt och betingad struktur, där heterosexualitet tilldelas rollen som den styrande normen (Ljung, 2007:228). Därmed skapas en gestaltning av att kvinnorna är sexualiserade.

Politik och makt varit en del av en patriarkal maktstruktur, dock har radikalfeministiskt perspektiv fört in nya dimensioner hur patriarkatet påverkar samhället och individers privata relationer (Bryson, 2003:163). Den privata sfären styrs av patriarkatet och skapar en utmaning mot den traditionella synen på patriarkal struktur (ibid). Resultatet av analysen visar en intimisering gentemot kvinnan. En privat sfär där det rådande patriarkatet styr för hur kvinnan gestaltas inom det redaktionella innehållet i QX-

magasin. Radikalfeminism har en riktad mediekritik mot idealiserade bilder av äktenskap samt kvinnors relationer (Kleberg, 2006:16). Inom det redaktionella innehållet i QX-magasin försätts kvinnorna ur ett radikalfeministiskt perspektiv i en patriarkatisk gestaltning genom att fokus ligger på deras sexuella läggning samt förhållanden.

Analysen visade en tillhörighet och identitet vid gestaltning av kvinnorna i QX-magasin. Tillhörighet gestaltas inom QX-magasin bland annat genom sexuell läggning. Individer tilldelas inte en genusidentitet, utan identitet blir endast begripligt för samhället om du tar till dig genus utefter igenkännliga mönster (Butler, 2007:68). Bakom uttrycket genus finns en performativ identitet skapad genom specifika uttryck som är dess effekter (ibid:78). En identitet blir något som säkras genom att ta till sig begreppen kön, genus och sexualitet (ibid). Queerteorin menar att om genus (den sociala rollen) inte följer kön eller den sexuella läggningen, synliggörs inte de identiteter som går utanför den kulturella matrisen (ibid:68). Kvinnorna inom QX-magasin gestaltas efter en kulturell matris, som yttrar sig genom att diskursen poängterar kvinnornas identitet genom kön och sexuell läggning. Inom queerteorin är dock viljan att välja sin egen identitet de mest markanta, samt genom att *inse* att människor kan vara lika och olika (Rosenberg, 2002:164). Olikheter leder till uteslutning och nedvärderande attityder gentemot de grupper som uppfattas av samhället som annorlunda (ibid). Homosexuella är en av de *annorlunda* grupperna, som utgör QX-magasins läsarkrets.

Gestaltningen av kvinnorna inom QX-magasin följer den rådande heteronormativiteten. Dock inom queerteorin är det som ses som annorlunda, även något som kan förändras genom att det är flytande och föränderligt (Rosenberg, 2002:164). Queerteorins utgångspunkter är baserade på den kritik mot heteronormativiteten som står till grund för de idealiserade bilder av kärnfamiljen i medieutbud (Kleberg, 2006:42f.). Diskursens egna villkor baseras på kulturella konventioner (Butler, 2007:84). Detta skapar en konstruerad sexualitet baserat på diskursens villkor (ibid). Antagandet är då att den normativa sexualiteten är en "*kulturell omöjlighet*", och bygger på tidigare konstruktioner där identifikation med en specifik sexualitet sker (ibid). I och med att QX-magasin följer rådande heteronormativitet, konstruerar även QX-magasin inom det redaktionella innehållet tillhörande rollerna för specifika sexuella läggningar. Mottagarna (läsarna) uppfattar dessa roller som rådande, och börjar därmed, enligt ett queerfeministiskt perspektiv, att agera och imitera dessa roller för hur hen bör bete sig.

Postmodernistisk feminism menar att genom att befinna sig inom den utsatta sidan av förtryck, skapas en större förförståelse för att vara förtryckt jämfört med den icke förtryckta sidan av spektrumet (Bryson, 2003:229). Att endast se till den icke utsatta sidan av förtryck bidrar till en förändring inom toppen av en socialkonstruerad pyramid som lämnar andra gruppers kamp oberörd (Davis, enligt Bryson, 2003:228). Den diskurs QX-magasin står för gestaltar kvinnorna inom materialet genom att poängtera attribut, sexuell läggning, tro och etnisk bakgrund. QX-magasin står utanför kvinnornas sfär, och bidrar till stereotypiseringen av kvinnornas tilldelade grupptillhörighet, och bidrar till en förändring som endast gynnar de på toppen av den socialkonstruerade pyramiden.

De dominanta grupperna kommer alltid att försöka ålägga sin samhällssyn på underordnade grupper (Bryson, 2003:234). En dominerande syn innebär inte en generell bild av samhället, utan består av särskilda, individuella samt ständigt föränderliga subjekt som utgör ett motstånd mot de dominerande grupperingarna (ibid). Genom att individer förtäljer sin livsberättelse, förhandlar de om ett utrymme inom den sociala gemenskapen för att skapa sammanhang och samstämmighet mellan individens identitet och omvärlden (Rosenberg, 2002:53). Att tillföra en egen, samt att ta del av andras positiva självidentifikation är en viktig del för marginaliserade och utstötta grupperingar (ibid). Enligt den postmodernistiska feminismen är stereotypisering ett alternativ för att representera kön, klass, etnicitet samt sexualitet i medieutbud. Genom att stereotyper får representera alla inom en grupp, kan de karaktärsdrag som en grupp står för neutraliseras, och därmed tillföra en kulturell skillnad. Stereotypisering inom media innebär dock att även dessa grupper värderas utifrån kategorien som gruppen tilldelas, med tillhörande positiva och negativa karaktärsdrag. (Kleberg, 2006:17f.) Ur ett postmodernt feministiskt perspektiv medför stereotypisering av kvinnor inom det redaktionella innehållet i QX-magasin en problematik. Problematiken är att den stereotypiserade gruppen värderas utefter redan tillhörande fastslagna normer.

## 6 Slutsats och diskussion

### 6.1 Slutsats

#### **Hur gestaltas kvinnor i HBT-magasinet QX?**

Av studiens resultat kunde fyra arketyper urskiljas för hur kvinnor gestaltas inom QX-magasin. Den första arketyper var **den starka kvinnan** som gestaltas genom en medvetenhet om sin position i samhället. Den starka kvinnans roll bygger på en maktposition som yttrade sig i form av ett motstånd. Motståndet gestaltades med hjälp av symboler, val av kläder, samt beskrivningar såsom "*en drottning behöver ingen kung*" (QX, 2014b:21f.). Den starka kvinnan visar en vilja att upprätthålla en position som den hårde och allvarliga kvinnan. Den starka kvinnan kämpade även kontinuerligt för att uppmuntra samt stärka andra kvinnors maktpositioner i samhället.

**Den svaga kvinnan** tilldelas en passiv och underordnad roll inom QX-magasin genom en sluten kroppsretorik, där det icke-dramatiska berättandet ligger till grund för gestaltning. Genom val av attribut, kroppsretorik samt manér framträder en underordnad roll, som enligt tidigare forskning är en representativ roll för kvinnor inom media.

**Den intima kvinnan** gestaltas inom QX-magasin som en individ som betraktaren tillåts komma nära. Den intima kvinnan gestaltas genom val av attribut, och genom sin sexuella identitet. Kvinnans sexuella identitet understryks genom att hon placeras i ett förhållande. Kvinnans identitet bedöms utefter hennes sexuella läggning. Den intima kvinnan gestaltas inom QX genom icke dramatiska bilder, samt frågeställningar som uttrycker känslotribut. Ett ämne som inte är vanligen förekommande vid gestaltningen av den intima kvinnan är hennes karriär eller framgångar. För den intima kvinnan står främst hennes sexuella läggning, hur den påverkar hennes identitet, samt tankar kring sin framtid i fokus. Genom att framhäva den intima kvinnans sexuella läggning skapas en öppenhet, och förståelse kring att heterosexualitet inte är en självklar norm.

**Den stereotypiserade kvinnan** gestaltas enligt befintliga bilder av de identitetsbärande grupper som diskursen väljer att placera henne inom. Genom generella attribut, samt gruppidentifikation gestaltas den stereotypiserade kvinnan, och tilldelas rollen som företrädare för den grupp hon gestaltas inom, och förväntas att se ut och agera därefter.

Tro, etnicitet samt genusidentifikation är de uttryck som den stereotypiserade kvinnan gestaltas utefter. Dock får den stereotypiserade kvinnans roll som identitetsbärare en annan innebörd när hon berättar om hur det är att tillhöra en grupp. Genom att återge sin livshistoria skapar den stereotypiserade kvinnan även en förståelse för den tilldelade grupp hon representerar.

### **Finns det återkommande tecken av hur kvinnor gestaltas i QX-magasin?**

Varje individ (kvinna) som har analyserats i studien har en egen individuell gestaltning. Dock påträffades ett mönster av tecken i bild samt text. Återkommande tecken inom gestaltningen av kvinnorna i QX-magasin var kroppsretorik, attribut, intimisering samt gruppidentifiering. Kroppsretoriska tecken visas genom liknande kroppspositioner. Kvinnorna gestaltas ofta i närbild eller halvbild, vilket är tecken av intimisering. Majoriteten av kvinnorna tittade rakt in i kameran, och riktade sin blick mot betraktaren. Subjekten visar upp en medvetenhet om att de är betraktade, samt därmed accepterar att bli betraktade.

Kvinnorna tilldelas identitet genom val av kläder, hår, sminkning samt accessoarer. Kvinnorna inom QX-magasin tilldelas olika identiteter, då kvinnorna uttrycker ett behov av att tillskriva sig en roll och grupptillhörighet.

Majoriteten av kvinnorna tilldelas en intim gestaltning genom icke-dramatiska bilder, val av beskrivningar i text, samt genom formuleringar kring relationer. Kvinnans relation till sitt yrke, förhållande, beundrare, samt sin position i samhället som kvinna, gestaltas som identitetsbärande tecken i QX-magasin.

### **Konstrueras kvinnans genusroll enligt en heteronormativ mall i QX-magasin?**

Gestaltningen av kvinnans genusroll inom QX-magasin följer en heteronormativ mall. Heteronormativitet inkluderar och exkluderar grupper som bryter mot den rådande normen och de som befinner sig utanför normen bedöms som avvikande, och fel (Rosenberg, 2002:101). Det utvalda materialet i QX-magasin bedöms ligga utanför normen på grund av vald målgrupp för magasinet. Resultatet av studien visar att även om QX-magasin bedöms att exkluderas från en heteronormativitet, gestaltas kvinnorna inom QX-magasin enligt en heteronormativ mall.

Inom majoriteten av alla reportage poängterades individens sexuella läggning. QX-

magasin bedöms vilja motbevisa att alla är heterosexuella, genom att tillskriva en signifikant betydelse till sexuell läggning. Genom att poängtera att heterosexualitet inte är den styrande normen, ger det en representativ inkludering av alla sexuella läggningar. Dock gestaltas kvinnorna utefter en styrande heteronormativt utformning inom det redaktionella innehållet.

## 6.2 Diskussion

Studiens resultat visar att kvinnor gestaltas genom fyra arketyper: den starka, den svaga, den intima, och den stereotypiserade kvinnan. Genom att kvinnor gestaltas ur en heteronormativ mall inom QX-magasin ifrågasätts diskursens vilja om ett samhälle med en bredare syn på mångfald kring individers sexuella läggning och genusidentifikation.

Heteronormativiteten har två bärande principer. Den första är uteslutning av avvikelser ur normen med uppdelning "*vi – de*". Den andra är att genom assimileringssprocess införliva avvikelser i normen. Den andra principen innebär att de grupperna som har varit uteslutna ska ansluta sig till den dominerande gruppen. (Rosenberg, 2002:102). Assimilering kräver att de uteslutna "*ska ge sig in i matchen*" när reglerna för den dominerade gruppen är satta, och när "*spelet har pågått ett tag*". Det är utifrån dessa förutsättningar som de uteslutna försöker hävda sig, och skapa en tillhörighet gentemot den dominerande gruppen. (Young, 2000 enligt Rosenberg, 2002:102)

Studiens resultat av QX-magasin påvisar en önskan att bli accepterade inom samhället och viljan att ansluta sig till den dominerade gruppen. Den uteslutna gruppen assimileras och dess värde för samhället blir inte lika framträdande. Studien visade även att inom en utesluten grupp är behovet av bekräftelse, samt att inneha möjligheten att godkänna egna gruppmedlemmar något som tillskrivs en betydande innebörd.

Studiens resultat visade att majoriteten av kvinnorna identifierades genom sin sexuella läggning, och att heterosexualitet inte är det självklara valet. Dock genom att spegla på kvinnors sexualitet, alternativt annan sexuell läggning skapas en problematik gällande alternativa grupper synlighet. En "*ensidig inriktad*" mediabevakning är problematisk (SOU, 2007,102:24). Om homosexuella exempelvis enbart synliggörs i samband med sexuell orientering kan gruppen framstå som sexfixerade (ibid:25). Detta kan ses som

att QX-magasin försöker vidga heteronormativitetens identitetsbärande sexualitet, genom att inte givet tillskriva kvinnornas sexualitet som heterosexuell.

QX-magasin ställs inför ytterligare problematik genom att använda redan befintliga roller för hur sexuell identitet, enligt ett heteronormativt perspektiv, bör klassificeras. Genom att analysera enligt distinktionen om att kvinnor och män bör gestaltas korrekt kan det skapa problem (van Zoonen, 2004:31). Genustillhörighet är ett dynamiskt begrepp som står under ständig förändring på grund av kulturella och historiska skeenden (ibid). Problematiken med gestaltning av kvinnorna inom QX-magasin yttrar sig genom att det är kvinnor som tilldelas generaliserade kvinnoroller, och tillhörande stereotypisering av idealkvinnan.

Queerteorin betonar att det är du som individ som ska kunna välja din personlighet, och inte tilldelas en personlighet baserad på fasta dikotoma kategorier, utan utefter flytande kategorier (Rosenberg, 2002:164). Det vill säga att män och kvinnor ska kunna välja sin personlighet utefter både manliga och kvinnliga attribut. Individen bör själv kunna anpassa sig till den roll som individen i fråga känner sig bekväm med. Vi som forskare har kommit fram till att det inte endast är hur kvinnans gestaltas som ensam ska förändras, utan samhället bör även förändra hur män gestaltas.

Ett kritiskt förhållningssätt mot samhällets normer för hur kvinnor gestaltas inom redaktionellt innehåll är något vi som forskare ville uppmärksamma. Inom studien fann vi ett utdrag där en kvinna skulle beskriva sin familj, men valde istället att ifrågasätta det genom att säga *“jag behöver inte bekräfta det för det här är QX”* (QX, 2014i:38). Kvinnans svar är enligt oss som forskare en önskan mot en framtida attityd gentemot hur kvinnor bör gestaltas inom HBT-magasinet QX.

### 6.3 Förslag till vidare forskning

Inom tidigare forskning om HBT-magasin har det redaktionella innehållet samt annonsmaterial analyserats. Bilden av både män och kvinnor inom HBT-magasin har kartlagts och analyserats. Dock finns det en grupp som står mittemellan dessa två dikotomiska uppdelningar, nämligen de individer som tilldelar sig själva en identitet som transpersoner. Den identitet transpersoner inkluderar ligger i led med vad HBT-magasin bör representera, det vill säga ett uttryck av minoritetsgrupper som inte

inkluderas inom samhällets fasta normer. Det är adekvat att inom vidare forskning om HBT-magasin även inrikta sig mot transpersoner och hur de gestaltas inom valt kontext. Förslag till vidare forskning är att utföra en kvalitativ innehållsanalys för gestaltning av transpersoner inom valt magasin, för att utvärdera hur transpersoner gestaltas utefter en heteronormativ mall inom redaktionellt innehåll.



# Referenser

## Tryckta källor

Ambjörnsson, F. (2011). *Rosa — Den farliga färgen*. Stockholm: Ordfront förlag.

Bergström, B. (2009). *Effektiv visuell kommunikation — Om nyheter, reklam och profilering i vår visuella kultur*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Bryson, V. (2003). *Feminist Political Theory: An introduction*. New York: Palgrave Macmillan.

Butler, J. (2007). *Genustrubbel – Feminism och identitetens subversion*. Göteborg: Diadalos AB.

Carlén-Wendels, T. (2005). *Upphovsrätt i reklam och media*. Lund: Studentlitteratur.

Danermark, B., Ekström, M., Jakobsen & Karlsson, Ch., J. (1997). *Att förklara samhället*. Lund: Studentlitteratur.

Ekström, M. (Larsson L. red.) (2000). *Personliga intervjuer (Metoder i kommunikationsvetenskap)*. Lund: Studentlitteratur.

Eliasson, R. (Starrin, B. & Svensson, P-G. red.) (2006). *Metodvalet - en fråga om kön och moral? (Kvalitativ metod och vetenskapsteori)*. Lund: Studentlitteratur.

Fagerström, L. & Nilson, M. (2008) *Genus, medier och masskultur*. Malmö: Gleerups Utbildning AB.

Fiske, J. (1990). *Kommunikationsteorier - En introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Gauntlett, D. (2008). *Media, Gender and Identity: An Introduction*. USA: Routledge.

Gripsrud, J. (2011). *Mediekultur — Mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos AB.

Hansson, H., Karlsson, S-G. & Nordström, Z, G. (2006) *Seendets språk - Exempel från konst, reklam, nyhetsförmedling och semiotisk teori*. Lund: Studentlitteratur.

Hirdman, A. (2002). *Tilltalande bilder - Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*. Stockholm: Atlas.

Hirdman, Y. (2001). *Genus – om det stabilas föränderliga former*. Malmö: Liber AB.

Hirdman, Y. (1995). *Påminnelser om kvinnors liv i Sverige*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Johansson, A. (2005). *Narrativ teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

(Larsson, L. (red.)(2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

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

Ljung, M. (Månson, P. red.) (2007). *Feministisk teori (Moderna samhällsteorier: traditioner, riktningar, teoretiker)*. Finland: Nordstedts Förlagsgrupp AB.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.

Phipps, R. (2012). *Body language: it's what you don't say that matters*. Minnesota: Capstone.

Robertson, A. (Bergström, G. & Boréus K. red.) (2012). *Narrativ Analys (Textens, mening och makt – metodbok i samhällsvetenskaplig text-och diskursanalys)*. Lund: Studentlitteratur.

Rosenberg, T. (2002). *Queerfeministisk agenda*. Stockholm: Bokförlaget Atlas.

SOU, 2007:102. *Svenska nyhetsmedier och mänskliga rättigheter i Sverige: en översikt*. Stockholm: Delegationen för mänskliga rättigheter i Sverige.

Van Zoonen, L. (2004). *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

Widegren, B. & Ytterberg, H. (1995). *Homosexuellas rättigheter*. Folkhälsoinstitutet.

### **Tidskrifter**

Bimbi, S. D., Golub, A. S., Parsons, T. J. & Walker, J. J. (2012). Butch Bottom-Femme Top? An Exploration of Lesbian Stereotypes. *Journal of Lesbian Studies*, 16:1, 90-107. doi: 10.1080/10894160.2011.557646

Hollow, M. (2012). British society Perfect lives: Lifestyle magazines and utopian impulses in contemporary. *International Journal of Cultural Studies*. 15:1 (3), 17-30. doi: 10.1177/1367877911411792

Milillo, D. (2008). Sexuality Sells: A Content Analysis of Lesbian and Heterosexual Women's Bodies in Magazine Advertisements. *Journal of Lesbian Studies*, 12:4, 381-392, doi: 10.1080/10894160802278267

Saucier, A. J. & Caron, L. S. (2008) An Investigation of Content and Media Images in Gay Men's Magazines. *Journal of Homosexuality*. 55 (3), 504-523, doi: 10.1080/00918360802345297

Um, N-H. (2010). Seeking the holy grail through gay and lesbian consumers: An exploratory content analysis of ads with gay/lesbian-specific content. *Journal of Marketing Communications*. 18 (2), 133-149. doi: 10.1080/13527266.2010.489696

### **Elektroniska källor:**

Kleberg, M. (2006). Genusperspektiv på medie- och kommunikationsvetenskap.

Hämtad 2014-04-24, från

[http://www.hsv.se/download/18.539a949110f3d5914ec800083398/isbn\\_41-3.pdf](http://www.hsv.se/download/18.539a949110f3d5914ec800083398/isbn_41-3.pdf)

Nationalencyklopedin (2014a). HBT. Hämtad 2014-04-09, från

<http://www.ne.se/lang/hbt>

Nationalencyklopedin (2014b). Bisexuell. Hämtad 2014-04-15, från <http://www.ne.se/lang/bisexualitet>

Nationalencyklopedin (2014c). Gay. Hämtad 2014-05-15, från <http://www.ne.se/lang/gay>

Nationalencyklopedin (2014d). Mode. Hämtad 2014-05-09 från <http://www.ne.se/lang/mode>

Nationalencyklopedin (2014e). Fikus. Hämtad 2014-05-13 från <http://www.ne.se/sve/fikus>

Vetenskapsrådet (2014). Forskningsetiska principer. Hämtad 2014-04-23, från <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

QX (2014a). *Info*. Hämtad 2014-04-07, från <http://www.qx.se/info/>

QX (2014b). *QX nr. 222, mars 2014*. Hämtad 2014-05-05, från <http://www.qx.se/uploads/2c/184687c266c7dab936486585a9702e.pdf>

QX (2014c). *QX nr. 218, november 2013*. Hämtad 2014-05-07, från <http://www.qx.se/uploads/c5/5e5676a52062dddcd13e231af166e.pdf>

QX (2014d). *QX nr. 214, juli 2013*. Hämtad 2014-05-08, från <http://www.qx.se/uploads/d5/f349e4b193210c3d56381e52863a62.pdf>

QX (2014e). *QX nr. 211, april 2013*. Hämtad 2014-05-9, från <http://www.qx.se/uploads/3c/b43c3e92e34367b47e01a761bceca6.pdf>

QX (2014f). *QX nr. 206, november 2012*. Hämtad 2014-05-12, från <http://www.qx.se/uploads/d9/9fd6bc9d5f213c81427cca839044aa.pdf>

QX (2014g). *QX nr. 202, juli 2012*. Hämtad 2014-05-15, från <http://www.qx.se/uploads/12/2957cac0790baeef99a5b67ffd331c.pdf>

QX (2014h). *QX nr. 201, juni 2012*. Hämtad 2014-05-15, från <http://www.qx.se/uploads/9f/1ba1efab24ba4b080f129e42645a1f.pdf>

QX (2014i). *QX nr. 198, mars 2012*. Hämtad 2014-05-15, från <http://www.qx.se/uploads/ee/23d04624ae24e1fea8b45a5f2b546d.pdf>

Ringfjord, B-M. (2006). *"Fotboll är livet": En medieetnografisk studie om fotbollstjejer*. (Licentiate thesis, Media and Communication studies, Lund University). Lund:Media-  
Tryck sociologen. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?searchId=2&pid=diva2:632050>

