
Iscensättning av genus och sexualitet hos modeller i svensk modeindustri

Ann Frisell Ellburg

Det projekt som här skall presenteras fokuserar på fotomodeller som arbetar i den svenska modebranschen. Syftet är att undersöka hur denna bransch använder modeller för att producera både bilder av förkroppsligad heterosexuallitet och bilder som ifrågasätter, driver med och omkullkastar normativ heterosexuallitet.

Trots all teoretisk och populär litteratur som finns skriven om modeindustrin och dess yrkesutövare, finns få fördjupade studier om modeller. I åtskilliga välkända vetenskapliga verk om modebranschen förblir modellerna anonyma, abstrakta objekt. I de otaliga tidningsartiklar och TV-program som handlat om modeller framställs de ofta på ett onyanserat, ganska negativt och inte sällan sensationalistiskt sätt.

Målsättningen för projektet är därför att ge ett mer komplext, nyanserat och mer detaljerat porträtt av dessa yrkespersoners vardags- och yrkesliv än vad som hittills åstadkommit i litteratur och media. Detta sker genom att jag fältarbetar bland unga kvinnliga och manliga modeller i Stockholm i åldrarna 17-25 år. De arbetar hel- och deltid både i Sverige och utomlands. Den huvudsakliga metoden är deltagande observation på modellernas olika uppdrag. Det innebär att jag deltar vid modevisningar, modefotograferingar och reklamjobb och observerar modellerna både innan, under och efter visningen eller fotograferingen. Jag har även gjort deltagande observation på en modelltävling och talat med några av deltagarnas anhöriga.

För att få ytterligare information och förståelse för modellernas liv tillbringar jag även tid med dem utanför arbetet. Dessutom har jag också genomfört cirka 26 bandade intervjuer och ett antal par och gruppintervjuer där vi bl.a. diskuterat mediadiskurser om modeller utseendeideal och kroppsfixering, femininitet, maskulinitet, sexualitet och genusrelationer. Jag har även intervjuat 14 äldre kvinnliga och manliga modeller som kan ge ett litet historiskt, jämförande perspektiv på modellyrket.

För att förstå skapandet av modereportage och modevisningar inbegriper

projektet intervjuer och samtal med bl.a. redaktörer och journalister på modetidningar, fotografer, stylister och hår- och make-up-artister. Materialin-samlingsperioden beräknas fortsätta under våren och nästa höst.

Redan nu kan vissa tendenser och mönster skönjas i materialet. Vad som hittills framkommit är att heteronormativa förväntningar på genus och sexualitet ofta iscensätts i modereportage och på modevisningar. Vanligtvis görs detta i mer traditionella former där genusrelationer mellan kvinnliga respektive manliga modeller begränsas till gestaltningar av givna genusediteter inom den heterosexuella (par)relationens ramar. Ett fåsakt exempel på detta är en bild ur ett modereportage som fotograferades för en svensk modetidning. Jag deltog vid själva fotograferingen som ägde rum i en gillestuga i en villa utanför Stockholm och observerade hur denna bild kom till. Närvarande var fyra modeller, två kvinnor och två män, fotograf plus assistent, moderedaktör för tidningen samt hår- och make-up-artist.



Här ser vi tre av modellerna, Olle, Mikaela och Clara sitta tillsammans i baren som fanns i gillestugan med varsin drink i handen. De ska spela lite småberusade och fotografen har uppmanat Olle att sätta sig bredbent för att vara lite "machobetonad". Fotografen skämtar om att Mikaela (den blonda kvinnan på bilden) aldrig får nog (av sex?) och att hon snart kommer att dra ner Olle i sängen, varpå alla skrattar och bilden tas.

Vad som inte syns på fotografiet är att en annan manlig modell, Joel, står bakom bardisken. De båda männen uppmanas av fotografen att konkurrera om kvinnornas uppmärksamhet. Meningen är att de ska "fånga kvinnorna" och underförstått förföra dem sexuellt. Hela modereportaget anspelade på heterosexuella spänningar mellan de fyra modellerna som skulle gestalta två heterosexuella par på nyårsfest.

Men det förekommer också tydliga exempel på mode- eller reklambilder där man förkastar heterosexualiteten helt. Ett sådant exempel är Dieselreklamen



där han tycks säga "What's she doing on my leg?" Antingen är han homosexuell eller en dum muskelknutte som inte förstår vad hennes intentioner är.

Jag har även själv observerat modevisningar/fotograferingar och intervjuat modeller som berättat att de deltagit i modereportage där man

öppet lekt och drivit med heterosexuella genusrelationer och/ eller identiteter. Under fältarbetet, intervjuerna och i det insamlade bildmaterialet framkommer det att det framför allt är manliga modeller som får iscensätta en mer gränsöverskridande, "femininiserad" maskulinitet med homoerotiska inslag. Dessa modeller är inte sällan unga, magra och ibland långhåriga pojkar med hårlösa ansikten, bröst och magar.



Exempel på bilder av unga manliga modeller som gestaltar någon sorts feminin maskulinitet med homoerotiska undertoner är följande: Alex, här i ett modereportage där han kan tolkas som en utmanande, sexualiserad, skolpojke med den öppna knappen i jeansen (han berättar själv att han skulle föreställa en homosexuell stylist). Martin (bild på nästa sida) i reklam för underkläder: hans kroppsställning är rätt feminin, en fjollas.

De manliga modeller som jag följer berättar att det inte är helt oproblematiskt för en kille att arbeta som modell, framför allt inför andra utanför modebranschen då modellyrket traditionellt setts som en kvinnoyrke vidhäftat



med "fjollvarning" och "bögstämpel" och nånting som (heterosexuella) män inte ska ägna sig åt. Samtidigt framkommer det i mitt faltmaterial och mina intervjuer att det för de allra flesta manliga modellerna, oavsett om de är hetero- eller homosexuella, upplever yrket som en slags maskerad, ett skådespeleri där det finns en möjlighet att tänja på gränserna för hur maskuliniteten ska gestaltas.

Ett exempel på det är Jakob, 22 år. Han berättar om när han på en visning gick stick i stäv med den förväntade normen för hur en manlig modell får röra sig på catwalken:

Okej, jag ska göra det här på mitt sätt liksom. Jag kör mitt race. Dom får ta mig som jag är. Och så ba gjorde jag nästan cat walken som *en tjej*, inte så här jättemanligt, utan jag gjorde nästan så här halv feminint bara för att skoja till det lite eller bara för att vara *jättenaturligt* och ba så här. Ja lite så där, för det ska va, för killarna ska va så himla stela och liksom ba det här *jätteallvarliga*. Och tjejerna ska liksom vicka på *allting* liksom. [...] Det är lite roligare att se på tjejer för att ... Jag vet inte, killar är så himla stela, tycker jag. Så jag ba gick ut och så fick jag ba, det slog slint i, inte slog slint, men du vet jag ba jag ställde mig och poserade framför kameran liksom: jag bara ställde mig i nån sån här poserande och i nåt *jättefeminint* som typ *tjejerna* gör, precis som *dom* ställde jag mig.

Detta exempel visar hur en enskild manlig modell kan omskapa sin genusposition under sitt yrkesutövande. Han anammar ett som han kallar "jättefeminint" sätt att gå och stå, dvs. posera och "vicka på allting" som tjejerna gör, som han anser vara "jättenaturligt", medan han förkastar det "manliga" sättet att gå stelt och vara "jätteallvarlig".

Exemplet med Jakob visar därmed att det centrala i modellyrket är att genuspositioner är flyttbara och att modeller genom sitt yrke kan tänja, leka, driva med föreställningar om maskulinitet och femininitet och förväntad heterosexualitet. Hur sådana modereportage skapas, gestaltas och uppfattas kommer jag att fördjupa mig i och undersöka vidare i studien.

Sexed & gendered bodies in the Swedish fashion industry

The aim of this project is to provide an ethnographic study of models working in the Swedish fashion industry. The study will articulate the ways in which the industry uses models to produce images that both embody and exemplify normative heterosexuality and images that question, mock or subvert it. The aim of the study is to present a more nuanced and detailed portrait of the everyday life and work of models based on ethnographic methods, including observation, in-depth interviews and the life histories of some 40 models who work in Sweden and abroad. The study shows that heteronormative expectations surrounding gender and sexuality are often present in fashion editorials and fashion shows. But there are also examples of advertisements in which heterosexuality is rejected all together, and of fashion editorials and shows where normative heterosexual gender relationships and identities are played with and mocked. It is above all male models who perform transgressive gendercrossing and a "feminized" masculinity with homoerotic elements.

Ann Frisell Ellburg är doktorand i socialantropologi och vid centrum för kvinnoforskning, Stockholms universitet.