

Lunds Universitet  
Institutionen för kommunikation och medier (KOM)  
B-uppsats  
Vårterminen 2010



**LUNDS**  
UNIVERSITET

## **”All that glitters...”**

- en analys av konstruktionen av homosexuella karaktärer  
i TV-serierna Sex and the City och Ugly Betty

Av: Emma Vig och Darina Nilsson  
Handledare: Veselinka Möllerström  
Examinatorer: Sara von Platen

## Sammanfattning

”All that glitters...” är en B-uppsats författad vid Institutionen för kommunikation och medier av Darina Nilsson och Emma Vig.

Mediernas stereotyper har stor inverkan på människan, och särskilt på minoritetsgrupper i samhället som i högre grad än andra porträtteras på ett stereotypt sätt.

Denna uppsats analyserar framställningen av manliga homosexuella karaktärer (Stanford Blatch, Marc St. James och Justin Suarez med flera) i TV-serierna Sex & the City och Ugly Betty, i specifika situationer utifrån beteende, utseende och livsstil.

Analysarbetet utgår från semiologi, socialkonstruktivism och symptomal läsart med målet att hitta eventuella stereotyper och myter om homosexuella. Uppsatsen analyserar även skillnaden mellan homosexuella och heterosexuella karaktärer och dennas inverkan på skapelsen av stereotypen om homosexuella män som komiska, feminina och väldigt upptagna av sin egen sexualitet.

Resultaten visar att både Sex & the City och Ugly Betty har en ganska stereotyp bild på homosexuella män, men att det även finns lite tecken på variation. Dock definieras homosexualiteten nästan uteslutande genom överdrivna feminina värden och detta ger fortfarande en ensidig och snäv bild som kan förstärka myterna om homosexuella män i samhället.

**Nyckelord:** Ugly Betty, Sex and the City, stereotyp, medierepresentation, homosexuell, homosexualitet, minoritet, minoritetsrepresentation, heterosexuallitet, genus, feminin, maskulin, homosexuella förhållanden, TV-serie

# Innehållsförteckning

Sammanfattning .....	2
1. Inledning och bakgrund.....	4
2. Syfte och frågeställningar.....	5
3. Tidigare forskning om medierepresentation av homosexuella.....	6
4. Metod .....	7
▶ <i>Kvalitativ metod</i> .....	7
▶ Typ av textanalys .....	7
▶ Vårt tillvägagångssätt .....	8
5. Teori.....	8
▶ Teoretisk bakgrund: semiologi, stereotyper, socialkonstruktivism .....	8
Lippmann och stereotyper .....	9
Definition av begrepp.....	10
Clarks teori om minoritetsrepresentation .....	10
6. Analys.....	11
▶ Introduktion till forskningsämnen .....	11
▶ Homosexuella värden: Utseende och beteende .....	12
▶ Extrem femininitet.....	17
▶ Den positiva stereotypen? .....	18
▶ Motsatta världar; presentation av heterosexualitet och homosexualitet.....	20
▶ Heterosexualitetens variationer .....	21
▶ Det homosexuella förhållandets heterosexualitet.....	22
7. Slutdiskussion.....	25
8. Litteraturlista .....	29
Serier, säsonger och avsnitt: .....	30

# 1. Inledning och bakgrund

Vi konstruerar vår verklighetsuppfattning, vår världsbild, genom att använda våra erfarenheter och kunskaper, genom interaktion med andra människor och inte mindre genom att ta till oss så kallade medierade erfarenheter. Medier ger oss kunskaper om de delarna av verkligheten som vi inte kan eller inte har möjlighet att uppleva själva i vårt vardagliga liv. Thompson (2001) beskriver hur medierna gör det möjligt för individer att skaffa sig erfarenheter över tid och rum, utan att behöva direkt interaktion ansikte mot ansikte. Detta är speciellt relevant när det gäller att skaffa sig erfarenheter om sociala minoritetsgrupper, eftersom inte alla har möjlighet till förstahandsupplevelser av dessa.

De som inte känner någon homosexuella personligen får därför främst sin uppfattning om hur de är från populärkulturella texter som har möjlighet att konstruera en nästan fullständig bild av deras liv för oss: Deras beteende och utseende, livsvanor och livsstilar. Vi får det färdig serverat och lär oss därför direkt, möjligtvis på ett felaktigt sätt, hur de är genom hur medierna framställer dem.

Vi valde att koncentrera oss på mediernas representation av de manliga homosexuella inom ramarna för två populära komediserier för att genom analys av representationen kunna fastställa om det förmedlas en stereotyp bild av homosexuella män, i så fall vilken och hur detta eventuellt kan påverka både homosexuella och heterosexuella.

Det är ganska väsentligt att välja just genren drama/komedi, eftersom stereotyper i situationskomedi ofta är ganska framträdande. Som beskrivet av Chung (2007) skulle komedi inte möta tittarnas förväntningar eller ge mening för dem, om medierna inte använde sig av stereotyper. Medierna är inte intresserade av att utforska en särskild karaktär, de är intresserade av profit och av att överleva i branschen och därför är det svårt att få in komplexa karaktärer i komedisammanhang. Medierna konstruerar medvetet program som styrker stereotyper för att göra det enkelt för tittaren och få så stor vinst som möjligt.

Samtidigt är just genren komedi mycket väsentlig att studera på grund av det stora inflytande den har på tittarna, bland annat genom höga tittarsiffror och bra sändningstider. Särskilt är sitcoms populära bland unga och tonåringar, och har därför stor inverkan på dem som är i stadiet där kroppsuppfattningen och identiteten utvecklas (Fouts & Inch 2006:3-4).

Vi valde Sex & the City och Ugly Betty för att båda är ganska populära komediserier som

utgår ifrån en modeinriktad miljö där det skulle vara ganska lätt att ha med vissa av de vanligaste homosexuella stereotyperna. Båda serierna är också relativt nya, Ugly Betty från 2006-2010 och SATC (Sex and the city), även om den började i 1998, slutade först i 2004 och fortsätter nu med filmer där samma karaktärer finns kvar.

## 2. Syfte och frågeställningar

Syftet med den här uppsatsen är att granska hur bilden av homosexualitet konstrueras och framställs i förhållandet till heterosexualitet i TV-serierna Sex & the City och Ugly Betty, och visa vilka betydelsebärande tecken används för att konstruera bilden av homosexuella i de utvalda TV-serierna. Samtidigt vill vi utifrån facklitteratur analysera vilken effekt en eventuell homosexuell stereotyp kan ha på uppfattningen och acceptansen av homosexuella i samhället. Att forska i massmediernas representation av homosexuella människor är relevant och viktigt eftersom den sociala gruppen hör till en minoritet, vilket betyder att den breda publiken inte har så mycket kunskaper och egna erfarenheter om den sociala gruppen från det verkliga livet och vänder sig till medierna för att skaffa information och ett sätt att förhålla sig till den.

Om televisionen misslyckas att visa karaktärer som hör till en speciell socialgrupp, eller porträtterar dem på ett negativt eller stereotypt sätt, då kommer den gruppen att nekas erkännande och respekt. Eftersom massmedia är en viktig källa till information är det sannolikt att vissa sociala grupper kommer att nedvärderas av samhället utan erkännande och respekt på TV och andra former av massmedia (Raley & Lucas, 2006).

Serierna som vi kommer att analysera i vår uppsats har vi valt utifrån hypotesen att stereotypen kring homosexuella som extremt feminina och förlöjligade känns igen i de båda serierna. Både Sex & The City och Ugly Betty visar homosexuella i en modeinriktad miljö, där det blir möjligt att konstruera så kallade ”genusbyte” figurer, som ger en stereotyp och entydig bild på homosexualitet (Benshoff & Griffin 2004:300).

Utifrån Lippmans resonemang om stereotypskapandet, med hjälp av semiologisk analys av utvalda scener och karaktärer från TV-serierna och socialkonstruktivistiska tankesätt kring mediernas verklighetsskapande roll, vill vi svara på frågorna:

- *Vilka bilder av homosexuella skapas och vilka stereotyper kan förmedlas och förstärkas?*
- *På vilket sätt kan stereotyperna eventuellt påverka samhället?*
- *Varför finns stereotyperna kvar och hur kan man förminska stereotyptänkandet?*

### 3. Tidigare forskning om medierepresentation av homosexuella

Vissa forskare (Gauntlett 2008, Benshoff & Griffin 2004, Peele 2007) har granskat representationen av homosexuella i medierna genom historien: Från tidig klassisk Hollywood heterosexism, konnotativ homosexualitet där den egentliga sexualitet aldrig nämns, väldigt negativa och våldsamma bilder där homosexuella och transpersoner primärt framställs som mördare eller vampyrer, och även karaktärer såsom den välkända ”pansy” karaktär som är mer kvinna än man. Denna typ av forskning genomgår filmen och TV seriernas historia för representation av just denna sexuella minoritet och ger därför en bild på det klassiska sättet att framställa homosexualitet fram till exemplen på nulägets mer nyanserade framställningar.

Holz, Gibson & Ivory (2009) analyserade populära dramaseriers representation av det homosexuella förhållandet utifrån ett genusperspektiv. Eftersom medierna har normaliserat man/kvinna förhållanden var det av intresse att analysera på vilket sätt homosexuella förhållanden skildrades i termer av genus. Projektet hittade bevis för att både heterosexuella och homosexuella förhållanden visas som genus-kodade, alltså finns det oftast en partner med feminint genus och en med maskulint, en som dominerar och en som underkastar sig. Undersökningen granskade även verkliga homosexuella par, och konkluderade att stereotypen i stor utsträckning inte kändes igen.

Raley & Lucas (2006) utförde en analys av prime-time TV:s representation av homosexuella utifrån Clark & Berrys (1969) teorier om minoritetsrepresentation. Utifrån denna studie konkluderade forskarna att, även om resultaten var blandade, de homosexuella i de analyserade programmen huvudsakligen befinner sig på nivå 2, förlöjligande (ridicule), men att det även finns vissa karaktärer som börjar ta sig in på nivå 3, reglering, och också nivå 4, respekt. Det hittades bara delvis stöd till teorin att homosexuella har tagit sig genom Berrys ”stereotypa tidsålder”.

En ganska omfattande innehållsanalys utfördes av en professor i psykologi vid Universitet i Calgary i 2005. Denna inkluderar 22 situationskomedier från TV och syftar till att fastställa förekomsten av homosexuella karaktärer, deras demografi (kön, ålder och ras/etnicitet), och om de muntligen kommenterar kring sin sexuella läggning. Ett av resultaten var att homosexuella karaktärer gör betydligt fler kommentarer om sin sexuella läggning än heterosexuella karaktärer. Detta tyder på att TV-producenter presenterade sexuell läggning

som ett betydande tema i livet för de homosexuella karaktärerna (Fouts & Inch, 2005).

## 4. Metod

### ► *Kvalitativ metod*

För att genomföra en textanalys i vår uppsats ska vi använda en kvalitativ metod. En kvalitativ textanalys kan ge oss kunskaper och lyfta fram aspekter som annars skulle förbli dolda för den vanliga tittaren som ser på filmen med andra ögon än analytikern som analyserar innehållet.

”Textanalys handlar om att plocka isär en text genom att ställa frågor till den, men också om att sätta ihop den igen på ett nytt sätt som på ett eller annat vis ger både analytikern och analysens läsare ökad förståelse för texten.” (Østbye 2003:71) På samma sätt som hermeneutik handlar om att nå förståelse om människornas livsvärld genom tolkning (Hartman 2004:186) handlar den kvalitativa textanalysen om att förstå meningen som skapas av texten genom att tolka den. Det är alltså en tolkningsprocess som leder till förståelse.

### ► *Typ av textanalys*

För att mer konkret definiera vilken slags kvalitativ textanalys vi kommer att använda utgår vi från de tre textanalytiska huvudmetoder som formulerades av Atle Kittang: den sympatiska, objektiverande och symtomala.

”En sympatisk läsning söker efter upphovsmannens eller upphovskvinnans intentioner. I den *objektiverande* läsarten försöker man tolka verket oberoende av både avsändare och social kontext. Här är det verkets inre strukturer som står i centrum och den dominerande metoden är närläsning. Den *symtomala* läsarten ser texter som manifesta uttryck för underliggande eller dolda betydelser. Ansatser bygger på att texter är förmedlare av innebörder som producenten inte har översikt över eller är medveten om.” (Østbye, 2003:65)

Vi ska inte använda den sympatiska läsning då vi inte kommer att analysera filmmakarens intentioner. Vår textanalys förhåller sig närmare mellan den objektiverande och den symtomala läsarterna med vissa avgränsningar. Från den objektiverande läsarten tillämpar vi närläsning av vissa karaktärer i tv-serier, noggrann granskning av deras beteende, egenskaper och attributen kan göras oberoende av den sociala kontexten och bara inom TV-seriens ramar. Vårt försök att

hitta den stereotypbildande meningen kan sägas ligga närmare till den symptomala läsarten då det är där man söker dolda betydelser.

### ► *Vårt tillvägagångssätt*

Vi kommer att gå igenom de TV-serierna som valdes för uppsatsen och välja episoder där karaktärerna som vi är intresserade av framställs i någon situation. Valet av serier baserades på att de innehåller ett visst antal karaktärer som passar till syften och frågeformuleringen, samt utifrån popularitet och därmed möjlig påverkan på publiken. I både *Sex & the City* och *Ugly Betty* representeras homosexuella karaktärer på ett sätt som vi tror är stereotypframkallande, och därför är vårt urval strategiskt. På ett medvetet sätt väljer vi de serierna och episoderna som passar just våra frågeställningar.

Vi kommer att titta närmare på en specifik karaktär, dennes egenskaper och attribut och kommer att beskriva den först utan att definiera någon mening. Det är alltså den denotativa betydelsen av tecken som ska beskrivas först. Sen kommer vi att analysera tecknens konnotativa betydelser och resonera kring hur det eventuellt kan påverka publikens uppfattning av homosexuella i samhället.

## 5. Teori

### ► *Teoretisk bakgrund: semiologi, stereotyper, socialkonstruktivism*

Vi ska analysera våra medietexter utifrån ett semiologiskt perspektiv för senare att resonera kring stereotypskapandet inom de valda TV-seriernas ramar.

Saussures begrepp om meningsbärande tecken är vägledande inom semiologi. Alla populärkulturella texter kan studeras utifrån ett semiologiskt perspektiv då de består av olika tecken som bär mening och har betydelse. ”Att analysera populärkultur handlar om att på olika sätt läsa, tolka, problematisera och diskutera sådana texter. /.../ Ett tecken kan sägas vara någonting som står för något annat - dvs. någonting som producerar mening. Ett tecken är något som betyder något.” (Lindgren 2005:62) Enligt Saussure är förbindelsen mellan teckens denotativa och konnotativa betydelser godtycklig och baserad på språkliga och kulturella konventioner. Det finns alltså inte någon given koppling mellan rosa färg och feminin eller mellan en mörk klassisk kostym och maskulint. Den koppling kan studeras med semiologisk analys när man analyserar ett specifikt tecken, de andra tecknen som finns i texten och kontexten där de är placerade. De andra tecknen bär inte bara sin mening utan tjänar till att



bygga det första tecknets mening. Till exempel, i en film tilldelar man en manlig karaktär samma eller liknande egenskaper och attribut som de kvinnliga karaktärerna har och kontrasterar dem mot de manliga karaktärerna som har annorlunda egenskaper. Analyserar man detta med kännedom till en kognitiv process av stereotypskapandet förstår man varför vi definierar den ovan nämnda manliga karaktären som feminin. En stereotyp skapas när vår hjärna tänker kategoriserat och gruppvisst och generaliserar information för att lättare och snabbare hantera mängden av den. ”Att skapa kategorier är en huvuduppgift för både människans och djurens sinne, för att de ska kunna förstå återkommande inslag och kunna förutsäga framtiden (Hinton 2003:16)”.

### ***Lippmann och stereotyper***

Vårt resonemang om den stereotypskapande process som vi vill tillämpa i vår analys grundas i Lippmanns föreställning att stereotyper är:

” ’förenklade bilder i våra huvuden’ (Lippmann, 1922, s.3) av människor och händelser i omvärlden. /.../. Vi hanterar situationen genom att konstruera dessa ’bilder’ av omvärlden (inklusive människorna och händelserna) och vårt agerande härrör inte från en ’direkt och säker kunskap’(s.25) om dessa människor och händelser, utan är baserad på de förenklade ’bilderna’. Vi agerar utifrån hur vi tror att det är, inte utifrån hur det verkligen är. Lippmann menade att dessa bilder antingen ’konstrueras’ av individen eller är ’givna’ av kulturen (s.25)” (Hinton 2003:13).

Man kan också kalla en stereotyp för en konstruktion. Det är en människa själv som konstruerar den, men i samspel med omvärlden. Det är omvärlden, och i vårt fall medier, som ger det material som ligger till grund för den konstruktion som människan skapar.

Det är därför vi i vårt arbete med textanalysen kan påstå att vi förhåller oss till det socialkonstruktivistiska tänkesätt med det centrala begreppet *social konstruktivism* (Berger & Luckmann 1966) som utgår ifrån att individer eller grupper av människor konstruerar sin verklighet och uppfattningar om omvärlden i interaktioner med varandra. Detta tänkesätt kan användas i studier av populärkultur därför att den meningen som skapas av medietexter är en källa till vår kunskap om omvärlden med hjälp av vilken vi konstruerar vår verklighet. Medier är en del av socialisationsprocessen som vi går igenom under vårt hela liv. Vår uppfattning av världen är alltså inte given från början, utan förändras ständigt både på grund av interaktion med de andra människorna i samhället och på grund av att vi införskaffar oss nya kunskaper och erfarenheter. Erfarenheter som inte alltid är våra egna utan kan bli skapade för oss med

populärkulturella texter. T.ex. kan våra egna erfarenheter inte bli den enda kunskapskälla om homosexualitet utan vi får erfarenheter med hjälp av andra källor: andra människor, tidningar, böcker, TV: n. Om t.ex. tv-bilden av homosexualitet konstrueras gång på gång med samma ”ingredienser” då får vi en stereotypiserad bild som vi införlivar i vårt liv och som ger oss underlag för felaktigt tänkande och förståelse av vad som är homosexuellt eller heterosexuellt.

### ***Definition av begrepp***

Ett intressant resonemang om begreppet och dess konstruktion och definition finns hos Becker. När vi skriver en uppsats använder vi oss av olika teorier och begrepp. Becker skriver om hur ett begrepp kan definieras på olika sätt och ger konkreta exemplen på hur detta kan bli: ”[...] Definiera ett begrepp är att samla in exempel på saker som enligt vår uppfattning förkroppsligar det som begreppet hänvisar till och sedan undersöka vad de ofrånkomligt rörliga och historiskt tillfälliga idéer som människor rutinartad använder har gemensamt” (Becker, 2008:123). Här är det viktigt också att betona ”enligt vår uppfattning”. Den som konstruerar begrepp har sina egna uppfattningar om omvärlden och använder dem i processen. Därför kommer det alltid att finnas vissa frågor: Är de sanna eller falska? Kan de verkligen vara en del av det begrepp som konstruerades?

Man kan utveckla ett nytt begrepp eller definiera ett begrepp som är baserad på det redan givna begreppet som kommer att bli anpassat till just den forskning som man utför. I vår uppsats har vi bestämt att vi ska använda oss av ett teoretiskt och brett begrepp: ”stereotyp”, men vi kan också definiera vidare på det begreppet så att det passar till det område vi forskar i. Vi kan utveckla begreppet ”stereotyp” vidare så att det blir mer tydligt och mer specificerat. Vi kan definiera vårt begrepp som ”en stereotyp bild av homosexuella människor” vilken vi bestämmer ska innehålla en rad olika kriterier, t.ex. en man som har ett yrke inom modeindustrin, en man som är klädd i blommönstrade kläder, en man som rör sig på ett feminint sätt, en man som har ett kvinnligt sätt att prata på osv. Med andra ord kan man säga att när vi definierar vårt begrepp så använder vi oss av vår egen världsbild: egna uppfattningar och föreställningar.

### ***Clarks teori om minoritetsrepresentation***

I vår analys ska vi även tillämpa Clarks teori om medierepresentation av minoritetsgrupper. Clark (1969) fastställde fyra steg av medierepresentation av minoritetsgrupper: Icke-

representation, förlöjligande, reglering och respekt. Han definierar icke-representation som en vanlig uteslutning från media. Nästa steg är förlöjligande, här visas tidigare icke-reprenterade grupper på TV, men bara som objekt för hånfull humor. Clark påpekar att gruppen känner sig bättre på grund av de inte ignoreras, men på samma gång sänker åtlöjet deras självkänsla. Clark definierar den tredje etappen som reglering, det är när minoriteten är representerad, inte förlöjligade, men ändå i begränsade, socialt accepterade roller. Under den fjärde etappen, som kallas för respekt, presenteras medlemmar i minoritetsgrupp i både positiva och negativa roller i vardagen (Raley & Lucas, 2006).

Vad som är intressant med Clarks teori från år 1969 är att de olika etapperna kan användas var för sig till analysen av den homosexuell minoritet representerad i massmedia, samt att den kan användas för analysen av den historiska aspekten av representation av homosexuella i populärkultur. Det vill säga att man kan finna alla de olika stegen i dagens medier. Det går att hitta TV-program där homosexuell minoritet inte alls representeras, men det finns också filmer och program där den sociala gruppen representeras som objekt för förlöjligande. Det finns även populärkulturella produkter där homosexuella karaktärer representeras på ett sätt som passar till steg 3 och program som tillfredsställer steg 4: ”respekt.”

Det är alltså olika sätt där man kan använda denna teori beroende på vilka program man väljer att analysera och vad man vill hitta.

## 6. Analys

### ► *Introduktion till forskningsämnen*

Ugly Betty är en amerikansk TV-serie baserad på en colombiansk *telenovela* (*Yo Soy Betty, la Fea*) (IMDB 2010) om en mexikansk-amerikansk kvinna som börjar jobba på modetidningen Mode. Betty är inte snygg och smal som de andra som jobbar där, och det är svårt för henne att hitta sin plats i hierarkin. Betty jobbar för casanovan Daniel Meade, och har primärt fått jobbet av ägaren av magasinet, Daniels pappa, för att hon inte ser ut som alla modellerna Daniel brukar ha sex med, och pappan vill ju såklart att Daniel tar jobbet seriöst.

Serien följer Bettys jobb på Mode, hennes problem med de andra anställda, hennes kärleksliv, hennes liv i sin familj, samt hennes sätt att passa in, även om hon inte riktigt gör det, och få respekt för hennes inre kvalitéer i stället för de yttre.

I Ugly Betty finns det fler viktiga homosexuella karaktärer att analysera. De mest centrala som vi kommer att analysera är hjältinnan Bettys systerson, Justin Suarez, och sekreteraren, Marc St. James, som jobbar på Mode Magazine med Betty.

Vi har också valt att ta med Marcs pojkvän Cliff och Justins pojkvän Austin. Dessa bipersoner ska bidra med en analys av hur det homosexuella förhållandet skildras i Ugly Betty, eftersom detta också är ett relevant perspektiv på representationen av homosexuella och deras liv. Som heterosexuella karaktärer är de viktigaste Daniel, Bettys chef, samt Bettys pojkvänner.

Sex & the City är en amerikansk TV-serie som sändes mellan åren 1998 och 2004. Serien utspelar sig i New York och handlar om fyra kvinnors liv, deras förhållanden och karriär. Det är en situationskomedi som tar upp många aktuella ämnen såsom kvinnors ställning i samhället. Då huvudpersonerna i TV-serien är kvinnor står deras sätt att se på relationer, sex och män i fokus.

I serien finns det ganska många episoder med homosexuella karaktärer och vissa av dem medverkar under hela seriens gång. Stanford Blatch är Carries vän och ”gay husband”, som hon kallar honom, och Antonio Marentino är Charlottas homosexuella vän. Förutom dessa finns ett antal andra homosexuella karaktärer mer eller mindre konkret skildrade i serien. Som heterosexuell karaktär har vi valt Carries pojkvän i säsong 3, Aidan Shaw, som står i stark kontrast till den homosexuella miljön som visas i serien.

### ► *Homosexuella värden: Utseende och beteende*

*Stanford Blatch och Carrie sitter på kafé och pratar. Den första frasen som tittarna hör från karaktären Stanford är:*

*S: “The only place one can still find love and romance in New York is the gay community”.*

*Stanford är klädd i en ljusgrön skjorta, en mörkgrön slips och en ljusgrå kavaj, en stor guldring smyckar hans hand. Medan Carrie presenterar honom för tittarna som en av hennes närmaste vänner som äger en ”talent agency” tittar han med koketterande glimt i ögon på den manliga servitör som betjänar dem. Sen fortsätter de konversera om relationer, Stanford säger att han är en passionerad människa. Carrie ser sin ex-pojkvän Kurt i baren, som är klädd i vit skjorta och en svart kavaj, röker och ser arrogant och självsäker ut. Stanford avråder Carrie att gå till honom. (S1E01)*

Detta är första episod i den första säsongen av TV-serien. Det är här, i denna episod, där tittaren träffar Stanford för första gången. De olika tecknen: klädseln, Stanfords egna fraser, Carries presentation av honom och hans blick, bär alla betydelse, men ingen av dem ger den direkta informationen att: ”Stanford är gay”. Han säger inte det själv, inte heller Carrie. Det är

alltså på ett annat sätt som publiken får uppfattningen att han inte är som de andra männen. I alla tecknen kan vi finna feminina drag: det eviga kvinnliga samtalstemat om kärlek och relationer, de mjuka färgerna på hans kläder och ett stort smycke, sättet att titta med koketteri som kvinnor brukar använda för att fånga en mans uppmärksamhet, och även sättet de två pratar med varandra som närmaste väninnor.

Det skapas inte något nytt här, det återspeglas bara det som vi redan känner till. Mjuka färger, smycken, kärleksprat, koketteri; alla dessa feminina egenskaper känner vi igen från vår omvärld. Vi är vana att tänka att kvinnor *vanligtvis och normalt sett* pratar om känslor, använder mjuka färger, tittar på män på detta sätt - det är en norm i vårt samhälle. Sen ser vi en kontrasterande bild på Kurt som skiljer sig från bilden på Carrie och Stanford och förmedlar maskulinitet med sin klassiska klädstil och arroganta attityd. Den maskulinitet som vi känner till från tidigare, kanske från reklamfilmer och från andra medietexter, kanske från vår uppfattning av män i verkliga livet. Vi vet alltså vilka egenskaper eller attribut som gör kvinnor feminina och vilka som gör män maskulina, och detta gäller både heteromän och heterokvinnor. Men, som poängteras av Raley och Lucas i artikeln ”*Stereotype or Success?*”, publiken har i genomsnitt inte så mycket egna erfarenheter och kunskaper om den homosexuella minoriteten. Publiken har en begränsad förstahandskunskap eller kontakt med dessa grupper på grund av deras minoritetsställning och därför kommer de fiktiva skildringarna av homosexuella karaktärer från TV-program att vara primära informationskanaler om deras liv. (Raley & Lucas 2006) Har man inte tillgång till kännedom om något från det verkliga livet, så vänder man sig till medieprodukter: TV-program, filmer, böcker osv.

Många människor har liknande erfarenheter och får därför samma uppfattningar om t.ex. manligt och kvinnligt. På samma sätt, om många människor tittar TV-serier som ger dem en och samma bild om hur en homosexuell man är, så får de också en gemensam erfarenhet som leder till ett ”gemensamt sätt att betrakta” (Hinton, 2000: 66).

En liknande bild på homosexualitet finns i *Ugly Betty*, där karaktären Marc St. James uppträder väldigt likt Stanford:

*Marc syns första gång i stripad kavaj, ganska klassiskt - men hans slips är gul och tröjan under kavajen är rosa. Håret är lockigt och stylat, hans kroppsspråk är ganska ”slappt” och flytande och hans mimik väldigt överdriven och karikerad. Han ler falskt åt chefen Daniel,*

*som hans andra chef, Wilhelmina, tydligen inte gillar, och ger en present till Daniel från Wilhelmina, där hans namn är felstavat. (S1E01)*

I de första avsnitten introduceras Marc som Wilhelminas assistent. I avsnitt 1 visas han ge henne injektioner med Botox medan de pratar, och samma typ av sekvens repeteras i avsnitt 2, där Marc ger henne fotmassage i stället och i avsnitt 3 hjälper han henne med att låsa klänningen. Generellt visas Marc som är bra på flera olika serviceyrken som ses som stereotypa homosexuella (Holz, Gibson & Ivory 2009:7) och detta etableras redan tidigt i serien.

I avsnitt 3 syns Marc även med en drink i handen, där han enbart håller glaset med två fingrar. De resterande tre viftar runt i luften. Marcs sexualitet definieras inte direkt vid första introduktion, men ändå är det väldigt tydligt utifrån hans mimik, sätt att prata och klädstil, att serien framställer honom som homosexuell på samma sätt som Stanford i *Sex & the City*. Alla de feminina värden gör att man strax kan identifiera honom som annorlunda från typiska heterosexuella män.

### ► *Den överdrivna homosexuella sexualiteten*

Särskilt Marc kan sägas vara på nivå 2 i Clarks (1969) kategorier över representation av minoriteter; förlöjligande (ridicule). Det finns skämt och referenser till hans sexualitet, gjort av honom själv och i detta fall också Wilhelmina. Ett exempel på detta:

*Samtal mellan Marc och Wilhelmina medan de går runt (hektisk) på jobbet:*

*W: "Why don't you go down and supervise the shoot?"*

*M: "Me, supervise the shoot? You've never asked me to supervise anything before! Wait a minute - is this part of your plan to make the magazine suck?"*

*W: "Do you care? There'll be male models in underwear."*

*M, stannar; seriöst, beslutsamt ansikte: "Not if I have my way..." (S2E05)*

Här blir Marc plötsligt seriös, övertygat och kommer med en sexuell bemärkelse kring de manliga modellerna som han snart kommer att träffa.

Detta passar med den typiska stereotypen kring sexualitet i komedier, där homosexuellas sexuella läggning används som någonting komisk. De homosexuella kommer själva med kommentarer kring deras sexualitet på ett roligt sätt, som både sätter sexualiteten i centrum som något extremt viktigt för de homosexuella karaktärerna, men samtidigt skämtar med det

och får det att verka komiskt och aggressivt (Fouts & Inch 2005:5).

I *Ugly Betty* finns det inte direkt "canned laughter" till att underteckna det roliga som i vissa andra komedier, men det är ändå tydligt att tanken om Marc som är sexuellt aggressiv och upphetsad över de manliga modellerna är ett komiskt ögonblick som ska underhålla publiken. Generellt är Marc en ganska komisk karaktär, som tillsammans med Amanda, den ganska ointelligenta och utseendefixerade receptionisten på Mode, i hög grad utgör seriens *comic relief*. Hans problem i vardagen begränsar sig ganska mycket till hans sexualitet (att berätta för sin mor att han är homosexuell, kläder och liknande), och ger därför inte karaktären särskilt många nyanser.

I *Sex & the City* finns samma tendenser:

*Carrie och Stanford befinner sig bakom kulisserna på en modevisning. Stanford säger om en modell de just har pratat med:*

*S: "Can you believe anyone that beautiful can be that nice? [...] How could anyone that gorgeous be straight?" (S1E022)*

Här pratar Stanford, väldigt upptagen och intresserad, om hur snygg modellen var och att han inte tror han är heterosexuell för att han är så snygg. Detta visar Stanfords fokus, både på sin egen och modellens förmodade homosexualitet.

Samma går igen i denna scen:

*Carrie and Stanford pratar efter en balettföreställning en fredagskväll. Stanford berättar om en olycklig "blind träff" som han precis har varit på:*

*S: "Even guys like me don't want guys like me. I just don't have that gay look" (S1E09)*

Här pratar Stanford i princip själv om en homosexuell stereotyp, hur han (och andra homosexuella män) måste vara för att dejta. Om han inte har rätt "gay-looken" menar Stanford inte att han kommer att hitta någon. Tydligen "vill alla homosexuella ha jättesnygga killar".

Ännu en scen som visar de homosexuellas fokusering på egen sexualitet i *Sex & the City* är denna:

*Efter ett misslyckat försök att presentera Antonio Marantino (som är vän till Charlotte) för Stanford:*

*C: "I thought you two would hit it off"*

*A: "Why, because he's gay and I'm gay?" (S4E02)*

I alla tre episoderna finns det exempel på hur sexuell läggning nämns i samtalet.

Homosexuella visas ofta som ganska upptagna med sin sexuella läggning. Karaktärerna nämner i dialogerna att de är gay, att de är annorlunda, till skillnad från de manliga heterokaraktärerna. Enligt Gregory Fouts och Rebecca Inch i rapporten *Homosexuality in TV Situation Comedies: Characters and Verbal Comments* är sexuell läggning det centrala eller fokuserande tema i livet för homosexuella personer som presenteras av TV-producenterna. De skriver också att denna överrepresentation av kommentarer om sexuell läggning från homosexuella karaktärer sannolikt förstärker stereotyper som betonar skillnader mellan de homosexuella och de heterosexuella (Fouts, Inch 2005). TV-producenterna skriver dialogerna där homosexuella karaktärer ofta nämner sin sexuella läggning antingen direkt eller indirekt, de verkar vara mycket mer intresserade av sin sexualitet och kärleksrelationer än heterosexuella män, när dessa pratar med varandra. Samtidigt med detta har replikerna ofta självhumoristisk eller sarkastisk betoning som ger koppling och kan diskuteras utifrån Clarks (1969) teori om medierepresentation, där homosexuella karaktärer som en minoritetsgrupp oftast visas på TV med löjlighet och som åtlöje.

Raley och Lucas poängterade i sin forskningsanalys av moderna TV-serier och program där homosexuella män och lesbiska karaktärer är representerade som ett objekt för förlöjligande, men oftare på grund av sina egna skämt om sin homosexuella läggning än på grund av skämt gjort av de heterosexuella karaktärerna. Det ser vi tydligt både i *Sex & the City* och i *Ugly Betty* där homosexuella karaktärer skämtar om sig själva och sin sexuella läggning.

TV-producenterna och manusförfattarna skapar de homosexuella karaktärerna och skapar dialoger eller monologer som dessa karaktärer framför. Detta innebär att det humoristiska eller ibland sarkastiska sättet att prata om sig själv är konstruerade, ofta av heterosexuella personer, och det därför inte nödvändigt återspeglar verkligheten. Publiken och oerfarna unga homosexuella som har inte omfattande egen erfarenhet eller kunskaper om homosexuella kan få en sned uppfattning och orealistisk föreställning om hur de homosexuella är och hur de betraktar sig själva.



## ► Extrem femininitet

Extrem femininitet och feminina värden är som tidigare nämnt en effektiv metod för producenterna att skildra homosexualitet i TV-serier. Ett bra exempel på detta är Justin Suarez (Ugly Betty), Bettys feminina systerson, som är kring 12 år gammal i början av serien och alltså inte direkt har utvecklat sin sexualitet än.

För att introducera hans karaktär kan man dra ut ett par scener från de första episoderna.

*I avsnitt 1, säsong 1, vill Justin kolla på Fashion TV i stället för telenovelas, men hans mamma, Hilda vill att han ska komma och äta flan:*

**J:** "I don't want flan, I'll get fat!"

**H:** "You're a boy, it doesn't matter if you're fat or not!"

Redan här etableras det alltså att Justin har ganska mycket gemensamt med tjejer och har många olika feminina värden; till exempel fixering på sitt utseende och konstant ångest för att bli fet.

Ett annat exempel på Justins ganska annorlunda intressen finns i avsnitt 2:

*I avsnitt 2 får Betty "The Book" med hem. Boken är fylld med skisser till den nästa Modetidning. Denna scen inträffar när Bettys systerson ser boken:*

**J:** "What's that?"

**B:** "It's the mark-up, for the next edition of Mode."

**J,** (tar boken, exalterat): "Oh... my... God. You have... the book..."

**B:** "Wait wait... Justin, how do you even know what the book is?"

**J,** (exalterat): "I saw Prada<sup>1</sup>, like, seven times. So how did you get it?"

Justin är som nämnt ganska ung i början av serien och har ännu inte utvecklat någon särskilt sexualitet. Vad är det som ändå får tittaren att tänka att han är homosexuell?

I dessa scener är Justins sätt att prata ganska överdrivet och feminint, och detta får strax publiken att tänka på den extremt feminina homosexuella som går runt med viftande handled. Samtidigt är det mycket ovanligt för en 12-årig pojke att kolla på någonting som kan förkortas "Prada", särskilt hela 7 gånger, och hans entusiasm för mode och Mode Magazine generellt är inte något man vanligtvis ser hos unga pojkar. Samtidigt är han ganska upptagen av sitt eget utseende, och i slutet på avsnitt 3 syns han också dansa runt med Betty, men på ett väldigt

---

<sup>1</sup> Justin refererar nog till "The Devil Wears Prada" (2006) där Andrea (Anne Hathaway) jobbar för en elak chef på ett modemagasin.

feminint sätt som får tittaren att tänka att han i högre grad försöker vara som en tjej på MTV i stället för någon manlig latino dansare.

Genom hela serien är Justins sätt att vara ”annorlunda” ett tema, och han blir också mobbad av andra ju äldre han blir. Han kommer dock inte ut som homosexuell före säsong 4 där han börjar sitt förhållande med Austin, men ändå har tittaren genom hela serien känslan att han nog är homosexuell från början på grund av hans feminina beteende; alltså faller Justin in i den homosexuella stereotypen om *genusbyte* (Benshoff & Griffin 2004:300).

Justin försöker att vara tuff och ha relationer med tjejer efter att hans pappa, som i början skämdes över Justins sätt att vara annorlunda, mördas. Både Justin och Austin är i episod 4 ”kära” i en tjej från klassen, och även om detta kan insinuera att han i verkligheten är bisexuell finns det stor sannolikhet att detta också är ett skådespel för att vara mer ’maskulin’ som Justin tror att hans pappa skulle ha velat, samt för att undvika att bli mobbad. I säsong 4 hjälper Marc Justin och hans familj att tackla hans homosexualitet på bästa möjliga sättet.

Justin är inte en särskilt komisk karaktär på samma sätt som Marc och Stanford. Även om han fortfarande är väldigt stereotyp är han på inget sätt åtlöje, även om han skulle kunna ha varit det. Därför kan man säga att Justin befinner sig i kategori 3 i Clarks teori, reglering. Justins roll är begränsad och socialt accepterad (Clark 1969 i Raley & Lucas 2006). Han är inte direkt rolig, men appellerar ändå till den gemensamma stereotyp som människor har kring homosexuella som extremt feminina och därför är hans roll fortfarande ganska smal och socialt accepterad. Han är fortfarande ganska stereotyp, men han är inte på samma sätt rolig, och detta tillför karaktären fler nyanser.

### ► *Den positiva stereotypen?*

Även om vi har konkluderat att de flesta homosexuella karaktärerna i *Ugly Betty* och *Sex & the City* är ganska stereotypa är det också relevant att granska huruvida dessa stereotyper uteslutande är negativa. Finns det också positiva stereotyper om homosexuella män i serierna? Ett exempel som kan beskrivas som en positiv stereotyp hittar vi i *Sex & the City*, där tjejerna går på Gay Bar:

*C (till titterna): “That night we finally answered the age old question:*

*Where are all the hot guys? Well, the hot gay guys.*

*They were at the hot gay club, Trade.”*

*Inne i klubben är alla män klädda endast i kalsonger med vältränade kroppar och de dansar loss.*

*M (undrar): “Why don’t straight men have bodies like this?”*

*C: “Because gay men have the possibility of sex at the gym” (S4E14)*

”Hot guys” - heta, sexiga killar som har möjlighet för att ha sex på gymmet, och det är därför de är så vältränade och ser bra ut.

I form av ett skämt visas här hur de kvinnliga karaktärerna uppfattar de homosexuella männen som heta män med välskötta kroppar. Väninnorna kontrasterar gay killar mot heteromän med antydning att homosexuella män är mer upptagna med sin sexuella läggning och därför besöker gymmet oftare än heteromän. Återigen finns här en förutsättning för det stereotypänkandet som analyserades i den föregående episoden kring att homosexuella är ganska upptagna med sin sexuella läggning. Samtidigt kan man inte se på de episoderna som bara förmedlar en negativ stereotyp. Här kan man också iaktta den positiva sidan: homosexuella framställs här som mer skötsamma, vackra och vältränade än heteromän, de framställs faktiskt nästan som en förebild för heteromän. I sin artikel *”The Construction and Validation of the Homopositivity Scale”* resonerar Morrison kring att TV-program inte nödvändigt förmedlar negativa stereotyper om homosexuella män, utan kan stärka och främja positiva uppfattningar om att homosexuella män är eleganta, fyndiga, belevade och framgångsrika (Morrison 2007). För mycket positiva föreställningar om homosexuella ger dock också ett underlag för stereotyper som kan skapas hos publiken. När en för positiv bild av homosexuella konstrueras av medieproducenter kan publiken, som inte har egna erfarenheter eller tillräckliga kunskaper om homosexualitet, börja förvänta sig att de positiva egenskaperna är mycket representativa för homosexuella människor och detta ger en felaktig uppfattning. Å andra sidan kan för positiva bilder av homosexuella ge en skadlig effekt på själva de homosexuella, speciellt unga människor, på samma sätt som till exempel bilderna av felfria, smala, perfekta modeller kan ge en skadlig effekt på unga kvinnor, som får dåligt självförtroende och försöker leva upp den ”perfekta” image.

## ► *Motsatta världar; presentation av heterosexuallitet och homosexualitet*

En annan strategi för att analysera hur homosexualitet konstrueras i TV-serierna är att jämföra presentationen av den homosexuella värld med den heterosexuella.

Ett exempel på detta är scenen efter tjejernas utekväll på gay baren, där Carrie kommer hem till sin heterosexuella pojkvän som sätts i stor kontrast till glamouren i den homosexuella miljön:

*Carrie i en monolog när hon samma kväll kommer hem, där Aidan, hennes pojkvän, sover med en hink "KFC chicken wings" vid sidan av honom:*

*C (monolog): "They say opposites attract. What they fail to mention...is that opposites tend to have opposite views on what constitutes a rockin' Saturday night."*

*C: "I know it was wrong to compare... but I felt I had spent the evening in a Calvin Klein AD and now I was back to baseball, buckets and BVDs." (S4E14)*

Med "Calvin Klein AD" menas här gayklubben där alla männen var utan skjortor och endast i vita kalsonger. Calvin Klein är ett mycket känt märke för underkläder för både män och kvinnor, också känt för skapandet av unisex dofter. Modehuset gör ganska kontroversiella reklamfilmer och några av dem har blivit anmälda som sexistiska. Detta kontrasteras mot baseball, som är ett grovt spel för starka män. Thomas Sörensen, som är universitetslektor i historia vid Kristianstad högskolan, skriver i sin artikel om baseballens historia:

*"... den erbjöd deltagarna en möjlighet att uttrycka en hård och kärv manlighet, något som gått förlorat i den moderna världens förverkligande och avsexualiserade kontors- och butikslokaler. Utövarna tilltalades av basebollens dynamik, snabbhet och relativa hårdhet. Baseboll ansågs vara en manlig syssla – en kultiverande och disciplinerade verksamhet som kunde tämja och kanalisera rå maskulinitet." (2009)*

Med "buckets" menas här hinken med kycklingsvingar, som är friterad: fet, onyttigt snabbmat som absolut inte skulle vara passande som måltid för de vältränade gaykillarna med platta magar från klubben. BVDs är ett gammalt konservativt klädmärke som tillverkar underkläder bara för män. Det är alltså två världar som kontrasteras och sätts emot varandra – i gayklubben är det en gayvärld och hos Aidan är det en heterovärld. Denna skildring ger en tydlig definition av hur medierna förmedlar ett stereotypt sätt att tänka kring vilka egenskaper som representerar den heterosexuella värld och vilka som hör till den homosexuella.

På samma sätt hittar vi, i väldigt stark kontrast med Marc och Justin i Ugly Betty, chefen för Mode Magazine, Daniel Meade.

Första träffen med Bettys chef, Daniel, som kan sägas vara den manliga huvudpersonen:

*Daniel sitter i en stol på sitt kontor, bakåtlutat med stängda ögonlock. Dörren till kontoret öppnas och Daniel rätter upp sig och andas väldigt snabbt. Hans pappa kommer in och Daniel förklarar, ganska nervös, tar sig till ansiktet, förfarande med snabbt andedräkt, att han hållit på med någonting som ska avslutas. Pappan håller på att gå, men hittar rosa trosor på en blomma. Daniel, avslöjat, säger till tjejen under bordet att hon lika väl kan komma fram. En snygg, lång tjej kommer fram under bordet med en penna, som någon tydligen har tappat. Daniel introducerar henne som sin nya assistent. (Avsnitt 1, säsong 1)*

Här etableras Daniels roll som maskulin playboy genom sekreterarklichén. Han är helt klädd i lila, men ändå är det tydligt på både hans mimik, hans ansikte, kroppsspråk och sätt att prata, att han är väldigt maskulin och på inget sätt homosexuell. Kläderna symboliserar inte direkt maskulinitet (även om Daniel senare i episoden byter till klassisk svart kostym), men resten av hans beteende skapar hans plats som seriens Alfa-hanne. I samma episod syns han också i underkläder med Modes receptionist Amanda, vilket vidare styrker hans playboy image. Hans nacke är tjock, håret är kort med den typiska spikade vaxfrisuren, hans mimik är precis och hård och hans röst och sätt att prata är maskulin. Samtidigt är han också i chefspositionen, vilket även styrker symbolerna för hans maskulinitet.

Särskilt jämfört med Marc syns kontrasterna. Marc är assistent, Daniel är chef. Marc är teatralisk och karikerat, Daniel är lugn, stark och hård. Även om Daniel är chef för magasinet har han inte direkt stort intresse av mode, utan han har intresse av att ha sex med de kvinnliga modellerna, varemot den modeintresserade och skötsamma Marc bara är sekreteraren.

### ► *Heterosexualitetens variationer*

Dock är det relevant att betona att det finns fler olika slag heterosexualitet.

Ett exempel på detta är Bettys pojkvän i början av episod 1, Walter, som är ganska nördig och konstig med dålig situationskänsla. Han är otrogen mot Betty, men det är tydligt att det inte är för att han är en macho playboy, utan för att han manipuleras av grannen. Han är ganska otrendig och pinsam och passar därför ihop med Bettys karaktär i början av serien.

Bettys nya kärleksintresse Henry gör sin entré i episod 5, säsong 1. Henry är också ganska ”nördig” med stora glasögon och kontorsjobb i ekonomiavdelningen. Han är iklädd en brun kostym och ganska stilig. Även om han inte är lika macho som Daniel är han fortfarande

maskulin, även om det är på ett lite mer pojkaktigt sätt. Han är inte pinsam på samma sätt som Walter, men mycket mer stilig med ett bra jobb och trevligt beteende, även om hans beteende är mer pojkaktigt än maskulint.

Det finns alltså en ganska stor kontrast mellan de viktiga heterosexuella karaktärerna i början av serien. Även om Daniel tillhör en väldigt gammaldags mansstereotyp finns det också andra manliga karaktärer som inte alls är så.

Samtidigt finns det både maktlösa kvinnliga karaktärer som Amanda som manipulerar genom sitt utseende och har sex med chefen, men också starka karaktärer som Wilhelmina, som blir aggressiv och förstör sitt kontor i en av de första episoderna då hon inte lyckas med sin plan om att bli chef själv; alltså en väldigt dominerande och aggressiv kvinna som inte är särskilt stereotyp. Även Ugly Betty själv är på många sätt alla stereotypers motsättning.

I SATC finns det även många variationer på män och kvinnor som lever och beter sig på olika sätt. Fokus är på de modeinriktade kvinnorna i New York, men ändå finns det många variationer av de heterosexuella karaktärerna, både bland väninnorna (till exempel motsättningarna Charlotte och Samantha) och bland männen de dejtar.

Poängen med analysen av de olika typerna av heterosexualitet är att även om komediserier i hög grad använder stereotyper för underhållningsvärdet finns det alltid väldigt stora variationer när det gäller de heterosexuella karaktärer. Detta är fortfarande inte sant för homosexuella karaktärer, som nästan alltid utgår från exakt samma ensidiga modell.

### ► *Det homosexuella förhållandets heterosexualitet*

Det är inte bara själva karaktärerna, utan också sättet de visar och uttrycker deras sexualitet i praktiken som är viktig. Efter att ha analyserat Justin och Marc från Ugly Betty är det också relevant att analysera dem i jämförelse med deras pojkvänner. Vad är deras plats i det homosexuella förhållandet och på vilket sätt skildras detta i serien?

Holz, Gibson & Ivory (2009) beskriver att de flesta akademiker och kritiker är eniga om att homosexuella framställs på ett stereotypt sätt. Homosexuella män är oftast antingen väldigt maskulina och atletiska, eller väldigt feminina s.k. ”queens” eller ”fairies”. Det finns empiri från en studie att homosexuella karaktärer i förhållanden på TV visas som antingen tydligt maskulina eller tydligt feminina; alltså genuskodade. Studien visar alltså att homosexuella par på TV ofta skildras med ”två genus”, precis som heterosexuella par, och detta stödjer teorin att TV placerar homosexuella karaktärer i intima relationer i orealistiska genuskodade rollen.

Alla homosexuella par har alltså en feminin och underkastad och en maskulin, dominerande karaktär.

Detta känner vi också igen i Ugly Betty, där de primära homosexuella karaktärerna ibland också har förhållanden. Ett exempel på detta är säsong 4 där Justin Suarez har sin första homosexuella upplevelse och för första gång får pojkvän.

Ett exempel på könsdelningen i Justins förhållande är i episod 18, säsong 4, där det nya paret sitter tillsammans i soffan och spelar TV-spel:

*Austin sitter med spridda ben och spelar med både händerna, framåtlutat. Justin sitter med korsade ben, rak rygg, och använder ett enskilt finger till sin kontroll medan de andra bara viftar åt sidan, vilket ser ganska konstigt och ovanligt ut.*

Alla tecken pekar på att Justin är den feminina, som inte riktigt vet hur man spelar TV-spel ordentligt, och det är även Austin som initierar konversationen och frågar Justin på första dejt. Austin sitter maskulint och pratar maskulint, varemot Justin sitter överdrivet feminint och fortfarande pratar på det stereotypa sättet som direkt får publiken att tänka "gay".

När det gäller det mer vuxna och mogna förhållandet mellan Marc och Cliff i säsong 2 av serien finns tydligt samma uppdelning mellan det maskulina och det feminina. Cliff är fotograf vid en fotosession på Mode, och de två träffas när Marc ska leda fotosessionen.

Detta samtal mellan Cliff och Marc, när Cliff inviterar på dejt, visar tydligt genusförhållandet mellan de två karaktärerna:

**C:** *Maybe we could grab a beer before?*

**M:** *If by beer you mean appletini!*

Cliff klär sig ganska neutralt i jordfärger och pratar ganska vanligt. Han tar första initiativet och inviterar Marc på dejt med Hitchcock filmer och öl, varemot Marc vill ha appletini, en drink som särskilt (tillsammans med alla andra drinkar som slutar på "-tini") konnoteras med homosexualitet och något feminint, varemot öl är den traditionella drycken för män.

Cliff är småfiet och ganska stabil utan överdrivet mimik eller något särskilt sätt att prata. Han gillar öl, fotografering och har inte vidare intresse för kläder. Han är en ganska vanlig man i kontrast till den modeintresserade och väldigt teatraliska Marc.

Det viktiga att bemärka är att även om Cliff och Austin inte direkt är homosexuella stereotyper bidrar de indirekt till att skapa en stereotyp om homosexuella: Det genusdefinierade, och därmed också ganska heteronormativa, förhållandet. Om det skulle vara två "fairies" eller "butches" ihop skulle detta förstöra vår grundläggande genusstruktur om

motsättningar. Feminint hör ihop med maskulint, och det fungerar inte att ha två lika genus i ett förhållande. (Connell 1996:163) Homosexuell maskulinitet är utifrån den patriarkaliske strukturens synpunkt en självmotsägelse, men samtidigt är ett förhållande mellan samma genus också en självmotsägelse - och därför blir det homosexuella förhållandet slutligen heteronormativt med två olika genus.

Samma princip gör sig gällande i *Sex & the City* där Samantha vid ett tillfälle ser Stanfords pojkvän, Marcus, ge honom oralsex. Carrie säger efterföljande att hon alltid trodde att det var Stanford som skulle "ge", alltså vara den underkastade, och på samma sätt blir förhållandet slutligen genuskodat och paret delas upp i den som ger och den som mottar, för att man tydligen inte kan göra både. (S5E04)

När det gäller de homosexuella förhållanden som presenteras av medierna, konkluderade Holz, Gibson & Ivory (2009) i deras undersökning att det finns två viktiga implikationer av dessa. Först och främst kan homosexuella tittare som försöker att identifiera sig själva genom medierna lära sig ett beteende där en partner ska vara den dominanta och maskulina, och en annan ska vara den passiva och feminina. Samtidigt riskerar man att heterosexuella utan erfarenheter av homosexuella förhållanden litar på mediebilderna när de ska skapa sina egna bilder av det homosexuella förhållandet. Härigenom riskerar man att styrka de heteronormativa föreställningarna om att det måste vara en dominerande och en underkastad partner (Holz, Gibson & Ivory 2009:11).

Karaktärer som Austin och Cliff är ganska "vanliga killar", men genom det könsuppdelade förhållandet med Justin och Marc bidrar detta även till stereotypskapande, kanske inte kring den enskilda homosexuella, men kring det homosexuella förhållandet och den homosexuella sexualiteten som helhet.

Självklart är det möjligt att säga att karaktärer i sitcoms måste vara stereotypa för att det är roligt, men det finns alltid undantag för de heterosexuella karaktärerna som ändå kan vara ganska komiska och intressanta även om de inte spelar på någon särskilt välkänd stereotyp. Detta syns tydligt i både TV-serierna, men ändå verkar alla de homosexuella karaktärerna på något sätt att bidra till samma stereotyp om homosexuella män som naturliga innehavare av många feminina värden.



## 7. Slutdiskussion

*Vilken bild av homosexualitet konstrueras?*

Som syntes i analysen av *Ugly Betty* och *Sex & the City* är framställningen av de homosexuella karaktärerna ganska enformig. Särskilt i jämförelse med de centrala och maskulina heterosexuella karaktärerna är de feminina värden väldigt mycket i fokus hos de homosexuella karaktärerna. Detta förstärks även i *Ugly Betty* genom de genusbestämda homosexuella förhållanden, som sätter det karikerade feminina genuset hos homosexuella män i fokus. Det är hela tiden fokus på kontrasten mellan det heterosexuella och det homosexuella, vilket understryker de homosexuellas speciella egenskaper och sexualitet. Det finns även stor fokus från karaktärerna själva på det sexuella och deras specifika sexualitet, vilket syns både hos Marc och hos Stanford på ett ganska aggressivt sätt.

Homosexualiteten konstrueras alltså särskilt genom tecken för femininet och genom kontrast till det maskulina.

Dock finns det ännu en nivå till diskussionen, eftersom de homosexuella i serierna fortfarande är ganska olika. Även om karaktärer som Marc är *comic relief* har Stanford en lite annorlunda roll som den lite tjocka, ”fula”, homosexuella som inte riktig passar in i miljön. Justin är den unga homosexuella som ska försöka passa in i skolan och ska hitta sin identitet som homosexuell och som tonåring och människa. Det finns alltså olika nyanser till dessa karaktärer, även om alla tre får homosexualiteten primärt definierat genom tecken på feminitet. De tre karaktärerna är alltså positiva/negativa i olika grad och bidrar med olika värden till TV-serierna. Både Justin och Stanford kan sägas vara på nivå 3 av Clarks minoritetsrepresentation, varemot Marc (och Antonio) är närmare nivå 2 som *comic relief*. Bilden av homosexualitet är alltså inte uteslutet negativ eller stereotyp, men det finns särskilt beteende- och utseendemässiga stereotyper hos alla karaktärerna. Alla fyra bryr sig ganska mycket om utseende och kläder, så deras sexualitet konstrueras på samma sätt, även om deras personligheter och rollen i serierna är olika.

Austin och Cliff är undantag till den feminina homosexualitet, men de bidrar ändå till en bild av stereotypa och heteronormativa förhållanden där det finns en ”submissiv/kvinnlig” och en ”dominerande/manlig”, även om både är samma kön. Som Holz, Gibson & Ivory (2009) motiverade är detta inte aktuellt i största delen av verkliga homosexuella förhållanden och därför är även detta en missvisande bild på homosexualitet.

## *Hur kan homosexuella påverkas?*

Denna forskning är i hög grad väsentlig, då, som diskuterat av Fouts & Inch (2005) det kan vara väldigt svårt för homosexuella som försöker att utforska sin sexualitet att hitta bra rollmodeller bland mediernas stereotyper. Kanske man förlorar modet som homosexuell man om man inte kan definiera sig med de ofta representerade så kallade "queens", och detta kan bidra till att homosexuella inte kommer ut eller utvecklar homofobi för att de är rädda för *genusbyte* stereotypen och inte vill identifieras med den.

Forskning har utförts (McKee i Holz, Gibson & Ivory 2009) kring mediernas inflytande på homosexuella, och det visat sig att många homosexuella, särskilt de unga som försöker att hitta sin identitet som homosexuell, letar inspiration och vägledning i medierna. Eftersom homosexuella fortfarande är en minoritet är det inte alla som kan få hjälp att utveckla sin homosexuella identitet från sitt umgänge eller sin familj, och därför är det viktigt för dem med yttre källor. Detta är ett generellt fenomen och gäller för alla människor; utifrån ett socialkonstruktivistiskt tankesätt bildas mycket av identiteten genom medierna och genom andra människor, och om både medierna och andra människor styrker exakt samma stereotyp kommer det att vara svårt för den oerfarna och unga homosexuella att hitta sin egen identitet, eftersom den homosexuella identiteten verkar vara representerat på ett oerhört begränsat sätt. Det finns klart också TV-serier som har ett öppet och positivt förhållande till homosexualitet och som kan ha bra inflytelse på både hetero- och homosexuella, men som Peele (2007) poängterar når vissa serier av denna typ, till exempel dramaserien *Six Feet Under* som sändes på kabelnätverk i USA, inte alls ut till en lika stor publik som till exempel komediserien *Friends* (eller serier som *Sex & the City* och *Ugly Betty*), vilket igen visar varför just den populära genre komedi är relevant för vidare studier. Det är inte säkert att de unga homosexuella hittar rätt TV-serie i början, och det kan därför vara svårt för dem att undvika *genusbyte*-stereotypen, och även stereotyper om hur ett förhållande (både hetero- och homosexuellt) ska vara uppdelat i olika genus.

Homosexuella påverkas alltså lika väl som heterosexuella av medierna och båda uppbygger stereotyper om vad det är att vara homosexuell; och detta kan ge sämre möjligheter för identitetsbildning för dem som upplever homosexualiteten genom mediernas, och särskilt genom komedins stereotyper.

### *Hur kan heteromän bli påverkade av de homosexuella stereotyperna?*

Hinton (2000) använder sig av Kellys *personal construct theory* (1955) och skriver att systemet av *konstrukter* (konstruktioner) är vårt personliga sätt att se världen "[...] Det är ramverk genom vilket vi konstruerar händelser och människor omkring oss: det är vårt kunskapssystem genom vilket vi betraktar världen." (Hinton 2000:46)

Med andra ord kan man säga att när vi ser en människa framför oss så konstrueras vår uppfattning om henne utifrån våra erfarenheter och kunskaper.

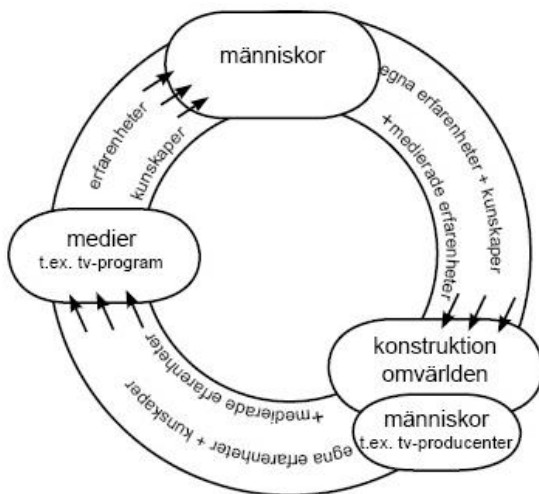
När vi träffar en person för första gången, kan vi ganska snabbt placera personen i en kategori: en man eller en kvinna. Vi "känner till" de egenskaperna som hör kategorierna – det är en uppsättning av förväntade egenskaper. Vi förväntar oss att en man har ett manligt utseende, kläder, beteende, manér att prata, rörelser osv. Det är de stereotyper om "manlighet" som automatiskt sätts igång. Men vad händer om vi träffar en man som inte motsvarar de där stereotypa förväntningarna? Vår hjärna behöver en ny kategori att placera personen i, men om vi aldrig träffat en sådan man tidigare i livet och alltså inte har en färdig kategori att placera honom i, börjar vi leta efter kunskaper om de egenskaperna och i flesta fall hittar vi dem i erfarenheterna som vi får från massmedia. Om homosexuella karaktärer i TV program oftast representeras med typiskt "omanliga" attributen eller egenskaper då hittar vi den kategori för den personen som inte motsvarar de "manliga" stereotyper och placerar honom dit. Vi riskerar alltså göra en felaktig bedömning utifrån värden som medierna har beslutat är uteslutande homosexuella. "Den man är alltså homosexuell", tänker vi, även om han egentligen inte är det.

### *Varför finns stereotyperna kvar och hur kan man förminska stereotyptänkandet?*

Erfarenheten styr hur vi konstruerar (betraktar, förstår) människor och händelser och hur vi konstruerar människor och händelser styr hur vi erfar dem. Vi befinner oss i en konstant cykel av erfarenhet och konstruktion. (Hinton 2000:44)

Det resonemanget om cykel eller kretslopp kan man tillämpa på hur medier och vi människor samverkar. Medierna ger oss *medierade* (Thompson) erfarenheter om omvärlden som vi senare kan använda för att konstruera vår uppfattning om en person eller en händelse.

Medier är inte något abstrakt varelse som skapades av sig själv och som skapar stereotyper, utan bakom produktion av varje tv program står människor (t.ex. TV producenter) som har sina föreställningar, uppfattningar dvs. *konstrukt*er som i sin tur skapades av både egna och medierade erfarenheter och tidigare kunskaper.



Medierna ger oss erfarenheter och kunskaper som vi använder för att konstruera vår bild av omvärlden. Med den konstruerade bilden (uppfattningar) om omvärlden skapar vi medierna.

Stereotyptänkandet finns kvar därför att det är en del av den ständiga oavbrutna cykeln av interaktion mellan människor, medier och omvärlden.

Man kan inte helt eliminera stereotyptänkandet på grund av att det är en kognitiv process som är en del av vår hjärnas arbete, därför att vi som människor måste förenkla och kategorisera den sociala verkligheten: ”Stereotyper var inte resultatet av ett tankefel (som skulle rättas till), utan av sättet på vilket människans kognition fungerar.” (Hinton 2000:25)

Man kan förminska benägenhet till stereotyptänkandet genom att representera de sociala minoriteterna (i detta fall den homosexuella minoriteten) i medierna på ett sätt som visar olika aspekter av deras liv, olika karaktärer, vanor, beteende och livsstilar, så att bilden som skapas inte blir ensidig och därmed sned och felaktigt.

Detta verkar tyvärr inte vara fallet i *Ugly Betty* och *Sex & the City* där de homosexuella karaktärerna skildras med överdrivna feminina egenskaper och därmed representeras på ett ganska stereotyp sätt.

## 8. Litteraturlista

- Becker, Howard S. (2008): *Tricks of the Trade: Yrkesknep för samhällsvetare*. Malmö: Liber
- Benshoff, Harry M.; Griffin, Sean (2004). *America On Film*. Blackwell Publishing Ltd.
- Chung, Sheng Kuan (2007): *Media Literacy Art Education: Deconstructing Lesbian and Gay Stereotypes in the Media i International Journal of Art and Design Education (2007)*. Volym 53, nummer 3-4, sida 63-89. Förlag: Haworth press
- Fouts, Gregory; Inch, Rebecca (2005): *Homosexuality in TV Situation Comedies: Characters and Verbal Comments i Journal of Homosexuality (2005)*. Volym 49, nummer 1, sida 35-45. Förlag: Haworth Press
- Gauntlett, David: *Media, Gender and Identity – An introduction*. Second edition, 2008. Routledge
- Hartman, Jan. 2. uppl. (2004): *Vetenskapligt tänkande: från kunskapsteori till metodteori*; Lund : Studentlitteratur
- Hinton, Perry R. *Stereotyper, kognition och kultur*. (2003). Lund: Studentlitteratur
- Holz Ivory, Adrienne; Gibson, Rhonda; Ivory, James D. (2009): *Gendered Relationships on Television: Portrayals of Same-Sex and Heterosexual Couples i Mass-Communication and Society (2009)*. Volym 12, nummer 2, sida 170-193. Förlag: Ebsco
- Lindgren, S. (2005). *Populärkultur*. Malmö: Liber AB
- Morrison, Todd G.; Bearden, Anomi G. (2007): *The Construction and Validation of the Homopositivity Scale: An Instrument Measuring Endorsement of Positive Stereotypes about Gay Men i Journal of Homosexuality (2007)*. Volym 52, nummer 3-4, sida 63-89
- Raley, Amber B.; Lucas, Jennifer L. (2006): *Stereotype or Success? Prime-time Television's Portrayals of Gay Male, Lesbian, and Bisexual Characters i Journal of Homosexuality (2006)*. Volym 51, nummer 2, sida 19-38. Förlag: Haworth Press
- Thompson, John B. *Medierna och moderniteten*. Göteborg : Daidalos, 2001
- Østbye, H.& Knapskog, K. & Helland, K. & Larsen, Leif Ove (2003). *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber AB

**Elektroniska källor:**

Internet Movie DataBase, IMDB.com Inc. (1990-2010)

<http://www.imdb.com/title/tt0805669/plotsummary>

Sörensen Thomas *Därför blev baseboll USAs nationalsport*. Forskning och framsteg (F&F 4/2009) <http://www.fof.se/tidning/2009/4/darfor-blev-baseboll-usas-nationalsport>

**Serier, säsonger och avsnitt:**

**Ugly Betty (4 säsonger, 2006-2010)**

Säsong 1 (2006-2007) (23 avsnitt): Avsnitt 1, avsnitt 2, avsnitt 3

Säsong 2 (2007-2008) (18 avsnitt): Avsnitt 5

Säsong 4 (2009-2010) (20 avsnitt): Avsnitt 18

**Sex & The City (6 säsonger, 1998-2004)**

Säsong 1 (1998) (12 avsnitt): Avsnitt 1, avsnitt 9, avsnitt 22

Säsong 4 (2001-2002) (18 avsnitt): Avsnitt 2, avsnitt 14

Säsong 5 (2002) (8 avsnitt): Avsnitt 4