

” You got what I want girl”

En feministisk sociosemiotisk studie av representationen av genus i musikvideon ”Please me” av Cardi B och Bruno Mars.

Av: Jennifer W. Henning

Handledare: Jonas Andersson Schwarz
Södertörns högskola | Institutionen för Kultur och Lärande
Kandidatuppsats 15 hp
Medie och Kommunikationsvetenskap C | Vårterminen 20



Abstract

Syftet med min studie är att undersöka hur en manlig och kvinnlig protagonist framställs och representeras i kontrast till varandra i musikvideon till låten *'Please me'* framförd av Cardi B och Bruno Mars. Studie utgår från följande frågeställningar: Existerar det en tydlig skillnad i hur sångaren porträtteras beroende på kön? Uppfattas låttexten annorlunda beroende på könet av sångaren, isåfall på vilket sätt? Vilka visuella koder karaktäriseras på de utvalda scenerna? Tidigare forskning påvisar att kvinnor har en tendens att objektifieras i kontrast till männen när det kommer till representation inom media. Genom att fokus ligger på kvinnors kroppar och en minskad agens bidrar detta till en objektifiering som appliceras på kvinnliga karaktärer inom visuell media. Tidigare forskning tar avstamp i objektifieringsteorin, kvinnlig representation inom visuell media samt en övergripande bakgrund när det kommer till fenomenet musikvideo och genrerna rapp & r&b.

Det valda teoretiska ramverket innefattar studier inom the male gaze, semiotik samt Rosalind Gills teorier inom genus och media. För att besvara mina frågeställningar använder jag mig av en multimodalanalys med sociosemiotiska inslag där jag analyserar både det textuella och visuella inom mina utvalda scener.

Resultatet visar att det fortfarande existerar en orättvis representation när det kommer till kön inom media och att kvinnan fortfarande sexualiserats. Resultatet visar även att, trots en omställning i genren där kvinnor har blivit mer populära än män, så anpassar sig kvinnorna fortfarande efter det rådande patriarkaliska synsättet som existerar. Detta genom att sexualisera både sig själva och andra kvinnor. Kameravinklar, kläder och låttext är några av aspekterna som bidrar till en ojämn representation av manligt och kvinnligt.

Nyckelord: Musikvideo, objektifieringsteorin, semiotik, representation, kvinnligt och manligt, genus inom media.

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
1.1.1 Musikvideos	4
1.1.2 Rapp och r&b som musikgenre.	5
1.2 Sexuellobjektifiering inom media	6
1.3 Kvinnlig representation inom media	8
1.4 Sammanfattning Forskningsöversikt	9
2. Syfte och problemformulering	9
3. Teoretiskt ramverk	10
3.1 Feministisk teori	10
3.2 The Male Gaze	12
3.3 Semiotik	13
3.3.1 Tre olika tecken	14
3.3.2 Denotation & Konnotation	14
3.4 Sociosemiotisk teori	15
3.5 Teorisammanfattning	16
4. Metod	16
4.1 Multimodal analys	17
4.2. Material	18
4.3. Avgränsning	18
4.4. Urval	19
4.4.1 Cardi B & Bruno Mars	20
5. Analys	21
5.1 Musikvideons övergripande beskrivning	21
5.2 Analys manligt och kvinnligt	22
5.3 Övergripande Analys av låttexten	32
5.4 Resultat	33
6. Sammanfattning & Slutsats	33
6.1 Diskussion	36
Referenslista	36

1. Inledning

Vi lever i en värld där media och mediekonsumtionen har en stor inverkan på hur vi agerar och uppträder i samhället. Populärkulturella medier som film och tv har under många år studerats med stort fokus på hur dessa påverkar sin publik. Framförallt visuella medier har fått en ökad popularitet och möjligheten att ta del av dessa har i samband med internet, smartelefoner och sociala medier blivit en större del av människors vardag. Framförallt den yngre generationen har en hög mediekonsumtion och spenderar mer tid framför olika sociala medieplattformar. Dagens massmedia fungerar även som en informationskälla där användare lär sig om sexuella normer, värderingar och beteende. Ungdomar är särskilt utsatta för att påverkas av medias effekter då deras perception om sexualitet inte ännu är fullt utvecklat och fortfarande formas. (Karsay, Matthes, Buchsteiner & Grosser, 2019, s. 346).

Detta är en av anledningarna till att feministisk mediekritik har valt att fokusera på de frågor som berör kvinnors representation inom media. Kvinnor inom media har en tendens att bli stereotypiserade och får sin värdering utifrån sitt utseende. Detta har bidragit till ett konsekvenstänk att var attraktiv är associerat med att agera, röra sig och se ut på ett visst sätt. En påföljd av detta är att åskådare till media imiterar det dem upplever och tar del av i massmedier för att ackommodera sig till det normativa uppförandet och utseendet som presenteras i massmedier (Krasay et al. 2019 s.347).

Med uppkomsten av den digitalisation som existerar har medier som höll på att försvinna återfått nytt liv igen. En av dessa är musikvideon. Att kunna ta del av musikvideor online och on-demand har bidragit till att musikvideor blivit lättillgängliga och har fått en ökad popularitet. Med den ökade efterfrågan av musikvideor har streamingtjänster som Youtube blivit allt större. I USA är Youtube den största och mest populära medieplattformen när det kommer till ungdomar (CSA 2019, se Krasay et al 2019 s.347).

Youtube är en hemsida där användarna har möjlighet att ladda upp och ta del av olika videor. Här florerar även mängder av musikvideos från alla världens artister då plattformen är ett effektivt sätt för artisterna att nå ut till sin publik.

I dagens samhälle har genusfrågan fått ett stort utrymme och det blir allt viktigare att ha en mer rättvis och reell representation av människor i media. I min studie väljer jag att fokusera på genren rapp/hiphop och r&b eftersom de genren har blivit allt mer populär och har sedan

tidigare haft en väldigt extrem genusframställning. Syftet med denna studie är att analysera hur en kvinnlig *protagonist* representeras i kontrast till en manlig *protagonist* i samma musikvideo.

1.1 Forskningsöversikt.

I följande kapitel presenterar jag mina tidigare forskningar som tar avstamp i objektifieringsteorin. Här presenteras även de musikgenrer som musikvideon jag valt att studera rör sig inom. Samt en fördjupning i fenomenet musikvideo och tidigare studier kring kvinnlig representation inom musikvideor.

1.1.1 Musikvideos

Musikvideos är jämfört med traditionella medier, ett relativt nytt fenomen som fick sitt stora genombrott under 80-talet i USA. Tv-kanalen MTV, Music television, blev den första kanalen som var helt engagerad i musikvideos. Kanalen som sände olika musikvideos dygnet runt blev mycket populär och människors intresse för musikvideos ökade.

Idag ser marknaden annorlunda ut och hur människor väljer att ta del av musikvideos har förändrats i samband med den mediala utvecklingen som skedde i och med att internet blev allt vanligare i hemmen.

Tillgängligheten som existerar idag har bidragit till att människor allt mer söker upp musikvideos på egen hand via olika medieplattformar. Youtube är en av de plattformar där användare har möjlighet att distribuera egna videor samt ta del av andras videor. Det är även en plattform som gör det möjligt för artister att ladda upp och sprida sin musik och sina musikvideor. Några av de mest spelade musikvideorna på Youtube har över 1 miljard visningar, något som ger en tydlig bild av hur stor spridning musikvideor kan uppnå.

Musikvideor är en viktig och lönsam del när det kommer till musikindustrin, det ses som en del av artisters och skivbolagens marknadsstrategi och artister med populära musikvideor tenderar att få en högre intäktsströmmar. Fenomenet använder sig av flera olika element såsom musik, mode och film för att skapa ett intressant innehåll som övergår till att vara en form av underhållning och reklam. Då musikvideors bakomliggande syfte är att sälja en produkt används ofta starkt innehåll för att fånga publikens och mer ofta än sällan använder producenterna sexuellt innehåll för att marknadsföra musikvideon (Wallis, 2011 s. 161).

Med en ständig tillgänglighet påverkar musikvideors ungdomarnas koncept av genus och genussamhället, media skapar modeller och begrepp av maskulint och feminint som betraktarna tar del av.

Fokus vad gäller forskning på hip-hop videos har till största del haft fokus på det våld som tenderar att infalla sig i denna typ av musikgenre. Men på senare år har även de sexuella aspekterna inom dessa musikvideos blossat upp och blivit ett intressant forskningsområde. I en studie av Cara Wallis från 2011 väljer hon att lägga fokus på musikvideors innehåll baserat på kön. Resultatet visade att män har en övergripande tendens att visa våldsamhet och kvinnor har en högre indikation på sexuella anspelningar.

Med möjlighet att både producera och ta del av musikvideos dagligen via mediekanalet som Youtube finns det idag mer tillgång än någonsin vad gäller musikvideos. Genusfrågan har blivit allt större och viktigare i dagens samhälle, trots detta så visar det sig att genusrepresentationer inom musikvideos inte har förändrats (Wallin, 2011).

Denna studie är idag närmare 10 år gammal och landskapet har förändrats i könsfördelningen då några av de största namnen inom hiphopgenren idag är kvinnor.

1.1.2 Rapp och r&b som musikgenre.

Rapp är en sub-musikgenre från hiphopen vars största element är rim, rytm och språk. Rappens ursprung kommer originellt från Afrikanska Griots. Griot innebär att berätta historier om det förflutna med en rytmisk ton som skapades i byn med hjälp av en trumma. (Four over four u.å.)

Rappen har under de senaste decennierna vuxit sig stor och är idag en av de mest populära genrerna inom musiken. Dock har genren ofta blivit anklagad för att vara sexistisk, uppmanade till våld och vara förtryckande mot kvinnor. Men rapparen hyllas också för att visa de skildringar och förtryck som existera i samhället.

Under 80-talet började låttexten inom rappen fokusera mer på sociala orättvisor och rappens innehåll blev mer kontroversiell med ämnen som koppleri, alkohol och våld. Under 90-talet börjar även de första kvinnorna ta stor plats inom rappen.

Forskare har idag hittat fyra stående teman som är ofta förekommande inom rappgenren: våld, sex, politisk medvetenhet och materialismen (Conrad & Dixon & Zhang 2009, s. 789). Kvinnliga karaktärer framställs som sexuella objekt med mycket fokus på de sexuella aspekterna. Eftersom kvinnorna ofta är objektifierade och ska representera sex och lust använder de ofta ha karaktäristiska drag för attraktivitet (Conrad & Dixon & Zhang 2009, s. 789).

Rhythm & Blues, r&b, uppkom som en effekt av den rasism som existerade mot afroamerikaner i USA under tidigt 1900-tal. Genom sin musik kunde människor få en chans att ge en skildring av sina historier och en kulturell prestige började växa fram inom musiken. Den rytmiska musikgenren gjorde en utveckling i och med den ökande inflytandet av afroamerikaner i nöjesvärlden och genren lånade sound från blues och soul för att utveckla sin unika rhythm. Genren har sin grund i en motståndsrörelse mot rasism och orättvisor i världen och skapades som en kulturell gemenskap för afroamerikaner i USA [Smithsonian center for folklife & cultural heritage u.å.].

Under 80-talet började hiphopen få sitt fotfäste inom populärkulturen och r&b började homogenisera med artister inom hiphopen, detta skapade en ändring inom genren och sedan dess har uppemot åttio procent av musiken inom r&b genren haft en anknytning till Hiphopen [Smithsonian center for folklife & cultural heritage u.å.].

1.2 Sexuellobjektifiering inom media

Den sexualiseringskultur som existerar i samtidens media är baserat på det heterosexuella samhället som accepterar och uppmuntrar publiken att objektifiera och lusta över kvinnokroppen, detta menar Fredrickson & Roberts i sin objektifieringsteori från 1997. Detta har avspeglat sig i hur den sexuella evolutionen har utvecklat sig inom media och hur den manliga 'the gaze' har blivit till en standard. Inom samtida visuell media får kvinnokroppen mycket fokus vilket tvingar publiken till att ta del av en sexualiserande blick (Fredrickson & Roberts 1997, s. 176). Ett exempel på hur media ackommoderar objektifieringsteorin uppenbarar sig tydligt när det kommer till hur kvinnans ansikte porträtteras inom tryckt media. När det kommer till män ligger det mesta fokus på hans ansikte och huvud, med detaljer på hans uttryck. Kvinnan porträtteras i kontrast till mannen oftast med fokus på kroppen. Det är inte heller helt ovanligt att fotografer tar bort delar av

kvinnans ansikte för att lägga full fokus på kroppen. Visuella media väljer att fokusera och representera kvinnor genom deras kroppar utan att ge dem en egen identitet (Fredrickson & Roberts 1997, s. 177).

En av de starkaste aspekterna inom sexuell objektifiering är den objektifierande blicken som är definierad till den heterosexuella mannens visuella inspektion av kroppen, eller olika kroppsdelar, vilket gör den betraktade individen till ett objekt av åskådarens begär. Att ha på sig proaktiva kläder som riktar uppmärksamheten till sexuella kroppsdelar som bröst, mage och bakdelen är ett sätt att ta bort agens och ackommoderar en slags utseende objektifiering. (Karasy et al. 2019, s. 348).

Författarna Aubrey & Frisby (2011) menar i sin studie att kvinnliga artister inom framförallt hiphopgenren använder sig mycket av sina kroppar med hjälp av dans och kläder för att väcka intresse hos publiken. Kvinnorna uppskattas mer för sina sexuella handlingar istället för deras begåvning eftersom det inom musikvideor fortfarande existerar en patriarkalisk uppfattning om att kvinnor fortfarande värderas mestadels utifrån sitt utseende och kroppar (Aubrey & Frisby, 2011 s 349).

Manliga artister använder sig däremot av ansiktsuttryck för att visa sin åtrå till kvinnorna i musikvideor. Den teoretiska uppfattningen som författarna menar är att män använder sig av bland annat blickar för att för att påvisa sitt maktövertag till kvinnorna.

Sexualiseringen av kvinnor är vanligt förekommande inom hiphopen och har även sitt fotfäste inom strippklubbskulturen (Hunter 2011, s. 17).

Männen visar ofta sin status och makt genom att objektifiera kvinnorna och godkänna dem för deras sexuella aspekter, detta påvisar att musikvideor inom hiphopen har en konsumtionskultur baserat på patriarkaliska maktförhållande. I sin studie påvisar Hunter hur kvinnor oftast används i ett utsmyckade syfte i musikvideor, som till exempel bakgrundsdansare.

I många av de musikvideorna med manliga sångare så visar de ofta sin makt över kvinnor genom att kasta pengar på dem. På detta sätt kan männen skapa en objektrelation med kvinnorna, där männen visar sin statusordning och tycks ha en högre status än de 'köpbara' kvinnorna. Inom rapgenren framgår det även mycket nedvärderande ord för att beskriva kvinnor såsom "Bitch" och "Hoes" medans ord som "Pimps" och "Hustlers" används för att beskriva männen.

Inom genren rap och r&b existerar det även egna ideologiska aspekter och att överdrivet visa upp sin heterosexualitet är normen med hjälp av kvinnor (Haugen 2003, s. 440).

1.3 Kvinnlig representation inom media

Sociala samhällsstrukturer har skapat de kulturella aspekter vi konnoterar med kön och könsnormer. Kön kan ses som koder över hur män och kvinnor ska agera i sociala situationer, med detta menar Goffman (1976) att framställningen av maskulint och feminint är socialt skapade och bara förstås i relation till varandra. Enligt Goffman är könsnormer och våra uppfattningar om manligt och kvinnligt endast existerande för att spela våra roller i samhället (Wallis 2011, s. 161).

Denna genuskonstruktion har påverkat hur kvinnor representeras i media, där den generella representationen av kvinnor i bland annat reklam är en ömtålig, värdefull, passiv, undergiven och i behov av skydd av andra. Reklamhistorien tyder också på att kvinnor har objektifierats, sexualiserats och förenklats. Kvinnlighet ska inom de samhälleliga normerna ta mindre plats vilket ses genom deras brist på handlingar (Hunt 2017, s. 23).

För att utmana dessa normer har kvinnliga rappare anpassat sig efter den existerande mansdominerade hierarkin.

Inom rapp, och framför allt gangsta rapp kulturen, har en egen hegemoni alstrats där kvinnor agerar utanför det vanliga "ladylike" beteendet som existerar (Haugens 2010).

Detta genom att själva börjat använda sig av ord som anses vara nedvärderande mot kvinnor och använda detta mot sig själva för att kräva maktbalans. Kvinnliga rappare använder dessa nedvärderande ord (som exempelvis "bitch" och "hoe") för att ge orden en annan betydelse som accepteras av dem själva och på så sätt ta tillbaka makten (Haugen 2010, s. 434).

Kvinnor inom denna genren menar att makt innebär att ha det motsatta könet tillgänglig för ens sexuella njutning, något som framgår i många musikvideor, och använder därför sina kroppar som ett vapen för att ta makten. Ett exempel på en kvinnlig rappare som använder sig av denna typ av sexuell makt är rapparen Mia X och hennes låt "I'll take ya man 97". Genom att stjäla en man från en annan kvinna genom sin sexualitet bevisar hon att det är hon som har makten och är mer önskvärd än de andra kvinnorna. Vidare sjunger hon också hur hon ska få denna man att göra saker han aldrig gjort med kvinnor tidigare samt att hon använder honom bara för en sexuell njutning sen kommer hon skicka tillbaka honom. Hon sjunger även om hur hon ska få honom att spendera sina pengar och köpa saker åt henne och slutligen kommer hon få honom att utföra den mest maskulinitet hotande handlingen inom den dominerande ideologin om manligheten inom denna genre att ge henne oralsex (Haugen 2010, s. 439).

1.4 Sammanfattning Forskningsöversikt

Musikvideor är en viktig del av musikindustrin och fungerar som en kanal för att marknadsföra artisten. Musikvideon har fått en ökad popularitet som en konsekvens av det samtida medielandskapet där publiken kan ta del av musikvideor dygnets alla timmar via internet.

Det existerar en sexualiseringskultur inom media som är baseras på samtidens heterosexuella samhälle som uppmuntrar publiken att objektifiera kvinnokroppen (Fredrickson & Roberts 1997, s. 176). Men för att utmana de rådande samhällsnormerna har kvinnliga artister, framförallt rappare, ackommoderar sig efter den existerande hierarkin genom att börja använda ord som anses nedvärderande mot kvinnor mot sig själv för att kräva en sorts maktbalans (Haugen 2010, s. 434). Det är viktigt att analysera genusframställningen inom media eftersom detta ger en avbildning som påverkar åskådaren och dess självrepresentation. Framställningen av kvinnor och män inom musikvideos kan därför påverka publiken och hur de upplever sig själva.

2. Syfte och problemformulering

Syftet med denna uppsats är att studera genusframställningen inom en modern musikvideo inom genren rapp och r&b.

Studien tar avstamp i Wallins tidigare studie om genus och musikvideor, studien lägger fokus scener ur en utvald musikvideo.

Det har länge studerats hur manligt och kvinnligt representeras inom musikvideor men då oftast i separata musikvideos eller en jämförelse av sångaren i relation med andra karaktärer i videon, jag vill analysera och se representationen som skapas när båda parter spelar protagonisten och sångaren i en musikvideo.

Jag väljer att analysera både en manlig och kvinnlig artist som har en gemensam musikvideo och en låt tillsammans för att kunna jämföra deras visuella representation.

Jag väljer att analysera en musikvideo inom samtiden för att kunna ackommoderar Gills analys som skrevs för 10 år sedan och jämföra denna med en modern musikvideo.

Genom att studera en musikvideo med både en manlig och kvinnlig artist kan jag sätta dessa i relation till varandra för att se hur manligt respektive kvinnligt representeras när båda är sångare.

För att uppfylla min studies syfte ställer jag följande frågeställningar:

- Existerar det en tydlig skillnad i hur sångaren porträtteras beroende på kön?
- Uppfattas låtentexten annorlunda beroende på könet av sångaren, isåfall på vilket sätt?
- Vilka visuella koder karaktäriseras på de utvalda scenerna?

3. Teoretiskt ramverk

I denna del presenterar jag mitt teoretiska ramverk som innefattar empiri inom feministisk teori, The male gaze samt semiotisk och sociosemiotiks teori. Fokus på hur kvinnor representeras i media samt hur the male gaze appliceras på samtida visuella texter. De semiotiska teorierna används för att skapa en djupare förståelse för kommande analys samt viktiga begrepp.

3.1 Feministisk teori

I sin bok "*Gender and the media*" menar Rosalind Gill att samtidens populärkultur har ett stort fokus på kvinnans kropp istället för att se henne för den person hon faktiskt är. Rapportering och övervakning av kvinnokroppar är ett av de mest publicerade medieinnehållen i alla sorters medieformer. I dagens media får kvinnan endast sin identitet genom att ha en 'sexig' kropp. Mannens nakna kropp har under tiden varit ett ämne för att symbolisera makt, patriarkat och fertilitet och visades upp för att bli dyrkad av kvinnor samt män. Idag är den manliga kroppen sårbar och kläder används för att uppvisa makt och status. Mannen är också den som är protagonisten och hjälten i populärkulturen och kvinnor agerar mer som en sexuell belöning för mannen när han klarat sig igenom de utsatta målen. I "*Gender and the media*" väljer Rosalind Gill att ta upp olika studier kring ämnet genus inom media. Det var under den feministiska eran mellan 60- och 70-talet som intresset för feministisk mediekritik tog fart och intresset för kvinnlig representation inom media blev ett stort forskningsfält. Media har en stor roll när det kommer till att representera samhället och de ideologier som existerar. Genom att studera och analysera olika media texter kan man få en uppfattning om hur olika genus representeras inom olika medier och vad för roll de olika genuserna spelar. Gill menar att media producerar och konstruerar egna bilder av verkligheten där stereotyper och negativa representationer existerar istället för att visa en reell bild av verkligheten (Gill 2007, ss .20–21).

Gill menar att kvinnors representation har haft två tydliga syften: att vara den omtänksamma modern som tar hand om mannen, till exempel hans mamma eller fru, eller så är hon den erotiska motsatsen vars kropp och lust utgör hennes identitet. Dock har samtida postfeministiska eran påbörjat skapandet av den nya kvinnan, där hon är självsäker, sexuellt självbestämmande och tar en egen plats (Gill 2007, s. 78).

Inom reklamen framställs kvinnan ofta som dekorativa objekt och även ointelligent medans männen oftast har en mer auktoritär roll.

Utöver en representation som hemmafru porträtteras kvinnor olika beroende på deras etniska bakgrund och ålder. Äldre kvinnor syns sällan och tillämpas ofta en roll som är stereotypisk sjuk eller skvallrande. Svarta kvinnor och asiatiska kvinnor anses exotiska och porträtteras ofta sexuellt med inslag av ras Stereotypisering (Gill 2007, s. 76).

Reklamen gör inte bara kvinnan till ett sexuellt objekt de skapar även henne till ett sexuellt subjekt. Genom att kommodifiera sitt utseende kan kvinnan skaffa sig en 'look' som ger henne mer makt eftersom hon blir ett objekt av åtrå för mannen. På detta sätt blir inte kvinnan objektifierad av mannen utan hon väljer själv att vara ett åtråvärt subjekt för att få mer makt (Gill 2007, s. 86).

I sin text är Gill kritisk mot de ideal att kvinnor är lyckliga som sexobjekt till männen utan kvinnor har idag inom den postfeminism blivit självsäkra och sexuellt självbestämmande. McRobbie menar i sin studie från 2007 (s. 256) att de moderna postfeministiska kvinnorna har byggt upp en egen självsäkerhet som inte existerade i den pre-feministiska eran. De moderna nya kvinnorna letar inte livet ut efter en make utan lägger stor vikt på att ha en egen ekonomi och vara självförsörjande och att leva utan en man är ofta ett tecken på att vara självständig. Men enligt McRobbie är dessa kvinnor feminister inom viss mån, de är med på noterna om feminism med de bidrar inte till någon politisk förändring. Denna postfeminism är bara en myt som gör att kvinnor har mer fokus på sin egen sexualitet och koppar med mycket mindre politiskt engagemang.

Den moderna kvinnan har bytt ut rollen som den traditionella hemmafrun till att vara en sexuell, självsäker och ambitiös kvinna som visar sin självständighet genom att konsumera. Kvinnan har blivit ett sexuellt objekt som kombinerar alla representationer av kvinnan som existerar inom media (Gill 2007, s.78).

3.2 The Male Gaze

Laura Mulvey (1975) menar i sin studie att det finns tre olika seende utifrån den manliga blicken.

Hur kameran visar kvinnan från ett specifikt perspektiv för att skapa en voyeuristisk beskådan trots att kameran borde vara neutral. Sedan visas kvinnan från den manliga protagonistens perspektiv där hon blir ett objekt för honom att ta del av. Den sista av Mulveys trefaldiga manliga blickar är åskådarens blick, där åskådarna tvingas med hjälp av kameran att identifiera sig med den manliga objektifierande blicken. Kvinnan i filmen blir därmed endast ett objekt som existerar enbart för mannens njutning.

Laura Mulvey myntade begreppet 'The Male Gaze' i sin studie *Visual Pleasure and Narrative Cinema* från 1975. I sin studie menar hon att populära filmer med hjälp av sina narrativ och kameraarbeten kodade in det patriarkatiska heterosexuella erotiska språket i filmerna. Den erotiska njutningen som filmerna kunde skapa fick stor betydelse för hur kvinnan representerades. Genom att se film kan åskådaren ta del av skoptofili och få en njutning av att se andra personer som objekt och göra dem till subjekt. Filmer kan med hjälp av narrativ och olika kameravinklar skapa och uppfylla åskådarnas voyeuristiska och sexuella fantasier. Genom tiden har filmer och biografier skapat en illusion av verkligheten där standarden för vad som anses som attraktivt och vacker existerar i en fantasivärld. En film skapar också ett sorts åtrå för ett alter ego då åskådaren skapar en identifikationsprocess med narrativet och skådespelarna. I en värld som består av sexuell obalans har njutningen av åskådning blivit indelat i aktivt / manligt och passivt / kvinnligt. The Male gaze skapar en fantasibild av den kvinnliga figuren och porträtterar henne efter denna (Mulvey 1975, s. 62).

Kvinnan ska var åtråvärd och skön att titta på och har ett utseende som har ett erotiskt och starkt visuellt inslag så att hon konnoterar ett 'to-be-looked-at-ness' (ibid 1975, s. 62).

I en film för kvinnan sällan handlingen framåt utan är oftast den som får den manliga protagonisten att stanna upp och njuta av henne. Kvinnan i sig har ingen betydelse mer än att hon är just en kvinna.

Kvinnan följer narrativet i en film och blir ett objekt att titta på för både protagonisten och åskådaren. Genom att visa närbilder på hennes kropp och ansikte kan narrativet uppmuntra olika sorter av eroticism.

Mannen är den aktiva blicken och för ofta narrativet framåt och får saker att hända. Han kontrollerar filmens fantasi och representerar makt eftersom han bestämmer vad åskådarna tar del av.

Genom blicken får mannen även kontroll av kvinnan med hjälp av narrativet (ibid 1975, s. 63.) Problemet som uppstår med denna typ av objektifiering och skoptofili blir att kvinnan ständigt hamnar i fokus men saknar en viktig betydelse. Kvinnan blir en ikon som existerar för att den aktiva kontrollanten av blicken, mannen, ska vara tillfredsställd.

Mulvey menar att trots de oändligt många och kreativa sätt som filmer kan skapas följer majoriteten av de stora filmerna fortfarande den dominerande estetik och ideologi som existerar i Hollywood.

I sin studie menar hon att kvinnan endast har två funktioner i filmer, dels är hon ett erotiskt objekt för protagonisten och hon framställs även som ett erotiskt objekt gentemot publiken.

3.3 Semiotik

Den semiotiska teorin innebär teckenlära och studier om tecken i samhället och medier. Ordet härstammar från grekiska "semeion" som betyder "teckenlära" på svenska. Det var Ferdinand de Saussures och Charles Peirces som myntade begreppet semiotik. Teorin har sin bakgrund inom vetenskapen specifik språkvetenskapen och handlar om hur vi kan uppfatta olika koder och tecken och hur dessa tolkas i visuella och språkliga texter.

Semiotiska teorin har inom populärkulturen varit en av de mest populära metoder för att utföra textanalys och kan inom film och tv-serier undersöka underliggande budskap eller tecken ur en scen och hur denna påverkar betraktaren.

Ferdinand de Saussure var en lingvist som uppfann begreppet 'semologi'. Saussure var intresserad av teckenlära och menar att det existerar två delar av ett tecken -Det materiella betecknade & immateriella Betecknande (Gripsrud, 2006 ss. 20–21).

Det materiella betecknande är något som refererar till den fysiska sidan av tecknet och kan vara ord, form eller ett ljud som vi använder oss av för att förklara tecknet medans immateriella betecknade refererar till vårt egna mentala koncept till det ljud/ ord vi hör, detta är inte själva betydelsen av tecknet utan endast det vi uppfattar tecknet att vara beroende på våra egna kulturella aspekter (Gripsrud 2006, s.13).

Tecken inom det visuella, som exempelvis fotografier, är mer realistiska och avspeglar verkligheten på ett mer ackurat sätt än tecken inom det språkliga. Inom visuella medietexter får åskådaren ett redan förbestämt tecken eftersom de visuella texterna visar åskådaren vad som syns i bild medans skriftliga medietexter har en mer godtycklig relation till tecknet och

ord som exempelvis blomma kan uppfattas olika av åskådaren då denna använder sin egna habitus för att läsa av tecknet (Gripsrud 2006, s.14).

3.3.1 Tre olika tecken

Ett semiotiskt tecken består av både det betecknade och det betecknande. Relationen mellan dessa är arbiträr då det saknas en motivering till varför ett visst ord är betecknande för det betecknade.

Den amerikanske filosofen Charles Sanders Peirce studera tecknet likt Saussure men valde istället att inrikta sig på en annan tolkning av tecken och lade fokus på tre olika tecken Ikon, Indexikal och symbolik.

Ikon är ett tecken som ska likna det objekt som det representerar, det har samma form eller påminner om sitt objekt. Det krävs dock att åskådarna har förkunskap av olika konventioner för att kunna förstå konceptet av ikonen.

Tecken som är **Indexikala** förlitar sig på en slags relation mellan betecknade och betecknande, det krävs då att det existerar en grundläggande kunskap mellan tecknet och objektet. Både Ikoniska och Indexikala tecken kräver en slags relation mellan Signifiant och signifié för att kunna förstås.

Det **symboliska** tecknet har ingen 'naturlig' relation mellan betecknade och betecknande. Symboliska tecken existerar mycket inom reklamen och företag använder sig av olika loggor som representerar dem. Detta innebär att varje individs mentala relation och koncept till det symboliska tecknet är individuellt och baseras på deras egna habitus (Gripsrud 2006, s. 30).

3.3.2 Denotation & Konnotation

Två andra viktiga aspekter inom den semiotiska analysen är denotation och konnotation. Denotation och Konnotation är en viktig aspekt inom den semiotiska analysen eftersom tolkningen av tecken alltid förändras och tecken som en gång varit positiva kan i framtiden anses som negativa (Gripsrud 2006, s. 16).

Denotation refererar till den mest litterabetydelsen. Exempelvis en bild på en ros denoterar till en viss typ av blomma, men på en djupare nivå kan denna bild indikera något annat, exempelvis kärlek. Att studera något på en andra nivå, eller djupare nivå, innebär att konnotera något. Genom att läsa olika media texter på en konnotativ nivå använder sig åskådarna av sina egna individuella aspekter och kulturella koder (Gill 2007).

Konnotationer är mer komplexa att studera eftersom vi använder oss av kulturella aspekter när vi läser av en bild. Varje individ har egna erfarenheter som spelar roll när man ser ett objekt (Gripsrud 2006, s. 16).

Genom att undersöka vad som finns i bakgrunden och i förgrunden är också viktigt och det kan vara ett sätt att försöka hitta samband mellan liknande genrer. Att studera hur den visuella kommunikationen visas upp och hur betraktaren ställs i relation till bilden är också viktigt för att kunna utföra en konnotativ analys.

3.4 Sociosemiotisk teori

Semiotik har sitt ursprung ur Språkvetenskapen men kan tillämpas på all form av kommunikation och är både en teori och metod som används för att läsa av och skapa förståelse av all form av kommunikation. Inom semiotik är intresset stort för hur en mening uppstår istället för dess individuella betydelser (Gripsrud 2006, s 30).

Den sociosemiotiska teorin grundades av språkforskaren Michael Halliday och delas in i två delar. Socio- inom sociosemiotik tyder på att denna teori är socialt orienterad och att betydelseskapande anses vara socialt motiverat och grundar sig i människans behov av att skapa mening tillsammans med andra.

Semiotik- inom socialsemiotiken menar teorins avstamp inom semiotiken och läran om betydelser (Björkvall 2019, s.12).

En fördel med att utgå från en socialsemiotisk teori är metafunktionella betydelser kan uttryckas i både bild och skrift.

Inom sociosemiotik liksom semiotik talar man om olika tecken men kallar dessa istället för semiotiska resurser, dessa resurser har ingen fixerad betydelse utan baseras på sociala och kulturella konventioner. De semiotiska resurserna bygger på betydelsepotentialer och har möjlighet att uttryckas i olika sammanhang för att få fram den betydelse de önskar.

Sociosemiotik är en socialt orienterad teori och betydelseskapandet antas vara motiverat av sociala interaktioner (Björkvall 2019, s. 12).

Semiotiska resurser har inga fixerade betydelser utan påverkas mycket av betraktarens sociala och kulturella konventioner, detta innebär att semiotiska resurser förändras med tiden när det kulturella och sociala förändras i ett samhälle (Björkvall 2019, s. 15).

Bilder är ett sociosemiotiskt tecken som kan användas för att skapa interpersonella och interaktiva relationer mellan objektet på bild och åskådaren.

Vart en person avbildas påverkar också relationen mellan åskådare och bild. En person

avbildad väldigt nära skapar känslan av påträngande eller personlig. Presenterar personen lågt ifrån uppfattas denne som mer distanserad.

Att använda sig av kameravinklar är en viktig semiotisk resurs och olika perspektiv kan förmedla olika saker till åskådaren. Genom bilder går det också att skilja mellan de roller som interagerar exempel kan en bild via en blick kräva något från åskådaren.

En avbildad person som tittar rakt på betraktaren ger bilhandlingen av krav och kräver uppmärksamhet från betraktaren, om den avbildade personer däremot tittar bort ges det möjlighet att kravlöst betrakta personen (ibid 2019, s. 36).

Inom multimodala texter förekommer både språk och bildbehandlingar tillsammans genom interaktioner detta kallas även kommunikativa handlingar.

Genom kommunikativa handlingar bildar det visuella och språkliga något mer än om de var separata, detta eftersom bilhandlingarna förstärker språket genom till exempel en uppmaning. Genom distanser kan visuella texter också förmedla relationen mellan betraktare och avbild, En närbild känns mer personlig och intim (Ibid 2019, s. 55).

En fördel med att utgå från en socialsemiotisk teori är metafunktionella betydelser kan uttryckas i både bild och skrift.

3.5 Teorisammanfattning

Feministisk teori grundar sig i kvinnlig representation inom media, i sin bok tar Rosalin Gill upp hur kvinnor representeras i kontrast till männen detta kan kopplas till Laura Mulveys teori om 'the male gaze' och hur kameran kan användas för att tvinga åskådaren betrakta kvinnor sexuellt. Semiotiken är grundpelaren i min analys då jag kommer använda mig audio-visuella texter för att kunna få fram resultatet. Sociosemiotik är en utveckling av semiotiken men använder sig istället av sociala interaktioner och är en bra teori att ackommodera på en analys med både text (låttext) och bild (musikvideon). Begrepp som kommer användas är *identitet*, *protagonist*, *male gaze*, *skoptofili*, *denotation*, *konnotation*, *ikon* samt *index*,

4. Metod

Studiens tillvägagångssätt innebär en kvalitativ innehållsanalys för att grundligt undersöka *utvalda scener ur en musikvideo*. Denna studie kommer använda sig utav en sociosemiotisk

bildanalys för att studera både text och bild för att kunna se hur kvinnorna och männen representeras både visuellt och textuellt. Jag anser att denna metod känns mest lämpad eftersom jag kan undersöka hur artisterna representeras väldigt ingående genom visuella och skriftliga texter.

Eftersom visuell kommunikation har tagit en allt större roll i vårt samhälle så existerar det idag en större tyngd på att undersöka dess roll i samhället.

Jag har valt att endast analysera en musikvideo för att grundligt kunna göra en djupgående sociosemiotisk och multimodal analys av det textuella och visuella med fokus på de underliggande budskapen i videon. För att kunna förstå visuell kommunikation använder vi oss av kulturell och sociala symboler som bildar en samlad kunskap när vi tolkar ett tecken i ett visst sammanhang. En viktig utgångspunkt inom semiotiken är att en bild aldrig har endast en tolkning. Från att en bild produceras till att den tolkas så sker allt med ett visst perspektiv och struktur. Det är inte ovanligt att analyser inom visuell kommunikation intresserar sig för representationer och konstruktioner mellan maktrelationer inom exempelvis genus. Visuell kommunikation kan ackommoderas till sociala, politiska och kulturella betydelser i ett visst historiskt sammanhang (Ekström & Larsson 2010, ss 180–181).

4.1 Multimodal analys

Inom en multimodal analys måste bildmoment kombineras med skriftspråkliga element för att skapa en betydelse för den multimodala analysen. För att genomföra en multimodal analys kan man skilja mellan tre nivåer. Det *ideationella* som handlar om att olika versioner av verkligheten skapas, beroende av vem som beskriver eller avbildar vad som görs mot någon annan eller vad som finns i ett rum. Det *interpersonella* avser hur användandet av språk och bilder i olika sociala aktiviteter och sammanhang mellan människor och hur människor förhåller sig till varandra i dessa sammanhang. Den *textuella* metafunktionen kan ses som resultatet av hur det ideationella och interpersonella betydelserna knyts samman av de som deltar i kommunikationen och hur det skapar ett meningsfullt och motiverande budskap (Björkvall 2019, s 10).

Inom reklamtexten utnyttjas ofta två multimodala moment för att skapa betydelse (skrift och bild).

Inom bildperspektiv används också olika vinklar som semiotiska resurser för att skapa mening i bild. Genom att skapa samband mellan människor i bild kan man samtidigt skapa en betydelse utav bilden. Musik kan också skapa betydelser, exempelvis en stämning hos

betraktaren (Björkvall 2019, s. 14). Inom det multimodala perspektivet måste bildelement kunna kombineras med skriftspråket för att skapa en meningsfull innebörd.

Att skapa relationer till någon på bild är också en teori inom den multimodala analysen. En blick från en människa på bilder kan fungera som en semiotisk resurs och vart personer tittar påverkar läsaren. Väljer ett objekt att titta in i kameran kräver denna något från åskådare (ibid 2019, s. 31).

4.2. Material

De material som kommer användas är min utvalda musikvideo samt mitt teoretiska ramverk för att kunna hitta de svar jag söker. Jag kommer att ingående titta på artistens, klädsel, agerande, blick och distans från kameran för att försöka finna detaljer som möjliggör det för mig att koppla ihop dessa med de utvalda teorierna i studien.

4.3. Avgränsning

I mitt val av musikvideo har jag valt att endast analysera den textuella och visuella framställningen av artisterna och bakgrundsdansarna. Jag kommer endast analysera utvalda scener ur musikvideon som jag anser ger en bild av representation till kvinnan eller mannen. Jag kommer inte fokusera på deras artist-karaktärer utöver denna videon. Jag kommer endast använda mig av plattformen Youtube för att hitta mitt material då denna är den största och mest populära plattform för musikvideo i skrivande stund.

För att min studie ska få validitet har jag valt ut vissa kriterier för musikvideon. Låten till musikvideon måste framföras av en manlig och en kvinnlig artist och båda parterna måste sjunga i videon, detta är viktigt eftersom detta ger båda könen en likvärdig grund, de båda är huvudsångare, och på detta sätt kan man jämföra om det existerar någon skillnad mellan en manlig och en kvinnlig sångare. Låten måste vara framförd av en artist som placerar sig inom genren rapp och en artist inom genren Hiphop/ r&b eftersom detta är den genren jag vill analysera då det båda är bland de populäraste genrerna inom modern musik . Jag vill även att musikvideon ska ha flera karaktärer än de båda sångarna, detta kan vara exempelvis bakgrundsdansare eller liknande, av båda könen, detta för att kunna göra en mer djupgående analys av hur relationen mellan könen representeras. Musikvideon och låten måste vara inom genren rapp/hip hop eller r&b. Och videon måste vara publicerade under året (2019 - 2020) samt så måste videon ha över 300 miljoner visningar för att klassas som modern och populär. Förutom de visuella elementen vill jag även analysera de textuella elementen och hur den

manliga och kvinnliga sångaren representeras med hjälp av texten i låten, detta innebär att musikvideon måste ha en narrativ text där båda sångarna 'pratar' med varandra.

Mina krav för musikvideo

- 1. En manlig och kvinnlig sångare inom genre rapp / hip hop & r&b*
- 2. Bakgrundskaraktärer av både manligt och kvinnligt kön.*
- 3. Publicerad mellan åren 2019–2020.*
- 4. Ha över 300 miljoner visningar på Youtube.*

4.4. Urval

Studien kommer fokusera på utvalda scener som används för att beskriva mannen och kvinnan. Jag kommer även fokusera på den generella representationen av mannen och kvinnan med hjälp av vilka kläder de använder, kameravinklar samt hur de agerar med varandra.

Jag kommer även studera bakgrunds karaktärerna i musikvideon för att se vilken roll dessa spelar i kontrast till sitt genus.

Utöver detta kommer jag även fokusera på låttexten för att se hur manligt och kvinnligt representeras i form av sång och text.

Studien har materialet som är strategiskt och inte slumpmässigt utvalt eftersom den vill få en djupare kunskap och förståelse inom specifika material inom videon. Därmed är det forskaren själv som bestämmer urvalet. Artisten ingår i dagens populärkultur och därmed kommersialiseringskulturen i sig. Eftersom det endast är en specifik musikvideo som ska uppfylla vissa krav som ska undersökas hade ett slumpmässigt urval inte varit lika representabelt.

Videon i studien är vald efter dess popularitet och visning på plattformen Youtube. Kravet har varit att det finns både en kvinnlig och en manlig artist som sjunger för att kunna analysera och jämföra hur dessa representeras i kontrast till varandra.

Att identifiera och hitta en musikvideo som uppfyllde mitt krav tog flera timmars arbete, dels för att genrerna är så populära och det finns många musikvideos existerar och dels för att samtliga krav var svåra att uppfylla. Det går att se att en typ av norm existerar när det kommer till hur en musikvideo utspelar sig och vilka karaktärer som är delaktiga.

Majoriteten av de musikvideor som har funnits med i mitt urval och har över 300 miljoner visningar har sällan haft en manlig och en kvinnlig sångare tillsammans, det har varit solosångare eller samkönade sångare (se *Rodeo* av Lil Nas x ft.Nas). De musikvideor som hade båda könen som sångare saknade ibland helt andra karaktärer i musikvideon (se *FEFE* av Nicki Minaj & 6ix9ine). Samtliga musikvideor inom mina kriterier som hade flera karaktärer än sångarna hade endast kvinnliga bakgrundsdansare vars roll oftast bestod av att vara ett sexuellt objekt för åskådaren, både inom musikvideor framförda av manliga och kvinnliga artister (se *Kream* av Tyga och Iggy Azelas) . Efter att jag i timmar kollat igenom Youtubes arkiv för låtar som matchar de utvalda kriterierna blev det denna låt då denna uppfyllde samtliga krav:

Please Me - Cardi B & Bruno Mars

Låten är framförd av artisterna Cardi B och Bruno Mars, Musikvideon lanserades i mars 2019. Den har i skrivande stund 343 miljoner visningar och karaktärerna i musikvideon består av en manlig sångare , en kvinnlig sångare samt 4 manliga karaktärer och 4 kvinnliga karaktärer.

4.4.1 Cardi B & Bruno Mars

Cardi B vars egentliga namn är Belcalis Marlenis Almanzar, är född den 11 oktober 1992. Hon är en amerikansk rappare och slog igenom stort 2018 med sitt första album *Invasion of Privacy*. Cardi B är den enda kvinnan hittills som har vunnit musikpriset Grammy för “Best Rap Album”. Hon är även den enda kvinnliga rapparen som har flera miljarder lyssningar på streamingtjänsten Spotify (Spotify u.å.).

Bruno Mars vars riktiga namn är Peter Gene Hernandez, är född den 8 oktober 1985. Han är en amerikansk sångare inom genren Hiphop, r&b och pop. Han har sålt över 130 miljoner skivor världen över och varit nominerad och vunnit mer än 35 priser för sin musik. Hans musik har över en miljard streams på spotify (Wikipedia u.å.)

5. Analys

5.1 Musikvideons övergripande beskrivning

Videon tar sin början i en Taqueria där sångaren Cardi B tillsammans med sina vänner anländer efter en utekväll, detta berättas för åskådaren med hjälp av både textuella och visuella skrifter.

Genom att flörta och uppträda med danser försöker de båda artisterna att locka varandra för att tillslut kunna tillfredsställa varandra, något som titeln på låten *denoterar*.

Videon sätter tonen av åtrå med den övergripande röda färgen i videon, färgen röd är något som kan *konnoteras* till sex, lust och kärlek då denna färg används i kärleksförklaringar som tecknade röda hjärtan eller röda rosor.

Cardi B står för det mesta av framträdandet och utsmyckningen medans Bruno Mars har en mer passiv roll och i många fall endast blir en åskådare till Cardi B. Likt det som Fredrickson & Roberts (1997) skriver i sin objektifieringsteori så får Cardi B mesta delen av sin *identitet* via sin kropp och sina rörelser istället för hennes ansikte och ansiktsuttryck medans det största fokuset på Bruno Mars ligger i hans ansiktsuttryck något som även Aubrey & Frisby (2011) påpekar i sin studie.

I videon har samtliga kvinnor på sig kläder som visar ben, mage eller en djup urringning som ökar fokuset på kvinnornas kroppar istället för på deras uppträdande.

Cardi B har mer utstickande kläder än sina dansare med mer smycken och mer hud som visas, ett *indexikalt* tecken på att hon är annorlunda och sticker ut jämfört med de andra kvinnorna. Genom att klä upp sig och smycka ut försöker hon fånga åskådarens uppmärksamhet och öka sina chanser att bli ihågkommen, hon försöker locka till sig mannen genom att sticka ut från mängden. Denna så kallade "Påfågeleffekt" är inspirerad från naturen där påfågeln använder sig av sina fjädrar för att skaffa sig en partner. (Urbandictionary u.å.) Männerna i videon har i kontrast till kvinnorna långa byxor, tröja och jacka med knappt någon sorts utsmyckning. Sångaren Bruno Mars har inga utstickande kläder och baserat på kläderna finns det ingen tydlig skillnad på honom och hans dansare.

Cardi B visar både textuellt och visuellt att hon känner sig självsäker och är sexuellt självbestämmande och tar sin egen plats något som Gill (2007) menar är typiska drag för den samtida postfeministiska eran. Cardi B och kvinnorna är betydligt mer sexualiserade än deras manliga motparter men istället för att kvinnorna endast blir ett objekt för den manliga blicken ackommoderar kvinnorna till denna form av sexualiteten och använder den till sin egen

styrka och hyllar sig själva.

Bruno Mars visar sin attraktion till Cardi B via sina olika ansiktsuttryck, genom blickar och enklare handrörelse. Även hans manliga dansare visar intresset för de andra kvinnorna genom att titta på dem, klappa händer och skratta. Detta är något som kan *konnoteras* till den strippklubbkultur som Hunter påvisar i sin studie från 2011. Eftersom männen sitter ner och låter kvinnorna dansa och förför dem kan detta *konnoteras* till den strippkultur som existerar där kvinnorna dansar för männen som bara sitter och 'tar emot'.

När Bruno Mars och hans dansare ska uppträda ligger fokus på hans fötter och dans istället för kroppen. Kameran har till majoriteten av tiden ett grodperspektiv underifrån något som är ett tillvägagångssätt för att visa hans makt och att åskådaren är hans underordnad. (Björkvall 2019, s. 52).

5.2 Analys manligt och kvinnligt

Musikvideon första del utspelar sig på en Taqueria under 90-talet. Genom den stereotypiska musiken i ton av trumpeter tillsammans med visuella bilder på Tortillabröd som tillagas och lime som ligger uppskuret på bordet *denoterar* detta åskådaren till det mexikanska köket.

I början av musikvideon visas texten "After the party" samtidigt som bilder på en stad under natten syns. Detta bildar en textuell metafunktion för åskådaren som berättar vilken tid på dygnet musikvideon utspelar sig. På plats i Taquerian befinner sig redan sångaren Bruno Mars med fyra andra män, samtliga män sitter ned vid ett bord när Cardi B tillsammans med fyra kvinnor anländer till platsen. Det har under de första 30 sekunderna i videon spelas en melodi som kan *konnotera* till Mexico men när de båda sångarna får syn på varandra slutar musiken och en baston likt hjärtrytm börjar spela, denna typ av ljud *denoterar* att de båda sångarna känner attraktion till varandra då hjärtljudet börjar slå snabbare. Detta *indexikala* tecken brukar användas inom filmindustrin för att beskriva kärlek mellan två parter.

Kameran väljer att fokusera på båda artisternas ansikten under tiden som hjärtrytmen hörs och fram till det att musiken startar för att ytterligare påminna åskådaren om deras attraktion och intresse för varandra.



Bruno Mars [Youtube 2019 00:36] (Bild 1 - En närbild på Bruno Mars ansikte för att visa hans åtrå).

Den första versen av låten framförs av Bruno Mars, under tiden han sjunger är kameran fokuserad på hans ansikte (se bild 1). Hans blickar inspekterar det objekt han tittar på samtidigt som han gör en symbolisk handgestikulation som innebär att personen han tittar på ska snurra runt. Kameran är i ständig närbild på Bruno Mars något som skapar en personlig intimitet med honom men eftersom hans blick inte tittar i kameran erbjuds åskådaren att betrakta honom från en mycket nära personlig distans (Björkvall 2019, s. 41)

Genom sina blickar och ansiktsuttryck visar männen sin åtrå till kvinnorna i musikvideon. Med sina blickar kan männen också påvisa sin makt över kvinnan genom att objektifiera kvinnorna och godkänna dem endast för deras yttre gestaltning (Aubrey & Frisby 2011). Utöver sina ansiktsuttryck och blickar till kvinnorna framgår männens sexuella avsikter i låttexten.

“Please me baby, turn around and just tease me baby, you know what i want and what I need baby”

Låttexten tillsammans med de visuella bilderna i videon *konnoterar* till en åtrå mellan Bruno Mars och Cardi B. Genom sina blickar visar han åskådaren sin attraktion och har på så sätt accepterat henne som sexuellt objekt, eftersom videon följer den manliga blicken blir även Cardi B ett sexuellt objekt för betraktaren till musikvideon.

Låttexten har ett dominerande inslag då han inte frågar utan kräver att bli tillfredsställd av henne eftersom, jag citerar den svenska översättningen, “hon vet vad han behöver”. Männen

porträtteras ofta som den dominanta i kontrast till kvinnan som porträtteras mer hjälplös (Karsay et al, s. 349).

Musikvideons narrativt liknar det som existerar inom popkulturella filmer med en manlig *protagonist* som suktar efter en kvinnlig motpart. Bruno Mars blir den aktiva blicken som beskådar kvinnan, det är han som för narrativet och det är han som kontrollerar blicken. Den manliga blicken avspeglar ofta mannens erotiska fantasi och bestämmer där med vad åskådarna får ta del av (Mulvey 1975, s. 63).

Genom att visa upp sin kropp kan kvinnan tillfredsställa männen, något som återkopplar till strippklubbsmiljön och det patriarkaliiska maktförhållande som råder inom många medier (Hunter 2011, s. 17).



[Cardi B med sina dansare Youtube 2019 01:17](Bild 2-Cardi B dansar med fyra andra kvinnor)

Vidare in i musikvideon syns Cardi B tillsammans med fyra andra kvinnor (se bild 2). Samtliga kvinnor har på sig liknande kläder där de visar någon del av huden. Genom sina avslöjande kläder ger kvinnorna en *konnotation* av naket där de framställs som ett sexuellt objekt vars syfte är att ge en visuell njutning till åskådaren. I kombination med låttexten stärks budskapet om att kvinnorna är där för att sexuell tillfredsställa männen .

“ Lollipoppini!... ” “ On the dance floor ..no panties in the way”

Kvinnorna filmas till viss del på distans men här existerar andra semiotiska resurser som blicken. Samtliga kvinnor tittar rakt in i kameran och kräver uppmärksamhet från betraktaren (Björkvall 2019, s. 31).

Genom sina avslöjande kläder och sexuella attityd *konnoterar* det att kvinnorna är där för mannen skull. Konceptet av *male gaze*, där kameran sätter betraktaren i rollen som den heterosexuella mannen, går att applicera på hur kvinnorna i denna musikvideo är representerade.

Genom att framträda på ett sexuellt sätt med korta kläder och sexuella danser upprätthåller Cardi B the *male gaze* och stereotypiseringen av att mannen är överordnad till kvinnan och att hon existerar endast för hans njutning. Cardi B framställer sig själv som ett objekt i videon och accepterar därmed objektifieringsteorin.

De fyra kvinnorna i videon avspeglar sexualisering och används i ett utsmyckande syfte för de andra männen. Kvinnorna blir även avhumaniserade när fokus existerar på deras bakdelar samtidigt som deras ansikten nästan är helt dolda (Hunter 2011,s . 18).



Cardi B och Bruno Mars [Youtube 2019 01:38](Bild 3 - De manliga karaktärerna ställer sig bakom de kvinnliga karaktärerna och dansar)

¹ “**Lollipop**...The sound when someone pulls their dick out of a vagina and it pops” (UrbanDictionary, 2020).

Bild 3 visar en Scen hur kvinnorna fragmenteras och fokus endast existera på deras kropp samtidigt som männen placerar sig precis bakom kvinnorna med sitt kön mot hennes bakdel och hand på deras höft samtidigt som de rör sig rytmiskt till musiken. Denna typ av position blir ett *ikoniskt* tecken som påminner betraktaren om sexuella förhållande då positionen kan *konnoteras* till en sexställning som även syns i olika populärkulturella och pornografiska filmer.

Genom denna scen kan betraktaren ta del av *skoptofili* samtidigt som sexuella voyeuristiska fantasier uppfylls (Mulvey 1975, s. 60).

Vidare så förstärks budskapet om sex till betraktaren i kombination med låttexten.

“I'm gonna ride it, do it just how you like it Tonight and after that”

Kvinnorna filmas till viss del på distans men här existerar andra semiotiska resurser som blicken. Samtliga kvinnor tittar rakt in i kameran och betraktar åskådaren.

Texten *denoterar* även till en specifik sexställning och tillsammans med de visuella bilderna skapas en ideationell metafunktion av en sexuell handling mellan sångarna.



Cardi B och Bruno Mars [Youtube 2019 01:57](Bild 4 - Bruno Mars och Cardi B sjunger tillsammans)

Bruno Mars och Cardi B syns tillsammans framför en kakelvägg (se bild 4), båda parterna sjunger på låten men agerar helt olika. Cardi B som står framför Bruno Mars visar mer av sin kropp samt smeker sig själv samtidigt som hon sjunger, Hon är betydligt mer utsmyckad än Bruno Mars och visar mer av sin kropp för att vara åtråvärd och skön att titta på. Att använda sig av provokativa kläder som ger uppmärksamhet till sexuella kroppsdelar tar bort hennes

agens och skapar en objektifiering av hennes kropp (Wallis 2010 s 162).

Många empiriska studier har associerat makt med mycket handrörelser och långa blickar, något som männen har en tendens att göra oftare än kvinnor. Däremot att röra eller smeka sig själv har korrelerats med en lägre status och associeras ofta med kvinnor (Karsay s.348).

En markant skillnad när det kommer till representationen av de manliga och kvinnliga kommer till dansen. Båda parterna dansar för varandra för att skapa ett intresse hos det motsatta könet. När kvinnorna dansar använder dem sig av kroppsdelar associerat med erotik. De skakar på sina bakdelar för att få fokus mot bakkdelen samt skakar på överkroppen för att fokus ska ligga på bröstet, de väljer också under en scen att dansa med klubbor för att rikta fokus mot mun och tunga och vidare ner mot bäcken. Kvinnliga karaktärer i musikvideor har en större tendens att ha ett beteende som ska framkalla sexuell upphetsning (till exempel att twerka² och slicka sig om läpparna) än manliga karaktärer.



Bruno Mars med sina dansare [Youtube 2019 02:00](Bild 5 - Bruno Mars dansar med 4 manliga dansare)

När Bruno Mars börjar dansa med sina fyra manliga dansare (se bild 5) ligger fokus istället på deras armar och fötter och har inslag av humor då samtliga karaktärer skrattar och ler i vissa delar. Denna scen är även filmad i ett så kallat “grodperspektiv” och kameran är riktad uppåt, detta sätter åskådaren i ett sorts underläge. Denna typ av stil används ofta för att

² Är dansstil till modern musik som framförs på ett sexuellt provokativt sätt genom att att skaka på höfter och rumpa i en hukande position.

förstärka positioner och genom att filma aktören nedifrån sedan upp så upplever den ha mer dominans än betraktaren (Björkvall 2019, s.52).

Bruno Mars blickar ständigt in i kameran under sin danssekvens och begär därför uppmärksamhet samtidigt som en slags dominansrelation existerar mellan betraktaren och artisten.

Manligt beteende tenderar att vara mer associerade med dominans och makt medans kvinnligt beteende liknar mer en underordnande och maktlös individ. Dessa typer av beteende existerar i verkligheten och är relevanta när det kommer till att studera genus inom media.

Det existerar en slags normativism när det kommer till kvinnligt beteende inom de samhälleliga normerna och när en individ inte passar in i dessa ramar kan detta klassas som "unladylike" (Haugen 2010, s. 432).

En vanlig taktik som existerar bland många kvinnliga rappare innebär att bryta de könsroller som existerar. Att ha makten över det motsatta könet genom sexuella handlingar klassas som en form av maktinnehav oberoende av maktinnehavarens genus. Kvinnliga rappare söker att ta tillbaka makten genom att använda sig av sin egen sexualitet och få kontroll över mannen (ibid, s. 439).



Cardi B med sina dansare [Youtube 2019 02:23] (Bild 6- Cardi B och 4 kvinnor dansar på bordet)

Att använda sig av sexuell manipulation är ett genomgående tema inom rappmusik.

Cardi B syns tillsammans med de andra fyra kvinnorna på köksbänken där de står på alla fyra

och visar upp sina bakdelar (se bild 6). Tillsammans med andra kvinnor dansar hon provokativt för att få fokus mot hennes bakdel och även hennes bäcken, denna form av dans *konnoterar* till den strippklubbkultur som existerar inom genren eftersom detta är en typ av sexuell dans vanligt förekommande på strippklubbar.



Cardi B med sina dansare [Youtube 2019 02:30] (Bild 7 - Cardi B och 4 andra kvinnor dansar)

Cardi B sjunger om sig själv och lyfter fram sina egna sexuella tillgångar för att visa sin makt och trycka ner andra kvinnor (se bild 7).

“.....*Booty so round booty so softBet you wanna smack it again...*” “..... *Your pussy basura³My pussy horchata⁴....*”

Hennes låttexter denoterar till en rivalitet med andra kvinnor där hon vill få kontroll och makten över männen med sin egen sexualitet samtidigt som hon förminskar andra kvinnor genom att nedvärdera dem.

³ Basura = Skräp på spanska

⁴ Horchata = En mexikansk risdryck



Cardi B och Bruno Mars [Youtube 2019 02:43](Bild 8 - Cardi B och 4 kvinnor dansar för männen)

Vidare in i musikvideon befinner sig Bruno Mars med sina manliga karaktärer på stolar bredvid varandra, samtliga män sitter avslappnat något som *denoteras* genom deras posering med ena benet över det andra och händer bakom huvudet. Vid samma stund kommer Cardi B och de kvinnliga karaktärerna fram och sätter sig på huk framför männen med deras händer på mannens knä. Kvinnorna står på huk med ryggen snett åt höger (från åskådarens perspektiv) kvinnornas bakdel och huvud syns (se bild 8). Här är inte kvinnorna ansikte i fokus och de förlorar sin agens och med sin blick erbjuder åskådaren att betrakta dem. Till takten av låten börjar kvinnorna twerka och fokus hamnar ytterligare en gång på deras bakdelar.

Strippklubbskultern är som tidigare sagt ett vanligt fenomen inom hiphop och rapp, genom denna kultur skapas också nya roller för mannen och kvinnan att i musikvideor. Ett av dessa fenomen är dans, som ofta existerar inom denna genre av musik, som överlag har förändrats med åren från något en man och kvinna gjorde tillsammans till en akt där kvinnan dansar för mannen. Inom många musikvideor dansar nu kvinnan för mannen istället för tillsammans med honom (Hunter 2011, s. 26) .

I denna scen ser vi exakt detta fenomen där kvinnorna dansar för männen istället för med dem. Dansen blir ett *indexikalt* tecken på att dem agerar som strippor eftersom de använder rörelser likt dem hos en arbetande strippa. Att vara nära golvet eller “get low” är ett exempel på dessa rörelser då bäcken och bakdel är nära golvet för att vara mer synliga för åskådarna (Hunter 2011, s. 27).

Även låttexten *konnoterar* till strippklubbsdansande och sexuella handlingar då Bruno Mars sjunger

“ Girl, I ain't one for beggin', but now you got me beggin'.. Please me, baby'

Texten *konnoterar* till en sorts sexuell frustration och att han behöver henne för att bli tillfredsställd. Här skiftar maktbalansen mellan mannen och kvinnan då det är mannen som behöver kvinnan och hon befinner sig med makten. Genom sin sexualitet har Cardi B fått kontroll över Bruno Mars och det är hon som har makten över honom (Haugen, 2010 s . 439).



(Cardi B och Bruno Mars 03:06)(Bild 9- Cardi B och Bruno Mars dansar)

I en del av musikvideons sista sektioner befinner sig sångarna utanför Taquerian och i ett garage med två bilar, de kvinnliga och manliga karaktärerna går till varsin bild förutom respektive sångare som ställer sig och dansar (se bild 9). Bruno Mars sjunger låttexten

“.....back it up for me....Come on....twerk it on me slowly....Come on....Girl, let me put this lovin' on you”

Distansen mellan karaktärerna och åskådaren ger en social distans och eftersom ingen av dem tittar in i kameran erbjuds åskådaren betrakta dem (Björkvall 2019, s 42).

Detta bidrar även till den voyeuristiska *skoptofilinjutningen* (Mulvey 1975) .

De visuella bilderna i kombination med låttexten *denoterar* till sexuell objektifiering då han tar bort hennes agens och adresserar hennes bakdel, han vill få en sexuell njutning av henne tack vare hennes bakdel.



(Cardi B och Bruno Mars 03:17 Youtube 2019)(Bild 10- Bruno Mars står lutad över Cardi B)

I den sista scenen jag ska analyser får vi se hur Cardi B lägger sig på bilens motorhuv med Bruno Mars över sig (se bild 10). Denna ställning blir ett *ikoniskt* tecken till sexuell objektifiering och kvinnan blir satt i ett sexuellt sammanhang för att tillfredsställa mannen. Mannen blir i detta fall porträtterad som dominant då han är den som har den objektifierade blicken. Bruno Mars saknar helt agens i denna scen och fokus ligger bara på Cardi B som sjunger

“ Cardi don't play that shit...Do my back like I do these records, break that shit”

Bilden är närbild som skapar en intimitet med Cardi B men eftersom hon inte kräver någon uppmärksamhet erbjuds betraktaren ytterligare en gång att betrakta henne från en mycket nära distans.

5.3 Övergripande Analys av låttexten

Låtens handling har en övergripande sexuell handling då den handlar om hur två personer försöker tillfredsställa varandra. Den markanta skillnaden infaller i hur den kvinnliga artisten framför sig själv som ett sexuellt objekt och lyfter upp sina sexuella attributet som könsorgan och rumpa. Hon sjunger om hur hon är redo för sex och hur hon vill att den manliga sångaren ska visa sin åtrå till henne. Den manliga sångaren sjunger istället om hur han vill att kvinnan ska tillfredsställa honom utan att ge några egna indikationer på vad som gör honom åtråvärd.

När det kommer till narrativ inom framförallt rapp och hiphop tenderar det att berätta historier baserat på egna livshändelser som ska inspirera lyssnarna. Narrativen behöver inte vara i en positiv ton utan kan handla om negativa budskap och lyfta upp våld, sex och materialism (Conrad & Dixon & Zhang 2009 s. 135).

Bruno Mars är narrativet i låten och det är han som styr handlingen trots att han sjunger mindre text än Cardi B så är det hans njutning vi får följa något som går i hand med the *male gaze*.

Cardi B som sjunger den största delen av texten och är sexpositiv till sig själv, hon framställer sin egen sexualitet som positiv och använder denna för att ta makt över den manliga motparten.

5.4 Resultat

Trots att både Cardi B och Bruno Mars är två omtalade och berömda artister, där Cardi B är snäppet mer populär än Bruno Mars, så blev representationen av dem inte objektiv eller rättvis. Både textuellt och visuellt existerade det alltid en form av sexualisering av kvinnorna, det spelade inte någon roll om det var Cardi B eller Bruno Mars som sjöng då textens budskap alltid *konnoterade* till sex eller tillfredsställelse av mannen.

Kvinnliga artister har möjligheten att vara starka och inspirerande till andra kvinnor genom att visa mer kvinnlig agens i sina egna musikvideor istället för att porträttera sig själva som sexuella objekt som försvagar den kvinnliga agensen. Så den sexuella själv-objektifiering som existerar bland kvinnliga rappare som anses vara en form av makt genom att ta tillbaka sin egen sexualitet kan även bidra med budskapet att kvinnor kan lyckas i livet genom att sexuellt objektifiera sig själva (Aubrey & Frisby 496) . Detta skapar problemen för den feministiska rörelse som vill få bort den patriarkaliska och manliga syn på sexualitet där kvinnan blir objekt.

6. Sammanfattning & Slutsats

Syftet med denna studie var att analyser hur två artister av olika kön representeras i samma musikvideo, vad för normativ existerar när det kommer till manlig och kvinnlig representation när båda står på samma grund och är sångare?

Jag ställde följande frågeställningar

- Existerar det en tydlig skillnad i hur sångaren porträtteras beroende på kön?
- Uppfattas låtentexten annorlunda beroende på könet av sångaren, isåfall på vilket sätt?
- Vilka visuella element karaktäriseras på de utvalda scenerna?

Det jag kan se via min analys är att sexuell objektifiering av kvinnor fortfarande existerar i stor grad och att den manliga blicken fortfarande är i centrum för narrativet när det kommer till musikvideon både textuellt och visuellt.

När det kommer till hur sångaren porträtterades beroende på kön så visar resultatet att det existerar en markant skillnad när det kommer till utseende och beteende. Männerna i videon representerades med hjälp av blickar, handrörelser och ansiktsuttryck. Med blickarna visar männen sin makt över kvinnorna genom att objektifiera dem och porträtterar dem till sexuella varelser som existerar för att ge männen njutning.

Männen hade på sig vardagliga kläder och hade inte någon generell utsmyckning vad jag kunde tyda för att visa upp sig. Deras dansnummer i musikvideon visade även denna på en maktbalans, de blev filmade i ett så kallat grodperspektiv där kameran befinner sig på en lägre nivå än de som filmas vilket används för att förstärka positioner och ge aktören mer dominans än åskådaren.

Kvinnorna i videon representerades med fokus på deras sexuella egenskaper och deras kroppar. Det blev snabbt etablerat att kvinnorna fanns med för att ge njutning till männen och lite fokus på deras agens resulterade istället till objektifiering av kvinnorna. Genom sina avslöjande kläder ger kvinnorna en *konnotation* av naket och sex. Cardi B använder även mycket utsmyckning i form av utstickande kläder och smycken av guld för att synas och skapa ett starkt visuellt inslag för att vara åtråvärd till åskådaren (Mulvey 1975, s. 62)

Kvinnorna i videon existerar endast för den manliga njutningen och för inte narrativet vidare, de framställs i en undergiven roll som ska ge mannen dominans. Kvinnornas dansnummer lägger fokus på deras erotiska kroppsdelar, såsom bröst, bäcken och bakdel för att ge visuell njutning. Cardi B framställs även som sexpositiv där hon använder sin sexualitet för att få makten över männen. Något som Haugen nämner i sin forskning är att kvinnor inom rapp belyser sina egna sexuella attribut och trycka ner andra kvinnor för att få makt över mannen, något som är ett starkt förekommande fenomen i denna musikvideo.

När det kommer till låttext så förekommer det obalans mellan könen.

Bruno Mars sjunger en enformig text som har ett väldigt manifest budskap om att bli

tillfredsställd, han menar att Cardi B 'har vad han behöver' för att bli behagad.

Cardi B har en text med mer latent budskap men som samtliga handlar om att tillfredsställa det sexuella behov som existerar. Den textuella metafunktionen i hennes framträdanden handlar således om den makt som existerar genom att sexualisera sig själv samt den maktlöshet som existerar när kvinnor blir sexuellt objektifierad av the *male gaze*.

Jag anser att jag genom min analys besvarat mina frågeställningar där resultatet visar att det existerar en skillnad i hur sångarna porträtteras beroende på kön. Som påvisat i analysen har kvinnor en tendens att fortsätta vara sexualiserade trots att det är dem som är en *protagonist* i musikvideon. Detta visar att trots att maktbalansen mellan mannen och kvinnan borde vara på samma plan, de båda är sångare, så är det ändå den kvinnliga sångaren som använder sig av sin kropp och inte sång för att få uppmärksamhet. Även låttexten är annorlunda mellan könen då kvinnan tenderar att sjunga om sig själv och vad hon har att 'erbjuda' åskådaren. Genom att lyfta upp sina egna sexuella aspekter visar hon textuellt att hon är ett sexuellt objekt. Att använda sig av specifika kameravinklar, val av kläder samt rörelser skapas det visuella element som ständigt påminner åskådaren att det är den kvinnliga sångaren som är mottaglig för att bli objektifierad, åtrådd och lättillgänglig.

Denna studie ger slutsatsen att det fortfarande förekommer obalans när det kommer till könsfördelningen inom musikvideor, kvinnorna anses fortfarande som ett sexuellt objekt till åskådaren och narrativet följer den heterosexuella patriarkaliska synen på sexualitet.

Trots att kvinnorna har fått en mycket större roll inom musiken och framförallt inom genren rapp och r&b, där några av de största artisterna idag är kvinnor, så är det fortfarande kvinnorna som objektifieras av både sig själva, mannen och åskådaren.

Som jag nämnt i mitt urval så blir de flesta kvinnliga bakgrundsdansare porträtterade som ett sexuellt objekt för åskådaren eller som nämnt i Haugens studie från 2010 så används kvinnor för att förstärka den manliga heterosexualiteten hos manliga sångare. Men med framgången hos kvinnliga artister inom genren skulle det vara intressant att studera om kvinnliga karaktärer i musikvideor fortfarande porträtteras som sexuella objekt då den kvinnliga sångaren inte längre har behovet att visa upp sin heterosexualitet med hjälp av dem. Parallellt med detta skulle det vara intressant att studera musikvideor utifrån manliga och kvinnliga regissörer och studera ifall det existerar någon skillnad mellan manlig och kvinnlig representation beroende på könet på regissören.

6.1 Diskussion

Cardi B är en av världens största artister och anser sig vara feminist (Billboard u.å.) och vill skapa ett mer jämlikt samhälle detta genom att använda sig av en feministisk ideologi där sexualitet har en positiv kraft som används för att skapa maktbalans mellan könen. En intressant diskussion här blir just denna om den nya hegemonin (se sidan 10). *Please me* är en musikvideo som å ena sidan visar en obalans mellan könen men å andra sidan indikerar på en stark kvinna som vill visa upp sin sexualitet med stolthet och som vill bli tillfredsställd, kvinnorna i videon är långt ifrån sexualiserade om man jämför med andra musikvideor i samma genre. Det går att analysera denna video på flera olika sätt, det som jag kom fram till var en orättvis representation i det fall att kvinnan sexualiserades i en mycket högra mån än mannen trots att dem båda var huvudsångare och har med det lika mycket sexuellmakt (se sidan 10). Men det går också att diskutera hur Cardi B har den absoluta makten eftersom det är hon som har den sexuella övertaget över Bruno Mars. Det är Cardi Bs karaktär som vet om att hon är åtråvärd och använder detta till sin egen fördel och har därför makten, hon leker med killarna. Men det jag undrar och vill diskutera vidare är då varför det måste bli på en sexuell nivå där kvinnan fortfarande är objektet? Varför måste kvinnan objektifiera sig själv utifrån det rådande heterosexuella samhället för att få makten över mannen, kan hon inte vara stolt över sin grymma talang inom musik istället för hennes bakdel? Detta är en intressant diskussion i hur viss typ av feminism utvecklas i och med den ökande sexualiteten i media (SvD u.å.).

Referenslista

Björkvall, A. (2019). Den visuella texten : multimodal analys i praktiken. Lund: Studentlitteratur

Ekström, M, Larsson, L. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur. Upplaga 2.

Gill, Rosalind (2006). *Gender and the Media*. Cambridge, UK: Polity Press.

Gripsrud, Jostein (2006). Semiotics: signs, codes and cultures. I: Gillespie, Marie & Jason Toynbee (eds.) *Analysing Media Texts* . Maidenhead: Open University Press.

Kress, G R (2010). *Multimodality a Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge Ltd.

Kuhn, A (2009). The power of the image. I Thornham, Sue, Bassett, Caroline, and Marris, Paul (red.) *Media Studies: A Reader*. 3:e uppl. Edinburgh: Edinburgh UP.

Mulvey L. (1989) *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. In: *Visual and Other Pleasures*. Language, Discourse, Society. Palgrave Macmillan, London.

McRobbie A. (2004). Post-feminism and popular culture, *Feminist Media Studies*, 4:3, 255-264, DOI: 10.1080/1468077042000309937

Apuke, Oberiri & Jigem, Lingbuin. (2019). Portrayal and Objectification of Women in Music Videos: A Review of Existing Studies. 2. 160-174.

Frisby C. & Aubrey Stevens J (2012). Race and Genre in the Use of Sexual Objectification in Female Artists' Music Videos, *Howard Journal of Communications*, 23:1, 66-87, DOI: 10.1080/10646175.2012.641880

Frisby C. & Aubrey Stevens J (2011) Sexual Objectification in Music Videos: A Content Analysis Comparing Gender and Genre, *Mass Communication and Society*, 14:4, 475-501, DOI: 10.1080/15205436.2010.513468

Hunter, M. (2011) 'Shake it, Baby, Shake it: Consumption and the New Gender Relation in Hip-Hop', *Sociological Perspectives*, 54(1), pp. 15–36. doi: [10.1525/sop.2011.54.1.15](https://doi.org/10.1525/sop.2011.54.1.15).

Haugen, J (2010) "Unladylike Divas": Language, Gender, and Female Gangsta Rappers, *Popular Music and Society*, 26:4, 429-444, DOI: 10.1080/0300776032000144904

Wallis, C. *Performing Gender: A Content Analysis of Gender Display in Music Videos*. *Sex Roles* 64, 160–172 (2011).
<https://doi.org/10.1007/s11199-010-9814-2>

Zhang, Y., Dixon, T.L. & Conrad, K. Female Body Image as a Function of Themes in Rap Music Videos: A Content Analysis. *Sex Roles* 62, 787–797 (2010).
<https://doi.org/10.1007/s11199-009-9656-y>

Fredrickson, B. L. and Roberts, T.-A. (1997) 'Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks', *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), pp. 173–206. doi: 10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x.

Länkar

<https://www.youtube.com/watch?v=3y-O-4IL-PU> [2020-03-01]

Four over Four(u.å) Who started rap? A brief summary on the history of rap and hip-hop

<https://www.fouroverfour.jukely.com/culture/history-of-rap-hip-hop/> [2020-05-20]

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/levnadsforhallanden/levnadsforhallanden/befolkningens-it-anvandning/pong/tabell-och-diagram/andel-personer-som-anvant-internet-i-stort-sett-varje-dag/> [2020-06-13]

<https://charts.youtube.com/artist/%2Fg%2F11dx10k0k2?hl=sv> [2020-06-15]

Smithsonian center for folklife & cultural heritage u.å *Tell it like it is: A History of Rhythm and Blues*

[<https://folklife.si.edu/talkstory/2016/tell-it-like-it-is-a-history-of-rhythm-and-blues>][2020-07-03]

<https://playthetunes.com/music-genre-list/> [2020-07-15]

https://en.wikipedia.org/wiki/Rhythm_and_blues [2020-03-23]

<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Lollipopin> [2020-07-13]

<https://genius.com/Cardi-b-and-bruno-mars-please-me-lyrics> [2020-04-02]

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most-streamed_songs_on_Spotify [2020-06-15]

https://en.wikipedia.org/wiki/Cardi_B [2020-08-10]

https://en.wikipedia.org/wiki/Bruno_Mars[2020-08-10]

<https://www.oed.com/view/Entry/36358048> [2020-08-10]

<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=peacocking> [2020-08-10]

<https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/8099087/cardi-b-feminist-stripping-interview-i-d-magazine> [2020-08-10]

<https://www.svd.se/sex-i-media-paverkar-ungdomar> [2020-08-20]