

KARIN LÖVGREN

Gör om mig – åldrande och kvinnlighet i en populär mediegenre

”Årets feministiska tankebok” utropar Sara Danius, professor i litteraturvetenskap och estetik och ledamot av Svenska akademien. Boken hon recenserar är *Stil med Thulin* (2012), en handbok inom gör-om-mig-genren. Är detta ironi, skriver Danius retoriskt, för att i nästa andetag försäkra att nej, inte alls. Varför feministisk? Jo, för att denna guide i stil och glamour ger handfasta råd, bejakar acceptans av ålderstecken som gäddhäng och gråa hår, tycker att kvinnors kroppar duger som de är, förespråkar smink men tar ställning mot plastikkirurgi.

I den här artikeln kommer gör-om-mig-genren att granskas. I denna genre ges råd genom att en persons klädval och yttre omvandlas. Fokus i analysen är den mening åldrande ges i stiltråden och vad detta säger om kulturellt meningsskapande kring åldrande och kvinnlighet. För det ska konstateras omgående: detta är en genre som riktar sig till kvinnor. I särskilt hög grad gäller detta då råden också handlar om att bli äldre.¹ Genomgången av stiltrådgivning ingår som en del i mitt pågående forskningsprojekt om äldre kvinnor och kläder. För detta forskningsprojekt har jag intervjuat 21 kvinnor i åldrarna 62-94 år, med de kläder de har i garderoben som materiell ingång för berättandet. Flera diskuterade lämplig stil när man är äldre och berättade om medier de tagit del av för att få inspiration kring klädval.

Medieexemplen användes som utgångspunkt för tänkande om det yttre; ibland sågs de som avskräckande exempel och ibland som förebildliga. Jag anknyter till intervjuerna då jag diskuterar gör-om-mig-genren. Utöver intervjuerna består det analyserade materialet av

stilhandböcker, webbsidor och tv-program inom gör-om-mig-formatet. Den nämnda boken *Stil med Thulin* står i centrum, tillsammans med *Gör om mig* (Thulin 2014) samt tv-programmet Gokvälls veckovis återkommande inslag *Gör om mig*. Thulins stiltråd förekommer också på nätmagasinet *Oss granntanter emellan*, som hon driver tillsammans med museikuratoren och modeexperten Karina Ericsson Wärn; jag refererar därför också till deras webbsidor (se vidare Lövgren ua1).

Analysen i denna artikel riktar intresset mot kläder – stil och mode – samt kropp och kvinnlighet i relation till ålder och åldrande. Genren har tidigare analyserats tematiskt av mig med syfte att undersöka hur ålder görs (Lövgren 2009). Här har jag letat efter ordval, nyckelsymboler och tankefigurer som markerar ålder och därmed synliggör normativt tänkande om ålders- och genusadekvat klädstil.

Nu inleder jag min artikel med en diskussion om begrepp som mode, stil och kulturligt arbete för att omforma kroppens yttre och anknyter då till tidigare forskning inom området. Detta relateras specifikt till åldersnormer i följande avsnitt. Genrens lockelse diskuteras i relation till stilfunderingar och den osäkerhet som många menar att samtidens kulturella friställning har lett till: en ökad frihet att uttrycka sig med kläder, men också en ökad skyldighet att övervaka och förbättra sig själv, i ett ständigt pågående förändringsprojekt (Jacobson 1994; Jacobsson 1998; Knuts ua: Salomonsson 2011; Salomonsson 2015). Gör-om-mig-genren diskuteras avslutningsvis i relation till långsamt föränderliga kulturella föreställningar om ålder.



Fotograf Matilda Regazzoni

Kläder, mode, stil

Mode är en dimension av kläder, med fokus på nyheter och förändring (Fredriksson 2012) – jämförbart är trend, som syftar på än snabbare skiftande nyheter (Lantz 2013). Samtidigt utesluts äldre konsumenter från stora delar av klädmarknaden. Flera av mina intervjupersoner beskriver frustration inför att handla kläder i kedjebutiker, i vilka utbudet riktar sig till unga kroppar, och där det inte finns hjälp att få av en expedient, utan man måste själv välja plagg, chansa på storlek och prova dem i en provhytt som ofta inte har plats för rullator eller någonstans att sitta. Om kläderna inte passade, gäller det att ta på sig och upprepa proceduren. De intervjuade understryker att de ser sig som friare att välja kläder när de jämför med hur de upplevde sina mammor och andra vuxna kvinnor då de själva var barn. Men de uttrycker också en medvetenhet om osynliga men närvarande normer för vad som är åldersadekvat klädsel.

Modetforskaren och sociologen Simmel beskriver modets drivkrafter som pendlingen mellan att passa in och vara delaktig, respektive sticka

ut, särskilja sig och framstå som unik (Craike 2009; Crane 2000; Jacobson 1994; Kaiser 2012). Stil beskrivs som mer beständigt. Ofta är det detta senare begrepp som framhålls i rådgivningsgenren. Stil är att visa att man vet vem man är, och vad som klär en. Stil är självkännedom, och att inte förvillas av trender, det handlar om inställning och om att med det yttre kommunicera självklarhet (Thulin 2012:64). Samtidigt är det ju inte vilken stil som helst som lyfts fram som förebildlig – att ha insikt i vem man är och hur man lever och avslappnat bära mjukiskläder eller helt enkelt inte bry sig om sitt yttre är inte vad som läggs i begreppet stil. Ord som elegans, klass, klassisk tillsammans med material som cashmere, linne, siden – och inte polyester – vintage – snarare än begagnat, återspeglar pengar. Smak indikerar klasstillhörighet (Kaiser 2012; Roberts 2007). Tryggheten i ”rätt” klass är förbundet med självförtroendet; där arbetarklasskvinnan måste övervaka sig själv för att visa respektabilitet (Skeggs 2000) bidrar stilråden till att osynliggöra klass. Stil framstår som en färdighet som visserligen sägs kräva träning, det

vill säga förvärvas och erövrar, men också som något som ser ut att finnas på lika villkor för alla oavsett ekonomi.

Stil handlar i rådgivningstexterna också om färdigheter i att visa estetik på ett gångbart sätt. Lite motsägelsefullt beskrivs också att man (läs kvinna) måste anpassa sitt yttre efter kroppens förändringar. Å ena sidan ska man hitta sitt varumärke och hålla sig till det, tydligt visa vem man är genom sitt yttre, och å andra gället det att inte ha fastnat i en stil, exempelvis då det gäller make up och sedan behålla denna oavsett hudens förändrade ton. Det finns ett spänningsfält mellan kontinuitet i tidigare klädval, dvs. kontinuitet i fråga om identitet och likhet med tidigare versioner av det egna jaget, och övergångar och förändringar, där roller, vardag och kropp är nya eller annorlunda. Kläder tänks visa, till och med avslöja, det inre jaget och vem jag ser mig som och hur jag vill jag uppfattas av andra (Jacobson 1994). I stilråd anförs att det yttre i sin tur kan inverka på det inre – så att ett yttre skönhet ”gör en glad på insidan också” (Thulin 2012:19). Det här blir något av ett nollsummespel: det yttre ska avspegla det inre, och om det yttre känns fint blir det inre nöjt.

Kvinnligt kulturligt kroppsarbete

Kvinnor görs mer till kropp än män och får i högre grad sitt sociala värde tillskrivet utifrån det yttre (Bordo 2004). Det gör också kroppen och utseendet till större problem för kvinnor och i takt med framväxande möjligheter att åtgärda upplevda brister blir kroppen i samtiden allt mer av ett projekt. Det kulturliga kroppsarbetet är en färdighet, som kräver kunskap, gärna expertråd, och därefter övning och återövning. Detta framgår tydligt i gör-om-mig-genren. Deltagare som genomgått en förvandling under stilexpertens hand förmanas angående det arbete som krävs för att vidmakthålla sitt nya yttre. Hon tillhålls att faktiskt ta sig den tiden varje dag. Du är värd att ta den tiden för dig själv, förklarar experten. Omsorg om sitt yttre presenteras som något man gör för sin egen skull; att pyssla om sig och ta sig tid blir att unna sig: smink beskrivs som välbe-

finnande, roligt och kreativt (Thulin 2012:19). Men det omtalas också som ett åtagande som görs för andra: att arbeta med sitt yttre görs till ett sätt att visa respekt för omgivningen.

Det kroppsliga arbetet har gränser. Smink får å ena sidan synas. Särskilt den äldre kvinnan uppmanas i Thulins bok att sminka sig mer, att ta ut svängarna, låta det röda läppstiftet märkas och göra sig synlig för omgivningen. Paradoxalt nog framhålls annars ofta ett naturligt ideal: intrycket som ges av det kulturliga kroppsarbetet ska förefalla naturligt (Black 2006; Bordo 2004; Lövgren 2009). Tydligast är gränsen kring vissa ingrepp, som plastikoperationer. Här ska resultatet framstå som naturligt: den som ertappas med ett konstgjort utseende, ett fruset förvånat ansiktuttryck, för stora trutande ankläppar fördöms. Det kulturliga arbetet är då för uppenbart och personens insatser är avslöjade och vederbörande riskerar löjets skimmer.

Råden i handböckerna uppehåller sig vid att skapa en illusion, ett intryck, att förstärka fördelar, trola bort det kvinnan är missnöjd med, och att åstadkomma mirakel, magi och underverk. De sista orden antyder vilken förvandling det är som åsyftas. Här kommer kläder in och möjliggör transformationen. Underkläder som formar om kroppen, bh:ar som håller in och upp, trosor som lyfter fram en försvunnen midja, plattar till en mage och formar om höfterna beskrivs. Snygga underkläder ger säkerhet, framhålls det i genreberättelsen, det är kul att känna sig sexig under kläderna (se exempelvis Thulin 2012:57). Det är viktigt att börja inifrån, nära kroppen och att beakta hur olika material exponerar kroppen. En äldre kropp, som blivit lösare i hullet kan inte längre bära tunna elastiska tyger i material som avslöjar kroppens med ålderns förändrade yttre (Thulin & Eriksson Wärn 2012).

Etnologen Eva Knuts respektive etnologen Karin Salomonsson arbetar med forskningsprojekt om 'personal shoppers', ett område som tangerar gör-om-mig-genren. (Knuts ua: Salomonsson 2011; Salomonsson 2015). De som söker en personlig shoppingguide be-

finner sig ofta i en fas av förändringar (Salomonsson 2011; se även Knuts ua). Detta gäller även för gör-om-mig-genren. Här presenteras ofta den sökande som någon som står mitt i en stor förändring: en småbarnsmamma som äntligen fått lite tid för sig själv då barnen klarar sig själva i högre grad, någon som står inför en karriärförändring och har ett nytt arbete att klä sig för, en kropp som genomgått en stor viktnedgång och nu inte längre har kläder i garderoben för detta smalare jag. Det kan även vara en kvinna som med hänvisning till sin ålder och livsfas beskriver att hon känner sig vilsen i stilfrågor. Vad passar mig nu när jag lever ett liv som pensionär? Stilfrågor blir det materiella uttrycket som symboliskt markerar en livsövergång; förvandlingen hos experten markerar en rite-de-passage. Ungdomar lyfts i en del diskurser fram som experimenterande, i ett sökande efter identitet (Jacobson 1993; Jacobsson 1994; Jacobson 1998). Men i dagens gör-om-mig-råd är det många gånger en medelålders, något äldre kvinna, som får exemplifiera osäkerhet om stil och utseende. Här kan finnas ett samband mellan ålder och mediegenrer: unga får indirekta stilaråd i bloggar och via instagram, medan handböcker och tv-inslag – som ibland beskrivs som ”gammedier” vänder sig till en äldre målgrupp.

Post-kronologi: ansvarighet & osäkerhet

Ibland anförs att det nu råder en post-kronologisk tid; livscykeln är inte längre lika styrd av normerande sociala tidtabeller för rätt ordning då det gäller att hitta en partner, bostad, studera, göra karriär, få barn... (Fineman 2011; Öberg 2002). Kläder som tidigare i historien visade social tillhörighet och kön, beskrivs idag som uni-sex och uni-age. Samtidigt vittnar gör-om-mig-formatet, liksom behovet av stilarådgivare, om osäkerhet kring passande stil. Etnologen Maja Jacobson hänvisar till Ziehes begrepp kulturell friställning då hon undersöker unga kvinnors (1994) respektive unga mäns (1998) stil. I det moderna samhället är människor inte bundna av traditioner utan kan välja att forma sin livsstil och sin personliga identitet, dock under påverkan av mark-

nadskrafterna. En ökad individualisering och valfrihet att gestalta sin livsstil har lett till att människor hålls ansvariga för sina kroppar och sitt yttre i hög grad. Estetisk iscensättning för att visa identitet har blivit än viktigare (Salomonsson 2011). Identitetsutforskandet och experimenterandet med stilar leder till ett behov av förebilder, och där är ungdom idealet. Det här kan tolkas som att där tidigare tydliga – och begränsande – normer indikerade klädedräkt har upplösta åldersnormer gett större frihet och därmed osäkerhet även för äldre personer (Twigg 2013). Kanske kan rådvillheten vara än större för den äldre personen, vars kropp inte lever upp till samtidens ungdomlighetsideal.

Gör-om-mig-genren kan också tolkas i relation till de möjligheter till omformning av jaget som finns med dagens kroppstekniker – möjligheterna förpliktigar. Den som väljer att inte göra något åt sitt yttre riskerar att möta kritik. Projekt förändring och förbättring gäller på flera plan. Som Thomas Johansson, professor i socialpsykologi, visat i sin genomgång av självhjälpsböcker och tv-program som *Make over mani*, uppmanas samtidsmänniskan att ständigt granska sig själv och arbeta med sitt tänkande, liksom sitt yttre (2006). Se också Andersson 2010 om rådgivningslitteratur kring tredje åldern). Frihet och möjlighet väcker också osäkerhet.

Äldre kvinnor har ansetts utsatta för ett dubbeltryck: sexism och ålderism, vilka samverkat och gjort att de betraktats som oattraktiva och inte längre som erotiska varelser (de Beauvoir 1976; Lövgren 2009; Sontag 1972). De har bedömts som mindre kvinnliga med stigande ålder. På jämförbart sett har äldre män setts som avmaskuliniserade; kvinnor och män har ansetts mer lika varandra som äldre, mindre kvinnliga respektive manliga, mindre kön och mer ålder (Lövgren 2009). Det är mot bakgrund av dessa kulturella föreställningar jag i det följande analyserar hur ålder görs relevant i gör-om-mig-formatet. Framstår livsförloppet som de-kronologiserat med större frihet från normerande sociala tidtabeller, och ideal för åldersadekvat klädsel?

Åldersmarkörer & åldersstereotyper

Camilla Thulin pläderar för en acceptans av åldrande; med engagemang och patos beskriver hon att hon själv ser sin ålder som en tillgång och att hon till och med plussar på några år då hon anger sin ålder. Hon manar äldre kvinnor att inte falla för (miss)uppfattningar om att de inte kan ha långt hår på grund av sin ålder, eller att de måste färga grå hårstrån. Tvärtom framhåller Thulin, långt hår i en klassisk frisyra är lättskött och gråa hår, liksom rynkor, är inget som ska döljas. "Hängfeja" som hon kallar det vittnar om mognad och karaktär (2012: 16). Äldre kvinnor är ofta missnöjda med sina armar, men det finns det ingen anledning till enligt Thulin. Det är naturligt att kroppen åldras, kroppen förändras ständigt, det är viktigt att ta hand om den så att den håller länge, men i övrigt är det bara att acceptera att "gravitationskraften" härskar (2012:11). Thulin menar att samtidens åldersnormer är begränsande:

Ungdomsåren måste väl vara en förberedelse inför vuxenlivet? Men ordet vuxen känns mer som ett skällsord än ett stadium man ska sträva efter. Jag hatar meningar som "behåll barnet inom dig" och liknande. Kan inte barn få vara barn i fred! Varför kallar man skratt, fnitter och tokerier för barnsligt? Får man inte skratta och ha kul som vuxen, måste man kalla sig barnslig bara för att man har kul? Hur ska ungdomar någonsin kunna bli vuxna, då vi som är vuxna vägrar att växa upp och bli "stora"? Jag är less på tjetet om att "så här behåller du din ungdom", "så här ser du yngre ut", "känn dig ung"... och annat trams. Kan inte ungdomar få ha sin ungdom ifred och vi andra njuta av vår ålder på vårt sätt? (Thulin 2012:12-14.)

Acceptera din ålder, som äldre får man pondus och visdom, skriver hon.

I mycket av dagens medier är det ett ungdomligt ideal som visas fram; modeller är ofta mycket unga, och sminkas och stylas för att se något äldre ut medan deras kroppar airbrushas och photoshoppas för att förstärka en närmast prepubertal kroppsform. I kontrast till denna bilddominans framstår onekligen Thulin som



Fotograf Matilda Regazzoni

radikal, och läst på det viset hennes bok som en feministisk handbok för den äldre kvinnan som här kan få bekräftelse och uppmuntran.

Ett antal åldersrelaterade stereotyper figurerar i olika populära medieformer för att markera åldrande och kvinnlighet: flickan, tanten och gubben, tillsammans med hybrider av dessa. Figurerna ringar in livsförloppet och påminner om normer för åldrande där otakt eller bristande synkronisering mellan stil och kronologisk ålder kan tolkas som brott mot åldersnormer. Ålder har många olika innebörder: kronologisk, fysiologisk, upplevd, tillskriven (Lövgren 2009). Här handlar det oftast om hur ålder uppfattas av omgivningen framförallt utifrån kroppsliga ålderstecken.

Flickan blir en symbol för någon som förnekat sitt åldrande. Flickan är ett barn: ofta är hon söt, rar, näpen och harmlös. Klädstilen som beskrivs som flickig handlar om romantiska tunikor med brodyr, blommönstrade kläder i



Fotograf Matilda Regazzoni

ljusa pastellfärger. I argumenten mot en flickig stil anføres att flickan söker undvika vuxenhet genom att istället framstå som ofarlig och maktlös. Goffman visade i sin reklamanalys hur kvinnan ofta återges i förbarnsligande poser: med huvudet gulligt på sned, med ena handen på sin egen kind, kortare och mindre än männen på bild, blickandes upp mot honom, visuellt underordnad så som barnet har att underordna sig en auktoritär förälder (1979). En flickig stil förstärker ett barnsligt intryck. Klädstilen gör att personen kommunicerar en annan livsfas än kropp och kronologi ger intryck av. ”Jag vill inte se äldre ut än jag är. Jag vill dock inte se flickaktig ut, utan hitta en mer kvinnlig och glamorös stil”, säger en kvinna som citeras i Thulins bok *Gör om mig* (2014:21).

Andra stilar som lyfts fram som misslyckade genom bristande överensstämmelse mellan ålder och det yttre är den rockiga, tuffa tjejen i midjekort skinnjacka, eller den busiga stilen, som också beskrivs som åldersförnekande. Den här stilen uppfattas representera att bäraren stannat i sin utveckling, eftersom hon

tycker att det är så jobbigt att bli äldre. Jag har bara fortsatt med en ungdomsstil, kommenterar en kvinna sin nuvarande stil. I kontrast vill hon nu se mer feminin ut (Thulin 2014). Thulin skriver om den rockiga stilen:

Dessvärre känns den stilen ofta smått patetisk på oss vuxna kvinnor och den signalerar att vi vill vara och tror oss se yngre ut. Tyvärr blir resultatet ofta tvärtom: tantigt och töntigt. (2014: 31).

Tanten har kommit att bli en rörlig – om än åldersrelaterad – symbol (Lövgren 2012a; 2012b). Hon åberopas som förebild av yngre kvinnor och används då som ett sätt att tänka kring samtidsrelevanta frågor. Hon kan också uppfattas som nostalgiserande, i bemärkelsen att hon symboliserar ett annat samhällsklimat (Koskinen-Koivisto & Marander-Eklund 2014; Lövgren 2015). Hon representerar däremot en mer hotfull bild för den medelålders kvinnan, där hon står för överspelad och passé, med en klädstil som bidrar till att hon osynliggörs: beige, färglös, alternativt framstår som allt för synlig och platskrävande, som ”kulturtant” i

knalliga färger, som kontrasteras i grafiska eller storblommiga mönster (Lövgren 2012a; 2012b). Idag är tanten en flitigt använd referens. Hon är en ambivalent symbol – elastisk och rymlig, tacksam för möjligheten att ladda med olika innehåll. Tantig används som ett snabbt sätt att beskriva en stil och ett yttre som är omodernt och som gör att man ser äldre ut.

Informanterna använde ofta ordet på just detta sätt då de visade sina garderober och resonerade med sig själva om sina kläder. ”Jag tycker inte att jag klär mig så tantigt som många andra gör, tycker du?” formulerade till exempel Kerstin, 72, det, då hon höll fram olika plagg. I tv-programmet Gokvälls stående inslag *Gör om mig*, återkommer ofta tanten. ”Min största skräck är att se ut som en tant” förklarar till exempel en gäst (Gokvälls hemsida). Programledaren berättar under en sändning (*Gokväll* 2014-10-10) att nio av tio kvinnor som är med i programmet säger just detta: jag vill inte se ut som en tant. Här är inte tanten en förebild utan en stilkategorisering att undvika. Tantig representerar då en överspelad och passerad stil, som får bäraren att se gammal ut. Man måste skilja på tant och tantig. Det förefaller råda enighet om att tantig är en stil att undvika medan däremot tanten ibland lyfts fram som förebildlig, och som någon som bottnar i sin egen ålder och sitt eget åldrande.

Thulin frågar sig: vad är det för fel på tanten? Tanter är jättebra, varför ska vi kalla oss tjejer eller något annat. Det vittnar om ett tabu mot den vuxna kvinnan, sammanfattar de sin inställning i en tidningsartikel (af Sandeberg 2015). I en krönika på SVTs debattsida lyfte Thulin tillsammans med kuratorn och modeforskaren Karina Ericsson Wärn fram Margaret Thatcher som stilförebild. Hon framhävde sin kvinnlighet, hon accepterade sin ålder, skriver de, i kontrast till samtidens ungdomlighetsideal. Tantens är en trygg kvinna med pondus och visdom som med stolthet törs klä sig vuxet, fortsätter de, för att avsluta med stridsropet ”Leve tanten!” (2012).

Gubben figurerar också som symbol för tänkande i termer av kön och ålder. Han lyfts

fram som parallell och maskulin motsvarighet till tanten, även om farbror borde ligga närmare eftersom begreppsparen på svenska är tant-farbror, gubbe-gumma. Gubbe har också negativa konnotationer som i förgubbing eller gubbstil. I stildiskussionerna (Thulin 2012; Thulin 2014; Thulin & Ericsson Wärn 2012) anförs att svenska vuxna kvinnor klär sig som män: de blir gubbar och antar en manlig dräktstil och de klipper håret kort vilket förstärker att de ser manliga ut. Kvinnor i dräkt beskrivs som gubbtanter eller herrflickor.²

Ålders- och könsstereotyperna gubbtanten och herrflickan rymmer intressanta föreställningar om samtiden. Dels att vuxenhet är bannlyst i en ungdomsfixerad samtid, dels att kvinnlighet är förbjudet för den äldre kvinnan. Jag ska i det följande först diskutera åldrandedimensionen för att därefter fokusera på kvinnlighet.

En tillplattad ålderstrappa?

Thulin och Ericsson Wärn (2012) skriver i en krönika:

Alla ser mer eller mindre likadan ut – oberoende av ålder. Nutidens mode har likt en tung ångvält plattat till ålderstrappan så att föräldrar och barn ser ut att medverka i en enda stor lokaliktävling. Som på 1940-talet fast tvärtom – innan tonårsmodet lanserades såg unga ut som små vuxna. Idag ser vuxna ut som stora små.

Samma text finns med i Ericsson Wärns bok, *Modebibeln* (2012:33). Boken behandlar svensk modedesign ur ett historiskt perspektiv. I råden framställs inte ungdomlighet som den önskvärda måttstocken. Att kunna särskilja ålderstillhörighet framstår tvärtom som angeläget och riktigt. Det här kan tolkas som radikalt i relation till hur skönhet ofta likställs med ungdomlighet i samtiden. Här sägs inte att skönhet eller sexighet upphör för att man blir äldre. Råden fokuserar på hur stil bäst kan anpassas efter kroppsliga förändringar med åldern, exempelvis genom att välja formande underkläder eller stadigare tyger som håller kroppen på plats.

Det är kategoriseringen ”vuxen” som används, inte äldre eller gammal. Det är viktigt att poängtera att vuxenhet är en svårinringad ålderskategorisering – som täcker både medelåldern och äldrefasen: man upphör inte att vara vuxen för att man blir gammal och tillhör äldre kategorin. I gör-om-mig-formatet är det ofta en medelålders kvinna som beskrivs, inte en gammal; hon är en medlem i den så kallade tredje åldern, som jämförelsevis frisk och oberoende. Hur kan detta förstås? Handlar det om att den äldre kvinnan har andra behov som styr hennes stilval? Flera av de äldre informanterna vittnade om behovet av praktiska kläder som tillåter rörlighet, inte minst då man sitter i rullstol eller går med rullator: kläder som är lättskötta, och inte kräver att strykas och som är lätta att ta på sig för den som har svårt att hålla armarna över huvudet (Lövgren 2014; 2015; Lövgren ua2). Om ändamålsenlighet styr klädvalet ställs frågor om stil i skymundan. Handlar det också om att den äldre kvinnan tänks vara framme och känna till sin stil, att hon ses som någon som inte har behov av råd längre? Är det för att hon som äldre ses som bortom råden och framförallt inte längre som en möjlig konsument?

Det är en marknadens logik som kommer till uttryck i formatet och som manar till, om än sparsmakad, så dock fortsatt konsumtion. Det anförs att man som äldre ska ha lärt sig av sina konsumtionsmissstag, vara säkrare i frågor om stil och ha råd att köpa färre men dyrare kläder av högre kvalitet. Här sammanvävs ålder med föreställningar om normerande livslopp så att det antas att en äldre person har mer pengar att röra sig med (Lövgren 2009).

Kvinnlighet

Susan Sontag (1972) och Simone de Beauvoir (1976) poängterade att kvinnan osynliggörs efter klimakteriet och därmed drabbas av en dubbel börda i form av sexism och ålderism. Som tillhörig äldre kategorin blev hon osynlig. Texterna publicerades för cirka fyrtio år sedan. Rimligtvis har det skett samhälleliga förändringar som inverkat på hur äldre kvinnor ses, men allt jämt är det dessa inflytelserika

texter som citeras i forskning om kvinnor och åldrande. Återkommande är föreställningen om att kvinnor blir osynliga då de åldras. Liksom kvinnor lärns att se sig själva med en värderande utifrån blick, lär sig människor att betrakta sina kroppar med en ungdomlig blick; en blick där ålderstecken görs synliga och betraktas med avståndstagande (Woodward 1999; Twigg 2013).

I kontrast till detta ifrågasätts den ungdomliga blicken genom gör-om-mig-råden. Här understryks att den äldre kvinnan fortsättningsvis kan ses som och iscensätta sig som attraktiv och åtråvärd för en manlig begärsblick. Hon är inte bortom att ses som en erotisk, sexig varelse. Representationen bidrar därmed till en förskjutning av kulturella föreställningar om åldrande. Men alltså får kvinnan sitt sociala värde genom sitt yttre.

I gör-om-mig-formatet återkommer ofta önskemålet om att se mer kvinnlig ut (se exempelvis Gokväll 2014-10-10; 2014-11-21; Gokvälls hemsida 2015; Thulin 2012; Thulin 2014). I före-förvandlingen-scenerna beskrivs att den kvinnliga huvudpersonen glömt bort sig själv, vårdat och tagit om hand om andra, inte unnat sig själv nya kläder och inte tagit tiden att sminka sig. Hon har försummat sin kvinnlighet och nu önskar hon hitta tillbaka till en mer kvinnlig stil.

Jag vill uppmuntra alla vuxna kvinnor att våga vara mer feminina. Jag upplever att vårt samhälle tillåter oss kvinnor att klä ut oss till män och små gulliga Madickenflickor, men absolut inte till feminina kvinnor. Det är fortfarande provocerande med en vuxen kvinna som har långt vackert grått hår, rött läppstift och en snygg hög klack. (Thulin, 2012:6)

I Sverige tillåts inte kvinnor visa sin kvinnlighet. Den har fått offras på jämlikhetens altare. Kvinnor har tvingats klä sig som gubbar, eller flickor, menar Thulin. Danus lägger till att det är ok att vara flicka eller mamma, men att vara kvinna är tabu i jämställdhetens Sverige (2012). Den vuxna kvinnan som inte är förbunden med en modersroll, beskrivs som hot-

full. Det här kan jämföras med hur kvinnors utveckling och värde kopplas till reproduktion och biologi. Kvinnan görs efter klimakteriet, då hon inte längre har en viss form av reproduktiv förmåga, till kärring, häxa eller tant (Lövgren 2012a; Lövgren 2012b). På ett jämförbart om än motsatt sätt, lyfts i vissa sammanhang fram att kvinnan är fri på nytt efter klimakteriet, att hon då kan hitta åter till ett jag som inte är styrt av hormoner. Här sker ett romantiserande av den visa äldre kvinnan, inte i termer av levd erfarenhet utan i termer av biologi och antal år (Cruikshank 2003). Biologi blir i båda fallen beskrivning och förklaring. Det är begränsade föreställningar om kvinnlighet, en viss form av feminitet, som lyfts fram, medan andra sätt att göra kvinnlighet inte beaktas.

Kvinna som kvinna är en farlig sak. Kanske mest för kvinnor själva. Kanske därför att en kvinna som klär sig uttalat feminint också förväntas vara självständig på alla andra plan. Då är ängslighet och mäklarkostym ett bekvämt alternativ. Men är det värdigt i världens mest jämställda land? (Danius 2012).

Kvinnor har enligt denna diskurs tvingats maskera sig till män för att uppnå jämställdhet. Författarna tolkar detta som att kvinnor måste anta den stil som den mäktigare mannen har, och förneka sin kvinnlighet för att få utrymme på arbetsmarknaden (jämför Jacobsson 1994; Jacobsson 2009). Det här kan beskrivas i kulturella termer. Det är den underordnade gruppen som antar stilattribut från den överordnade gruppen, som ett sätt att symboliskt få makt medan det omvända inte går. Det finns ett löjets skimmer runt den man som använder kvinnliga attribut.

I framställningen av Sverige som ett land som inte tillåter kvinnlighet beskrivs en specifik form av feminitet: röda läppar, långt hår och kläder som markerar könstillhörighet såsom klänning. Tabu sägs ha sin grund i att kvinnan som iscensätter denna form av feminitet kan uppfattas som självständig och att detta är hotfullt. Grindvakterna som fördömer detta sätt att förevisa feminitet sägs vara andra

kvinnor. Det vill säga i denna kulturella föreställning är det kvinnor som övervakar andra kvinnor och håller dem på plats. Den retoriken återkommer i olika sammanhang: kvinnor ges skulden för att fasthålla skönhetsideal, det är kvinnor själva som vidmakthåller dessa (Lövgren 2009; Lövgren 2012c).

Det är intressant att notera hur laddade olika klädesplagg blir med föreställningar om könstillhörighet.³ Reformdräkten ansågs revolutionera genom införandet av kläder som tillät kvinnor rörlighet, byxan stod för sport och frihet och var till att börja med ett kontroversiellt plagg för kvinnor (Crane 2000). Så sent som på 1970-talet fick kvinnor på en del arbetsplatser be sin arbetsgivare om tillstånd att använda byxor på arbetstid. Etnologen Maja Jacobson visar hur motiverandet av kvinnors underordning historiskt manifesterats i en klädsel som understrukit könens olikhet (1993: 116; 2009: 250). Kvinnor har nu erövrat plagg som setts som förknippade med maskulinitet och makt, och detta har skett parallellt med ett ökat samhällsligt inflytande för kvinnor. Jacobson frågar sig om kvinnor som eftersträvar makt helt kommer att anpassa sig efter och imitera en manlig klädkod.

Pläderandet för användning av klänning, högklackade skor, och smink kan ses som en rörelse mot ett ökat särskiljande i termer av genus. Kön ska markeras. Det ska framgå vem som är kvinna och vem som är man. ”Då är det alltid enkelt att skilja på män och kvinnor och alla är säkra på sin identitet” skriver Thulin (2014:58). Smink och framförallt läppstift har i andra sammanhang tolkats i relation till kvinnors underordning, som uttryck för att kvinnan har att smycka sig för att hennes kropp ska begäras. Då är kvinnan snarast objekt, en kanvas som ska målas (Black 2006). Hos Thulin, och Danius, lanseras istället läppstiftet som markör för självständighet och oberoende, kvinnan som subjekt och handlingskraftig aktör. Att hon bryr sig om sitt yttre görs till ett exempel på en önskan om att sticka ut, att hon bottnar i sig själv, inte att hon är disciplinerad genom snäva kroppsliga ideal. Detta kan tolkas som ett exempel på postfeministisk ideologi – där sexu-

ell attraktivitet görs till en källa till makt och inflytande – inte underordning (Roberts 2007: 233;237). I framställningen betonas särskiljning och isärhållning i termer av kön. I fallet med ålder markeras särskiljning och isärhållning i termer av ålderskategori. Det ska finnas skillnad och skillnaden ska synas.

Sverige återkommer i tankebilder då det gäller åldrande, och beskrivs då som ett ”åldersrasistiskt” land (Thulin 2012; Thulin och Ericsson Wärn 2012), där äldre tidigt passerar ett bäst-före-datum, och där kvinnor inte ses som attraktiva då de är äldre, till skillnad från länder som Frankrike, Spanien, Italien. De här jämförelserna kan snarast förstås som sätt att tänka och retoriskt formulera sig än som återspeglade faktiska skillnader i åldersdiskriminering. Sverige beskrivs som nämnts som ett jämställt land, men ett där jämställdheten gått för långt eftersom det är viktigt att ha kvar skillnader mellan könen.

Normativt disciplinerande – och möjliggörande

Hur kan den stora lockelsen för gör-om-mig-genren förstås? Böckerna har varit försäljningsframgångar, tv-inslagen har höga tittarsiffror, tidskrifter har återkommande inslag i genren. Här finns ett flertal viktiga aspekter att beakta. Den svenska tidskriftsredaktören Amelia Adamo kallar mediernas dubbla budskap om att ”du duger som du är” och ”så här gör du om mig”, för ”kommersiell schizofreni” (Min Sanning, Amelia Adamo 2015 SvT). Hennes ordval är samtidigt en kommentar till den kritik den feministiska forskaren Nina Björk riktade mot tidskrifters dubbelmoral (1999). Adamo menar att utan förändringsbudskapen skulle tidningarna inte vara lika kommersiellt gångbara – läsaren vill omvandling och förvandling.

Gör-om-mig-formatet ger råd till kvinnor om kroppsarbete. Här uppmanas till projekt förändring och förbättring. Fokus ligger på kroppen och på det estetiska yttre. Här förmedlas normer om hur detta ska förevisas: ett rätt och ett fel lärs ut i ett disciplinerande tilltal. Kvinnan som görs om – och tittaren respektive läsa-

ren – uppmuntras inte till ett frisläppt experimenterande, ett kreativt bejakande av material, färger, estetik, utan hon lärs regler som om det råder konsensus kring dessa. I många rådgivningsböcker återkommer tanken om en kvinnlig kroppsform: päronet, pelaren, timglaslet, där en standard förs fram om hur dessa former bör draperas respektive demonstreras (Klepp 2011). I genren ges råd om iscensättning av såväl ålder som kön. Det framstår som viktigt att på ett adekvat sätt visa sin ålder; att tryggt bottna i den samtidigt som fortsatt engagemang i skönhetsarbete och klädval vittnar om att man inte ser sig som för gammal och överspelad.

Det är också ett kommersiellt budskap: publiken får köptips, oftast med information om försäljningsställe och pris. När marknaden ska appellera till den äldre konsumenten, kvinnan, blir det med marknadslogik. Hon beskrivs som mogen, kompetent, attraktiv och som någon som vet vad hon vill (Lövgren 2009). Där människor tidigare fick sitt värde i relation till produktion får hon det i dag i stor utsträckning som konsument. Att fortsätta konsumera blir då ett led i ett hävdande av fortsatt värde också som äldre: se oss, vi är lika goda konsumenter som yngre, hävdas retoriskt. Det anförs till och med att äldre är bättre konsumenter, mer lönsamma, och de beskrivs utifrån statistik om förmögenhet och konsumtionsförmåga (Lövgren 2009).

Marknaden expanderar genom att etablera målgrupper i termer av demografi, såsom tween (mellan barn och tonåring) eller teen. Likaså inkluderas män i allt högre grad: den metrosexuelle mannen lyfts fram som en ny form av manlighet – intresserad av kläder, stil och kropp (Craik 2009). Marknaden kan uppfattas som både konservativ, anspelande på etablerade föreställningar, och som lyhörd för förändring. I ett samtida neoliberalt samhälle visas social status genom konsumtion och här är livsstils-tv en viktig aktör menar medieforskaren Roberts (2007). Programmen för fram en postfeministisk diskurs där kvinnlig identitet är otänkbar utanför konsumtions sfären, där kvinnors makt och inflytande görs till en fråga om självförtroende och utseende vilket i sin tur

kräver inköp av varor och tjänster från mode- och skönhetsindustrin (Roberts 2007: 229; 232).

Mode handlar om förnyelse; det beständiga är ett missnöje med det egna yttre, där framförallt kvinnlighet blir ett patologiskt tillstånd som kräver ständig strävan efter perfektion (Tincknell 2011). Medieforskaren Tincknell läser genren som ett ritualiserat drama om förnedring, erkännande av skuld och försummelse artikulerat kring det egna utseendet, och med en klimax där kvinnan återupprättas efter att ha gjorts om. Hennes analys bygger främst på tv-programmet *Ten years younger* där kvinnors kroppar görs om med plastikooperationer; ett program som inte visas i Sverige. Fotografier av före och efter visas upp och rangordnas i termer av sexuell önskvärdhet vilken sker genom en sammanflätning mellan åtråvärdhet och ett ungdomligt yttre. De svenska exemplen kan förefalla tama och harmlösa i jämförelse med de inkräktande och kränkande iscensättningarna i det brittiska formatet. I de svenska exemplen är det ett vänligt uppmuntrande tilltal: experten lyfter fram tillgångar och fördelar, och ger komplimanger på ett ofta smickrande sätt. Det är lätt att uppfatta de svenska exemplen som en möjlighet snarare än som en förnedrande rit.

Det finns olika normer för rätt klädsel. I en del sammanhang är klädkoden specificerad, som då det gäller uniformer, där bärarens roll tydligt ska kunna urskiljas, men ofta är normerna för rätt klädsel otydliga. Det framhålls att det är viktigt att vara rätt klädd – det vill säga att ha visat omsorg om sitt yttre, passa in i situationen och sticka ut lagom mycket. Oftast krävs att människor själva är lyhörda för vad tillfället och sammanhanget kräver. Människor har en önskan om att klä sig ”rätt”; att ha hörsammat också outtalade förväntningar. Man vill passa in.

Av mina intervjuer framgår att normer enklast upptäcks genom att någon bryter mot dem. Flera talar om normer kring åldersadekvat klädsel just på det sättet. De berättar om någon de sett på stan, som de tycker har visat bristande synkronisering mellan kronologisk

ålder och stil. De beskriver att kvinnan de sett såg patetisk eller löjlig ut. Förstår hon inte vilken ålder hon är i, frågade de. Intervjupersonerna använder andra som exempel för att förklara. Oron att framstå som löjlig eller patetisk återkommer i forskning om kläder och normer (Lövgren ua2, Persson 2010). I själva verket styrs mångas klädval snarast av ängslan och farhågor, och mindre av kreativitet och experimenterande, menar till exempel forskarna Alison Clarke och Daniel Miller (2002).

I de exempel jag analyserat har olika åldersstereotyper använts som genom att bryta mot normer om åldersadekvat stil ringar in normalitet och föredömlighet. Flickan, rocktjejen, tanten och gubbtanten klär sig inte enligt sin kronologiska ålder. De gör sig med litteraturvetaren och åldersforskaren Russos formulering skyldiga till anakronism. Ofta används ordet om att felaktigt projicera nutida värderingar på ett historiskt förflutet. Russo har en vidare innebörd med begreppet. Att inte uppföra sig åldersadekvat anses inte bara opassande men är farligt, det utsätter kvinnan för löje, förakt, medlidande och kritik (Russo 1999:21).

Medierade stilfunderingar

Precis som etiketterna flickig och tantig kan användas för att synliggöra åldersnormer och inskräpa åldersadekvat stil så kan kvinnan som görs-om i medierna bli exempel att använda för stilfunderingar. Passar stilen för någon i hennes ålder? Normerna för stil förändras över livsloppet, i olika åldrar finns skilda förväntningar på yttre iscensättning (Lövgren ua2). Bestående är att det krävs insatser och kunskap för att visa kvinnlighet på ett sätt som gör kvinnan kulturellt begriplig.

Flera av intervjupersonerna berättade att de kände sig osäkra på vad som klädde dem som äldre och hur de skulle förändra sin garderob för att den skulle återspegla en acceptans av ålder, tillsammans med en önskan om att inte se gammal ut. Några berättade att de är intresserade av olika experters stilaråd: antingen genom tidskrifter, rådgivningsböcker eller genom att följa tv-program i genren. Någon in-

tervjuperson hade som Eva, 66 år, sökt till Gokvälls inslag *Gör om mig*. ”Jag tycker att det är svårt att ändra klädstil”, förklarade hon under intervjun, medan hon visade kläder hon sparat men inte längre använde. Hon, som flera andra informanter, tyckte att det var svårt att rensa i garderoben och att göra sig av med kläder. Kläderna representerade ett materiellt band till tidigare situationer, relationer och roller (Lövgren 2015). Eva tyckte att affärernas utbud inte fungerade för en äldre kropp. Varken klädernas skärning eller färger passade, menade hon. Med emfas förklarade hon att exempelvis svart som färg dränerade huden på lyster då man var äldre, samtidigt som svarta kläder dominerar i vad som finns att köpa. Också andra informanter beskrev att de kände sig uteslutna från modemarknaden i form av de stora kedjebutikerna. TV-program och stiltråd i böcker som adresserade också en äldre kvinna fick också därför stor betydelse. De kompletterade en vännins eller dotters tips och förslag.

Forskaren och fotografen Annie Grove-White (2001) framhåller att de tydliga reglerna i färganalys möjliggjorde frihet och säkerhet för kvinnor då det gällde att handla kläder. Hennes intervjupersoner beskriver att de kände sig okunniga och rådvilla om stil och mode, men efter färganalysen hade de mer självförtroende och tyckte att det var roligare att klä sig. Reglerna som kan uppfattas som begränsande genom att de följer ett bestämt schema, upplevdes istället som frigörande genom den konkreta dimensionen i val av färg (se också Salomonsson 2011; 2015). Rådgivningen i gör-om-mig-formatet kan tolkas på ett jämförbart sätt: konkreta råd, handfasta regler kan göra kvinnan säkrare. Istället för att tolkas som övervakande och reglerande, med det engelska begreppet ”policing” (Roberts 2007) blir reglerna möjliggörande. Alison Clarkes och Daniel Millers (2002) etnografiska studie av vad som motiverar klädinköp understryker att det är oro för att vara fel klädd, som motiverar till nyförvärv. Tydliga regler kan då uppfattas underlätta beslutsångesten eftersom det begränsar antalet parametrar att förhålla sig till. I linje med detta kan gör-om-mig-genren ses som exemplifiering av stiltråd. Att ta del av

dessa blir ett sätt att minska osäkerhet om stil: en expert har sanktionerat vissa val och dessa har demonstrerats på en modell som är möjlig att förhålla sig till och jämföra sig med.

Det har betydelse att kvinnan som genomgår en förvandling i många genrexempel kan uppfattas som vanlig, som en bland alla andra – hon är inte en kändis, en etablerad modell, en skådespelare, utan en representant för någon man kan identifiera sig med. Det betyder att där modeller och celebriteter kan förstås som förebilder att aspirera efter, eller att fantisera om – som då Thulin visar stil med sig själv som modell – så kan representanten i andra exempel förstås som någon att identifiera sig med. Det innebär att kvinnan som görs om blir en konkret representant – en företrädare som gör att stilförvandlingen blir lättare att relatera till. Hon blir ett exempel på hur tittaren eller läsaren själv skulle kunna göra.

På jämförbart sätt blir hon också ett konkret exempel att ta avstånd ifrån. Hon blir ett belysande fall att bruka för reflektioner kring egen stil – i relation till kropp, framvisande av en specifik form av kvinnlighet och för åldersjämförelser. Det var så intervjupersoner beskrev *Gör om mig* inslaget i tv-programmet Gokväll. Kvinnan som görs om i tv blir ett exempel att användas i stilfunderingar. Informanterna kunde säga ”kan hon så kan jag” och, men också – väl så viktigt: ”den där stilen skulle jag aldrig kunna tänka mig”.

Tillspetsat kan kvinnan i tv beskrivas som en levande provdocka som iscensätter ett stilexperiment som väckte önskan att efterlikna eller att ta avstånd ifrån. Receptionen blev ett tillfälle att, från tv-soffans lugna vrå, fundera över smak, stil, mode, kläder, inte minst i relation till ålder. För att tittarna ska kunna identifiera sig med eller ta avstånd ifrån det som visas anges alltid ålder på den som ska förvandlas. I genren förekommer både bilder på förebilden att aspirera efter och kvinnan att identifiera sig med. Etnologen Karin Salomonsson har i sin forskning om coacher och personal shoppers (2011; 2015) visat att dessa måste bygga upp en förtroendefull relation till sina kunder: visa



Fotograf Matilda Regazzoni

auktoritet och kompetens parat med lyhördhet, inte översälja varor och framförallt lyckas med det dubbla uppdraget att kommunicera att allas kroppar är ok, samtidigt som expertråden syftar till förvandling för att lyfta fram respektive dölja delar av kroppen.

I medierade stilaråd kan mottagaren på egen hand förhålla sig till budskapen med den distans mediet, till skillnad från det personliga mötet, skapar. Likaså var tv-inslagen något som diskuterades med andra. Kvinnorna kommenterade vilken stylist respektive frisör som gjort inslaget och diskuterade vem av dessa som mest representerade deras egen smak. Camilla Thulin i sin tur kan förstås som en expert som genom sitt designarbete och sina publikationer etablerat trovärdighet och auktoritet och vars råd läsarna, i det medierade mötet, kunde förhålla sig till.

Magisk förvandling

Även om tilltalet är uppfordrande med uppmaningar, förmaningar och tillrättavisningar

så är det också framförallt positivt och bejakande, ljust och glatt. Kvinnan som görs om får ofta höra vilka tillgångar hon har: hur hon borde visa fram sina ben, vara stolt över sin midja, framhäva sin fina hy eller sitt vackra hår. Fokus ligger hela tiden på det som anses bra. Intrycket som ges är att omgörningen är en glädjefylld förvandling, där kvinnan fått omsorg och bekräftelse, fått stå i centrum för råd men också rent handfast kontakt: hennes kropp har blivit berörd, hennes hårbotten masserad. Detta kan kontrasteras med hur kvinnorollen kräver omsorg om andra, att kvinnan vårdar andra – inklusive har ett ansvar för relationer. Här får hon istället vara mottagare av omsorg.

En stor del av lockelsen i formatet handlar om löftet om magisk förvandling. Kläder används för att symboliskt markera särskilda tillfällen. Dräkt ingår i ritualiserade sammanhang – och i vardag. Kläder påverkar också kroppen: form, hållning, rörelsemönster. Magen kan hållas in med hjälp av material som fungerar som en gördel, klackar bidrar till att förlänga benen och



Fotograf Matilda Regazzoni

skjuta fram bröstet. Kläder kan inverka på hur vi känner oss. Allt detta är förvandlingsaspekter. Liksom i andra medietexter som handlar om stil och utseende används ofta ord som tillåtande, förlåtande, dölja, trolla och magi om klädesplaggs förmåga att lyfta fram det som beskrivs som en persons fördelar, och dölja och minimera det som talas om som mindre positivt (Lövgren 2009). Orden indikerar plaggens agens: de har makt att inverka på bäraren. Kläder har namn som mirakelbyxan, Wonderbra; material sägs ha egenskaper som kan åstadkomma underverk. Kvinnokroppen framstår som i behov av övernaturlig förändringshjälp för att dölja sitt ursprungliga, naturliga yttre. Metaforerna för kvinnligt åldrande, gäddhäng, muffinsmage, apelsinhud, hamsterkinder, är hämtade från naturen medan de metaforiska uttrycken för omvandling och förvandling handlar om magi och trolldom.

I sagans värld är det magiska vänner som hjälper till att förvandla. Här fångar sagan en dröm och fantasi. I sagan är hjältingen sedd, hennes goda inre får sin gestaltning och

omformning i ett förtrollande yttre som gör henne rättvisa – och ger henne det hon förtjänat, prinsen och halva kungariket, upprättelse och bekräftelse. Gör-om-mig-formulan appellerar till drömmen om att bli sedd och förvandlad (Lövgren 2012c). Här är det experterna som representerar den goda fen, gudmodern. Texterna appellerar genom löftet om förvandling och löftet att vara sedd. Förvandlingen kan tolkas som att det sanna inre, essensen i en människa, nu rätt återspeglas för omvärlden. Göra om-processen vidimerar att förvandlingen faktisk är möjlig, med hjälp av varor och tjänster, det vill säga med konsumtion. Enligt Roberts (2007) fungerar formatet därmed som en del i en ritual vars syfte är att övertyga publiken om att konsumtion är en framkomlig väg: löftena om magi som ges i annonser kommer att infrias. Hans undersökning utgår ifrån reklamfinansierade tv-program. Framställningen i ett formelartat format kan tolkas utifrån denna logik även om budskapet om konsumtion är mer ner-tonat i public service tv. Det ska också framhållas att Thulin pläderar för mindre konsumtion, ger

råd om vård av plagg för att öka deras livslängd, och förespråkar återanvändning och inköp av begagnat i form av vintage.

Att synas är att finnas – sega kulturella föreställningar och föränderliga

Det är påfallande vilken åldershomogenitet som råder i medievärlden: modeller är unga, det är unga som visas fram på omslag, ett ungdomligt ansikte som gör reklam också för produkter som sägs bromsa ålderstecken (Lövgren 2009). Det finns med andra ord få möjligheter att spegla sig i äldre kvinnor. Visuell representation har en slagsida åt ungdomlighet. Att inte vara representerad bidrar till en social osynlighet.

Den vanliga kvinna som blir representant för titlarna och som genomgår en omvandling inför ögonen på publiken hemma i tv-soffan är möjlig att identifiera sig med. Hon är ofta äldre, långt äldre än de professionella modeller som är standard i tidskrifter om mode. Hon fungerar därigenom som ett möjligt jämförelseobjekt: skulle jag kunna ha den där stilen? Kan det där klä mig? Hon blir ett exempel att använda för att tänka kring kropp och kläder, någon att prata om och jämföra sig med och kanske att inspireras av.

I gör-om-mig-genren liksom i annan populärkultur återspeglas och skapas kulturella föreställningar om ålder och kvinnlighet, i samtalen om formatet sker en bearbetning av dessa. En del föreställningar är segare, mer trögföränderliga, medan andra snarast kan liknas vid trendens snabba förändring. Medierna är både lyhörda för samhällsliga föreställningar om ålder och kön och konservativa i att upprepa och befästa stereotyper.

I de exempel från gör-om-mig-genren som analyserats här, finns tecken på en viss för-

skjutning i hur ålder görs. I framförallt Thulin (2012; 2014) uppmanas den äldre kvinnan att ta ut svängarna, vara synlig och tänka i termer av stil och estetik. Att synas är att räknas med. Här sker förskjutningen genom särskiljning. Isärhållandet sker i kronologiska termer där olika ålderskategorier ska ha olika stil. Här hyllas åldrandet i ett upprättande av den åldrande kvinnans skönhet. Isärhållandet sker också i termer av kön där kvinnligt och manligt markeras på skilda sätt. Den äldre kvinnan ska bevara och fortsätta med ett särskilt sätt att visa feminitet. Hon ska därigenom ansluta sig till gruppen kvinna. Hennes ålder ska inte ta ifrån henne den tillhörigheten. Det innebär också förväntningar om fortsatt skönhetsarbete (Lövgren 2009; 2012a; Roberts 2007: 238).

Är en handbok i gör-om-mig genren att betrakta som årets feministiska handbok, som kritikern och forskaren Sara Danius föreslår? Är genren inte disciplinerande utan emanciperande? Det kan ifrågasättas om vägen till upprättelse och synliggörande för den äldre kvinnan går genom att hävda fortsatt traditionell kvinnlighet. Feministiska forskare har tvärtom anfört att målet är att konststillhörighet ska vara oväsentligt (Björk 1996). Likaså har feministiska åldersforskare framhållit det problematiska i att ålder är förbundet med föreställningar om normalitet och ett linjärt heteronormativt livsförlopp, som begränsar och hindrar människor från att leva sina liv oavsett kronologisk ålder (Cruikshank 2003). Verkligt frigörande vore om total mångfald och acceptans av stilar var möjlig; att ett glatt experimenterande med färger, former och mönster, utan avseende på ålder, skulle vara lika accepterat som ett totalt ointresse för kläder som annat än praktiska föremål.

¹ Ett undantag här är de bästsäljande *Handbok för glada gubbar* (Ahlander 2012) och *Tänkebok för glada gubbar* (Ahlander 2014) som ger råd om attityd och livsinställning till män, och i viss grad också nämner omsorg om det yttre, som då författaren förespråkar att anstränga sig kring klädsel för att se glad, pigg och fräsch ut.

² Gubbtanten används också som tantstereotyp av Elin Ek i boken *Supertanten* (2011).

³ Se vidare Crane (2000); Jacobson (1993; 2009 framförallt i relation till kläders färgskala). Jag hoppas kunna skriva mer om byxan i kommande artiklar: främst utifrån hur mina informanter berättade om plagget. De äldsta kom ihåg att det upplevdes som omvälvande då kvinnor började använda byxor på sina arbetsplatser, och flera av dem kände sig fortfarande mer bekväma i kjol eller klänning, även om de uppmuntrades av personalen på äldreboendet att använda byxor vilket personalen såg som mer praktiskt (se även Lövgren 2015).

KÄLLOR OCH LITTERATUR

- af Sandeberg, Jane (2015). Modeproffs driver nätmagasin för vuxna. *Svenska dagbladet*. 2015-01-03.
- Ahlander, Dag Sebastian (2012). *Handbok för glada gubbar: 109 goda råd för att nå livets höjdpunkt*. Stockholm: Bonnier fakta.
- Ahlander, Dag Sebastian (2014). *Tänkebok för glada gubbar: 109 trösterika tankar för den fortsatta färden*. Stockholm: Bonnier Fakta.
- Andersson, Åsa (2010). Konsten att åldras med värdighet: om samtida och historiska åldrandeideal. Ambjörnsson, Fanny & Jönsson, Maria (red.) *Livslinjer: berättelser om ålder, genus och sexualitet*. Göteborg: Makadam. s. 93-122.
- Beauvoir, Simone de (1976). *Ålderdomen*. Stockholm: AWE/Geber.
- Björk, Nina (1996). *Under det rosa täcket: om kvinnlighetens vara och feministiska strategier*. Stockholm: Wahlström & Widstrand
- Björk, Nina (1999). *Sireners sång: tankar kring modernitet och kön*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Black, Paula (2006) Discipline and pleasure: the uneasy relationship between feminism and the beauty industry. Hollows, Joanne & Moseley, Rachel (red.) *Feminism in popular culture*. Oxford: Berg. s. 143-159.
- Bordo, Susan (2004). *Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body*. Berkeley, California: University of California Press.
- Clarke, Alison & Miller, Daniel (2002). *Fashion and Anxiety. Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, Volume 6, Number 2, May 2002. s. 191-213.
- Craik, Jennifer (2009). *Fashion: the key concepts*. Oxford: Berg.
- Crane, Diana (2000). *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cruikshank, Margaret (2003). *Learning to be old: gender, culture, and aging*. Lanham, Md: Rowman & Littlefield Publishers.
- Danius, Sara (2012) Camilla Thulin: "Stil med Thulin". *Dagens nyheter*, 2012-03-08.
- Ek, Elin (2011). *Supertanten: för dig som redan är en och för dig som vill bli : sylt, småkakor, syjuntor och civilkurage*. Stockholm: Bonnier fakta.
- Fineman, Stephen (2011). *Organizing age*. Oxford: Oxford University Press.
- Fredriksson, Cecilia (2012). *Mode*. Malmö: Liber.
- Goffman, Erving (1979). *Gender advertisements*. London: Macmillan.
- Gokväll. Tv-programmet Gokväll, SVT.
- Gokväll. Tv-programmet Gokväll, SVT. Hemsida. <http://www.svt.se/gokvall/gor-om-mig/> [elektroniskt tillgänglig. Nedladdad: 2013-05-28; 2014-11-19; 2015-03-04]
- Grove-White, Annie (2001) 'No rules, only choices? Repositioning the self within the fashion system in relation to expertise and meaning: a case study of colour and image consultancy', *Journal of Material Culture*, 6, 193-211.
- Jacobson, Maja (1993). Att klä sig – smak stil och symbolik. I Ehn, Billy & Arvidsson, Alf (red.) *Kultur och erfarenhet: aktuella teman i svensk etnologi*. Stockholm: Carlsson. s. 95-122.
- Jacobson, Maja (1994). *Kläder som språk och handling: om unga kvinnors användning av klädseln som kommunikations- och identitetsskapande medel*. Stockholms: Carlssons bokförlag.
- Jacobson, Maja (1998). *Gör kläderna mannen?: om maskulinitet och femininitet i unga mäns bruk av kläder, smycken och dofter*. Stockholm: Carlsson.
- Jacobson, Maja (2009). *Färgen gör människan: om färg, kläder och identitet från antiken till våra dagar*. Stockholm: Carlsson.
- Johansson, Thomas (2006). *Makeovermani: om Dr Phil, plastikkirurgi och illusionen om det perfekta jaget*. Stockholm: Natur och kultur.
- Kaiser, Susan B. (2012). *Fashion and cultural studies*. London: Berg.
- Klepp, Grimstad Ingun (2011) Slimming lines. *Fashion theory* 15 (4). s. 451-480
- Knuts, Eva (ua). Personal shoppers, en guide vid övergångar i livet. I kommande antologi om kläder och livsförlopp.
- Koskinen-Koivisto, Eerika & Marander-Eklund, Lena (2014). Den rödvitprickiga klänningen. Bruket av berättelsen om 1950-talet i en politisk familjekampanj. Ek-Nilsson, Katarina & Meurling, Birgitta (red.) *Talande ting: berättelser om materialitet*. Uppsala: Institutet för språk och folkminnen, Dialekt- och folkminnesarkivet i Uppsala.
- Lantz, Jenny (2013). *Trendmakarna: bakom kulisserna på den globala modeindustrin*. Stockholm: Atlas akademi.
- Lövgren, Karin (2009). "Se lika ung ut som du känner dig": kulturella föreställningar om ålder och åldrande i populärpress för kvinnor över 40. Linköping: Linköpings universitet.
- Lövgren, Karin (2012a) "Ååå tanter, ååå tanter". Tantrepresentationer och forskning. Liliequist, Marianne & Lövgren, Karin (red.) *Tanten, vem är hon?: en (t) antologi*. Umeå: Borea. s.23-60.
- Lövgren, Karin (2012b) Tanten som symbol. Åldrande och kvinnlighet. Liliequist, Marianne & Lövgren, Karin (red.) *Tanten, vem är hon?: en (t)antologi*. Umeå: Borea. s. 139-164.
- Lövgren, Karin (2012c) Grey is gorgeous: On Dove's campaign for real beauty targeting older consumers. I *New perspectives on consumer culture theory and research*. Sedláková, Renáta & Zahrádka, Pavel (red). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing. s. 146-163.

- Lövgren, Karin (2014) 'Fun' as a resource in old women's deliberations about style and dress. I Söderberg, Eva & Nyhlén, Sara (eds). *Walking beside: Challenging the role of emotions in normalization*, Sundsvall: Mid Sweden University. s. 156-175.
- Lövgren, Karin (2015). Squirrels and nostalgia – about wardrobe collections of older women. I Culture, identity and ageing. Umeå: Umeå universitet.
- Lövgren, Karin (ua1) Att göra ålder och kvinnlighet i bloggofären. I *Flicka, tjej, kvinna, tant. Om ålder och genus i berättelser*. Lund: Nordic academic press.
- Lövgren, Karin (ua2) Klä dig vuxet. I kommande antologi om kläder och livsförlopp.
- Min sanning med Amelia Adamo*. Tv program. Sveriges television. Sändt: 2015-02-10
- Nätmagasinet *Oss Granntanter emellan* [elektroniskt tillgänglig <http://www.granntanter.se/>]
- Persson, Therése (2010). *Kvinnlig för sin ålder: en intervjustudie om ålder, kropp och femininitet*. Linköping: Linköpings universitet.
- Roberts, Martin (2007) The fashion police. Governing the self in what not to wear. Tasker, Yvonne & Negra, Diane (red.) *Interrogating postfeminism: gender and the politics of popular culture*. Durham: Duke University Press, s. 227-248.
- Russo, Mary (1999) Aging and the scandal of anachronism. Woodward, Kathleen M. (1999) (red.). *Figuring age: women, bodies, generations*. Bloomington, Indiana.: Indiana University Press. s. 20-33.
- Salomonsson, Karin (2011). "Svårt att hitta stilen?" De personliga shoppingrådgivarnas roll i konsumtionskulturen. *Kulturella perspektiv*. 2011:2, s. 2-10.
- Salomonsson, Karin (2015). "Jag har som en talande spegel". Förtroendebyggande strategier i personliga tjänster. Andersson Cederholm, Erika & Sjöholm, Carina (red.) *Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar*. Lund: Institutionen för service management och tjänstvetenskap, Lund universitet. s. 13-24.
- Skegg, Beverley (2000). *Att bli respektabel: konstruktioner av klass och kön*. Göteborg: Daidalos
- Sontag, Susan (1972). The double standard of aging. *Saturday review*. 55(1972):39, s. 29-38.
- Tincknell, Estella (2011) Scourging the abject body: Ten years younger and fragmented femininity under neoliberalism. Gill, Rosalind & Scharff, Christina (red.) *New femininities: postfeminism, neoliberalism, and subjectivity*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan. S. 83-95.
- Thulin, Camilla (2012). *Stil med Thulin*. Stockholm: Bonnier fakta.
- Thulin, Camilla (2014). *Gör om mig: finn din stil med Camilla Thulin*. Stockholm: Bonnier fakta.
- Thulin, Camilla & Ericsson Wärn, Karina (2012) Tanter, gör som Maggie och sluta jaga den ungdom som flytt. *SvT debatt*. [länk, nerladdad 2012-10-14]
- Twigg, Julia (2013). *Fashion and age: dress, the body and later life*. London: Bloomsbury Academic.
- Woodward, Kathleen M. (1999) (red.). *Figuring age: women, bodies, generations*. Bloomington, Ind.: Indiana University Press.
- Woodward, Sophie (2007). *Why women wear what they wear*. New York: Berg
- Öberg, Peter (2002). Livslopp i förändring. Andersson, Lars (red). *Socialgerontologi*. Lund: Studentlitteratur. s. 44-64
- Intervjuer och fältanteckningar från forskningsprojektet: I garderoben: kvinnor, kläder och åldrande.

SUMMARY

Re-make me: Mediated style advice for middle aged and older women

In the media there are several versions of the make-over format or genre: TV-programs, guide books, features in magazines. In these, women are given advice on how to change their style and appearance. Experts guide women on how to up-date themselves, and come across as an improved version of the self. The format has often been interpreted as disciplining women through a humiliating form of public beauty work.

In this article, I examine different examples of the genre: The two foremost books giving advice to women on looks

and dress, and a feature in a weekly televised show in Sweden. I analyze the advice given to the older woman precisely in terms of her age and gender. Gender, and doing and displaying a normative form of femininity, are central to the format, as is age. The format's popularity and the allure of the genre are discussed by also referring to interviews with women in the ages of 62-94 years old, on their choice of dress. The purpose of this exploration is to examine cultural meaning in the making of ageing and gender.

Different age stereotypes are referred to in the genre to communicate cautionary examples of how not to dress: too girly, too youthful, too matronly or too manly. To behave age app-

ropriately comes across as fundamental, even when pushing the boundaries of what can be considered normative.

Is this genre disciplining and conservative or, can it also be understood as emancipating when including the older woman? A life course freer from age scripts can be construed as liberating, but also as anxiety inducing –convincing women they need to seek style advice on how to dress age appropriately. The media genre provides the reader or viewer with examples to use when deliberating on their

appearances – what to avoid and what to aspire to. Transformation through the use of style is central.

In these mediated examples, the older woman is encouraged to keep displaying femininity through make-up, hairdos, and fashion. She is hailed as still beautiful and attractive, and encouraged to be proud of her age and to see herself as an adult, a grown up. Through style and continued beauty work the older woman can continue to make claims of empowerment and accountability.