

Budkavlen 2001

Om Budkavlen 2000 kunde betraktas som ett kvinnonummer, kan Budkavlen 2001 etiketteras som ett mansnummer. Samtliga artiklar berör mannen eller specifikt manliga sysselsättningar. Detta har varit en medveten strävan. I proseminariet i etnologi hösten 2000 var genderproblematiken aktuell och proseminaristerna valde bland ämnen som hade med könskonstruktion och könsidentitet att göra. Det faktum att tre uppsatsskrivare valde en manlig problematik har bidragit till att detta nummer har strukturerats uttryckligen som ett mansnummer. Ytterligare har vi bland skribenterna en i Budkavlen flitigt medverkande emeritusforskare, Christoffer H. Eriksson och en tämligen nybliven filosofie doktor, Sven-Erik Klinkman. De två får omgärda de kvinnliga skribenternas uppsatser.

Manlighet eller maskulinitet förknippas ofta med företagsamhet och strävan framåt. Christoffer Eriksson har förlagt sin studie till ett av de områden som i Finland i ett tidigt skede var platsen för omfattande företagsamhet, dvs. västra Nyland med dess järnbruk. Avsikten i hans artikel är att med nyttjande av historiska källor förklara produktionsprocessen på ett järnverk – men den går längre än så. Förutom en redogörelse för den exakta processen, fördjupar han synen på våra järnbruk genom att redogöra för den sociala organisation som gjorde järnhandlingen möjlig: den hierarkiska strukturen där var och en hade sin plats och arbetsuppgift och de nätverk av kontakter

som möjliggjorde finansieringen av de kapitalkrävande företagen.

Ett annat slag av företagsamhet är objekt för Heidi Schreiber. Hon har undersökt moderna orientaliska butiker i Budkavlens hemstad Åbo. Utgångspunkten är att invandrarföretagare har andra incitament för att starta företag i det land de kommer till än inhemska företagare. Med två olika företagare som exempel penetrerar hon företagarrollen och butikernas "karaktärsdrag" och finner en något "främmande värld" där andra köpvanor och sociala mönster råder. Den orientaliska butikens etnografiska blir också belagd av Schreiber. Det står klart att butiken är en manlig domän såtillvida att det är de manliga innehavarna som sätter sin prägel på butikerna, samtidigt som olika kunder närmar sig butiken med olika motiv, föreställningar och praktiker.

Syftet med Ann-Carlotte Palmgrens artikel är att belysa mansroller och ideal genom att analysera de nya manstidningar som började utkomma i Finland i mitten av 1990-talet. Frågan är vilket mansidealet i de nya manstidningarnas är: är det den nya "mera mjuka" mannen som porträtteras eller är dimensionerna för den maskulinitet som förs fram ändå de traditionella? Palmgren företar en analys av tidningarna Slitz och MG samt några studerandes tidningsvanor och uppfattningar av om mansidealen som presenteras. Även om den tänkta läsarkretsen skiljer sig för de två tidningarna är det ändå en relativt stereotyp man som träder fram

med nya 1990-talsdimensioner: Han är pryl- och kroppsfixerad, sportig och samtidigt distignerad och huslig i den mån det gäller läckra recept. Det är snarare den totala kulturen än mansidealet som genomgått förändringar, konstaterar Palmgren.

Den yttersta formen av "teknologisk sportighet" företräds i racertävlingarna Formel 1. Det gäller såväl själva sporten som uppslutningen kring TV när tävlingarna sänds ut via media. När Ann-Helen Sund tar sig an uppgiften att analysera F1 som ett senmodernt/modernt fenomen och hur den vanlige TV-tittaren upplever och beskriver sporten, är det också fråga om en maskulinitetsanalys. Sund tar upp det förslag som Jonas Frykman kommit med, nämligen att det i dagens osäkra läge vad beträffar maskulinitet ofta blir aktuellt att återropa myter. I Formel 1 blir det det vilda, primitiva och kroppsliga som ofta återropas samtidigt tämt inom ramen för vår tids ledstjärna, teknologin. De många och djupa infallsvinklar på Formel 1 som Sund för fram ger vid handen att denna populära sport har många mytiska ingredienser.

Ett annat slag av ett modernt manligt förhållningssätt till världen kommer fram i begreppet 'cool'. Sven-Erik Klinkmans analys av begreppets betydelser och dess roll vid framväxten av den rebelliska kul-

turen i femtiotalets USA exemplifieras av myten Elvis Presley. I skärningen mellan den vita avantgardekulturen och den svarta rytm & blues/jazzen, mellan den vita medelklassen och den vita underklasskulturen hanteras mållös rebelliskhet, sexualitet och vulgaritet av Elvis på ett målmedvetet och medvetet sätt. Klinkman framhåller den mask, den självsäkra, tuffa, avvaktande och blaserade och samtidigt inkapslade kraft som begreppet 'cool' innefattar. Analysen tar fasta på speciella drag inom populärkulturen, speciellt i USA, som har långt större bärkraft än vad populärkulturens alster vanligtvis tillskrivs.

De uttrycksformer som inlämnar maskuliniteten har i artiklarna ytterligare ett gemensamt drag. Liksom i Christoffer Erikssons fall är det i den moderna/senmoderna epoken omfattande ekonomiska och industriella intressen som griper in i betydelseproduktionen. Konstruktionen av manliga ideal är - liksom konstruktionen av kvinnliga - inte någon fristående självständig arena utan intimt sammankopplad med de samhällssystem inom vilka konstruktionen sker. Frågan är om avantgardekonsten och etnologin/folkloristiken ligger inom närliggande fält vad gäller avmystifieringen av förlegade gendersystem?