



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för naturresurser och  
jordbruksvetenskap

## Finns det ej någon tjej till mig?

– Kontaktannonser i tidningen Land 1979-2019

Where is my girl?

– Personal advertisements in the rural magazine Land 1979-2019

*Matilda Hedelin*



Kandidatarbete • 15 hp

Agronomprogrammet – landsbygdsutveckling

Institutionen för stad och land

Uppsala 2019

## **Finns det ej någon tjej till mig?**

- Kontaktannonser i tidningen Land 1979-2019

Where is my girl?

- Personal advertisements in the rural magazine Land 1979-2019

*Matilda Hedelin*

**Handledare:** Ylva Jonsson, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

**Biträdande handledare:** Yvonne Gunnarsdotter, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

**Examinator:** Kjell Hansen, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

**Omfattning:** 15 hp

**Nivå:** Grundnivå, G2E

**Kurstitel:** Självständigt arbete i landsbygdsutveckling

**Kurskod:** EX0888

**Kursansvarig institution:** Institutionen för stad och land

**Program/Utbildning:** Agronomprogrammet - landsbygdsutveckling

**Utgivningsort:** Uppsala

**Publiceringsår:** 2019

**Omslagsbild:** "Idealbilden", illustration av Matilda Hedelin

**Elektronisk publicering:** <https://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** Kontaktannonser, idealbilder, normer, tidningen Land, kärlek

**Sveriges lantbruksuniversitet**  
**Swedish University of Agricultural Sciences**

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap  
Institutionen för stad och land

## Sammanfattning

Jag har undersökt kärlekssökande på landsbygden genom att studera 605 kontaktannonser i tidningen Land. Studien omfattar perioden mellan 1979 till 2019 vilket har varit en tid av stora förändringar på landsbygden. Inte minst har lantbrukarna blivit färre. Tidningen Land är LRF:s medlemstidning men också en familjetidning som riktar sig till alla som bor och verkar på landsbygden. Det betyder att kontaktannonserna i tidningen innefattar både lantbrukaren och landsbygdsbon som kärlekssökare. Målet har varit att få en bild av vilka idealbilder och normer som blir framträdande om män, kvinnor och den heterosexuella relationen.

Materialinsamlingen och analysen har gjorts genom innehållsanalys, narrativanalys och den kontaktannonsanpassade metoden ego- och altarbeskrivning. Resultatet visar att män och kvinnor framställer varandra och sig själva genom idealbilder där ett genuskontrakt framträder. Genuskontraktet upprätthålls av annonsörernas uppfattning om genusroller som i kontaktannonserna visar sig genom idealbilder och normer kring vad som är manligt och kvinnligt. Bland annat önskar sig vissa kvinnor händiga män med ett intellektuellt sinne medan vissa män önskar sig kvinnor som rör sig i samma intressesfär som de själva.

Nyckelord: Kontaktannonser, idealbilder, normer, genus, kärlek, tidningen Land

## Abstract

In this essay I have been studying the love-seeking of people living in the rural areas of Sweden using 605 personal advertisements in the magazine Land. The study covers the period between 1979 and 2019, which has been a time of major changes in the rural Sweden. The weekly magazine Land is for members of LRF (the federation of Swedish Farmers) but also for people who work and live in the rural areas. This means that the personal advertisements in the magazine include both farmers and rural residents as love seekers.

Material collection and analysis have been done through content analysis, narrative analysis and also a method adjusted for studies about personal advertisements called ego and altar descriptions. Results shows that men and women have ideal images of each other in which gender roles emerges. It also appears that there is a gender contract that is maintained by the personal advertisements through recreation of ideal images and norms about what males and females are supposed to be like. Among other things, some women seem to want men with practical skills and an intellectual mind, and some men tend to want women who have the same interests as themselves.

Keywords: Personals, ideal image, norms, gender, love, the magazine Land

# Innehåll

1. Inledning	4
1.1 Syfte och frågeställning	5
1.2 Tidningen Land	6
1.3 Att analysera kontaktannonser	6
2. Tillvägagångssätt	9
2.1 Avgränsningar och hänsynstaganden	9
2.2 Metod för materialinsamling och analys	10
3. Begrepp	12
3.1 Landsbygdsstudier och genus	12
3.2 Genuskontrakt och normer	13
4. Mannen och kvinnan i annonserna	15
4.1 Grundläggande värderingar	15
4.2 Den manliga jakten och kvinnliga naturen	16
4.3 Kraven genom idealen	19
5. Kärleksrelationen i annonserna	24
5.1 Ensamheten	24
5.2 Tvåsamheten	27
5.3 Kärnfamiljen	29
6. Slutord	34
Källor och litteratur	36

# 1. Inledning

Jag har länge intresserat mig för människan och kärleken och har då och då tillsammans med vänner skrattat åt lustigt formulerade kontaktannonser i tidningen Land. Att skratta åt kärlekssökande är vi inte ensamma om, det finns en uppsjö av bland annat TV-program där kärlekssökandet är lika viktigt som underhållningen i sig. Som trogen följare av kärleksprogram har jag också observerat att landsbygdens gestaltning i media ofta görs genom just humor och kärlek. *Bonde söker fru* har varit ett av TV4:s största underhållningsprogram i över tio år, som jag har följt mer eller mindre under alla år. Där visas landsbygden upp från sin mest mediala sida, dels med vackra vyer och dels med bönder som längtar efter kärlek. Bonden visas upp som bärare av en traditionell inställning till kärleksrelationen. Kärnfamiljen framhålls genom att de flesta bönder och potentiella partners som medverkar drömmer om barn och evig kärlek. Det är ett heteronormativt idealbildsmys beläget i olika svenska landsbygder under sommarens vackraste dagar där kärlek och landsbygd kommer samman i bonderomantiken. För att återgå till de underhållande kontaktannonserna så finns det en vardag gestaltad även där. De flesta bönder i *Bonde söker fru* är kanske som andra svenska bönder också medlemmar i Lantbrukarnas riksförbund (LRF), vilket betyder att de också får LRF:s medlemstidning Land i brevlådan en gång i veckan. Tidningen Land har inte bara lantbrukarna som målgrupp, utan vänder sig till alla som bor och verkar på landsbygden (LRF media 2019).

I den här studien har jag därför valt att använda Lands kontaktannonser som material för att se om lantbrukarna finns representerade även där, men framförallt för att se hur mannen och kvinnan gestaltar sig själva och den heterosexuella kärleksrelationen med egna ord, utan att redigeras av media.

Stenbacka (2014) beskriver i SOU-texten *Män utanför städerna* hur filmserien *Jägarna* har varit omtalad i fråga om maskulinitet på glesbygd. Även Nordin (2007) lyfter att *Jägarna* varit kritiserad för att vara ett “Norrländ enligt Hollywood” (s 105). I *Jägarna* framhålls den urbana mannen som en kontrast till den så kallade “supermaskulina” rurala mannen. De som i stor skala gestaltas som dumma eller bakåtrövande är glesbygdsmännen. SVT:s humorserier *Leif och Billy* och *Uti bôgda* utspelar sig båda två på landsbygder i Norrland respektive Västergötland. Båda serierna framställer ensamma glesbygdsmän som ointellektuella och ociviliserade. Jag tolkar detta som ett urbant perspektiv på hur landsbygds människan görs till en humorkaraktär. Samtidigt hävdar flera av mina vänner och bekanta som bor på landsbygd eller i glesbygd att de tycker att serierna är underhållande. Kanske är det så att det finns en skillnad mellan den urbana och rurala mannen. Då bör det även finnas skillnader mellan den urbana och den rurala kvinnan. En undersökning av kärleksrelationens och idealens gestaltning genom kontaktannonser kan ge en tydligare bild av vad män och kvinnor vill ha ut av en relation och av varandra.

### 1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att beskriva hur män, kvinnor och den heterosexuella kärleksrelationen framställs i tidningen Lands kontaktannonser. Därför blir mina frågeställningar:

- Vilka förväntningar på, och beskrivningar av, den önskade partnern blir framträdande?
- Vilka förväntningar finns på kärleksrelationen?

## 1.2 Tidningen Land

Tidningen Land har varit Lantbrukarnas riksförbunds (LRF:s) medlemstidning sedan 1971. Före 1971 fanns det två olika tidningar - *Jordbrukets föreningsblad* och *RLF-tidningen*. Målet med den nya tidningen Land var att den skulle vända sig till en bredare läsekrets och till skillnad från föregångarna mer ses som en familjetidning. Familjetidningen kompletterades med affärstidningen *Land lantbruk* som vände sig till lantbrukaren och senare tillkom även *Land skogsbruk* som fokuserade på skogssektorn. Land blev en populär tidning för både den "vanliga" landsbygdsbon och de som kallades "gröna vågare", som enligt *LRF media* var ett begrepp som Lands chefredaktör myntade. Tidningen var ett sätt för LRF att nå ut till sina medlemmar men också en ren familjetidning som erbjöd recept, hantverkstips och artiklar. Tidningen riktade sig därför till både producenten och konsumenten vilket *RLF-tidningen* och *Jordbrukets föreningsblad* inte gjort. Land profilerar sig än idag som en tidning för de som lever och verkar på landsbygden. De senaste åren har även målbilden att få hela landet att växa blivit viktigare. Huvudkontoret och all redaktionell verksamhet finns idag i Stockholm. (LRF media 2019).

## 1.3 Att analysera kontaktannonser

Samhällets styrning påverkas inte endast av kunskap kring de ekologiska, ekonomiska och sociala systemen utan också av medvetna och omedvetna attityder och värderingar (Rönblom 2014). Från mitten av 1900-talet tills idag har det skett stora förändringar på landsbygden. Service har förlorats och landsbygden har efter jordbrukets omstrukturering och modernisering på 40- och 50-talet förändrats både i fråga om natur och folkmängd (Harrisson 2017). Det har resulterat i en maktobalans mellan stad och land då det urbana perspektivet



har präglat samhällets utveckling på flera plan, inte bara genom politiska mål, utan också genom media och sättet vi talar om staden och landsbygden (Rönblom 2014). I förhållande till landsbygden har staden varit den privilegierade under det senaste århundradet. Staden behöver ”den fula kusinen från landet för visa på sin förträfflighet” (ibid s 4). Rönblom menar då att landsbygden inte bara görs av tidigare föreställningar om vad landsbygd är utan också görs i relation till staden.

Kontaktannonser blir därför en väg in i vardagslivet landsbygden. Det är ett sätt att se hur landsbygdsbon som kärlekssökare ser på sig själv i en tid av förändring både på platsen där de bor och i en tid av förändring i relationen mellan män och kvinnor.

Enligt Habermas kan kunskap aldrig vara helt *ren* (Habermas 1987). Den färgas ständigt av omständigheter som råder. Däremot är det möjligt att uppnå en större kunskap genom att försöka förstå en företeelse, vilket leder mig in i den hermeneutiska tolkningsläran (Svensson och Teorell 2016). I detta fall handlar tolkningen om en djupare förståelse för människors förväntningar i sitt kärlekssökande genom kontaktannonser. Kontaktannonser har en förmåga att sätta fingret på samtida ideal genom att vara korta men kärnfulla. Jag får en chans att se hur män och kvinnor väljer att sammanfatta sig själva och sina förväntningar med egna ord. Englund (2018) har gjort en gedigen studie av 5000 kontaktannonser i Dagens Nyheter mellan åren 1890-1980. Hennes slutsats blev att könsideal framträder och förändras över tid och hon hävdar att den typen av material är en bra källa för information om vardagens människor. Jag har valt att ta vid där Englund slutade men istället undersöka 605 kontaktannonser i tidningen Land för att beskriva de normer och idealbilder som blir framträdande i en tidning med landsbygdsbon som målgrupp. Kontaktannonser är även intressant då bland andra jag och

mina vänner och bekanta talar om kontaktannonsens underhållningsvärde snarare än kontaktannonsens kärleksvärde. Kanske ligger underhållningsvärdet i att förväntningar och krav på män och kvinnor blir mer uppenbara än vanligt när de ska sammanfattas till några få rader. Kontaktannonsörens kärlekslängtan sammanfattas helt enkelt till de attribut och förväntningar som får plats. Olika saker spelar in i hur en kontaktannons är utformad, exempelvis får annonsören en viss mängd rader till ett fast pris. I tidningen Land 1999 kostade en annons exempelvis 410 kronor inklusive svarsförmedling, priset ökade då med 75 kronor per extrarad, vilket är anledningen till att de flesta kontaktannonser i tidningen då som nu är korta. Annonsören får också vara anonym och använder en pseudonym som exempelvis ”vi i vår” eller ”skaraborgare” istället för sitt riktiga namn. Ofta består kontaktannonserna av en kort beskrivning av annonsörens personliga egenskaper och intressen. Därefter följer en ungefär lika kort beskrivning av den potentiella partnern och vad som förväntas av en relation.

## 2. Tillvägagångssätt

### 2.1 Avgränsningar och hänsynstaganden

Mitt analysmaterial är 605 kontaktannonser från tidningen Land. 342 av annonserna är skrivna av män och 263 av kvinnor. Annonserna är fördelade på 20 tidningar mellan åren 1979-2019. Nedslag har gjorts vart tionde år och de annonser jag läst är från tidningsnummer 11, 12, 13 och 14 varje år. För det första har jag fokuserat på de normer som framträder gällande mannen, kvinnan och den heterosexuella kärleksrelationen och även på idealbilden av mannen, kvinnan och den heterosexuella kärleksrelationen. För det andra har jag valt att utelämna de kontaktannonser som söker annat än en heterosexuell kärleksrelation, exempelvis de som söker vänner, arbetskraft eller kvinnor som söker kvinnor och män som söker män. Detta gör jag med hänsyn till uppsatsens omfattning men också på grund av att majoriteten av annonserna är män som söker kvinnor eller kvinnor som söker män. Jag har även tagit hänsyn till att kontaktannonserna har förändrats i och med den nätbaserade dejtingens intågande under det senaste årtiondet. Bland annat har medelåldern i kontaktannonserna höjts och det har blivit färre annonsörer. Från år 2009 till år 2019 sjönk annonsantalet från 199 annonser i fyra tidningar, till 36

annonser i lika många tidningar. Medelåldern har under åren gått upp, vilket också medför att idealbilder och normer som framträder präglas av en högre medelålder på 2000-talet än tidigare.

Tabell 1. Antalet annonsörer år för år och den uträknade medelåldern

Årtal	1979	1989	1999	2009	2019
Medelålder: Män	41 år	43 år	48 år	54 år	56 år
Medelålder: Kvinnor	38 år	50 år	51 år	60 år	57 år
Totalt antal manliga annonser	103 st	93 st	30 st	98 st	18 st
Totalt antal kvinnliga annonser	62 st	62 st	20 st	101 st	18 st

(Matilda Hedelin 2019).

## 2.2 Metod för materialinsamling och analys

Jag har under min materialinsamling framförallt tillämpat innehållsanalys och narrativanalys. Men jag har också tillämpat *ego- och altarbeskrivningar* som är en metod framarbetad av Englund (2018). Metoden utgår från att kontaktannonser innehåller en finnes-del och en sökes-del. Altarbeskrivningen är alltså beskrivningen av den som söks och egobeskrivningen är beskrivningen av annonsören själv. Jag har utgått från sökesdelen och finnes-delen i annonserna och delat in de ord som där förekommer i sex kategorier. De kategorier jag har använt mig av är: Personliga egenskaper, intressen, materiella attribut, förslag på aktiviteter, yrke/situation och kroppsliga egenskaper. Kategoriseringen har skett genom *innehållsanalys* där målet har varit att hitta samband mellan ord och kategori. Innehållsanalys beskrivs av Bergström och Boréus (2014) som ett sätt att räkna förekomsten av vissa ord och meningar i texter. Det betyder att

delar av min metod har varit inspirerad av kvantitativ metod. En kvantitativ studies syfte är att hitta samband i breda analysenheter där exempelvis tabeller, statistik och enkäter är behjälpliga verktyg (Svensson och Teorell 2016). Det betyder inte att innehållsanalysen är en renodlad kvantitativ metod, den är även kvalitativ. Kombinationen av de olika metoderna har gett mig fler analytiska möjligheter. Kvalitativ metod syftar till att skapa förståelse och tolkningsutrymme i materialet (ibid). Den kvalitativa innehållsanalysen har jag därför tillämpat genom reflektion och tolkning vilket har gjorts i samband med kategoriseringen av ord. Den kvantitativa kategoriseringen och den kvalitativa tolkningen har därför pågått samtidigt. Eftersom kontaktannonserna även gömmer små berättelser är det också relevant att tillämpa *narrativanalys*. ”Människor använder narrativet för att underhålla, för att lära ut och lära sig, för att be om en tolkning och ge en” (Bergström och Boréus 2014 s 224). Att skriva en kontaktannons är att sammanfatta sig själv till en kort berättelse där läsaren ska fångas genom några få meningar. Tolkningen av berättelsen är därför en viktig aspekt i en kontaktannonsstudie. Genom att förstå kontaktannonsens narrativ kan jag lättare förstå den jargong som finns i kontaktannonsspalten vilket leder till en djupare tolkning av de ideal och normer som framträder.

## 3. Begrepp

### 3.1 Landsbygdsstudier och genus

Målet med en genusstudie är att problematisera förhållandet mellan könen (Hirdman, 1988). Då jag kommer fokusera på *landsbygdens* kvinnor och män vill jag också belysa maktrelationen mellan stad och land i fråga om genusteori. Genusforskning i relation till landsbygd kan beskrivas så här:

” [...] staden intar en privilegierad position i relation till landsbygden, precis som män intar en privilegierad position i relation till kvinnor. Det betyder varken att stadsbor förtrycker landsbygdsbor eller att män medvetet förtrycker kvinnor, utan att vårt samhälle präglas av maktordningar som ger vissa effekter och där vissa positioner vidmakthålls på andras bekostnad, oavsett om det är medvetet eller inte” (Rönblom 2014 s 4-5).

Jag anser att reflektionen i citatet ovan är viktigt att bära med sig vid studier av landsbygds människan och genus. Det innebär nämligen att män och kvinnor på landsbygden inte endast befinner sig i maktrelationen mellan kvinnor och män utan också under en diskursiv makt där staden står i centrum och ses som det moderna och eftersträvansvärda. Detta urbana tolkningsföreträde kan påverka kärlekssökandet genom kontaktannonserna då förväntningar och krav präglas av den urbana normen. Kanske kan jag till och med prata om urbana eller rurala ego- och altarbeskrivningar där män och kvinnor påverkats olika mycket av deras plats och den urbana diskursen. Genusbegreppet kommer jag tillämpa med bakgrund i Hirdmans (1988) reflexioner kring genussystemet. Genus belyser, till skillnad från begreppet kön, skapandet av könsroller, identiteter och makt. Kön som begrepp har traditionellt inom kvinnoforskningen setts som knutet till det biologiska könet. Det vill säga, genus som begrepp väger in

kulturen och det sociala skapandet av könet, medan kön kan tolkas som ett smalare begrepp som kretsar mer kring biologi och sexualitet (ibid). Genussystemet visar på att kön och könsroller inte behöver vara konstant, därför föredrar jag att använda genus och genusroller för att lämna könets konstanta karaktär. Genus väger därmed också in processen av förändring över tid, det vill säga att genusrollerna har förändrats och kommer fortsätta att förändras (ibid).

Synonymerna till idealbild är bland annat drömbild, utopi och vision. Det beskriver vidden av ordet. Just släktskapet med ordet dröm är intressant eftersom idealet, likt en dröm, sällan stämmer överens med verkligheten. Människan använder sig av idealbilder i beskrivningar av det mesta. När vi tänker på ”det perfekta paret” så ser vi vissa kvalitéer i de personerna samtidigt som vi får en bild av hur en sådan relation ter sig i ”det perfekta parets verklighet”. På samma sätt uppstår idealbilder när vi tänker på en man och en kvinna. Englunds studie (2018) bekräftar förekomsten av idealbilder i kontaktannonser. Det finns vissa preferenser när det kommer till vad män och kvinnor på papper vill ha och även hur de ser på sig själva den heterosexuella kärleksrelationen.

### 3.2 Genuskontrakt och normer

För att maktutövning eller socialt utbyte ska fungera krävs det att människor förhåller sig till vissa normer. Genom normer skapar människor samförstånd kring den delade verkligheten (Engdahl och Larsson 2011). Kärlekssökande genom kontaktannonser handlar om både makt och utbyte då män och kvinnor positionerar sig mot varandra. Genuskontraktet är skapat genom ett samförstånd, en överenskommelse. Hirdman (1998) beskriver genuskontraktet som ett kontrakt där samtiden och samhället präglar vad män och kvinnor kommit överens

om. Det ska dock förtydligas att det inte handlar om en jämlik överenskommelse utan snarare ett samförstånd kring att män och kvinnor bör skiljas åt och ha olika uppgifter och syften, vilket gör att maktrelationen är viktig att ta hänsyn till (ibid). Genuskontraktet är uppbyggt på genusnormer, av vilket kontraktet sedan upprätthålls men också förändras med tiden. Det genuskontrakt vi har idag skiljer sig exempelvis från det vi hade för bara tjugo år sedan. Män och kvinnor har formats över tid. Blumer (1998) beskriver socialt samspel som en formativ process, i detta fall formar män och kvinnor ständigt varandra. Blumer menar att det inte är sociala processer som upprätthåller och skapar regler utan snarare tvärt om. Jag tolkar detta som att normer skapas och reproduceras genom att män och kvinnor kommer överens om att använda samma tolkningar av språket och därmed också verkligheten. Den överenskommelsen formar sedan reglerna för hur de ska vara och inte vara. Både män och kvinnor skriver därmed under genuskontraktet då båda könen hjälper till att forma varandra, om än på ojämlika villkor.



## 4. Mannen och kvinnan i annonserna

### 4.1 Grundläggande värderingar

Det är svårt att generalisera männen och kvinnorna i kontaktannonserna till "alla män" eller "alla kvinnor". Det är en relativt stor variation på ord och uttryck för vad som söks och vad som erbjuds. Det finns ord som är vanligt förekommande i både mäns och kvinnors annonser vilket tyder på att de delar samma idealbild om vad som är önskvärda egenskaper hos en potentiell partner. Generellt önskar sig både män och kvinnor en partner som exempelvis är "snäll" som förekommer 110 gånger, "ärlig" som förekommer 171 gånger och "glad" som förekommer 118 gånger. Det här visar på hur genuskontraktet mellan män och kvinnor också innehåller grundläggande värderingar. Vad som anses vara goda kvalitéer hos en människa behöver inte vara manligt eller kvinnligt kodat, de övergripande egenskaperna såsom snäll eller glad ses som goda egenskaper oavsett könstillhörighet. Däremot förekommer det bara en gång under de fyrtio åren studien

ramar in att en man söker en händig kvinna likaså att en kvinna söker en huslig man. Tretton kvinnor vill genom åren gärna ha en händig man, medan cirka fem män 1979 sökte kvinnor som var husliga eller som ”uppskattar att sköta hemmet”. Därför kan tolkningen göras att ”händig” och ”huslig” har en genusdimension, det vill säga att kvinnan och mannen har tilldelats de egenskaper som passar in i deras genusroll. Genusrollerna skapas relationellt vilket betyder att de påverkas av tidigare föreställningar om manligt och kvinnligt (Hirdman, 1988). Detta gör att idealbilden av hur en man eller en kvinna bör vara tenderar att förändras långsamt jämte samhällsförändringar. I kontaktannonserna kan just det kvinnligt kodade ordet ”huslig” vara ett exempel på hur samhället har förändrats. År 1979 förekom det att männen i annonserna sökte ”husliga” kvinnor eller ”sällskap och hushållerska”. Under resterande år som studien omfattar fanns varken huslig eller hushållerska representerat i annonserna skrivna av män, däremot ville kvinnor under hela perioden ha händiga män. Det visar på att något har förändrats i idealbilden av kvinnan. En idealkvinna hade under en stor del av 1900-talet hemmet som sin plats. Som Flygare (2007 s 146) beskriver så har familjelivet varit ett ”kvinnligt projekt” vilket innebär att kvinnans roll i huvudsak handlade om vård av barn och hem. Det idealet har ifrågasatts av kvinnorörelsen som lyckats få igenom reformer för politiska och sociala förändringar. Kvinnan har därför idag större möjligheter att bryta sig loss från gamla ideal. Detta visar på att normer och attityder har förändrats vilket även har skapat förändring i genusrollerna.

#### 4.2 Den manliga jakten och kvinnliga naturen

Männen söker ofta likasinnade kvinnor och de får gärna vara mammor och flyttbara. Mannen tenderar också att i större utsträckning än kvinnan vara knuten till sin plats genom sitt

intresse, arv eller yrkesval. Gunnarsdotter (2005) beskriver jakten som en manlig företeelse som lärs ut till framförallt söner. Det går därför att tänka att landsbygden som plats erbjuder många ”manliga intressen” såsom skog, jakt, maskiner och lantbruk. I kontaktannonserna visar sig detta genom att många män uttrycker sina intressen som en livsstil oftare än kvinnorna. Jag tolkar detta som att männen har en större benägenhet att anse att deras intressen är viktiga.

”[...] skulle han någonsin få tag på en kvinna som liksom han själv uppskattade naturupplevelser skulle det nog vara bättre att satsa på en sörlänning för de tyckte det var exotiskt och spännande, till skillnad från ortens kvinnor som han trodde sig veta inte alls var så begeistrade” (Nordin 2007 s 97).

Mannen som omskrivs i citatet ovan tycks påstå att kvinnorna i närområdet inte är tillräckligt intresserade av naturen och de är därför inte heller intressanta för honom. Trots detta verkar kontakansörsörerna i tidningen Land vara överens om att just djur och natur är viktiga intressen. Naturen är nämligen ett av de största intressena som manliga och kvinnliga kontakansörsörer har gemensamt. Kvinnor och män uttrycker sig olika angående deras intresse för naturen. Kvinnan nämner det som ett av flera intressen medan männen tenderar att ha en livsstil som är präglad av deras intressen. Friluftsliv är enligt idealet som framträder ett kvinnligt intresse. Tre kvinnor var 2009 intresserade av friluftsliv, likaså fyra kvinnor 1989. Endast en man under de två åren anger friluftsliv som eget intresse, två andra män söker en kvinna som är intresserad av friluftsliv. En av männen säger sig ha tillgång till naturen genom sin livsstil som ”40-årig fiskare, djurvän och jägare” och han anser sig därför kunna ta emot en kvinna med friluftsintrasse. Den 40-åriga fiskaren är en av flera män som beskriver sitt band till naturen genom jakt eller lantbruk, 1979

var sju män intresserade av jakt, 1999 annonserade en kvinna att det i hennes område fanns möjlighet till jakt om någon skulle vara intresserad och 2019 angav två män jakt som intresse. Nedan följer två annonser där företeelsen att önska en kvinna med samma jaktintresse som de själva finns representerade:

”Söker en glad sportig kvinna med jakt- och hundintresse. Jag har jakt för dig i norr. Bor på landet. Svar till: Kronjägaren” (Land nummer 12 2009).

”Du skog- och jaktintresserade tjej 35-50 år, som även gillar allt annat på landet. Hör av dig till en lång och smal kille på 50 år utan barn, med egen skog och jaktmark och många olika intressen. Svar till: Finns på gränsen mellan Småland och Blekinge” (Land nummer 11 2009).

Signaturen ”Kronjägaren” och ”Finns på gränsen mellan Småland och Blekinge” är bara två av flera annonser som uttrycker sig på liknande sätt. Mannens intresse tenderar att bli en livsstil till skillnad från de kontaktannonserande kvinnorna som endast anger sina intressen som just intressen eller som annonsen här nedan där intressen som utflykter och resor går samman med sunda livsvanor:

”Kvinna 50 år, ståtlig, glad, kärleksfull, trogen, jordnära med sunda livsvanor. Gillar musik, djur, blommor, utflykter, resor. Söker dito lång, rökfri, kommunikativ, trygg generös, seriös, bilburen man med hus o trädgård i vacker miljö för lycklig relation. Fotosvar, telefon o adress till 8239” (Land nummer 12 2019).

En ”vacker miljö” kan jägarna säkerligen erbjuda. För männen är lantbruk och jakt de tydligaste livsstilarna, vilket också är livsstilar som förhåller sig till plasten man bor och verkar på.

Mannens identitet verkar vara djupt rotad i den plats han skriver kontaktannonsern från. Det kan delvis förklara fenomenet att kvinnan ofta önskas vara flyttbar och att kvinnan lika ofta säger sig vara flyttbar. Gunnarsdotter (2005) berättar om hur männen identifierar sig med jakt genom sina manliga släktingar, det handlar då om generationer av stolthet. Introduktionen till jakten ses enligt Gunnarsdotter som en övergångsrit från att vara pojke till att bli man vilket gör att jakten kan ses som något mer än ett intresse, det blir också en identitetsbärare. Just inom jakten blir det idag allt vanligare att döttrar utvecklar ett jaktintresse genom deras fäder (Jonsson 2014). Detta kan jämföras med Kvande och Rasmussens (1993) studie om kvinnliga civilingenjörer, där de visar på att allt fler kvinnor tar sig in i manliga branscher genom sina fäder. I en intervju berättar en kvinna i ett jaktlag i närheten av Kisa att det är vanligt att kvinnor börjar jaga via sina män (Widell 2014). Det i kan i samband med Jonssons (2014) resonemang om kvinnors jaktintresse som nedärvt av män tolkas som att jaktintresset framförallt går via männen i familjen. Antingen genom fadern, pojkvännen eller maken. Även om kvinnorna är underrepresenterade inom jakten så innebär det ändå att kvinnliga jägare finns. Att kvinnor jagar förekommer idag, till skillnad från förr. Det gör att de män som i kontaktannonserna söker någon som delar deras jaktintresse har en möjlighet, om än en liten, att hitta sin drömkärlek.

### 4.3 Kraven genom idealen

”Kysst några grodor så var finns min prins? Jag 41, snäll, glad o ärlig, har barn. Du 40-48, snäll, härdig, ärlig o glad, va mer? Skriv o berätta, endast seriösa svar med foto. Ps Du ska gilla att kramas! Svar till: Hoppas du finns” (Land nummer 13 2009).

”Hej! jag är en man på 50 år som söker en tjej eller kvinna mellan 44-55 år. Mina intressen är skog o mark, jakt, mysiga

hemmakvällar, dans någon gång, resor mm. Ps är rökfri. Jag har inga barn. Ps är måttlig med alkohol. Hoppas du bor i Jönköpings län. Pga ej flyttbar. Svar till: Längtar efter kärlek” (Land nummer 14 2019).

Att få en dansant man runt 50 år är för många kontaktannonserande kvinnor en dröm. De söker ofta humoristiska män som är snälla och rökfria. Trots att ingen kontaktannons är den andra lik så bekräftar de många ego- och altarbekrivningar det motsatta könets. Det finns en viss skillnad i hur män och kvinnor utformar sin kontaktannons. Kvinnorna har genom alla år fler altarbekrivande ord än männen medan männen har fler egobekrivande ord än kvinnorna. Det kan vara ännu ett tecken på maktrelationen mellan könen. Att männen tenderar att skriva mer om sig själva än om sin tänkta partner kan indikera att de anser sina intressen vara viktigare att framhålla än det de söker i en partner. Kvinnans utförligare altarbekrivning kan tyda på att de ställer mer krav på hur mannen ska vara och se ut. I tidningen Land nummer elva 1999 finns en kolumn där psykoterapeuten Margareta Nordeman svarar på frågor om att “leva tillsammans”. Signaturen ”Maja” hade där skickat in en reflektion på temat kontaktannonser som Nordeman svarade på. Här följer delar av Majas brev:

” [...] Kära du! Med villa, bil, båt och hus på landet - eller var det vid havet? Du som har så många spännande intressen, hur ska du ha tid med mig? Men eftersom du ser bra ut enligt andra är du kanske inte som jag är: Representativ och flyttbar kvinna. [...] nej det är inte jag. [...] Jag vill ha en karl, en hel, på riktigt. Inte en Romeo och inte en Oidipus, utan en Anders, en Lasse eller kanske en Gunnar. Någon som är någorlunda läs- och skrivkunnig. Någon som kan tillbringa mer än två timmar i sträck i en teatersalong eller på ett museum. Som står ut ensam i mitt sällskap. Som är humanist i tanke och handling. Som inte är

extremt ohändig. Som kan diskutera utan att behöva bevisa ett eller annat. Som kan lyssna och dela med sig” (Land nummer 11 1999).

Nordeman svarar Maja genom att berätta om den utbredda ofrivilliga ensamheten som finns både i stad och land. Hon säger också att det är viktigt att skriva en realistisk kontaktannons och hävdar att “kontaktannonser är ett lika bra sätt som något annat att träffa en livspartner”. Trots detta har Maja uttryckt ett missnöje med hur vissa kontaktannonser formuleras. Reflektionen gör upp med vissa idealbilder som projiceras genom kontaktannonser. Dels verkar signaturen Maja vilja bli accepterad för den kvinna hon är och dels verkar hon vilja ge männen ett exempel på hur det kan se ut i verkligheten”. Idealbilden hon gör upp med är bland annat den om kvinnan som ”representativ”. Att vara representativ i en kärleksrelation kan betyda att mannen vill kunna visa upp sin kvinna, vilket i sin tur kan signalera att kvinnan i det fallet skulle vara mannens ägodel. Maja menar också att han inte verkar speciellt intresserad av en kärleksrelation egentligen då han verkar ha så många spännande intressen som tar upp hans tid. Trots Majas ilska på idealbilden som målas upp är hennes altarbild också färgad av idealbilder och genusnormer. Till exempel så vill inte Maja ha en ”en extremt ohändig man” och framförallt vill hon ha ”en riktig karl”. Där gömmer sig idealbilder som också manliga kärlekssökare kan ha svårt att leva upp till. Synonymt med en riktig karl kan vara ”en speciellt manlig man”. Kanske ska han vara trygg, rejäl, händig och omtänksam så som många av de annonserande kvinnorna vill ha sina män. Stenbackas (2014) beskrivning av den urbana mannen som eftersträvansvärd stämmer överens med Majas beskrivning av vad hon önskar i en man. Majas ”riktiga karl” ska vara både händig och lyssnande, han ska vara intresserad av kultur och kunna föra ett jämlikt samtal. Den urbana mannen

anses besitta dessa färdigheter i större utsträckning än den rurala mannen (ibid). Idealbilden som Maja har av en man kan vara präglad av den urbana normen. Att stoltsera med materiella ting som hus och båt går enligt signaturen Majas reflektion inte upp mot en man som kan exempelvis snickra och föra goda samtal. Det kan tyckas att den rurala mannen bör vara att föredra om det ska snickras, men det är viktigt att komma ihåg att ruralt och urbant inte alltid handlar om den rurala och urbana platsen utan snarare om en inställning till hur något bör vara i förhållande till normer och ideal. Män på landsbygden förknippas oftare än män i städer med att vara exempelvis macho eller ha kroppslig styrka. Män i städer förknippas oftare med verbal förmåga och ses i större utsträckning som en kulturell aktör. Den urbana och rurala mannen är därmed satta i en hierarki där den urbana mannen har ett socialt, kulturellt och politiskt övertag (ibid). Maja provoceras av, men förmedlar också, krav. Dessa krav är snarare en uppfattning om hur någon eller något ska vara. Det handlar därför om idealbilder. Jag har upptäckt att det finns ett glapp mellan idealbilderna i kontaktannonserna. Det signaturen Maja tycker är fel att önska av en kvinna återkommer många gånger i annonser skrivna av män, men också i kvinnors egobeskrivningar. Och det Maja önskar av en man står inte alltid i relation till vad männen erbjuder i sina annonser. Idealbilderna verkar finnas på en skala mellan vad som önskas och vad som finns. Samtidigt finns det också en skala där idealbilden rör sig mellan kvinnlig eller manlig påverkan. Stenbacka (2014) beskriver den rurala mannens framställning gentemot den urbana mannen, där den rurala mannen anses vara ojämnställd och i behov av hjälp. Här nedan följer två annonser där den övre kan tolkas som en kvinna som söker efter den urbana mannen och den andra verkar inte ha så tydliga krav på sin tänkta partner vilket kan indikera på att mannens urbana förmågor inte för henne är av största vikt:



”DU MAN intellekt, självständig med krav på tillvaron o gärna intresse för hälso-miljö o framtidsfrågor sökes av känslösam tjej/kvinna med vuxna barn i Västerbottens kustland. Svar till Sjuksköterska 44 år” (Land nummer 11 1989).

”Seriös kille sökes. Mina intressen är djur och natur. Jag har barn så du måste vara barnkär. Jag älskar livet på landet och det är bra om du oxå gör det. Bild ett + inget tvång. Längtar efter dig. Svar till: 30-årig tjej” (Land nummer 11 2009).

I fråga om de olika genusrollerna män och kvinnor placeras i kan man prata om Hirdmans (1988) beskrivning av isärhållandet som en aspekt i skapandet av mannen och kvinnan. Genom att de två skiljs åt som två olika typer av människor legitimeras deras genusroller, trots att det innebär att mannen har makten i den rådande rollfördelningen. Anledningen till att vi delar upp människan i olika sorter menar Hirdman beror på att det hjälper oss att orientera oss i världen. Människan förhåller sig till världen genom samförstånd kring hur något bör vara, Blumer (1998) resonerar om hur normer skapas genom människans samförstånd, vilket då innebär att genussystemet upprätthålls av genusroller och genusnormer som män och kvinnor, om än motvilligt på sina håll, hjälper till att upprätthålla. Detta beskriver både de genusroller som kvinnor och män har men det beskriver också relationen mellan den urbana och rurala mannen.

## 5. Kärleksrelationen i annonserna

### 5.1 Ensamheten

Idealen formar ett genuskontrakt där förutsättningen för en tänkt kärleksrelation ligger i förmågan att kunna vara manlig eller kvinnlig i förhållande till varandra. Kontraktet berättar att det finns en bestämd idé hur män och kvinnor ska föra sig och se ut, trots att verkligheten oftast inte stämmer överens med idealbilden. I kontaktannonserna återupprepas normer som i sig återskapar genuskontraktet. Mannen skapar kvinnan och kvinnan skapar sig själv genom mannen och kvinnan. Kvinnan skapar mannen och mannen skapar sig själv genom kvinnan och mannen. Det vill säga relationen mellan mannen och kvinnan är inte fullt så enkel som att säga att de är varandras motsatser, de skapas inte endast i förhållande till varandra. Idealbilden formas genom uppfattningen om hur man som kvinna eller man bör vara och vilka egenskaper man bör besitta. Det är möjligt att utifrån kontaktannonserna påstå att mannens och kvinnans mål är att finnas för varandra. Det finns inget tydligt uttalat om att deras egenskaper ska komplettera

varandra, de ska snarare utrota ensamheten och tillsammans skapa en meningsfull relation.

Jag har, under min uppväxt på en landsbygdsort i Värmland, hört angående ensamma män uttryck som "det vore allt bättre om han fick tag på någon" eller "bara han får en flickvän så lugnar han ner sig". De man talar om är männen, det handlar då oftast om ensamma yngre män. Om de ensamma äldre männen går ordalagen mer åt "har det inte blivit något än så blir det nog aldrig något" eller så finns det en bakgrundshistoria kring den äldre mannens ensamhet som de flesta i bygden känner till. Min empiri berättar dock att ensamheten är nästan lika omfattande bland landsbygdskvinnor som landsbygdsmän. Genom åren beskriver sig 68 män och 40 kvinnor sig som ensamma. Ensamheten tar sig uttryck på olika sätt. Annonserarna som är änkor eller änkemän skyltar med sin ensamhet som något de har genomgått. Genom åren annonserar 22 änkor, varav tre söker änkemän. Männen är i 18 annonser genom åren änkemän varav en söker en änka. Det går att tolka änkor och änkemännen som människor som är värda heteronormativ kärlek men som förlorat den. Döden är inget man råar över utan något som man utsätts för. Till skillnad från en "ungkarl" eller en kvinna som varit ensam hela livet så har änkor och änkemän redan fått tvåsamhetens välsignelse vilket innebär att de kommer kunna bära en relation igen. Män och kvinnor som aldrig haft en varaktig relation blir med åren än mer svåra att älska då de inte formas av tvåsamheten utan står utanför den. Nedan följer en annons skriven av en änka som söker livskvalité och en 32-årig kille som beskriver sig som ungtkarl:

"Söker en uppriktig vän, trött på ensamhet. Du bör ha samma intressen som jag: livskvalite - sprit hör ej dit. Jag är nybliven pensionär och änka. Barnlös. Svar till V11 God och glad" (Land nummer 11 1989).

”32-årig kille. Du som är en tjej 25/40 år, Norra Sverige ner till Värmland, Barn inget hinder. Är ungtkarl och utbildad lantmästare. Du som tycker om en muffare och borgerlig politik, mellanmiljö. Svar till: Bonde” (Land nummer 12 1989).

”Ungkarl” förekom fyra gånger 1979 och tre gånger 1989. Ordet ungtkarl kanske kan ställas mot ordet singelkvinna, men de indikerar på olika saker. En ungtkarl kan tolkas som någon som är tyglad av sin ensamhet och inte lever ut sitt känsloliv, medan singelkvinnan är fri att göra vad hon vill. Kvinnans ensamhet tenderar att romantiserar och ses som ett ställningstagande mot tvåsamheten och familjelivet. Det pratar Malin Lindroth (2018) om i sin essä *Nuckan*. Hon lyfter berättelsen om sig själv som en kvinna som valt bort tvåsamheten. Lindroth beskriver hur hennes liv har varit som ensam kvinna, eller ”nucka” som hon själv uttrycker det. Hon beskriver att det ibland är ett romantiserat liv. Men främst lyfter hon känslan av att vara avvikande i situationer där det blir tydligt att hon står bredvid tvåsamhetsnormen.

”Nuckan” som Lindroth beskriver kan till viss del liknas med ”gammpojkar” som beskrivs av Nordin (2007) eller reflektionen om ”den märklige ungtkarlen av Nordström Källströms (2007). Nuckan och gammpojken är ensamma, det kan vara självvalt men det kan också vara ofrivillig ensamhet. Ungtkarl, eller gammpojke, kan man bli vid tidig ålder som den ”32-åriga killen” i kontaktannonsen tidigare i detta kapitel. Kanske har han inte haft en särskilt lyckad karriär i sitt kärlekssökande. Ungtkarlarna blir dömda som oförmögna att vinna en kvinna och bilda familj vilket är avgörande för hur de blir sedda i bygden (Nordin 2007). Deras ensamhet blir då en effekt av omständigheter. Trots denna syn på ungtkarlen är han fortfarande en man och har därför privilegiet att vara mer fri än

kvinnan med tanke på genuskontraktet. Angående kvinnans ensamhet eller självständighet kan jag istället för singelkvinnan eller nuckan tala om ”flickan”. Flicka förekommer 30 gånger år 1979 i kontaktannonser skrivna av män och fyra gånger i kontaktannonser skrivna av kvinnor samma år. 1989 förekom ordet endast tre gånger, då i annonser skrivna av män. Att vara en flicka länge verkar ha varit något önskvärt, då män ibland önskar en flicka mellan 30-40 år. Jag tolkar denna syn på kvinnan som att hon historiskt sett inte har varit ansedd som ensam. Man kan tänka att hon alltid har varit möjlig att gifta sig med då männen alltid har varit i behov av de ”kvinnliga förmågorna” att vara omhändertagande, kloka och husliga. Däremot att vara en vuxen pojke verkar ha ansetts som ett brott mot maskuliniteten, då ingen kvinna önskat sig varken en ungarl eller en pojke i kontaktannonserna genom åren.

## 5.2 Tvåsamheten

Tanken med en tvåsamhetsrelation verkar enligt kontaktannonsörerna vara att skingra ensamheten. Den eviga och vackra kärleken är också förgivettagen och något som alla anser sig ha rätt till (Nordin, 2007). Många beskriver sig själva som ensamma eller trötta på ensamhet. Det verkar som tvåsamheten står i motsats till ensamheten och med hjälp av motsatserna fullt och tomt eller bra och dåligt skulle man kunna säga att en tom ensamhet är något dåligt och att en full tvåsamhet är något bra. Tvåsamheten kan erbjuda livsmål som trygghet, barn och kärlek. En ensamhet behöver inte betyda att dessa tre livsmål inte går att uppnå. Men oavsett hur man då bär sig åt för att exempelvis få barn så är det på ett annat sätt än genom en bestående tvåsamhet. Att skaffa barn på egen hand är i sig en normbrytande handling då normen är att barnet ska ha två föräldrar. Andersson (2007) beskriver Rubins “välsignade cirkel” som visar vad som anses bra eller dåligt inom

partnerskap mellan två personer. Där beskrivs en hierarki bestående av olika relationsformer där den heterosexuella relationen står högst i hierarkin. Heteronormativitet bidrar till en större ensamhetskänsla hos den ensamma. Den bidrar också till diskursen om att livets mening skapas genom familj och barn (ibid). Kärlekssökandet genom kontaktannonser verkar i huvudsak ha syfte att uppfylla två mål: (1) Att skingra ensamheten och (2) att hitta en passande partner. Det kan tänkas att det förstnämnda är problemet och det andra är lösningen. Kanske är det den heterosexuella relationens logik då många kärlekssökare hävdar att det är ”bra mycket roligare att vara två”, vilket är ett uttryck för tvåsamhetsnormen. Det är ett tecken på att människan inte tänker helt själv utan tänker genom samhällets strukturer och normer. Det vill säga; om en person aldrig har befunnit sig i en tvåsamhet så kan ändå idealbilden av ett gott liv vara att ha en partner och en familj. I kontaktannonserna framkommer det ibland att kärlekssökarna inte har någon tidigare erfarenhet av en så kallad ”bra relation”. Ändå är de säkra på att ”den rätta” finns där ute någonstans. Här nedan finns ett exempel:

”Trevlig bonde med skapligt utseende söker trevlig tjej från södra Sverige. Jag har haft flera förhållanden men ej funnit den rätta. Jag är snäll, utåtriktad, dansant, har humor. Intresserad av det mesta, föreningsintressen. Lyssnar på musik. Svara med foto till: Snart 33” (Land nummer 13 1989).

En intressant observation kan vara att de egenskaper annonsören söker i sin partner är svårare att leva upp till än de förväntningar annonsören har på hur relationen ska se ut. Det vill säga en bild av en relation kan ta sig uttryck genom att annonsören skriver att hen söker ”någon att hålla i handen när åskan går” vilket förekommer fyra gånger i annonser genom åren. Eller kanske söker hen någon att ”vandra i vår fina natur

med” som skrivs i en annons. Det sätter relationen i fokus vilket förflyttar förväntningarna från individen till förväntningar på bägge parter i en relation. Det kan tyckas lättare att leva upp till en annons där personen söker någon att göra specifika saker tillsammans med än en annons där endast personliga egenskaper radas upp.

### 5.3 Kärnfamiljen

“Strukturutvecklingen i det svenska jordbruket visar tydligt hur den historiska bilden av ett småskaligt självförsörjningsjordbruk försvinner för att ersättas av ett mer storskaligt produktionsjordbruk. Den hårda konkurrensen på en allt mer globaliserad livsmedelsmarknad i kombination med effekterna av politiska beslut har orsakat en förskjutning mot färre och större jordbruk” (Jordbruksverket 2011 s 6).

Strukturutvecklingen i det svenska jordbruket har inte bara skapat mer effektivt jordbruk, den har också skapat både personlig ensamhet och yrkesensamhet för lantbrukare. Totalt identifierar sig 53 män och 1 kvinna som bönder eller lantbrukare i kontaktannonserna genom åren. Sedan 1947 års jordbrukspolitik har det småskaliga jordbruket fasats ut genom politikens mål om rationalisering och effektivisering (Harrison 2017). Det småskaliga jordbruket fasades ut till förmån för familjejordbruket som i sin tur stärkte kärnfamiljens roll (Nordström Källström 2008). Ensam var inte stark, arbetet på ett lantbruk fungerade bäst om familjen stöttade och barnen ärvde (Flygare 2007). Eftersom lantbruket både är en form av livsstil och ett heltidsarbete är större delen av dygnets timmar avsatt till just gården och dess sysslor, vilket kan vara en bidragande faktor till att det har funnits och finns många ensamma bönder. Inte nog med att kärleken ibland bortprioriteras på grund av stor arbetsbörda så har lantbrukarna

blivit allt färre sedan 1947. På 2000-talet har den största förändringen skett. Sverige hade 2015 16 000 heltidsbönder, det fanns då 67 000 registrerade jordbruksföretag. Trettio år tidigare fanns det 40 000 heltidsbönder och 114 000 registrerade jordbruksföretag (Land lantbruk 2015). Dessutom beskriver Andersson (2007) hur *äktenskapet* har övergått till *familjen* och hur den heterosexuella tvåsamheten står högst upp i hierarkin. Det betyder att den heterosexuella relationen har det moraliska övertaget. Ensamhet och andra sexuella läggningar står därmed lägre i hierarkin och kommer anses vara avvikande så länge den heterosexuella relationen är normen. Här följer en annons från 1979 där en ung lantbrukare vill starta familj jordbruk men saknar familj:

”Är lite över 30 och har en gård lagom stor att bedriva som familj jordbruk, men är tyvärr ensamstående och söker nu Dej som kanske har lust att göra bostaden lite trivsammare. Ibland hjälpa till ute, men viktigast för oss båda, att ge och få sällskap i det vardagliga. Skulle kännas fint att kunna dela med någon när någonting har gått bra. Du kanske ännu mer behövs som stöd när något är besvärligt. Du får gärna vara intresserad av lite nöjen och underhållning, ta en resa någonstans ibland kan vara fin avkoppling. Att umgås med andra, skulle också bli mycket trevligare om någon är i ens sällskap. Mera bekanta blir vi om Du sänder ett svar till: Lantbrukare, västsverige” (Land nummer 14 1979).

På grund av lantbrukarens situation som allt mer ensam i sitt yrke och kärnfamiljens starka position i familj jordbruket är det inte så konstigt att de kontaktannonserande lantbrukarna i en bondhustru, alternativt i en ”bondman”, söker både en kompanjon och en livskamrat. Inte nog med att det är tvåsamheten som är normen så är också normen att en lantbrukare ska ha en kärnfamilj.



Lantbrukare sticker ut med sina kontaktannonser då inget annat yrke har samma påverkan på ego- och altarbeskrivningen. Likt jakten är även lantbruket en identitetsbärare. Lantbrukaren är oftast inte flyttbar. Med endast ett undantag är den kontaktannonserande lantbrukaren en man. Lantbrukaren är platsbunden och har kanske en släktgård eller en verksamhet som håller honom fast. Det ställer vissa krav på en kärleksrelation. Exempelvis skrev en 58-årig lantbrukare i Land nummer elva 2009: ”vill du dela min långa arbetsdag och ensam kväll?” 58-åringen sökte inte endast en kärlekspartner utan också en kompanjon, något som är återkommande i flera annonser skrivna av lantbrukare genom åren. En annan man som beskrev sig själv som ensam och jordbruksintresserad sökte en jordbruksintresserad kvinna i Land nummer 14 1979: ”om du vill och kan satsa något för utökning och modernisering så får du gärna bli min kompanjon” och den enda kvinnliga lantbrukaren som finns representerad skriver samma år i Land nummer 12 så här: ”Kompanjon sökes av 51-årig kvinna”. Kompanjonssökandet innebär kanske just som den 58-åriga lantbrukaren skriver; att dela den långa arbetsdagen och kvällen. De traditionella genusrollerna i ett lantbruk var förr att mannen var bonden och kvinnan skötte det husliga. Kvinnan var inte av den anledningen endast stationerad i köket, enligt bland andra Flygare (2007) så var kvinnan minst lika mycket bonde som sin man då hon ofta hade kunskaper om hela jordbruket. Kvinnan hjälpte helt enkelt till där det behövdes. Lantbruket är på grund av arbetsbördan och tidsåtgången ett koncept som gynnat kärnfamiljens roll. Lantbruket är inte som andra yrken, vilket gör avtryck i familjekonstruktionen. Flygare (2007) skriver att ”gårdens kvinnogenerationer [länkas] till varann genom svärdöttrar och svärmödrar. Far och son är sedan länge förtrogna, svärmor och svärdotter måste lära känna varandra” (s.146). Flygare (2007) berättar vidare att det finns ”en hård kärna av beroendeband” (s.148) som förklarar

lantbrukets kontinuitet. Det vill säga lantbruket är uppbyggt på att familjen samarbetar, men då på olika villkor. Flygare (2007) berättar om hur fäder och söner är sammanlänkade och självklara i generationsväxlingar medan kvinnorna är mer beroende av att söka sig utanför familjen för att hitta sin plats, kanske då som svärdotter i en annan lantbrukarfamilj där relationen till svärmor blir viktig. Det förklarar ett önskemål som några manliga kontaktannonser hade gemensamt under åren. De ville nämligen hitta en lantbrukardotter. Det kan tänkas att det var en praktisk lösning då en lantbrukardotter troligtvis hade kännedom om familjejordbrukets uppbyggnad och därför också en förståelse för vikten av att bygga goda relationer till sin svärfamilj. Nedan följer två annonser där män söker kvinnor med koppling till lantbruket:

”Sökes kvinna med aktiv jordbruksdrift. Finnes arbetskraft och älskare i ett. Bondson 45 år, intresserad av jord, djur, ett liv med arbete o kärlek tillsammans. Svar till: Levande jordbruk” (Land nummer 13 2009).

”Finns du jordbruksintresserad kvinna som vill komma till ensam rök- o spritfri jordbrukare som hjälp o sällskap på mindre gård med mjölkproduktion, helst kunnig i husdjurskötsel. Om Du vill och kan satsa något för utökning och modernisering så får Du gärna bli min kompanjon. Svar till: Jordbruksintresserad” (Land nummer 14 1979).

Kvinnan på landsbygden är ofta bärare av manligt betingade egenskaper. Kanske kan hon köra både traktor och skoter och kanske hugger hon ved utan att röra en min. De unga kvinnorna i Nordins studie (2007) kör skoter, snusar och har rationellt kortklippt hår. De säger att en flytt till staden skulle innebära att de får chansen att vara mer kvinnliga, men att det inte är ett självklart val bara för att de är kvinnor. Det kan tyckas att dessa kvinnor gör det manliga till något kvinnligt. Landsbygdens

kvinnor skulle i det fallet skilja sig mycket från stadens kvinnor genom att vara mer av en man. Snarare kan det handla om att landsbygdskvinnans roll som "allgörare" lever kvar i landsbygdkulturen. Flygare (2007) skriver om den ensamma bonden. Där ställer hon sig frågan om han är en myt eller en verklighet. Hon kommer fram till att bonden sällan är ensam, han har hjälp av den utvidgade familjen. Enligt berättelser från hennes informanter är det oftast män som hjälper till, det är söner, bröder och svågrar. Kvinnan kan hävda att hon sällan är med i arbetet men att hon "hjälper till ibland". Detta innebär att kvinnan besitter en mängd kunskaper inom såväl hushållsarbete som praktiskt arbete. Kvinnorna i Nordins studie (2007) kan vara en bekräftelse på att denna landsbygdskvinnor lever kvar, men då i det tysta med ingången att hon snarare "hjälper till" än aktivt deltar. Att lantbrukare söker lantbrukardöttrar kan möjligen härledas till denna landsbygdskvinnor. Kvinnan som kan det mesta utan att stoltsera med det, men som också accepterar den manliga omgivningen.

## 6. Slutord

Syftet med denna uppsats har varit att undersöka vilka förväntningar och beskrivningar av mannen, kvinnan och den heterosexuella relationen som blir framträdande i tidningen Lands kontaktannonser. Detta har resulterat i att jag fått syn på idealbilder och normer gällande mannen, kvinnan och deras förhoppningar på kärleksrelationen.

År 1979 förekom det att män ville ha husliga kvinnor eller kvinnor som tyckte om att sköta hemmet. Många gånger under samma år beskrevs kvinnan som flicka. Vad som där blev framträdande var att idealbilden av kvinnan 1979 ibland var av traditionell art där hon önskades ro om hemmet. Den synen på kvinnan försvann i stort sett efter 1989. Vad som däremot inte förändrades lika mycket var idealbilden av mannens händighet som uppskattades såväl 1979 som 2019. Både männen själva och kvinnorna ansåg att det var en bra egenskap hos en man. Det som tydligt framträder i den analysen är att idealbilden av mannen inte har förändrats lika markant som idealbilden av kvinnan.

Män och kvinnor har olika sätt att uttrycka sina förväntningar på. Kvinnan framhåller oftare än mannen vikten av att tänka på sin in- och utsida och hon vill gärna att mannen ska kunna föra goda samtal. Män tenderar istället att ha intressen eller yrken som präglar både ego- och altarbetebeskrivningen. Att männen är lantbrukare eller jägare är relativt vanligt i annonserna. Under hela perioden som studien omfattar så sig endast en kvinna vara lantbrukare. Det betyder att bilden som förmedlas är att männen lägger stor vikt vid sina intressen och yrken vilket kan sätta förväntningar på kvinnan som exempelvis flyttbar.

Vidare analyserades förekomsten av ensamma människor i annonserna. Ensamheten vill många annonsörer räddas ur och räddningen är enligt kontaktannonserna tvåsamheten. Flera annonsörer konstaterar att det är roligare att vara två vilket bidrar till den heterosexuella normen. Det blir i det fallet tydligt att den heterosexuella kärleksrelationen eftersträvas då den ses som lösningen på exempelvis ett tråkigt liv eller en ensamhet.

Lantbrukarna har varit ett tydligt tema i kontaktannonserna, de verkar ha en situation där de behöver hitta en partner som kan tänka sig vara både kompanjon och käresta. Familj jordbruket sätter kärnfamiljen i fokus vilket resulterar i att idealbilden som framträder kring lantbrukaren som kärlekssökare är att de har tydligare förväntningar på sin tänkta partner. Det finns en större förhoppning om att hitta "den rätta" som ska kunna vara allt det där en bondhustru eller alternativt en "bondman" ska vara.

Jag har genom kontaktannonser mött kärlekslängtan i sin äkta form där människor själva får välja vad som ska skrivas i ego- och altarbeskrivningen. Kontaktannonserna står utanför medias redigering vilket gör idealbilderna och normerna autentiska. Landsbygdsmänniskan finns representerad och förhåller sig i vissa fall till ideal som anses som urbana. Genusrollerna har förändrats över tid vilket också innebär att kontaktannonserna och genuskontraktet som i annonserna framträder också har förändrats. Samtidigt som det också finns många likheter mellan annonserna under åren, vilket också betyder att genusrollerna likväl är präglade av samtiden som traditionella inställningar till manligt och kvinnligt.

## Källor och litteratur

- A. Flygare, Irene.** 2007. *Generation och kontinuitet: familjejordbruket i två svenska slättbygder under 1900-talet*. Diss., Sveriges lantbruksuniversitet.
- Andersson, Catrine.** 2009. *Hundra år av tvåsamhet: äktenskapet i svenska statliga utredningar 1909-2009*. Borås: Bording AB.
- Bergström, Göran och Boréus, Kristina (red).** 2014. *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Blumer, Herbert.** 1998 (1969). *Symbolic interactionism. Perspective and Method*. London: University of California press.
- Engdahl, Oskar och Larsson, Bengt.** 2011. *Sociologiska perspektiv*. Ungern: Författarna och studentlitteratur.
- Englund, Josefin.** 2018. *Som folk är mest: könsideal i svenska kontaktannonser 1890-1980*. Diss., Uppsala universitet.
- Gunnarsdotter, Yvonne.** 2005. *Från arbetsgemenskap till fritidsgemenskap: den svenska landsbygdens omvandling ur Locknevis perspektiv*. Diss., Sveriges lantbruksuniversitet.
- Habermas, Jürgen.** 1989 (1968). *Knowledge and human interests*. 2:a upplagan. Cambridge: Polity Press.
- Harrison, Dick.** 2017. När avfolkades den svenska landsbygden? *Svenska dagbladet*. <https://www.svd.se/nar-avfolkades-den-svenska-landsbygden> (Hämtad 2019-06-08)
- Hirdman, Yvonne.** 1988. Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning. I: Carlsson Wetterberg, Christina och Jansdotter, Anna (red). *Genushistoria: en historiografisk exposé*. 2004. Lund: Studentlitteratur.
- Jonsson, Ylva.** 2014. *Trots många om och män – kvinnor som jagar älg*. Kandidatuppsats. Sveriges lantbruksuniversitet.
- Jordbruksverket.** 2011. *Jordbruket i siffror åren 1866-2007*. Örebro: SCB-tryck.
- Kvande, Elin och Rasmussen, Bente.** (1993). Organisationen en arena för olika uttryck av kvinnlighet och manlighet. I: *Kvinnovetenskaplig tidskrift* (2), 49-55.
- Lantbrukarnas riksförbund.** *LRF ska bli en modern folkrörelse*. LRF.se. <https://www.lrf.se/mitt-lrf/framtidens-folkrörelse/lrf-ska-bli-en-modern-folkrörelse/> (Hämtad 2019-06-10)
- Lindroth, Malin.** 2018. *Nuckan*. Stockholm: Norstedts.

- Nordin, Lissa.** 2007. *Man ska ju vara två*. Stockholm: Natur och kultur.
- Nordström Källström, Helena.** 2008. *Mellan trivsel och ensamhet: om sociala villkor i lantbruket*. Diss., Sveriges lantbruksuniversitet.
- Rönblom, Malin.** 2014. *Ett urbant tolkningsföretäde? En studie av hur landsbygd skapas i nationell policy*. Rapport/Jordbruksverket. Umeå: Umeå centrum för genusstudier.
- SOU 2014:6.** Stenbacka, Susanne. *Män utanför städerna – om konstruktionen av rurala maskuliniteter och identiter i förändring*.
- Svensson, Torsten och Teorell, Jan.** 2016. *Att fråga och att svara*. Stockholm: Liber.
- Widell, Jenny.** 2014. Fortfarande få kvinnor i jaktlagen. SVT.  
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/ost/fortfarande-fa-kvinnor-i-jaktlagen>  
(Hämtad 2019-06-10)