

Göteborgs universitet

Samhällskunskap

Kungens män

- En studie av hur maskulinitet
representeras i King magazine

Examensarbete i Samhällskunskap

HT08

Ulf Sparredal

Handledare: Monica Löfgren-Nilsson

Uppsatsens längd i ord: 10578

Titel: Kungens män – en studie av hur maskulinitet representeras i KING magazine

Författare: Ulf Sparredal

Kurs: Examensarbete i samhällskunskap

Omfattning: 15 högskolepoäng

Termin: HT 2008

Handledare: Monica Löfgren-Nilsson

ABSTRACT

Bakgrund: Forskning på maskuliniteter har under senare år kommit att öka i omfattning. Likaså forskning på livsstilsmedia. Men forskning på förhållandet mellan maskulinitet och livsstilsmedia har ännu inte undersökts i en svensk kontext.

Syfte: Att undersöka hur maskulinitet representeras i det svenska livsstilsmagasinet King magazine.

Metod: Kvalitativ innehållsanalys, ECA.

Resultat: Maskulinitet i King Magazine är komplext och utgörs av flera olika maskuliniteter. Beroende på hur man uppfattar livsstilsmagasin och deras roll i unga mäns identitetsskapande får detta olika konsekvenser för hur maskulinitet i King magazine betraktas.

Sökord: Maskulinitet, svensk kontext, King magazine, ECA

1 Inledning	1
1.1 Mänskliga rättigheter och män i feminismen.....	2
1.2 Livsstilsmedia och identitetsskapande.....	3
1.3 Maskuliniteten som kontextbunden.....	4
1.4 King magazine.....	4-5
2 Teoretiska utgångspunkter	5
2.1 Inledning.....	5-7
2.2 Kroppen och maskuliniteten.....	7
2.3 Sociobiologin och kroppen.....	8
2.4 Den sociala konstruktivismen och kroppen.....	9
2.5 Featherstone om kroppar och konsumtion.....	10
2.6 Konsumtionen och maskuliniteten.....	11-12
2.7 Relationer inom maskuliniteten.....	12-13
2.8 Hegemonisk maskulinitet.....	13-14
2.9 Sammanfattning.....	14-15
3 Syfte	16
4 Frågeställning	16
5 Avgränsningar	16
5.1 Livsstilsbloggen.....	16-17
5.2 Alternativa magasin.....	17
6 Metod	17
6.1 Urval och analysenheter.....	17-19
6.2 ECA.....	20
6.3 Validitet.....	20

6.4 Analysschema.....	20
7 Resultat.....	21
7.1 Inre kropp.....	21-23
7.2 Yttre kropp.....	23-24
7.3 Kropp som redskap.....	24-25
7.4 Kropp som symbol/objekt.....	25
7.5 Förstärka/förändra inre kropp.....	26
7.6 Förstärka/förändra yttre kropp.....	27
7.7 Identitet genom avståndstagande.....	28
7.8 Identitet genom omfamnande.....	28-29
7.9 Homosocial.....	30
7.10 Heterosexuell.....	30-31
7.11 Inre.....	31-32
7.12 Barn.....	32-33
8 Slutsatser.....	33
8.1 Kropp i King magazine.....	33-34
8.2 Konsumtion i King magazine.....	34
8.3 Relation i King magazine.....	35
9 Slutdiskussion.....	35
10 Referenser.....
10.1 Tryckta källor.....
10.2 Tidskrifter.....
10.3 Internetkällor.....

1 Inledning

Arbetet för jämställdhet mellan könen pågår alltjämt och de problem feminismen utforskat och satt ord på är lika aktuella idag som någonsin. Feminismens fokus på kvinnor och vad ojämställdheten innebär för kvinnor har varit nödvändig men samtidigt har den fått som konsekvens att män kunnat avfärda feminismen som en angelägenhet enbart för kvinnor och eftersom män traditionellt sätter agendan och kontrollerar makten har detta inneburit att feminismens frågor kommit på undantag. Trots att det idag talas om att jämställdhet är en angelägenhet för hela mänskligheten går förändringsarbetet långsamt, ibland står det till och med still eller ännu värre, går bakåt. Min utgångspunkt är att vi måste komma dithän att män inte kan välja bort jämställdheten, för det är inget val. Man brukar tala om att män måste se vinsterna i jämställdhet och det är kanske ett till synes bra pedagogiskt grepp, tyvärr förstärker det känslan av att man kan välja bort jämställdheten och blir därför kontraproduktivt.

Ur feminismen och insikten om mäns roll i jämställdhetsarbetet har forskningen på maskuliniteter blivit allt mer utbredd och omfattande och synen på män och maskuliniteter har förändrats många gånger på kort tid. Från att ha varit en angelägenhet för ett fåtal intellektuella, via FN:s generalförsamling till nordamerikansk mansforskning har forskningen på maskuliniteter idag kommit att visa på maskuliniteters komplexitet, som står i kontrast till den förenklade och ytliga bild av maskuliniteter som ofta står att finna i massmedia där män ofta målas upp som offer eller förövare.

I Sverige har vi de senaste 30 åren haft en uttalad maskulinitetspolitik och i början av 1980-talet tog forskning på maskuliniteter i en svensk kontext sina första steg. Sedan dess har mycket hänt, men fältet är långt ifrån utforskat, istället är det i Storbritannien och USA som forskningen bedrivits. Uppsatsen du läser kommer att undersöka hur maskuliniteter representeras i Sveriges största modemagasin för män, King magazine, ett litet steg på vägen mot en ökad förståelse av hur vi idag uppfattar oss själva och vår omvärld.

1.1 Mänskliga rättigheter och män i feminismen

1948 antogs FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna av FN:s generalförsamling¹. I paragraf två i detta dokument fastslås bland annat att ingen skall diskrimineras på grund av kön² och det ursprungliga dokumentet har kommit att kompletteras med ett antal tillägg, bland annat *Konventionen om avskaffandet av all slags diskriminering av kvinnor* (upprättad 1979) som Sverige ratificerade 1980³. Konventionen förkortas på engelska till CEDAW och knutet till konventionen finns en kommitté som under 2008 publicerade en rapport i vilken ett Sverige beskrivs vilket skiljer sig från regeringens bild⁴, i rapporten konstateras nämligen inte bara att Sverige inte uppnått jämställdhet mellan könen utan även att mycket arbete kvarstår. Bland annat framhåller CEDAW den mediala bilden av kvinnor och män som speciellt problematisk, dessutom slår man fast att detta inte tillräckligt uppmärksammas:

the Committee is concerned about the persistence of stereotypical attitudes towards women which threaten to undermine their rights. The Committee notes with concern that such attitudes are particularly prevalent in the media, where women and men are often depicted in a stereotyped manner and that a process of mainstreaming pornography, also known as “sexualization of the public sphere”, is occurring in the State party⁵

Ur FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna växte en diskussion fram under 1970-talet som ligger till grund för den diskussion om jämställdhet som förs idag⁶. Under 70- och 80-talen fördes diskussionen främst av och kretsade framför allt kring kvinnor men under 90-talet började man alltmer diskutera och problematisera män och maskuliniteter.

¹ http://www.manskligarattigheter.gov.se/extra/pod/?module_instance=7 (2008-11-13)

² <http://www.un.org/Overview/rights.html> (2008-11-13)

³ http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/040414/65628456c55c5444dfc7beca3d6f26f6/konventioner_komplett.pdf (2008-11-13)

⁴ <http://www.regeringen.se/sb/d/2593> [2008-12-11] Regeringen konstaterar att mer arbete behövs men fokus ligger på hur långt vi kommit, hur vi agerar och bör utveckla vårt agerande som internationellt föredöme etc. En mycket positiv bild av Sverige med avseende på jämställdhetsfrågor alltså.

⁵ <http://www2.ohchr.org/english/bodies/cedaw/docs/co/CEDAW.C.SWE.CO.7.pdf>, s 3 (2008-11-16)

⁶ Connell, 2005, Signs: Journal of Women in Culture and Society, vol. 30, no 3

1.2 Livsstilsmedia och identitetsskapande

Den brittiske medieforskaren David Gauntlett, professor vid Communication and Media Research Institute (CAMRI), Westminster universitet, beskriver i sin bok *Media, gender and identity* de magasin som kallas livsstilsmagasin för män som en typ av magasin som vuxit fram under 80- och 90-talen. Om magasin som var riktade till män tidigare handlade om en enskild hobby, exempelvis bilar, har bilarna, om de överhuvudtaget är med, blivit en av många kategorier i livsstilsmagasin för män, där fungerar som en komponent i en livsstil⁷. Man skulle kunna uttrycka det som att livsstilsmagasinen skapar nya helheter av gamla bitar.

Media and communications are a central element of modern life, whilst gender and sexuality remain at the core of how we think about our identities. With the media containing so many images of women and men, and messages about men, women, and sexuality today, it is highly unlikely that these ideas would have no impact on our own sense of identity⁸

Citatet ovan är en bra beskrivning av varför jag vill göra en undersökning av hur maskulinitet framställs i ett livsstilsmagasin för män. I Gauntletts resonemang kring den inverkan magasinerna har på individen visar han på hur svårt det är att avgöra hur denna inverkan ser ut. Gauntletts utgångspunkt är att vi inte skall underskatta läsaren och göra denne till en passiv mottagare som sväljer allt man serverar honom, han skriver att

every person who *does* look at them [livsstilsmagasinen] will make a selective, active reading⁹

Denna syn står i stark kontrast till den som Imelda Whelehan företräder. Enligt Gauntlett kommer hon fram till att livsstilsmagasinen syftar till att överrösta feminismen genom att odla en ”grabbkultur” där sexism frodas och könsöverskridande praktiker avfärdas med ironi.

⁷ Gauntlett, 2002, s 184-185

⁸ Gauntlett, 2002, s 1

⁹ Gauntlett, 2002, s 154

1.3 Maskuliniteten som kontextbunden

Gauntlett diskuterar och ger exempel ur amerikanska och brittiska livsstilsmagasin för män vilket påverkar generaliserbarheten till andra förhållanden, exempelvis svenska. Jesper Fundberg, författare av *Kom igen, gubbar!*, har skrivit en avhandling om pojkfotbollen som manlig fostringsmiljö och i denna beskriver han Robert Connells förståelse av maskuliniteter som kontextberoende. Robert Connell, professor i utbildningsvetenskap vid Sydneys universitet, är en av maskulinitetsforskningens främsta och hans bok *Maskuliniteter* utgör grunden i denna uppsats. I Sverige finns nämligen slående lite forskning på området män och maskuliniteter, ofta förekommer de som en del i undersökningar av kvinnor och män i reklam, dagstidningar, radio och tv men typiskt är att dessa undersökningar i första hand fokuserar på och problematiserar kvinnor och femininiteter vilket kan ses som ett uttryck för att män och maskuliniteter uppfattas som mindre komplexa och mindre problematiska.

1.4 King magazine

När King magazine utkom första gången i april 2005 var det inte många som trodde på ett magasin med män på omslaget istället för de mer eller mindre nakna kvinnor som varit och fortfarande är standard på många av omslagen hos de stora svenska livsstilsmagasinen för män. Men en exploderande marknad för kosmetika för män gjorde att Egmont tidskrifter köpte Per Nilssons idé¹⁰. Nilsson är sedan starten ansvarig utgivare för tidningen och har en bakgrund inom livsstilsmedia för män, bl.a. som författare av de två böckerna *Snyggt – en stilguide för män* och *Modekompassen för män – snyggare kan ingen vara*¹¹.

King magazine utkommer med 12 nummer varje år och har en upplaga på c:a 30 000 nummer (avseende 2007) och når strax över 90 000 läsare¹². På omslaget finner man alltid en känd man; skådespelare är den överlägset vanligaste yrkeskategorin. Gemensamt för

¹⁰ <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=678&a=570550&rss=1401> [2008-12-10]

¹¹ <http://www.kingmagazine.se/Magasinet/Redaktionen/Per-Nilsson/> [2008-12-10]

¹² <http://www.ts.se/Public/CirculationNumbers/Index.aspx?mekod=004692> [2008-12-10]

omslagspersonerna är att de på ett eller annat sätt är aktuella i media, exempelvis som skådespelare i någon ny, omtalad film. En annan gemensam nämnare är att omslagspersonerna ofta bor i Sverige eller USA eller på olika sätt har kopplingar dit; uppväxt, arbete etc. Magasinet är reklamfinansierat vilket gör att en stor del av magasinet består av annonser, men de delar av magasinet som är redaktionella fokuserar sådant som kan relateras till en livsstil som King magazine företräder. Bilar, klockor, skor, parfymer, mat, musik, böcker m.m. har sina givna sidor i varje nummer¹³. I fokus är produkter som läsaren kan, vill eller förväntas vilja konsumera.

2 Teoretiska utgångspunkter

2.1 Inledning

Att engagera män i arbetet för jämställdhet är kontroversiellt¹⁴, men det går inte att bortse från hur samhället är organiserat idag och därför är mäns delaktighet i jämställdhetsarbetet helt avgörande för utfallet av detta. Menar man allvar med sina ambitioner att utplåna de klyftor som finns mellan män och kvinnor idag, världen över, måste man ta hänsyn till de socioekonomiska förutsättningar vilka ligger till grund för de orättvisor som villkorar oss:

”Further, the very gender inequalities in economic assets, political power, and cultural authority, as well as the means of coercion, that gender reforms intend to change, currently mean that men (often specific groups of men) control most of the resources required to implement women’s claims for justice”¹⁵

Thomas Johansson, redaktör för antologin *Rädd att falla* som utkom 1998, professor och verksam som forskare vid Göteborgs universitet presenterar i inledningen till antologin

¹³ Se exempelvis King magazine juni 2008 till november 2008

¹⁴ Se Connells redogörelse för Whites argument och konstaterandet att jämställdhet inte kan uppnås utan mäns aktiva deltagande i den process som syftar till att skapa jämställdhet: Connell, 2005, *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 30, no 3, även Connell, 2008, *Maskuliniteter*, s 17

¹⁵ Connell, 2005, *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 30, no 3

maskulinitetsforskningen och placerar den i en historisk såväl som en svensk kontext. Johansson urskiljer två riktningar, en som kan betecknas som *mansforskning*, en riktning som uppstod i USA och vilken enligt Johansson är relativt oakademisk, nöjesinriktad och fokuserad på mäns sociala och somatiska problem¹⁶, i *mansforskningen* blir män till offer för den västerländska hegemoniska maskuliniteten¹⁷. När Connell presenterar kritik av ett inkluderande av män i jämställdhetsarbetet uppfattar jag denna som en kritik av just *mansforskningen*, vilket är fullt rimligt då *mansforskningen* gör anspråk på resurser vilka annars skulle gå till jämställdhetsarbetet. Problemet med detta är att även mansforskningen kan tyckas verka för jämställdhet genom dess ifrågasättande av den hegemoniska maskuliniteten och dess arbete för att uppvärdera traditionellt feminint eller kvinnligt beteende, så att det blir tillgängligt för män, är att den i grunden är manscentrerad vilket gör att jämställdhet blir sekundärt och främst ett instrument för att uppnå mäns välbefinnande. I den andra typ av forskning som Johansson presenterar är det snarare tal om en gren på feminismen där fokus alltså inte ligger på mäns välbefinnande utan istället på ett realistiskt arbete för att nå jämställdhetsmålet¹⁸. Det är alltså denna gren som Connell beskriver i citatet ovan.

Oöverskådlig är ordet Johansson använder i inledningen till *Rädd att falla* för att beskriva omfattningen på den maskulinitetsforskning som bedrivits i Storbritannien och USA. Men i Sverige ser det helt annorlunda ut, Sverige har ingen tradition av maskulinitetsforskning även om den på senare år vuxit till sig. När *Rädd att falla* publicerades, 1998, ansåg Johansson det nödvändigt att uppmana till mer och framförallt mer omfattande forskning på män och maskuliniteter¹⁹. Framförallt har det forskats på sport kopplat till män och maskulinitet i Sverige där kanske Jesper Fundberg²⁰ är det mest aktuella och uppmärksammade exemplet. Fundberg har skrivit en avhandling ”om pojkfotboll och maskuliniteter” som avhandlingens undertitel lyder. Han har under fyra säsonger följt ett pojkfotbollslag och försökt sätta in pojkfotbollen i ett större sammanhang för att förstå hur pojkfotbollen förhåller sig till manlig identitet och hur denna kan relateras till det omgivande samhället. Fundbergs resultat är generaliserbara till andra och större populationer än de som figurerar i Fundbergs avhandling

¹⁶ Johansson, 1998, *Rädd att falla*, s 7

¹⁷ Se avsnittet om hegemonisk maskulinitet i min uppsats, s 17

¹⁸ Johansson, 1998, *Rädd att falla*, s 9

¹⁹ Johansson, 1998, *Rädd att falla*, s 9

²⁰ Kom igen, gubbar!, 2003

men som alltid kan man inte komma ifrån maskulinitetens kontextbundenhet, nyanser och aspekter som kan vara unika eller mer framträdande i en annan tid, på en annan plats, i en andra åldersgrupper, etniska sammansättningar etc. riskerar att förbises eller feltolkas²¹.

2.2 Kroppen och maskuliniteten

Maskulinitet utgår från kroppen, det går inte att bortse från kroppen som förutsättning för skapande av maskulinitet genom exempelvis kroppsliga praktiker²². Connell urskiljer två motsatta sätt att uppfatta kroppen vilka Connell menar har dominerat de senaste decenniernas diskussion kring genus. Dessa två sätt att uppfatta kroppen utgör enligt Connell en viktig komponent i modern genusteori varför en redogörelse för dessa blir nödvändig²³. Det skall nämnas att Connell talar om den engelskspråkiga världen, men jag hävdar att Sverige kan förstås som en del av den engelskspråkiga världen, en västerländsk kultursfär om man så vill. De två perspektiven utgörs av ett biologiskt perspektiv och konstruktivistiskt perspektiv där det biologiska perspektivet uppfattar kroppen som en maskin där biologiska processer styr, det är dessa processer som genom sin påverkan på kroppen format hur vårt samhälle ser ut; ojämställdhet mellan män och kvinnor kommer ur mäns fysiska övertag som kommer av att män generellt har större muskelmassa än kvinnor etc. Det andra perspektivet betraktar kroppen som en duk, en tabula rasa, där samhällets processer istället sätter sina avtryck, processerna i samhället formar kroppen, kvinnor är svagare än män på grund av samhällets olika krav på män och kvinnor. Mycket kort kan perspektiven sammanfattas på följande sätt: kroppen determinerar eller determineras. Connell argumenterar mot en renodling av dessa sätt att se på kroppen och dess koppling till samhället och förespråkar istället ett synsätt som Fundberg kallar *kroppreflekterande praktik*^{24, 25}. Tyvärr presenterar inte Connell en användbar definition, Fundberg gör ett försök att skapa en definition men stöter på problem och söker andra vägar. Därför kommer jag inte ge mig i kast med en tolkning av Connell och kommer istället nöja mig med att presentera de bägge perspektiv Connell lyfter fram som etablerade för förståelse av kroppen, sociobiologin och konstruktivismen.:

²¹ Fundberg 2003

²² Se exempelvis Fundberg, 2003, s 45 om kroppen som utgångspunkt, även Connell, 2008, s 92

²³ Connell, 2008, s 83

²⁴ Connell, 2008, s 103

²⁵ Connell, 2008, s 92

2.3 Sociobiologin och kroppen

Efter det att religionens förmåga att rättfärdiga genusideologier kollapsat kallades biologin in för att fylla dess tomrum [...] Enligt dessa teoretiker är männens kroppar bärare av en naturlig maskulinitet som har skapats genom det evolutionära tryck som utövats på det mänskliga släktet²⁶

Vid en första anblick kan tyckas att det är uppenbart att sociobiologins styrka ligger i så kallad hård fakta; fysiska och kemiska experiment, kemiska substanser och elektroniska impulser. Men, menar Connell, så är inte fallet, istället ligger sociobiologins stora styrka i dess retorik och dess mest kraftfulla egenskap ligger i ”dess *metafor* av kroppen som en maskin”²⁷, sociobiologer använder begrepp som att kroppen *fungerar* och *opererar* och upptäcker *mekanismer* i människors beteende²⁸. Denna styrka har gett sociobiologin en särställning inom forskningen kring maskulinitet vilket gör att en stor del av forskningen dels utgår från ett sociobiologiskt perspektiv och dels att forskningens resultat relateras till ett sociobiologiskt perspektiv varför problematiken med det sociobiologiska perspektivet inte synliggörs och diskuteras²⁹.

Ytterligare ett uttryck för sociobiologins dominans är *masskulturens* uppfattning av maskulinitet, i *masskulturen* ekar nämligen sociobiologins tal om hur maskulinitet utgår från kroppen. Här är det vanligt att man talar om en maskulinitetens kärna inom varje man, vi kan inte kan frigöra oss från denna inre natur och måste mer eller mindre underkasta oss våra kroppars behov³⁰. Detta gör att försök till förändringar av män kan avfärdas som meningslösa med hänvisning till sociobiologin eftersom vi helt enkelt inte kan ändra vår natur. Denna syn på mäns kroppar tar sig uttryck genom att kroppens behov beskrivs som en kraft som styr över sinnet; våldtäkt blir en drift och att ta hand om sina barn blir onaturligt. Män blir enligt det sociobiologiska perspektivet således slavar under sina kroppars behov³¹.

²⁶ Connell, 2008, s 84-85

²⁷ Connell, 2008, s 86

²⁸ Connell, 2008, s 86

²⁹ Connell, 2008, s 87

³⁰ Connell, 2008, s 83

³¹ Connell, 2008, s 83

2.4 Den sociala konstruktivismen och kroppen

Istället för att de sociala arrangemangen är en effekt av kroppsmaskinen, så är kroppen ett fält där den sociala determinismen härjar vilt³²

Den sociala konstruktivismens kärna utgörs av att våra kroppar inte påverkar utan påverkas. Connell konstaterar att den sociala konstruktivismen har betytt mycket och att vi inte kan underskatta dess värde, men dess kroppsuppfattning är inte hållbar. Connell visar på bristerna i teorin och slår fast att kroppen inte kan betraktas som något oföränderligt och oformligt; åldrande, livgivande, död påverkar vår kropp och vårt sätt att leva och³³. Connell visar hur sociala praktiker kan vara direkta effekter av hur våra kroppar ser ut; penisfodral och blygdkapslar exempelvis, eller för att ta ett mer moderna exempel, bröstförstoringar, muskelförstoringar etc. Samtidigt är det tydligt att det sociala påverkar vårt sätt att se på det kroppsliga; exempelvis genus, Connell visar hur vi gått från ett genus (mannen), till två (mannen och kvinnan) till idag när vi har, minst, fyra (kvinnor, män, homosexuella kvinnor och män)³⁴.

2.5 Featherstone om kroppar och konsumtion

Även om kroppen är utgångspunkten för maskulinitet och genus påverkas kroppen av sociala praktiker och strömningar i tiden, genom att koppla ihop kroppen med konsumtion och genusteori ökar förståelsen för hur kroppen framställs och tolkas i vårt samhälle idag, kroppen blir, om inte kontextbunden, så åtminstone påverkad av de förutsättningar som individen som lever i och genom kroppen har. Mike Featherstone, professor i sociologi och kommunikationsvetenskap vid School of Arts and Humanities, Nottingham Trents universitet beskriver en sorts kapitalismens konsumtionsdiskurs vilken tar sig uttryck genom och på den mänskliga kroppen, han skriver:

³² Connell, 2008, s 90

³³ Connell, 2008, s 91

³⁴ Connell, 2008, s 91-92

Den stora mängd dietistiska, bantnings-, motions-, och kosmetiska kroppsvårdsprodukter som tillverkas, marknadsförs och saluförs nu för tiden, visar på utseendets och den välbevarade kroppens betydelse i det senkapitalistiska samhället. Konsumtionskulturen ansluter sig till den föreställning om kroppsvård som uppmuntrar individen att anamma instrumentella strategier för att bekämpa kroppens förstörelse och förfall [...] och kombinerar den med föreställningen att kroppen är ett instrument för njutning och självuttryckande. Bilder av den vackra kroppen, öppet sexuell och förknippad med hedonism, frihet och exhibitionism, understryker utseendets betydelse”³⁵

Marknadsföringen av denna syn på kroppen sker genom massmedia, utan massmedia hade inte idéer kunnat få det omfattande genomslag de får idag, Featherstone skiljer sig från Gauntlett i sin syn på mass medias inflytande över individen och kan snarare sägas representera den pessimistiska syn på läsaren, konsumenten, som Gauntlett menar är orealistisk. Featherstone beskriver hur konsumtionskulturens bild av kroppen sprids genom reklam, TV och film, populärpress etc., det Connell betecknar som *masskultur*, och hur kroppen framförallt måste underhållas, förändring blir här förfall – en statisk kropp som utgörs av en ung, atletisk manskropp är det enda eftersträvansvärda. Jag menar att Featherstone genom sitt problematiserande av denna kroppsuppfattning underförstått menar att dessa budskap når fram och påverkar individen för att få dem att anpassa sig till den kapitalistiska diskursen där samhällets fundament utgörs av en konstant konsumtion³⁶

Featherstone talar om två kategorier av kropp i media, den inre och den yttre kroppen, den inre kroppen är kopplad till medicinska, fysiologiska och biologiska processer; åldrande, sjukdom etc. Den yttre kroppen är relaterad till det sociala rummet, utseende, kroppsspråk, kontroll över kroppen etc³⁷. Men, dessa två kategorier, menar Featherstone, smälter i konsumtionskulturen ihop till en där syftet med ett underhåll av den inre kroppen endast syftar till att förbättra den yttre kroppen, det finns inget självändamål i att sköta sin inre kropp³⁸.

³⁵ 1994, s 105

³⁶ Featherstone, 1994, s 105

³⁷ Featherstone, 1994, s 106

³⁸ Featherstone, 1994, s 106

2.6 Konsumtionen och maskuliniteten

Zygmunt Bauman, professor i sociologi vid Leeds universitet, författare till bland andra boken *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen* talar om en utveckling från ett producentsamhälle till ett konsumentensamhälle där arbetsetik bytts ut mot konsumtionsetik³⁹. Detta, det nya samhället, är det samhälle i vilket vi lever idag. I detta samhälle är det inte längre vad du arbetar med, hur väl du gör det utan istället vad du konsumerar och hur du gör det:

Det sätt på vilket dagens samhälle formar sina medlemmar dikteras i första hand av behovet att spela konsumenternas roll, och den norm som vårt samhälle håller upp för sina medlemmar är förmågan och viljan att spela den⁴⁰

Bauman beskriver de mekanismer som styr konsumentens handlande, ett ständigt sökande efter nya upplevelser, ett aldrig sinande begär och sätter dessa, precis som Featherstone i samband med *masskulturen*⁴¹. Genom reklam, livsstilsmedia etc. fostras individen in i konsumentens roll⁴² och kommer sedan att uppleva möjligheten att välja vad som skall konsumeras som den yttersta friheten, valet att inte konsumera skall inte existera för konsumenten. I Baumans analys blir du till först när du konsumerar⁴³.

Bauman beskriver hur kapital i första hand tjänar till att öka konsumtionsmöjligheterna och hur tillgången på kapital placerar oss på den sociala stege som avgör hur våra liv kommer att se ut⁴⁴. Detta innebär att de med störst tillgångar och därmed störst möjligheter att konsumera, kommer att betraktas som de mest lyckade, dessa individer blir våra förebilder och ideal

³⁹ Bauman, 2006, s 10

⁴⁰ Bauman, 2006, s 40

⁴¹ Bauman, 2006, s 63

⁴² Bauman, 2006, s 43

⁴³ Bauman, 2006, s 41-44

⁴⁴ Bauman, 2006, s 50

förkroppsligade. Bauman menar att idrottsmän och artister i *masskulturen* blir ”helgon i stjärnkulturen”⁴⁵.

I ett samhälle där konsumtionen definierar oss definieras således genus av konsumtion – genom att konsumera blir vi till kvinna eller man, homo-, bi- eller heterosexuell etc. Genom att marknaden är lätttrölig och konsumenterna väntar sig ständig stimulans krävs snabba och kontinuerliga förändringar för att systemet skall fungera. Som ett exempel kan nämnas marknaden för kosmetika och kosmetiska behandlingar för män som under 2000-talet bokstavligen talat exploderat. Med förebilder som brittiska fotbollsspelare har män kommit att konsumera produkter som tidigare inte marknadsförts mot män utan enbart kvinnor. Att konsumera ”kvinnliga” produkter har alltså blivit ”manligt”.

2.7 Relationer inom maskuliniteten

Niclas Järvklo, verksam vid Stockholms universitet, arbetar med en avhandling om normbildningen kring det som kommit att kallas ”den nye mannen”, i vilken han undersöker statliga utredningar av manlighet i Sverige 1980-2002, utredningar som han menar är ett uttryck för svensk maskulinitetspolitik. Syftet med dessa utredningar har varit att få män mer engagerade i jämställdhetsarbetet samt att stödja framväxten av ”nya män”, behovet av nya män växte fram ur 1960-talets feministiska rörelse. Järvklo urskiljer tre tydliga genuspolitiska riktningar för 80-, 90- och 2000-talet vilka han kallar könsrolls-, särarts- respektive genusperspektiv. Frågan Järvklo ställer sig är vem den nye mannen är och utifrån denna frågeställning visar han hur komplex maskuliniteten är, Järvklo menar att det inte finns *en ny man* utan snarare *flera nya män*. Järvklo skriver att den som kännetecknar den nye mannen är relationer, inre såväl som yttre:

Den nye mannen förutsätts vara familjeorienterad, emotionell och jämställd⁴⁶

⁴⁵ Bauman, 2006, s 57

⁴⁶ <http://www.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=7326&a=26755> 2008-12-04

Järvklo frågar sig även om det verkligen är en ny man som utredningarna talar om, kan det vara så att denne man har funnits i olika skepnader under lång tid? Min tolkning av Järvklo är att han syftar på en hegemonisk maskulinitet där alla inte kan passa in på grund av den hegemoniska maskulinitetens karaktär – det krävs avvikande individer och grupper för att upprätta hegemonin. På samma sätt menar Järvklo att man gör då man skall visa på vem eller vad ”den nye mannen” är, begreppet *den traditionelle mannen* – ”karriärsinriktad, känslolöslig och patriarkal”⁴⁷ tjänar som en motpol vilken man kan mäta den nye mannen mot – ju mer en ny man avviker från den traditionelle mannen desto bättre och ”nyare” är han. Järvklo skriver även om hur svenska, nya mäns främsta kännetecken är pappaledighet, förhållandet till barn avgör alltså huruvida en man är en ny man eller en traditionell man⁴⁸.

2.8 Hegemonisk maskulinitet

En av mina utgångspunkter är att förståelsen av hegemonisk maskulinitet är central för att förstå vad som står i texterna i King magazine. Genom att lyfta fram Järvklos ”nye man” och en ”traditionell man” som kännetecknas av en hegemonisk maskulinitet får jag två olika stereotyper att jämföra med. Så vad är då hegemonisk maskulinitet?

*Hegemonisk maskulinitet tydliggör en struktur i samhället som generellt sett ger män fler fördelar i relation till kvinnor, inte minst socioekonomiska fördelar, men betecknar också en idealbild av mannen. Hegemonisk maskulinitet handlar därmed om en strukturell samt abstrakt och symbolisk nivå*⁴⁹

Båda dessa delar av den hegemoniska maskuliniteten är etablerade och väl kända men beskrivs ofta som en helhet, man kan säga att det brukar uttryckas som att mannen utgör idealet och därmed har han fördelar gentemot avvikare, framförallt då kvinnor. Jag tycker att Fundbergs separation av de två elementen i två tydliggör hur den hegemoniska maskuliniteten fungerar och underlättar förståelsen av den. Fundberg har identifierat tre begrepp vilka

⁴⁷ <http://www.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=7326&a=26755> 2008-12-04

⁴⁸ <http://www.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=7326&a=26755> 2008-12-04

⁴⁹ Fundberg, 2003, s 149

beskriver relationer mellan män och kvinnor, dessa begrepp kan ses som olika sätt att kompromissa mellan två motsatta ideal, dels idealbilden av hur man som man skall vara och dels idealbilden av hur man som medborgare skall bete sig, dikotomin hegemonisk maskulinitet – jämställd medborgare:

I resonemang om maskuliniteter och framförallt relationer mellan män och kvinnor är det framförallt begreppen förhandling, delaktighet och medskyldighet som jag finner användbara⁵⁰

Fundberg beskriver hur pojkfotbollen kan förstås som en ”frizon”, där ”män får vara män”, det vill säga där samhällets jämställdhetsideal inte gäller⁵¹. Pojkfotbollen kan alltså förstås som en unik kontext som skiljer sig, exempelvis från den i hemmet. Han skriver även om skillnaden mellan görande och blivande, aktivitet och passivitet, kopplat till att göra en man och bli en kvinna; män måste genomgå initiationsriter för att bli män, kvinnor behöver inte göra något specifikt för att bli kvinnor⁵². En plats för män, av mestadels män där män får lov att vara män, förhållandet mellan män och kvinnor där män agerar på ett förhållandevis jämställt sätt i sina relationer till kvinnor men där det inte finns en genuin vilja att vara jämställd:

Det handlar om relationer i vilka man inte vill ändra på en övergripande ojämställd struktur även om man i sin vardag agerar jämställt⁵³

Jag menar att även King kan förstås som en egen kontext, ett slutet rum, en ”frizon” där ”män får vara män”.

2.9 Sammanfattning

⁵⁰ Fundberg, 2003, s 149

⁵¹ Fundberg, 2003, s 150

⁵² Fundberg, 2003, s 151

⁵³ Fundberg, 2003, s 149

Det finns inte en maskulinitet, det finns flera och dessutom är dessa kontextbundna och därmed inte beständiga. De teoretiska utgångspunkter jag presenterat ovan tjänar till att förklara främst hur vi uppfattar maskuliniteter i en nutida svensk kontext, kropp, genus genom konsumtion och ett erkänt och öppet känsloliv tycks vara kännetecknande för de maskuliniteter vi möts av i media och de maskuliniteter vi själva praktiserar.

Med Connells teorier om kroppar vill jag skapa möjligheter för diskussion om hur mäns kroppar beskrivs i King magazine, eftersom kroppar är inbegripna i skapandet av oss är det intressant att se om King magazine ser på kroppen som påverkad, påverkande.

Gauntlets syn på livsstilsmedia som påverkande, om än överdrivet, skapar onekligen problem, vi kan inte säga exakt hur var och en påverkas och klart är att den här typen av livsstilsmagasin når en begränsad population – men samtidigt är det sannolikt att populationen är tillräckligt stor och det är även en generation som befinner sig i övergången mellan påverkansbar tonåring och kapitalstark vuxen, förmodligen en ypperlig målgrupp då de har råd att konsumera.

I vårt samhälle är konsumtionen det som skapar oss, vi blir till genom skapandet av genus. Vår sexuella identitet är central, se exempelvis på åtskillnaden som görs i samhället mellan män och kvinnor vad gäller produkter och behandlingar etc. som ingår i kommersiella kampanjer.

3 Syfte

Det finns luckor i tidigare forskning, maskulinitet har undersökts i utländska livsstilsmagasin, men inte i svenska. Istället har bilden av kvinnor i svenska livsstilsmagasin för kvinnor, men även livsstilsmagasin för män, undersökts. Kvinnor och mäns representation i olika typer av media såsom dagstidningar, radio och TV har undersökts likväl som män i reklam. På grund av bristen på undersökningar av maskulinitet i svenska livsstilsmagasin för män och mot

bakgrund av Gauntletts konstaterande att denna typ av media påverkar oss och sist men inte minst Johanssons uppmaning till vidare forskning vill jag därför undersöka hur maskulinitet representeras i svenska livsstilsmagasin för män i Sverige.

4 Frågeställning

1. Hur representeras maskulinitet i det svenska modemagasinet King magazine med avseende på kropp?
2. Hur representeras maskulinitet i det svenska modemagasinet King magazine med avseende på konsumtion?
3. Hur representeras maskulinitet i det svenska modemagasinet King magazine med avseende på relation?

5 Avgränsningar

5.1 Livsstilsbloggen

Än är det för tidigt att utropa livsstilsmagasinens död men på väldigt kort tid har livsstilsbloggen seglat upp som en viktig faktor i ungas liv, varför har jag då inte valt att skriva om detta ”fenomen”? Saken är den att livsstilsbloggarna på nätet dominerar helt av kvinnor, livsstilsbloggarna för män når inte så många män, ännu. När jag utvärderade potentiellt material visade det sig snabbt att kvinnorna dominerar livsstilsmedia på internet, kvinnorna läser, skriver och kommenterar medan männen lyser med sin frånvaro. Visserligen säljs det fler livsstilsmagasin för kvinnor än för män men livsstilsmagasinerna för män har trots allt etablerat sig sedan länge och når en stor grupp unga män. Att därför välja livsstilsmagasin i pappersform föll sig naturligt.

5.2 Alternativa magasin

Mitt förstahandsval av magasinen skulle varit det största nordiska livsstilsmagasinet – Slitz. Tyvärr fanns inte Slitz att få tag i på bibliotek varför det blev nödvändigt att välja bort det. Näst störst är King magazine vilket visserligen skiljer sig från Slitz i hur de själva benämner sig, livsstilsmagasin respektive modemagasin, men enligt Gauntlett är innehållet i livsstilsmagasin som till synes kan skilja sig radikalt åt så gott som alltid snarlikt. Jag ville från början ha ett magasin som mer liknade förlagorna för kvinnor som funnits i decennier, ett magasin utan mer eller mindre nakna, sexualiserade, kvinnokroppar på omslaget men efter att ha läst Gauntletts genomgångar av brittiska magasin och deras innehåll insåg jag att jag själv med stor sannolikhet fäst för stor vikt vid omslaget och därför inte ens övervägt innehållet.

6 Metod

6.1 Urval och analysenheter

Jag kommer använda mig av 6 nummer av King magazine i vilka jag valt ut de personporträtt av omslagspersonen som finns i varje nummer⁵⁴. Utgångspunkten har varit att King magazine väljer sina omslagspersoner för att locka läsare och att omslagspersonerna representerar livsstil, ideal etc. som King magazine delar. Eftersom den gemensamma nämnaren för samtliga omslagspersoner är att de alla är män, framgångsrika, kända, rika etc. menar jag att de stämmer överrens med hur jag, utifrån teorikapitlet, uppfattar en ”idealman”. Möjligheten till konsumtion kommer genom tillgång på kapital och denna är nödvändig för att skapa genus och maskulinitet idag. Jag låter King magazine själva presentera personerna i personporträtten genom att citera rubrik samt ingressen, den korta presentationstext som återfinns mellan rubrik och brödtext, själva personporträttet:

George Clooney - Hollywoods grå eminens

⁵⁴ Altheide rekommenderar 6-10 analysenheter, David L. Altheide, Qualitative media analysis, 1996, s 24

Vänskap med Giorgio Armani, bråk med George W Bush, dyra skämt med Brad Pitt och FN-resor under vapenhot till Sudan. I en exklusiv intervju för KING: George Clooney⁵⁵.

Christian Bale – Bale bakom masken

Från Bateman till Batman – Christian Bale är den nye generationens karaktärsskådespelare med roller som sadistisk sexmördare, skelettlänkande paranoiaoffer och larvätande krigsfånge på meritlistan. King har träffat honom under inspelningarna av sommarens stora actionfilm: the Dark knight⁵⁶.

Jude Law – Jude Law

Filmstjärna, stilikon och Dior Homme Sports nya ansikte. Inte nog med det – nu har Kings läsare utsett honom till världens bäst klädde man. Därför är det väl helt logiskt att Jude Law inte har några drömmar kvar. Kings Andreas Utterström åkte till Biarritz för att stalka den brittiske skådespelaren på toaletten⁵⁷.

Daniel Craig – Daniel Craig

Det har återigen blivit dags för Agent 007 att dra på sig smokingen, osäkra pistolen och få Martinin skakad. King har åkt till inspelningarna av den 22:a Bondfilmen, *Quantum of Solace*, för att träffa tidernas främste James Bond⁵⁸.

Ola Rapace – Ola Rapace Dramatens nya tungviktare

Han gjorde entré med *Tillsammans*, succé med *Tusenbröder* – och nu ska Ola Rapace befästa sin ställning som en av Sveriges främsta skådespelare. Uppladdningen: fem timmars boxningsträning – varje dag. Kings Jan Ekholm har träffat landets mest vältränade aktör och snackat om skandaler, kläder, karriär och välförtjänta käftsmällar⁵⁹.

Andreas Carlsson

⁵⁵ King magazine, nummer 6, 2008

⁵⁶ King magazine, nummer 7, 2008

⁵⁷ King magazine, nummer 8, 2008

⁵⁸ King magazine, nummer 9, 2008

⁵⁹ King magazine, nummer 10, 2008

Ferrari, fester, fantasilöner & en halv miljard sålda skivor. King träffar musikskaparna som lever ditt drömliv⁶⁰.

6.2 ECA

Jag kommer i min undersökning använda mig av ECA, ethnographic content analysis, vilket finns beskrivet i David L. Altheides bok *Qualitative media analysis*⁶¹ för att samla in, kategorisera och analysera mitt material. ECA är en metod för kvalitativ textanalys med kvantitativa inslag. Analysverktyget är en matris, ECA-protokollet, i vilket materialet systematiskt ordnas för att synliggöra tendenser och underlätta analys av detta, matrisen kan fyllas med allt från enstaka ord och begrepp, siffror vid räknande av ord till citat. Istället för att utgå från ett antal fasta kategorier börjar man i datainsamlingen med ett teoretiskt ramverk, teman, vilket byggs ut till underfrågor genom att systematiskt läsa materialet, koda det och pröva det på materialet. Tillvägagångssättet kännetecknas alltså av att det är reflexivt, genom att kombinera det systematiska ordnandet från kvantitativ datainsamling med det öppna systemet med fältanteckningar från etnografiska studier får man en arbetsprocess som påminner om etnografisk datainsamling som redovisas på ett kvantitativt sätt. Nedan presenterar jag mitt slutgiltiga analyschema vilket är ett resultat av ett antal läsningar och omarbetningar vilket borgar för god reliabilitet. Jag har i min matris inte använt mig av räknande av ord utan huvudsakligen citat, enstaka ord och begrepp har dock förekommit.

6.3 Validitet

Genom att redovisa delar av mitt material i resultatdelen synliggör jag hur jag kodat mitt material för att på så sätt skapa hög transparens i uppsatsen, citaten har valts ut för att vara så tydliga och representativa som möjligt och jag menar att andra med utgångspunkt i dem kan koda liknande texter med ett likvärdigt resultat som följd.

⁶⁰ King magazine, nummer 11, 2008

⁶¹ David L. Altheide, *Qualitative media analysis*, 1996, se exempelvis s 13-14 för en kort introduktion

Eftersom jag inte funnit liknande undersökningar gjorda i en svensk kontext blev det nödvändigt att operationalisera de teorier som presenteras i teorikapitlet utan att ta avstamp i tidigare studier och deras operationaliseringar. För att nå så god begreppsvaliditet som möjligt sökte jag minska avståndet mellan teoriernas begrepp och de operationaliserade begrepp som jag sedan använder i matrisen. Min utgångspunkt för detta var att teoriernas begrepp hade en så pass låg abstraktionsnivå att dessa inte behövde bearbetas för att kunna användas i undersökningen. Men då teoriernas begrepp inte alltid visat sig vara helt tillfredställande, har några begrepp tillkommit för att bättre spegla komplexiteten i texterna, tillkomsten av dessa begrepp är en konsekvens av det reflexiva arbetssätt jag använt mig av. De tillkomna begreppen följer de teoretiska ramarna men kompletterar de begrepp som diskuteras i teorikapitlet. Jag menar även att jag uppnått god resultatvaliditet då jag anser att de korta avstånden mellan de teoretiska begreppen och de operationella begreppen i kombination med ett noggrant och systematiskt läsande samt kodande av texterna skapat de två förutsättningarna för god resultatvaliditet, god begreppsvaliditet och god reliabilitet.

Avsikten med undersökningen har varit att undersöka ett svenskt livsstilsmagasin och jag anser att resultatet kan användas för att förstå liknande svenska publikationer, kanske även i andra former än pappersmagasin; internetpublikationer, livsstilsbloggar, internetforum etc. På grund av förståelsen av maskulinitet som kontextbunden tror jag inte att mina resultat skulle kunna ge en objektiv bild av hur maskulinitet representeras i annan livsstilsmedia för män än svensk och även om resultaten skulle kunna användas för att tolka maskulinitet skulle jämförelser mellan liknande studiers resultat, utförda i en annan kontext vara nödvändiga. Genom en sådan jämförelse skulle exempelvis, vid funna samband mellan skilda kontexter, förståelse för förhållanden inom den engelskspråkiga världen och kulturella strömningar inom denna skapas.

6.4 Analysschema

Kropp

	Clooney	Bale	Law	Rapace	Craig	Carlsson
Inre kropp						
Yttre kropp						

Kropp som redskap						
Kropp som symbol/objekt						

Konsumtion

	Clooney	Bale	Law	Rapace	Craig	Carlsson
Förstärka/förändra yttre kropp						
Förstärka/förändra inre kropp						
Identitet genom avståndstagande						
Identitet genom omfamnande						

Relation

	Clooney	Bale	Law	Rapace	Craig	Carlsson
Homosocial relation						
Heterosexuell relation						
Inre relation						
Barn						

De tre teman som jag uppfattar som centrala för att förstå maskulinitet; kropp, konsumtion och relation har placerats i den vänstra kolumnen i en matris medan mina analysenheter, personporträtten placerats, i kronologisk ordning, horisontellt på den översta raden i matrisen. Analysschemat ovan, det slutgiltiga analysschemat är resultatet av en process som inneburit ett flertal läsningar av materialet samt en successiv uppbyggnad av matrisen i underfrågor, denna process menar jag skapar en god reliabilitet. Den vänstra kolumnen innehöll till en början bara de tre temana, kropp, konsumtion och relation. Varje cell i matrisen fylldes sedan vertikalt, ett personporträtt i taget, med citat, nyckelbegrepp och reflektioner kring materialet. När materialet var på plats i matrisen analyserades sedan varje artikel en och en lodrätt för att säkerställa att artikeln kodats på ett sätt som speglade dess innehåll. Efter ett flertal justeringar ansåg jag att jag säkerställt att artikeln korrekt reflekterades i cellernas innehåll varpå jag gick över till att analysera temana, det vill säga horisontellt. Dessa tendenser byggdes sedan ut till underfrågor vilka är de som nu syns i matrisen ovan. När underfrågorna väl var på plats gjordes analysen om från början, den fylldes på nytt med citat, nyckelbegrepp och reflektioner.

7 Resultat

7.1 Inre kropp

Jag lånar begreppet *inre kropp* av Featherstone och kan konstatera att kroppen i King magazine uppfattas som föränderlig med avseende på de fysiologiska och biologiska processer som Connell beskriver som omöjliga att bortse från, i texterna talas om ålder eller åldrande, om matvanor/dryckesvanor och om träning. Men fokus ligger inte på välmående genom att ”sköta sin kropp”. Istället kännetecknas maskuliniteten i King magazine av att man aktivt väljer bort nyttiga praktiker, Andreas Carlsson väljer bort lågkaloriluncher vid poolen och åker till ett slitsamt uppdrag som domare i den svenska upplagan av TV-programmet Idol. Ola Rapace blir intervjuad om droger och talar i det sammanhanget om hur ett sunt liv är tråkigt, att bry sig om den inre kroppen blir hos Rapace negativt:

Svenska skådisar lever så förbannat nyttigt. Det finns inte särskilt många värstingar, därför krävs det så lite för att få det ryktet. Det är ovanligt att folk kommer till inspelningarna och luktar sprit.

Kroppen utövar ingen makt över männen, snarare tycks de definiera sig genom att tämja sina kroppar och bortse från kropparna och kropparnas behov. Rapace uppfattar ett ”osunt” leverne som en del av hur man bör vara som manlig skådespelare och ser det som sin uppgift att ta på sig detta eftersom ingen annan tycks vilja arbeta för att upprätthålla denna image som alla ändå tycks dra nytta av.

Att kroppen är viktig i King magazine blir tydligt, men inte på det sätt som man kan vänta sig efter att ha läst Featherstones teorier om konsumtionskulturens krav på individen att sköta *den inre kroppen* för att på så sätt förbättra *den yttre kroppen*. För Rapace är det istället ett konsumtionsbeteende som går ut på att konsumera droger, alkohol och att leva på ett sätt som tycks bryta ner kroppen, fysiologiskt, som betraktas som positivt. Men utgår man istället från

det sociokonstruktivistiska perspektivet och ser till Rapaces uppväxt kan ett beteende i vuxen ålder tolkas som en produkt av hans uppväxtförhållanden,

Uppväxten var småstökig. Mamma träffade kärleken och drog, pappa var måttligt närvarande och Ola fick klara sig själv efter bästa förmåga. Lapparna från skolan om ständiga slagsmål var det ingen som läste.

Förväntningar från vänner, skola och kanske även myndigheter kan i uppväxtåren skapat förutsättningarna för att upptäcka andra möjligheter med kroppen än de som konsumtionskulturen erbjuder, nämligen en medvetenhet om vad misskötsel av *den inre kroppen* gav i utbyte.

För George Clooney är åldern, 46 år, inte oproblematiske, han säger:

-För mig känns det ganska okej att bli gammal. Jag känner mig inte som ”den gamle stoffilen”, utan är i god form för en man på 46 år. Jag spelar basket varje veckan och tränar varje dag. Jag har aldrig varit i bättre form.

Clooney sätt att resonera ligger i linje med Featherstones teori om konsumtionskulturens påverkan på kroppen, för Clooney är åldrandet inte positivt, men han kan hantera det – genom att sköta sin kropp, med träning, kan han bromsa åldrandet och se till att det yttre upprätthålls. I sammanhanget kan en förklaring till de olika sätten att förhålla sig till sin *inre kropp* ligga i maskulinitetens kontextbundenhet – Rapace är en svensk skådespelare, uppväxt och verksam i Sverige medan Clooney är uppväxt och verksam i USA, Hollywood. Här blir Carlsson intressant, som boende i Hollywood men uppväxt och delvis verksam i Sverige verkar han, enligt porträttet, leva ett liv som främjar *den inre kroppen*, i vardagen men han kan, till skillnad från Clooney ta en paus i livsstilen för att åka hem till Sverige och till en vardag som inte alls påminner om den han är van vid. Carlsson uttrycker även att han inte saknar tiden då han började sin karriär som topproducent eftersom denna innebar en extrem livsstil som till största delen bestod av arbete.

7.2 Yttre kropp

Även begreppet *yttre kropp* lånar jag av Featherstone. Tonläge, sätt att röra sig m.m. utgör kännetecknen för denna underfråga. Journalisten använder olika kroppsliga uttryck för att måla upp en bild av den som porträtteras och vissa drag kännetecknar män i King magazine. Här är ett citat ur personporträttet av Rapace där rösten beskrivs som djup utan att det i sammanhanget är klart varför, samtalen kretsar kring hans ”värstingrykte” i massmedia:

Har man varit ute och seglat får man käka upp det senare, så är det ju. Saker och ting kommer ikapp. Jag kan inte längre gå ner på Stureplan utan att krogkommissionen kommer fram och vill att jag ska pissa. Jag kan vara helt spiknykter, det spelar ingen roll. Men det är ju ingen som skriver om alla de gånger jag är ren, säger Ola Rapace. Hans djupa röst låter lätt indignerad.

Ytterligare exempel finns i personporträttet av Craig där journalisten beskriver hur Craig uppträder med avseende på hans kropp och hur journalisten tolkar detta:

James Bond kommer gående med lugna steg – oklanderligt klädd i smoking och Church's-skor – och slår sig ner vid ett tungt, exklusivt marmorbord. Bakom honom skymtar man tvåvåningshus som ser ut att höra hemma i Latinamerika, kanske Panama. Inga dåliga förutsättningar för en intervju. Fast egentligen är det Daniel Craig som stegar fram, tvåvåningshusen är kulisser och marmorbordet vi sätter oss vid är gjort av plast.

Genom att fokusera på hur kropparna uppträder och tolka dessa beteenden formulerar King magazine hur män bör bete sig, *den yttre kroppen* blir central för att skapa en bild av männen.

7.3 Kropp som redskap

Kroppens funktion som redskap tycks vara dess allra viktigaste. Skådespelarna kan med sina kroppar på olika sätt frambringa karaktärer och känslor. Daniel Craig utmålas som Bondbrud, kardiovaskulär och bulkig, Jude Law springer, tittar och står, Christian Bale rasar i vikt och äter upp sig till imponerande vikt. Prestationer måste matchas med rätt kropp och kroppen är i allra högsta grad föränderlig.

I juli 2003 gick han ner 30 kilo för att spela den frustrerade, insomniadrabbade Trevor Reznik i *The Machinist*. Bale vägde bara 54 kilo och liknade ett vandrande skelett. Fem månader senare hade han tränat tyngdlyftning, ätit som John Goodman och nått en kroppsvikt på 110 kilo för att förbereda sig inför superhjärterollen i Christopher Nolans *Batman Begins*.

Makten och kontrollen över kroppen är tydlig. Kroppen påverkar inte männen, männen påverkar sina kroppar – samtidigt är de medvetna om hur deras kroppar uppfattas och hur de skall använda sina kroppar för att stärka eller förändra detta. I exemplet Craig behöver musklernas utseende förändras, alltså inte muskelmassa utan bara utseendet för att passa karaktären han skall spela och genom olika tekniker har han kunnat förändra sin kropp för att kunna skapa förutsättningarna vilka är nödvändiga:

Jag har varit på gymmet, men tränat på ett helt annat sätt än sist. Då bulkade jag för att se ut som en snubbe som just muckat från armén. Nu har jag mer action framför mig. Jag måste bli fit på ett mer – skriv inte det här ordet – kardiovaskulärt sätt. Usch, jag fattar inte att jag pratar på det sättet. Hur som helst så måste jag håla mig i god kondition, vi filmar sex dagar i veckan och det är jävligt tufft.

Intressant är att även om männen helt styr över sina kroppar och använder dem så krävs det en insikt om hur andra uppfattar deras kroppar för att de genom sina förändringar skall kunna förmedla det de vill förmedla till betraktaren. Kroppen blir ett redskap vilket används på ett sätt som fungerar i samklang med det omgivande samhället för att kunna nå betraktaren. Detta stämmer snarare överens med ett sociokonstruktivistiskt perspektiv på kroppen då King magazine betraktar detta sätt att använda kroppen som helt naturligt vilket är underligt då Connell menar att det sociobiologiska perspektivet är det förhärskande i massmedia.

7.4 Kropp som symbol/objekt

Kroppen som sexuellt objekt förekommer i flera av texterna, just objektifieringen tycks känneteckna King magazines syn på den manliga kroppen och dess relation till sex och sexualitet – kroppen som sexuellt subjekt nämns inte. Daniel Craig utmålas, mot sin vilja, som sexsymbol, George Clooney talar om hur han hade poserat i badbyxor för jämnan om han haft vännen Brad Pitts kropp och Jude Law utmålas som ett oemotståndligt objekt för alla kvinnor, journalister, etc.

I *Casino Royale* var det således inte Ursula Andress eller Halle Berry som poserade i badkläder – i stället var det Craig som tog sig an den klassiska Bondbrudscenen klev upp ur havet i ett par snortajta badbyxor och visade paketet.

Craig reagerar när journalisten tar upp hur Craig återinfört Bond som sexsymbol och nämner badbyxorna, det är första gången under intervjun som Craig blir defensiv. Även om Craig inte gillar att bli utmålad som sexsymbol är detta något positivt för King magazine vilket ligger i linje med Featherstones analys av den samtida konsumtionskulturens fokus på kroppen som ett verktyg för njutning.

7.5 Förstärka/förändra inre kropp

Konsumtionen relaterad till *inre kropp* kretsar framförallt kring en livsstil som inte handlar om att konsumera fysiska objekt utan snarare att ha råd att inte arbeta. Att köpa sig tid. Rekreation blir i porträtten en lyx som bara de rika och kända kan unna sig men även hälsosam mat nämns i porträtten. Intressant är att ett hälsofrämjande konsumtionsbeteende inte nödvändigtvis är positivt. I porträttet av Rapace skriver journalisten om hur svenska rockstjärnor förfallit och inte längre lever upp till ”myten”, just på grund av att de anammat hälsofrämjande konsumtionsbeteenden:

Sanningen är att de manliga svenska rockstjärnorna årgång 2008 är så upptagna med att dricka grönt te, meditera och noppa ögonbrynen att de inte längre har tid att hänge sig åt hedonistiska excesser.

Även om Carlsson betar sig irrationellt framställs hans val att välja bort ett sunt liv inte som negativt:

Du kan antingen spendera hösten liggande vid din pool i Beverly Hills, skrivande ett par nya Billboardettor medan din assistent förser dig med kalorislåda luncher och iskalla drycker.

Kort kan man säga att King magazine verkar förespråka en livsstil som inte tar hänsyn till en konsumtion som fokuserar på den inre kroppen, snarare är det ett avståndstagande från sådana praktiker som framträder, jag uppfattar det som att ett sådant beteende inte passar in i King magazines syn på ”hur en man bör vara”. Det är alltså ett felaktigt beteende som King magazine korrigerar genom att lyfta fram det negativa med denna typ av praktiker.

7.6 Förstärka/förändra yttre kropp

Ett tema som är betydligt mer positivt och framträdande är det som kretsar kring konsumtion som tjänar till att förändra personens *yttre kropp*, Andreas Carlsson svarar på frågan om han har investerat i några skönhetsingrepp:

Nej, men jag kan absolut tänka mig att göra det när ögonen börjar hänga. Vi lever i ett modernt samhälle där sådant är vardag. Utom i Sverige kanske. Här är nyhetsankarna skrynkliga som Pekka Langer och har tänder som står åt alla håll.

George Clooney har ett liknande förhållande till konsumtion som syftar till att förstärka och förändra *yttre kropp*:

Jag har bra hår. Titta! Jag har precis fått det, utbrister Clooney, kör handen genom det korta håret och ler som bara en väldigt förmögen och framgångsrik man kan göra. Efter att skådespelaren gjort ett liknande skämt i en tv-intervju skvallrades det som att han hade fått sina ögon ”fixade” och nyligen skapade han ytterligare ett rykte efter en artikel i en amerikanske tidning – denna gång om sina testiklar. ”Jag lät ta bort mina rynkor. Det är den senaste trenden i Hollywood – att stryka testiklarna”.

Här blir Baumans teori om hur tillgången på kapital och därmed möjligheten till konsumtion som ett mått på hur väl man lever upp till idealet tydligt. Journalisten relaterar dessutom tillgången på kapital till maskulinitet och konstaterar att tillgången till kapital i det här fallet ”gör mannen”. Även Featherstones koppling mellan *den yttre kroppen* och konsumtion blir tydlig, det är inte bara önskvärt att söka motverka de biologiska processer som kroppen oundvikligen genomgår, det är, i Carlssons fall, naturligt.

7.7 Identitet genom avståndstagande

Ett återkommande tema i varje porträtt är frågor om shoppingvanor och kläder. Här delas de intervjuade upp i olika läger. Christian Bale tycker visserligen om kläder, men:

[...] jag orkar inte gå ut och handla saker. Jag hatar att shoppa. Jag bär hellre samma plagg i fem år tills det är helt utslitet.

Just detta att använda kläder tills de är helt utslitna är något även Clooney säger, även om han inte uttrycker ett lika starkt ogillande inför shopping som Bale:

Mode är inte särskilt viktigt för mig. Lyckligtvis är jag kompis med Giorgio Armani, så han skickar mig ett par kostymer om året. Jag har använt samma smoking så länge att han faktiskt skickade mig en ny smoking för ett tag sedan, och sa: ”Ta på dig den här, eller låt bli att säga att du bär Armani, för den du har nu är ju helt trådsliten.

Även om de båda ogillar kläder och shopping har de en åsikt om det, de förhåller sig till konsumtion vilket kan ses som en indikation på förväntningar på omgivningen att de skall bete sig på ett visst sätt för att på så sätt leva upp till det som omgivningen förväntar sig att de skall vara. Kroppen blir här en yta på vilken en kamp mellan Bale och Clooneys ointresse för shopping och samhällets förväntningar på dem utspelar sig.

7.8 Identitet genom omfattande

Carlsson och Rapace har en helt annan inställning till konsumtion, kläder och shopping. För dem är shoppingen en självklar del av vilka de är, här svarar Carlsson på frågan om han köper mycket kläder:

Fruktansvärt mycket. Helst på H. Lorenzo på Sunset Strip, det är världens bästa butik. De tar bara inte små upplagor och ofta med nya designers. Mycket japanskt, men de har även Neil Barrett som är en av mina favoritdesigners. Varje gång jag går in där blir mina ögon som spiraler. Tio minuter senare har jag spenderat tusentals dollar.

Rapace om var han handlar kläder:

Ofta på Acne, där vet man vad man får. Annars handlar jag i skumma secondhandbutiker i Paris, eller hos unga franska designers. Jag har en väldigt avspänd inställning till mode.

För Craig är konsumtion något positivt, men han talar om hur bristen på kapital förhindrar honom att leva upp till omgivningens förväntningar på honom:

Nej, alla tror att jag plötsligt är multimiljonär och att jag har fått en klase Aston Martins. Men det händer inte över en natt.

För Carlsson och Rapace är konsumtionen normal, även om de bägge lyfter fram exklusivitet, ”skumhet” etc. vilket tyder på att de medvetet upplever att konsumtionen är något större än själva handlingen i sig. Baumans teori om identitetsskapande genom konsumtion menar jag tydligt går att se i Carlsson och Rapaces inställning till konsumtionen och därmed menar jag att man till konsumtionen kan knyta konstruktionen av maskulinitet – genom att konsumera blir de inte bara Andreas och Ola utan de blir män. Genom utpräglade konsumtionsmönster uttrycker de ett kritiskt förhållningssätt till konsumtionen – de handlar inte var som helst hur som helst, det måste vara omgivet av speciella ritualer och symboler; vissa butiker, på vissa platser och vissa märken eller andra attribut som associerar butikerna till värden de betraktar som viktiga för att definiera dem. För Craig är detta inte lika utpräglat och tydligt, hos Craig är konsumtionen något som ligger i framtiden något han inte ännu kan unna sig, även om han köper dyra kostymer vilket diskuteras i artikeln.

7.9 Homosocial

Banden till manliga vänner är viktigt, så gott som alla vänner och bekanta verkar vara män, relativt ofta är dessa dessutom av en bekantskapskaraktär där någon form av affärsmässigt utbyte är det centrala i relationen. Allra tydligast är att dessa band aldrig är av sexuell karaktär. Ur personporträttet av Ola Rapace om flytten till Göteborg med den dåvarande flickvännen och utbildningen bägge sökt och kommit in på:

Så i smyg, mitt under fotbollssäsongen, flyttade Ola till Göteborg. Han vågade inte berätta för de andra i laget att han skulle börja studera teater. Det lät för böigt.

I enlighet med Fundbergs förklaring av den hegemoniska maskulinitetens mekanismer vågade alltså inte Rapace riskera att utsätta sig för risken att hans sexualitet skulle ifrågasättas, journalisten verkar tycka att Rapaces handlande är normalt och oproblematiskt, om än något humoristiskt, dock står det klart att läsaren inte kommer ha några problem att relatera till situationen. På så sätt kan relationerna mellan män i King magazine följa traditionellt maskulina mönster – de är inte av sexuell karaktär och detta understryks för att styrka heterosexualiteten och konformiteten.

7.10 Heterosexuell

Precis som med de homosociala relationerna figurerar kvinnorna i texterna som flickvänner och fruar, åtråvärda och åtrående – de kan alltid kopplas till sexuella relationer. Det finns olika sätt att framställa kvinnorna och den intervjuade och intervjuaren kan bägge tala om kvinnor. Här talar journalisten med Andreas Carlsson om hans relationer till kvinnor:

Du har varit tillsammans med Hannah Graaf, Natacha Peyre och Erika Johnson. Hur är blondinbeståndet i LA? –Haha. Det var någon som kallade mig för Sveriges Rod Stewart... Men nej, tjejerna måste inte vara blonda.

Här skriver journalisten om hur bilder på Jude Law hamnat i den brittiska tidningen The Sun föreställandes hur Jude Law ”får hjälp att hitta bilnycklarna i höger byxficka”:

Riktigt så roligt är det inte på Diors tillställning i Biarritz, även om det finns många frivilliga kandidater bland de kvinnliga journalisterna på den lilla läktaren.

7.11 Inre

Relationen till sig själv, till sin bakgrund och till sina känslor uttrycks tydligt. Allra tydligast uttrycker Rapace detta då han talar om hur han hamnat där han är vid tiden för intervjun:

- Jag försökte tona ner mig, men... ja, jag antar det. Det är lätt att börja fäktas när man är rädd.

När Jude Law talar om en upplevelse han haft med sin son stannar inte journalisten vid detta utan använder det som en passage för att komma till de mediestormar som rasat kring Law och hans otrohet.

Men Jude Law berättar i alla fall en liten godbit om när hans son vaknade en natt och skrek, plågad av intensiva mardrömmar. Sonen var jagad av Frankensteins monster, och kunde inte få monstret ur vägen. – Pappa, du har sagt att jag kan göra vad som helst, men jag kunde inte få Frankenstein att försvinna, sa sonen besviket. Nej, det är inte alltid man kan lita på Jude Law.

Även om journalisten i det här sammanhanget inte korrigerar Law visar journalisten ett totalt ointresse för denna del av Laws personlighet, Laws känslor inför att inte kunna leva upp till vad han lovat sin son inte in i King magazines bild av vad som är en intressant eller viktig del av mäns liv. Istället hastar journalisten vidare till något i sammanhanget betydligt viktigare – nämligen sex på biljardbord med barnflickan och hur sonen kommer på de bägge.

7.12 Barn

Maskuliniteten som King magazine beskriver har inte plats för barn, mer än som skuggfigurer, de nämns i samtliga personporträtt – antingen för att den intervjuade har barn eller saknar barn. Män förväntas nämligen skaffa barn, men att ta hand om dem och utveckla djupa relationer till dem – så som Järvklo beskriver den nye mannen, den svenska maskuliniteten – det verkar inte vara relevant för King magazines läsare. Den som talar mest och mest målande om sina barn är Jude Law, han berättar bland annat om sin känsla inför faderskapet varpå journalisten korrigerar Laws uttalande:

I stället fortsätter frågorna åka slalom mellan olika ämnen och Jude Law får till slut tillfälle att prata lite om lukten av sina barn. Jo, du läste rätt. – Det är fascinerande vilken tröst man som vuxen kan finna i närheten till sina barn, säger han och ser allvarlig ut.

Det här är ända gången som King magazine går in och aktivt korrigerar en person i personporträtten. Vad de valt att ta med och utlämna kan jag förstås inte veta, men den här typen av raljerande över en av de intervjuades känslor för något som de själva uttrycker som viktigt för dem förekommer inte i de artiklar jag tagit del av.

Även Carlsson talar om barn, för honom är sonen visserligen viktig, å andra sidan framkommer inte hur och på vilket sätt:

Jag har min son och hans kärlek går inte att jämföra med något annat.

Sonen kan förstås vara viktig Carlsson, men enligt Järvklos definition av den nye mannen räcker det inte att man säger att man älskar sina barn, man måste leva med dem, man måste sköta dem, ta hand om dem etc. Pappaledighet är trots allt den nye mannens främsta kännetecken, möjligen vet Carlsson om detta och inser att han förväntas svara på detta sätt utan att han för den skull egentligen känner så eller agerar därefter. Men

George Clooney har inte skaffat några barn, ännu. I porträttet av Clooney skriver journalisten istället om vadslagningar om när Clooney skall skaffa barn, från att ha slagit vad om att han skulle ha barn vid 40 har han nu utmanat motståndaren på kvitt eller dubbelt och siktar nu på att inte ha barn innan 50. För Clooney är barn något han inte själv verkar intresserad av det är snarare något som är tacksamt att skämta om eftersom det omgivande samhället verkar ha så stora förväntningar på honom, på grund av hans ålder.

8 Slutsatser

8.1 Kropp i King magazine

Hur förhåller sig kropp till maskulinitet i King magazine? Kroppen är i första hand ett instrument vilket mannen visserligen kontrollerar så till vida att han själv kan förändra kroppen efter behov. Men samtidigt som han kan förändra sin kropp och använda den på olika sätt är han ständigt bunden av samhällets tryck på honom. Det är ofrånkomligt för mannen att hans kropp påverkas av ett yttre tryck som han själv inte kan kontrollera eller ställa sig vid sidan av. Kroppen har ingen fri vilja, som man måste du underkasta dig de praktiker som samhället förväntar sig av dig. Maskulinitet i King magazine handlar till stor del om ett disciplinerande av kroppen, kroppen måste underkastas de krafter som påverkar individen som lever i och genom kroppen. Att misslyckas med denna disciplin kan leda till att du betecknas som avvikande, samma typ av mekanismer som styr den hegemoniska maskuliniteten. Om du som skådespelare förväntas ta droger och dricka omåttligt kommer du att ifrågasättas om du inte lever upp till det omgivande samhällets syn på dig. Att detta bara gäller skådespelare kan man tyvärr inte utgå från, Gauntlett talar om läsaren som en aktiv läsare som tolkar, samtidigt som läsaren påverkas. Läsaren bör alltså vara kapabel att applicera idealet om en disciplinerad kropp på sig själv och sin livssituation vilket kan leda till att de som inte klarar att disciplinera sina kroppar upplever sig själva och andra som avvikande från den relativt enhetliga bild av kroppen som King magazine representerar.

8.2 Konsumtion i King magazine

Hur förhåller sig konsumtion till maskulinitet i King magazine? Konsumtionen är ständigt närvarande, kraven på männen i King magazine gör sig påminda inte bara genom journalisternas ständigt återkommande frågor kring konsumtion utan även genom förväntningar från andra håll. Samtliga män har en relation till konsumtion på ett eller annat sätt. Att förändra sin kropp genom konsumtion är inte bara önskvärt det är naturligt vilket egentligen inte är konstigt med tanke på den instrumentella synen på kroppen – kroppen skall tillfredsställa de behov individen har vilka den i sin tur tillägnat sig av det omgivande

samhället. Att då låta sig opereras eller att ha råd att inte arbeta blir bara ytterligare ett sätt att förändra kroppen i enlighet med de krav det omgivande samhället ställer individen. Just behovet av att på olika sätt modifiera kroppen och hur den uppfattas menar jag styrker Connells och Fundbergs förståelse av kroppen som grundläggande för att förstå genus och maskulinitet. Samtidigt går det inte att komma ifrån att det i porträtten inte finns några tydliga generella tendenser som syftar till annan konsumtion än den som relaterar till kroppen. Detta skulle i så fall tala för att maskuliniteten i King magazine stämmer överens med Featherstones förståelse av kroppen som en yta för konsumtionskulturen att spela på samtidigt som Baumans förståelse av hur vi skapar genus och därigenom våra identiteter genom konsumtion också stärks. Maskuliniteten i King magazine definieras således genom en konsumtion som antingen förändrar, förbättrar eller förstärker *yttre kropp*.

8.3 Relation i King magazine

Relationer i King magazine är det ämne som är mest kontroversiellt, det är ingen självklarhet att uttrycka känslor och om man gör det måste man göra det på rätt sätt. När Rapace var rädd för att berätta att han skulle börja på teaterhögskola får man en stark känsla av empati och samförstånd i texten, min upplevelse är att män vet hur svårt och farligt det är att förknippas med en sexuell läggning vilken avviker från den heterosexuella. Just den heterosexuella relationen är viktig i King men den verkar framförallt tjäna till att säkerställa att männen inte är homosexuella. När vänner beskrivs som jämbördiga och viktiga är fruar, flickvänner och tjejer ofta med som sexuella objekt vilka den intervjuade inte alltid har en direkt relation till.

Barn är även det ett svårt ämne, barnen är hela tiden närvarande, men att som man uttrycka starka känslor och band till sina barn går inte. Det står i för starkt kontrast till King magazines bild av bild av maskulinitet. Män bör avla barn, men när barnen är födda är det diffust vad som händer sedan, Rapace hämtar visserligen på dagis men denna typ av tjänster verkar vara så långt man som man kan sträcka sig i sin relation till sina barn inom King magazines bild av maskulinitet.

9 Slutdiskussion

King magazine presenterar inte en sammanhållen maskulinitet utan det är snarare tal om flera maskuliniteter. De flesta får plats men det finns inslag som inte får relateras till King magazine, dessa är oftast av relationskaraktär. Den svenska maskulinitetspolitiken kan sägas handla om just relationer och förändringsarbetet fokuserar mycket på att skapa relationer för att på så sätt få män att se och ta ansvar. Här krockar King magazine med den diskurs som finns i samhället för övrigt. Men helt beroende på hur stor påverkan King magazine har på sina läsare får innehållet i King magazine konsekvenser för samhället i stort. Jag tror personligen inte att det är orimligt att tro att den politiska diskursen överröstar King magazines framställning av maskulinitet varför innehållet i King magazine sannolikt inte är särskilt problematiskt.

10 Referenser

10.1 Tryckta källor

Altheide David L. (1996): *Qualitative media analysis*. Thousand Oaks, Sage publishing.

Bauman Zygmunt (2006): *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen*. Göteborg, Bokförlaget Daidalos AB.

Connell R.W. (2008): *Maskuliniteter*. Göteborg, Bokförlaget Daidalos AB.

Featherstone Mike (1994): *Kultur, kropp och konsumtion: Kultursociologiska texter i urval och översättning av Fredrik Miegel och Thomas Johansson*. Stockholm, Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

Fundberg Jesper (2003); *Kom igen, gubbar!: Om pojkfotboll och maskuliniteter*. Stockholm, Carlsson bokförlag.

Gauntlett David (2002); *Media gender and identity: An introduction*. London, Routledge.

Johansson Thomas (1998): *Rädd att falla*. Gidlunds förlag. s 7-25

10.2 Tidskrifter

Connell (2005): *Signs: Journal of Women in Culture and Society*. vol. 30. no 3.

10.3 Internetkällor

Internet 1:

http://www.manskligarattigheter.gov.se/extra/pod/?module_instance=7

Hämtad: 2008-11-13

Internet 2:

<http://www.un.org/Overview/rights.html>

Hämtad: 2008-11-13

Internet 3:

[http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/040414/65628456c55c5444d
fc7beca3d6f26f6/konventioner_komplett.pdf](http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/040414/65628456c55c5444dfc7beca3d6f26f6/konventioner_komplett.pdf)

Hämtad: 2008-11-13

Internet 4:

<http://www.regeringen.se/sb/d/2593>

Hämtad: 2008-12-11

Internet 5:

<http://www2.ohchr.org/english/bodies/cedaw/docs/co/CEDAW.C.SWE.CO.7.pdf>, s 3

Hämtad: 2008-11-16

Internet 6:

<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=678&a=570550&rss=1401>

Hämtad: 2008-12-10

Internet 7:

<http://www.kingmagazine.se/Magasinet/Redaktionen/Per-Nilsson/>

Hämtad: 2008-12-10

Internet 8:

<http://www.ts.se/Public/CirculationNumbers/Index.aspx?mekod=004692>

Hämtad:2008-12-10

Internet 9:

<http://www.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=7326&a=26755>

Hämtad: 2008-12-04