



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Examensarbete 15 hp – Journalistik

Från flanellskjortor till djupa känslor

- En narrativ textanalys om hur män framställs i livsstilsmagasinet Café



Författare: Johanna Blomgren

Författare: Camilla Segerberg

Handledare: Britt-Marie Ringfjord

Examinator: Maria Elliot

Termin: HT15

Ämne: Journalistik

Nivå: Kandidat

Abstract

Author: Johanna Blomgren and Camilla Segerberg

Title: From flannel shirts to deep feelings – a narrative analysis of how men are portrayed in the magazine Café

Location: Linnaeus University

Language: Swedish

Number of pages: 39

Café magazine is a Swedish men's lifestyle magazine aimed at men between the ages of 18 and 35. The magazine writes about what men should wear, what they should drink, which new gadgets they should buy and a lot more. They aim to teach men about how to live their lives. This study focuses on how the magazine writes about men, and how they portray masculinities. The questions this study has tried to answer are -How are the men portrayed in the lifestyle magazine Café? And - Which images of masculinities are being distributed to the readers?

What we found was that the normative images of masculinities are being distributed to the readers, but also that the magazine was trying to break the existing normative by talking about deeper feelings and therapy with the men being interviewed for the magazine. It seems the magazine are trying to keep up with the fast-changing world but not quite being able to keep up. According to Giddens and Sutton (2014) it would be helpful for the readers of magazines to be exposed to normative breaking material. That way they could start breaking normatives as well as the magazine.

Nyckelord

Narratives, men, masculinities, manlighet, normer, normative

Innehåll

1 Inledning	1
1.1 Syfte och frågeställningar	3
2 Bakgrund	4
2.1 Aller Media och Café magazine	4
3 Tidigare forskning	5
3.1 Tilltalande bilder	5
3.2 Metrosexualitet	7
3.3 Varför mansforskning?	7
3.4 Påverkan av medier	8
4 Teori	11
4.1 Queerteorin	11
4.2 Struktureringsteorin	13
4.3 Dagordningsteorin	15
5 Metod	17
5.1 Urval	19
5.2 Metodkritik	19
6 Empiri och analys	21
6.1 Genomgång av tidningsartiklarna	21
6.2 Kalle Zackari Wahlström	22
6.2.1 Narrativ textanalys	22
6.2.2 Semiotisk bildanalys	24
6.3 Alessandro Lindblad (Alesso)	25
6.3.1 Narrativ textanalys	26
6.3.2 Semiotisk bildanalys	28
6.4 Lars Lagerbäck	30
6.4.1 Narrativ textanalys	30
6.4.2 Semiotisk bildanalys	32
7 Diskussion	34
7.1 Förslag till vidare forskning	37
Referenser	38

1 Inledning

Kvinnors rätt till samma möjligheter som männen har varit ett omdiskuterat ämne sedan mer än hundra år tillbaka. Feminismen utvecklades under 1800-talet och innebär att män och kvinnor ska vara jämställda (www.ne.se). Ända sedan feminismens början har det varit självklart för feminister att kvinnor har rätt till att vistas på samma arenor som männen har, vare sig det gäller politik, ekonomi eller vilket annat ämne som helst. Vad som inte har varit lika självklart från början är männens rätt till att inte alltid framstå som maskulina och hårda. Feminismen började med att kvinnor och män skulle vara jämlika, men tog inte i beaktning hur männen kände sig i rollen som den starke mannen. I början av 1900-talet ville feministerna förstärka kvinnornas roll i samhället. (Kegan Gardiner, 2005)

They sought gender equity through changes in law and childhood socialization. They lobbied for equal treatment of boys and girls in school and wrote children's books featuring cooperative boys as well as resourceful girls. They welcomed men into their organizations and encouraged women to enter previously male-dominated occupations. In all these endeavors, their critics alleged, they merely sought women's inclusion in current, male-dominated institutions, accepting a restrictively model of equality without questioning the masculine norms that valorized abstract reason and law over the bodies and emotions they ruled. (Kegan Gardiner, 2005, s 37-38)

Feministerna på den tiden var ute efter att kvinnor skulle kunna komma in i mansdominerade områden och kunna göra samma saker som männen. Något som då, liksom nu, är väldigt befogat då normen för vårt samhälle är att männen står över kvinnorna. Vad som dock inte får glömmas bort är att männen kanske inte heller alltid mår bra av den normen. I samband med att feminismen växte och blev en alltmer självklar del av samhället uppmärksammades detta. Även männen påverkades av och behövde få bryta sig loss från de fängslade regler som deras kön levde efter. (Kegan Gardiner, 2005)

Bland snittarna noterade han något fascinerande. De minglande männen doftade fantastiskt och deras hy hade en närmast självlysande lyster. Dessutom var de påtagligt intresserade av varandras skor. (Nordström, 2015, februari)

Så skriver journalisten Andreas Nordström (2015, februari) i sin krönika kring mäns ökande utseendefixering i Dagens Nyheter den 22 februari förra året. Det han beskriver

är hur den engelske författaren och journalisten Mark Simpson 1994 minglar runt på en fest arrangerad av livsstilsmagasinet GQ. Simpson menade att denna fåfänga var något nytt i den maskulina världen vid denna tid och myntade i samband med denna upptäckt begreppet metrosexualitet. Med metrosexualitet avses mannen som har ett stort intresse för kläder och sitt yttre och enligt Simpson syns de metrosexuella männen främst i storstäderna där de bästa butikerna finns. Dock var det inget begrepp som satte spår hos människor förrän han försåg begreppet med ett ansikte. I samband med en artikel för ett magasin i USA använde sig Simpson av fotbollsspelaren David Beckham som symbol för metrosexualiteten och plötsligt rotade sig begreppet hos allmänheten. (Nordström, 2015, februari)

Med åren utvecklades begreppet och metrosexualitet stod slutligen för en mer extrem typ av kroppsfixering, en utveckling Simpson inte tyckte om. Han skapade under 2014 uttrycket spornosexualitet som står för den mer extrema typen av kropps- och utseendefixering. Spornosexualiteten brukar beskrivas som en form av bred blandning av sport och porr. För den spornosexuelle mannen är kroppshyddan mer viktig än kläderna, och bekräftelsen söks ofta via sociala medier och selfies. En viktig händelse i spornosexualitetens utveckling och etablerande var då det klassiska grabbmagasinet FHM med storbystade tjejer blev nerpetat av träningsmagasinet Men's health i popularitet. Detta blev ett bevis på att den spornosexuelle mannen inte behövde något annat sexobjekt än sig själv och sin egen kropp. (Nordström, 2015, februari)

Lumbersexualiteten växte sig stark som ett begrepp i början av 2015 och brukar av vissa ses som en motsats till både metrosexualiteten och spornosexualiteten.

Lumbersexualiteten definieras av det klassiskt maskulina, där denim, flanellskjortor och skägg är viktiga hörnstenar. (Nordström, 2015, februari)

Vad som definierar manlighet har på senare tid blivit betydligt mer omtalat och framförallt mer mångsidigt. Från en tid där männens fåfänga till stor del var tabubelagd, lever vi idag i ett samhälle där mäns utseende diskuteras och identifieras mer likt kvinnornas. Ju mer det har pratats om att kvinnorna ska vara jämställda männen och att det inte ska göras skillnad på könen när det kommer till strukturer i samhället, desto mer tror vi att männen vill bort från den endimensionella bilden av den tysta, starka mannen. Kanske vill männen ha fler ideal att se upp till, fler valmöjligheter i hur de ska se ut och

bete sig. Vi känner, att det i och med den nya vågen av framgångsrika män som gillar att bry sig om sitt utseende, så verkar de stereotypiska attributen för "manlighet" ha luckrats upp en del. Men hur mycket?

1.1 Syfte och frågeställningar

Vilka män, och vilka delar av deras personligheter, som lyfts fram i tidningen Café är ur ett forskar- och samhällssyfte intressant att undersöka. Då det inte bara finns några få typer av män som lätt kan kategoriseras är det av allmän vikt att granska vilka sorters män det är som faktiskt syns i livsstilsmagasin för män. Precis som kvinnor har försökt lyfta fram i många år att de är mer än bara sitt kön, så är männen precis lika mångbottnade. Alla personer är sina egna individer och att ha stereotypa kvinnor och män som lyfts fram i medierna kan i längden verka mer skadligt än positivt (Kegan Gardiner, 2005). Om tidningen Café skriver om män på ett ensidigt sätt kan det innebära att dess läsare får en skev bild av verkligheten, och bara utgår från den bilden när de själva väljer hur de ska se ut och bete sig (Dahlgren & Järvå, 2013). Att granska vilka sorters män som lyfts fram i Café är därför av allmänt intresse.

Vårt val av ämne grundar sig i det egna intresset av hur personligheter framställs i medier. I dagens samhälle är debatten stor kring feminismen och hur kvinnor framställs och tolkas i olika typer av medier. Även om det tidigare gjorts en hel del forskning kring hur män framställs så upplevde vi att denna typ av forskning är mer omfattande kring kvinnors offentliga porträttering.

Hur män framställs i medierna är intressant framförallt med fokus på vilka stereotyper vi blir serverade, men även i helhetsaspekten. Hur den manliga delen av befolkningen framställs kan även påverka hur vi ser på kvinnor och därmed samhället i stort.

Syftet med vår undersökning är att undersöka hur män framställs i Sveriges ledande livsstilsmagasin för män. Våra forskningsfrågor är:

- Hur framställs männen i personporträtten i livsstilsmagasinet Café?
- Vilka bilder av maskulinitet förmedlas via de utvalda reportagen till tidningens läsare?

2 Bakgrund

Vi valde att utföra vår forskning på magasinet Café då det är och länge har varit ett av Sveriges ledande livsstilsmagasin för män. De når ut till många män i Sverige, i flera olika åldrar, och det gör magasinet intressant att undersöka.

2.1 Aller media och Café magazine

Aller Media AB är en del av Allerkoncernen, som är Nordens största populärpressföretag och ägs av danska Carl Aller Etablissement AB. Koncernen har aktiv verksamhet i Danmark, Sverige, Norge och Finland med en sammanlagd upplaga på 2,9 miljoner veckotidningar per vecka. I Sverige är Aller media det marknadsledande förlaget inom svensk populärpress med huvudkontor i Helsingborg. Företaget ger ut drygt 30 egna tidningar med exempel som Hemmets veckotidning, CHIC, ELLE och Café. (Aller, 2016a)

Tidningen Café grundades 1990 av det numera nedlagda förlaget Rosenudde förlag. Grundare och dåvarande chefredaktör var Christina Sollenberg och tidningens mål var att efterlikna det amerikanska magasinet GQ. Magasinet har sedan dess gett ut tolv utgåvor per år fram tills 2014, då tidningen minskade sin utgåva till tio nummer per år. (Café, 2016) Tidningen är tänkt att rikta sig till män i åldern 16-35 år (www.tidningskungen.se) men den genomsnittliga läsaren ligger på 36 år. Café beskriver sig som ett livsstilsmagasin där trend- och modereportage varvas med djupare kvalitetsläsning och har i dagsläget en upplaga på 20 800 utgåvor i månaden. Tidningens läsare består av 64 procent män och 36 procent kvinnor. Cafés nuvarande chefredaktör heter Jonas Terning. (Aller, 2016b)

Sedan slutet på 1990-talet har de även en hemsida. Från början var hemsidan enbart en avspiegling av den utgivna papperstidningen, men idag innehåller den både bloggar och flertalet reportage (Café, 2016) och har ett snitt på ca 152 200 unika läsare i veckan. (Aller, 2016b)

3 Tidigare forskning

I detta avsnitt behandlas tidigare forskning som relaterar till studiens forskningsområde.

3.1 Tilltalande bilder

Anja Hirdman undersöker i sin avhandling *Tilltalande bilder* (2002) hur kvinnor och män och relationen dem emellan framställs i två stora veckotidningar under årtalen 1965, 1970, 1975 och 1995. Magasinen som undersöks är *Veckorevyn*, ett magasin främst riktat till kvinnor, och *Fib* aktuellt, ett magasin huvudsakligen riktat till män. Hirdmans syfte med avhandlingen är att undersöka hur föreställningar om genus produceras och framställs i text och bild i de båda tidningarna vid de tidigare nämnda tidpunkterna.

Hirdman (2002) menar att maskulinitet ofta förknippas med aktivitet i vår kultur. Läsning kring män handlar ofta om vad denne gjort, ska göra eller har lyckats med. Hirdman sammanställer i slutet av sin forskning hur män ser på andra män i sitt undersökta material, i detta fall handlar det om hur män uppfattar andra män i tidningen *Fib* aktuellt. Gemensamt för männen i den undersökta tidningen är att de sällan riktar blicken mot publiken. Den porträtterade mannen i *Fib* aktuellt är inte tänkt att etablera en personlig relation till läsaren, utan är fullt upptagen med att fokusera på sin aktivitet och sin prestation. Även i de mer erotiserade artiklarna kan samma mönster urskiljas. Objekten som männen i tidningen fokuserar på varierar aningen mellan åren, men kontakten med läsaren undviks alltid. Hirdman menar att den icke-mötande blicken används för att undvika alla former av homosexuella antydningar. Den dominanta blicken antyder en heterosexuell identitet och ögonkontakten med läsaren får aldrig bli så tydlig att den sexuella läggningen ifrågasätts.

Vidare tar Hirdman (2002) upp hur kvinnor ser på män, i detta fall i tidningen *Veckorevyn*. Gemensamt för det undersökta materialet i *Veckorevyn* är att människors blickar är riktade direkt mot läsaren, till skillnad mot de undvikande blickarna i *Fib* Aktuellt. Hirdman menar att grundsyftet som männen fyller i tidningen är att väcka ett begär hos kvinnan.

De publicerade männen som förekommer i *Veckorevyn* framställs i två former, antingen ensamma eller i en relation tillsammans med en kvinna.

Singelmännen i magasinet framställs som åtråvärda genom sina prestationer och göranden. Kroppen är dock inte oviktig, men den räcker inte i sig självt som den gör för de lättklädda kvinnorna i Fib aktuellt. Inte heller syftet att skapa ett begär hos läsaren är lika tydligt i Veckorevyn som i Fib aktuellt. Hirdman menar att tidningen ger illusionen av att singelmannen inte porträtteras för att skapa lust hos kvinnan, men att hans kompetens och framgång ändå är underliggande menat att trigga just detta hos den kvinnliga läsaren. (Hirdman, 2002)

Den andra typen av man som förekommer i Veckorevyn under Hirdmans (2002) forskning är den gifta mannen, partnern. Denna roll är mer ambivalent genom åren än singelmannen. 1965 framställs han likt den enskilde mannen som beundransvärd, nästintill lika idoliserad som singelmannen. Den kvinnliga partnern placeras ofta bredvid med blicken mot mannen, vilket Hirdman förklarar som en underliggande symbolik för att markera att mannen är familjens centralgestalt. 1970 har rollen övergått i en annan typ av fas där mannen agerar stöttande mot sin kvinna, både när det gäller hennes arbete och i hemmet. Kvinnan som porträtteras bredvid mannen har samma typ av utåtgående blick som mannen. 1975 har formerna som mannen i en relation presenteras i utökats. Enligt Hirdman förekommer tre sorters framställningar, mannen som älskare, som partner, eller som far. En gemensam faktor mellan de tre olika typerna är att närhet genomsyrar framställningen. Bildernas form varierar och parens blickar varierar väldigt beroende av vilken typ av relation det är som framställs. 1995 går den manliga framställningen in i ytterligare en fas. Mannens funktion har övergått till att han ska bekräfta kvinnans skönhet. Kvinnans blick är i de flesta fall riktad mot kameran och mannen tittar beundrande på henne för att, enligt Hirdman, bekräfta hur betagen han är av hennes vackra utseende. Det förekommer även att hans blick är bortvänd från henne, eller till och med riktad mot en annan kvinna, detta enligt Hirdman för att markera den kvinnliga partners misslyckande eller sitt eget missnöje. Mannen är under 1995 med andra ord den könsgestalt vars känslotillstånd skildras mest genomgående. (Hirdman, 2002)

Maskulinitet förankras i Fib aktuellt som en självständighet och ett oberoende. Enligt Hirdman är detta en etablerad syn som ofta tilldelas män, en form av hjälteroll där mannen representerar någon som inte är underlägsen någon eller något. Dock är denna hjälteroll inte bara något som kan fås, utan det är något som måste erövas genom kamp

och en form av tävlan. Även om den genomsyrande grunden för maskulinitet är individualitet så formas relationerna mellan män genom en slags tävlan. Fib Aktuellts material under den undersökta tidsperioden kännetecknas av att fokus ligger på mannens prestationer och inte dennes känslor. I magasinet ligger männens fokus på kvinnan, men grundbudskapet är ändå att männens gemenskap formas *via* kvinnorna, inte *på grund av* kvinnorna. (Hirdman, 2002)

3.2 Metrosexualitet

Marcus Herz och Thomas Johansson tar i boken *Maskuliniteter - kritik, tendenser och trender* (2011) upp uttrycket metrosexualitet och dess innebörd. De skriver om hur mannen under nittioalet förändrar sin syn på hur en man får se ut och att det börjar bli mer accepterat för män att bry sig mer om sin egna estetik. Det handlar dock inte om en helt ny sorts manlighet, alla normer för hur män ska vara och bete sig ändras inte, men delar av det manliga börjar gå mer åt det så kallade kvinnliga. Istället för att bara fokusera på hur kvinnan definieras i mannens blick kan diskussionen nu även innehålla hur mannen ser ut i mannens blick. Den nye mannen framställs dock inte som en kvinnlig man, han är fortfarande manlig. Han är bara mer sensuellt manlig, med en sensuell maskulinitet.

3.3 Varför mansforskning?

Varför studera män? På ett plan är svaret enkelt och givet, halva mänskligheten består av män. Här är det därtill min ambition att tränga bakom de entydiga, klichéartade bilderna av mannen. Istället vill jag visa fram mannen i några av hans skiftande och ibland motsägelsefulla gestalter. För så är det med mannen, och människan, som studieobjekt: ju närmare man kommer ju mer mångtydig blir bilden. (Forslid, 2006, s.13)

När Torbjörn Forslid bestämde sig för att forska om män och skrev boken *Varför män?: om manlighet i litteraturen* (2006) möttes han av många personer som var ifrågasättande. Varför forska om män, som alltid har haft det lätt, istället för att forska om kvinnor? Men han menar att det finns en djupare bild av mannen än den som har porträtterats genom historien. Den typiska bilden av mannen har varit endimensionell och inte speciellt djupgående. Genom att forska om män och deras moderna identitet ville Forslid få fram att det i dagens samhälle finns fler aspekter hos män än vad som

tidigare har getts prov på. I dag finns det enligt Forslid inte bara ett ideal för mannen, det finns flera. Det finns en bild om hur en man ska vara i lika hög utsträckning som det finns en bild om hur en kvinna ska vara. Mannen blir i lika stor grad som kvinnorna offer för sexism och binära genuskoder. (Forslid, 2006)

Medan feministisk forskning ofta granskar relationen kvinna-man, domineras mansfältet av relationen man-man. Detta visar bara på kvinnors underordning genom historien. Konstruktionen av manlighet är och har i hög grad varit en homosocial företeelse, relationer inom könet har prioriterats. (Forslid, 2006, s.15)

Forslid (2006) kommenterar sin forskarkollega Michael. S Kimmels slutsatser om att män i större utsträckning bryr sig om vad andra män tycker om dem, och inte vad kvinnor tycker. Godkännande av sina manliga kamrater betyder mer än vad de kvinnliga kamraterna tycker. Det har på ett sätt överförts på det moderna samhället genom just livsstilsmagasin. Manliga redaktioner skriver om hur män ska klä sig, bete sig och vad de ska ägna sina dagar åt. Att vara iklädd det senaste modet eller att äga den senaste tekniska prylen kan vara ett sätt att bli godkänd på av sina manliga kamrater i vardagen. (Forslid, 2006)

3.4 Påverkan av medier

David Gauntlett skriver i boken *Media, gender and identity - An introduction* (2008) om hur vi som konsumerar TV, film och tidningar måste bli påverkade av det vi ser, hör och läser. Han menar att även om vi är medvetna om att det vi ser eller hör inte är verkligt så är det ändå något vi tar till oss, omedvetet. Om just konsumeringen av livsstilsmagasin skriver Gauntlett: "*Magazines aimed at women, and increasingly those for men, contain all kinds of advice on how to live, look and interact. Even if we only read these items in a ironic set of mind, it must all sink in somewhere.*" (Gauntlett, 2002, s. 2).

Gauntlett (2008) menar alltså att det inte spelar någon roll om hur vi konsumerar media, de bilder de förmedlar och de sätt de säger åt oss att leva våra liv fastnar ändå. Därför är det så viktigt att undersöka vad det är för bilder som media i dag förmedlar. I dag konsumerar vi mer media än någonsin tidigare, menar Gauntlett, och syftar då på sociala medier och mötesplatser, TV, film och tidningar. Så många intryck som vi får varje dag om hur våra liv bör se ut, hur vi bör klä oss och hur vi bör vara mot våra

partners gör intryck i vår vardag och det sätt vi är på. Om medierna då bara ger en bild från en specifik synpunkt, till exempel från den heteronormativa synpunkten, är det mest troligt att det är det som uppfattas som "rätt" och "normalt" av mediekonsumenterna och, i sin tur, samhället.

I ett senare avsnitt i sin bok *Media, gender and identity - An introduction* skriver Gauntlett (2008) om just livsstilsmagasin för män. Han menar att de absolut påverkar sina läsare, men på vilket sätt är svårt att se. Det går att med statistik se hur många som läser tidningarna men inte att se *varför* de läser dem eller vilka artiklar de väljer att lägga sin tid på.

Of course, not all men read these magazines, and every person who does look at them will make a selective, active reading. Nevertheless, the magazines are indeed a "significant site" for discourses of masculinity, which are reflected, reproduced and perhaps manipulated on their pages. (Gauntlett, 2002, s. 154)

I en studie gjord av Gauntlett (2008) själv har han granskat sju stora livsstilsmagasin för män i Storbritannien och de mest förekommande ämnena i dem. Han kom fram till att det fanns fem ämnen som var allra vanligast att skriva om. Det första ämnet handlar om att män gillar att titta på kvinnor. I tidningarna är det många bilder på halvt påklädda kvinnor av olika slag, bland annat kända modeller och skådespelerskor. Den kända filmstjärnan Jessica Biel porträtterades iklädd en baddräkt och det fanns flera sidor av Victoria Secret's modeller iklädda underkläder. Det andra ämnet handlar om att män inte vet mycket om kvinnor. Det finns många instruktioner om hur män ska interagera med kvinnor, hur de ska tillfredsställa kvinnorna i sängen och varför kvinnor inte vill ligga med män. Det är bara några av de män-förstår-inte-kvinnor-ämnena som tas upp. Det tredje ämnet i Gauntletts undersökning är att män gillar sport, bilar och tekniska prylar. Snabba bilar, deltagande och tittande av sport och en uppsjö av nya, teknologiska prylar var vanligt förekommande i alla magasin som Gauntlett granskade. Männerna anses vara stora konsumenter av just dessa saker och det är därför de är med i den utsträckning som de är. Där köparna finns, där finns också reklamen. Det fjärde ämnet är att män behöver hjälp. Magasinen och dess redaktioner anser att männen behöver tips och råd om hur de ska klä sig, vad de ska dricka och hur de ska leva sin liv. Tips på hur de undviker negativa saker, såsom hur de ska undvika att bli alkoholister, spel- och sexberoende och hur de bäst botar en bakfylla, var också vanligt förekommande.

Det femte och sista ämnet som Gauntlett upptäckte förekom ofta är att män gillar mod och farliga situationer. Allt från moderna, urbana historier, såsom kloaksurfing, till världens största guldstölder och krigshistorier förekommer i de olika magasinerna. (Gauntlett, 2008)

Dessa är de största ämneskategorierna som förekommer i de populära magasinerna för män men Gauntlett är noga med att påpeka att det inte är det enda som finns med. De tar även upp allvarigare saker, till exempel hur troligt det är att det ska bli krig mellan USA och Iran. (Gauntlett, 2008)

4 Teori

I detta avsnitt tar vi upp de teorier som vi kommer använda oss av under forskningen.

4.1 Queerteorin

Är kroppen eller den könade kroppen det fasta underlaget för tvingande sexualitetssystem och genusfunktioner? Eller är redan kroppen formad av politiska krafter som har strategiskt intresse av att denna kropp konstitueras och begränsas av könsmarkörerna? (Butler, 2007, s. 205)

Judith Butler anses som skaparen av den moderna queerteorin (Gauntlett, 2008), en teori som tar upp kön och identitet i koppling till samhället. Vad skapar vad? Är det samhället som skapar kön och könsnormer eller är det könet som skapar hur samhället fungerar kring kön? Är det könen som formar hur vi som människor beter oss eller finns det könsramar som formar oss människor redan innan vi själva förstår vilket kön vi tillhör? (Butler, 2007)

Grundstenarna i queerteorin är att ingenting i personers identitet är låst, den går alltid att ändra. Att identiteten är en skapelse av sociala och kulturella ting som en själv har skapat med hjälp av det en har sagt om sig själv eller som har sagts om en. Könet är ett skådespel som personer, undermedvetet eller medvetet, förstärker genom beteenden i vardagen. Människor och deras identitet kan förändras. Skillnaden mellan manligt och kvinnligt är en social konstruktion som bygger på skillnaden mellan män och kvinnor, som också den är en social konstruktion. Vi bör ifrågasätta de traditionella synpunkterna på manligt och kvinnligt och på det sättet skapa "genustrubbel". (Butler, 2007)

Judith Butler börjar sin bok *Genustrubbel* (2007) med att ifrågasätta den dåvarande feminismen. Den hade nämligen enligt Butler reducerat kvinnor till en enda grupp av felbehandlade, nedtryckta kvinnor som inte får samma rättigheter som männen. Det var som att det var en sak som band dessa personer samman och det var att de alla var av samma kön. Varken ålder, etnicitet eller utbildning togs i beräkningen över hur kvinnor kunde vara olika. Vissa grupper av kvinnor, de lägre utbildade som bodde i mindre framstående områden, menade att de hade mer gemensamt med sina män än med de rika, välutbildade feministerna som höll till på universiteten (Gauntlett, 2008). Så Butler (2007) menar att för att verkligen kunna kämpa för kvinnors rättigheter behöver de ses

som en flerdimensionell grupp, och inte bara för sitt kön. Hon menar även att de binära könen som samhället accepterar som de enda könen är en social konstruktion, något som människan har hittat på långt tillbaka i historien, och att det därför går att ändra. Personer är inte bara man eller kvinna och de behöver inte bara bete sig på ett manligt eller kvinnligt sätt. Enligt Butler bestämmer det kön som du är född till hur du ska bete dig och hur samhället ska uppfatta dig. Hon menar att personer föds till ett kön och att det är samhället som placerar individen i ett genusfack. Detta leder i sin tur till att omgivningen bestämmer vad personen bör attraheras av, nämligen det motsatta könet och genus. (Butler, 2007)

Istället för att samhället bestämmer hur du som person ska uppfattas på grund av ditt kön och ditt givna genus vill Butler att de två inte ska vara beroende av varandra. Hon menar att man bara har en kropp och att man är kapabel till att forma sin egen identitet. Ingen av de olika punkterna leder till varandra eller är beroende av varandra. Personer måste inte känna attraktion till något och om de gör det får de känna attraktion till vilket kön och genus de vill. (Butler, 2007)

Enligt uppfattningen om identifikation som en realiserad fantasi eller inkorporering är det emellertid tydligt att koherens är något som man begär, önskar, idealiserar, och att denna idealisering är ett resultat av ett fysiskt betecknande. Med andra ord ger handlingar, gester och begär intryck av en inre kärna eller substans, men detta sker på kroppens yta genom de betecknande bristernas växelspel, som antyder men aldrig uppenbarar identitetens kausalitet som en reglerande princip. Sådana allmänt konstruerade handlingar, gester, utföranden är performativa i den bemärkelsen att den kärna eller identitet som de gör anspråk på att uttrycka är fabricerad och upprätthålls med kroppsliga tecken och andra diskursiva medel. (Butler, 2007, s. 214)

Judith Butler menar att genus och identitet är något flytande som skapas och förändras av samhället och de "skådespel" som personer utför varje dag. Att människor uppträder på en scen varje dag med varje handling och att det som syns utåt inte är kärnan som finns inuti. De handlingar och det uppträdande som personer utför är skapade av samhället och gör att människor enkelt kan placera vilket kön och vilket genus en person har utefter dess handlingar och dess agerande. Hur samhället ser på könen, manligt och kvinnligt, styr hur personer ser på sig själva. Till exempel hur magasin för

män skriver om hur män ska vara och hur de ska bete sig i sin tur styr hur männen som läser de magasinen ser på sig själva och sina roller som män. Tidningarna regisserar hur männen ska agera och sedan uppträder de på det vis som tidningarna har sagt åt dem att uppträda. Den påverkan som samhället och medier har på hur vi ser på oss själva är enligt Butler stor, och en mer öppen och ifrågasättande ton bör därför hållas till de två könen som får mest plats. (Butler, 2007)

Att börja ifrågasätta dessa könsroller och identiteter på det sätt om Butler menar, är ett sätt att ändra tankesättet kring vad som definieras som kvinnligt och manligt (Butler, 2007). Den roll som journalistiken och journalister bör ta i detta är att öppna upp normerna för vad som är manligt och kvinnligt och börja tänka annorlunda. Då journalister når ut till en stor del av samhället är det viktigt att just de tänker på att skapa ”genustrubbel”.

Queerteorin, och sättet att granska manligt och kvinnligt, är något som är hjälpsamt att tillämpa i forskningen kring tidningen Café då en av forskningens huvudfrågor är vilka bilder av maskulinitet som förmedlas via de utvalda reportagen till tidningens läsare.

4.2 Struktureringsteorin

Denna kulturella variation innebär att man - åtminstone till stor del - måste betrakta kön och sexualitet som något “socialt konstruerat”. Vad det betyder att vara “man” eller “kvinna”, liksom “homosexuell” eller “heterosexuell”, är med andra ord något man får lära sig snarare än något som är avgjort på förhand, och det styrs i huvudsak av när och var man lever och hur man upplever socialisationsprocessen. (Giddens & Sutton, 2014, s. 410)

När man ska skriva om hur personer uppfattar sin identitet och hur massmedier kan påverka individer är det nästan omöjligt att inte ta upp Anthony Giddens. Han var en av de första att börja kombinera äldre, klassisk sociologi med ett modernare tänk. Giddens menar att förändringarna i debatten om genus och kön är viktiga att ta med när man tittar på hur samhället fungerar. Han menar att det inte går att studera mönster i samhället bara på en mikro- eller makronivå. De båda behöver kombineras för att en så rättvis bild som möjligt ska ges. Hur enskilda individer tänker och agerar beror till viss

del på hur större institutioner vill att de ska tänka och agera, samtidigt som institutioner agerar på det sätt som många enskilda individer vill att de ska agera. (Gauntlett, 2008)

Giddens och Sutton (2014) menar bland annat att reglerna om manligt och kvinnligt reproduceras genom handlingar och beteenden.

Enligt teorier om könssocialisation lär sig pojkar och flickor "könsroller" och de manliga och kvinnliga identiteter - däribland maskulinitet och femininitet - som hör samman med dem. De lotsas genom denna process med hjälp av positiva och negativa sanktioner, det vill säga sociala krafter som belönar eller bestraffar olika typer av beteenden. (Giddens & Sutton, 2014, s. 412)

Om en pojke går till skolan med mycket smink, något som i samhället kan klassas som kvinnligt, kan de reaktioner han möts av göra att han inte vill gå utanför sina könsramar i framtiden. Om hans klasskamrater till exempel visar chock och negativitet baserat på hans sminkning förstår pojken att det inte är accepterat för hans kön att ha på sig smink och ändrar sig därför i fortsättningen. Det är därför viktigt för de enskilda individerna att tänka på hur de reproducerar könsroller och hur de reagerar när de möts av något som är utanför ramarna. På samma sätt är det viktigt för medier att tänka på vad de visar upp och skriver om. För livsstilsmagasin för män är det till exempel viktigt att tänka på att visa upp flera olika aspekter av "det manliga" och inte bara det traditionella synsättet av manlighet. Att visa att det är accepterat att bryta mot könsroller skulle kunna influera deras läsare och ge en spridning i samhället. Det skulle, enligt Giddens modell och tankesätt, kunna påverka de många individerna att börja tänka och agera annorlunda. (Giddens & Sutton, 2014)

Precis som med queerteorin är det enligt oss viktigt för journalister att använda sig av de tankesätt som återfinns i strukturerings teorin för att försöka få sina läsare att tänka i nya banor. Att bryta invanda rutiner och reproduceringar vore antagligen till det bättre för samhället, då det skulle vara lättare för personer att vara vad som i dag kallas för normbrytande. Till exempel att vara en man som gillar att använda smink.

På vilket sätt tidningen Café använder sig av de synpunkter som strukturerings teorin tar upp är något som kommer undersökas i forskningen. Huruvida tidningen stärker eller förminska tidigare reproducerade könsroller är en intressant och aktuell fråga då det kan påverka dess läsare att själva stärka eller förminska de könsroller som de möter i samhället.

4.3 Dagordningsteorin

Sedan början av massmediernas tid, runt 1920-talet när radion kom och blev stor, har forskare undersökt hur stor påverkan medierna har på människan - och i sin tur samhället. De har kommit fram till att det har funnits tre olika tidsperioder i massmediernas påverkan på människan och samhället. Den första tidsperioden, som startade när radion kom, kom fram till att massmedierna ansågs bestämma vad personer tyckte och tänkte om allt. De åsikter och fakta som sändes ut från radion ansågs påverka dess lyssnare som en injektionsnål. Allt som sades trodde forskarna att människorna tog till sig helt utan att ifrågasätta radion och dess innehåll. Den här perioden kallas ibland för "de allsmäktiga massmedierna". Den andra perioden var den efter andra världskrigets slut. Forskarna gick tillbaka till sändningar under krigets gång och undersökte hur propagandan mottogs och hur mycket den påverkade människor i deras åsikter. Resultaten var vitt skilda från den tidigare perioden. Forskarna kom nämligen fram till att människorna knappt blev påverkade alls och inte tog till sig speciellt mycket av vad som sades och därför kom den andra perioden att kallas för "de maktlösa medierna". Den tredje och sista perioden är den som pågår nu, och den är ett mellanting mellan de två extremerna. Medierna har en viss makt och kan styra vad människor tycker och tänker men människorna har även lärt sig att tänka kritiskt. Hur pass mycket en människa kan ta till sig beror dock på olika faktorer, bland annat den kulturella omgivningen och personens tidigare inställningar. (Dahlgren & Järvå, 2013)

Vad dagordningsteorin, eller agenda setting, säger är kortfattat att det är medierna som styr över vilka frågor och ämnen som mediernas åskådare bryr sig om. De nyheter som medierna väljer att lyfta är nyheter om de ämnen som allmänheten är intresserad av. Vid politiska val är det till exempel teoretiskt möjligt för medierna att styra vilka frågor som allmänheten ska bry sig om genom att rapportera mest om dem. Om de ledande tidningarna i Sverige väljer att rapportera mer frekvent om våldtäkter mot kvinnor och landets låga straffskala än om miljökrisen kommer det att vara våldtäktsfrågan som är mest intressant för människor. Det är för att den är närmast i minnet och tar upp mer plats än den andra frågan, och därför bryr sig fler om den. På så sätt kan medierna styra vad samhället ska bry sig om. (Dahlgren & Järvå, 2013)

Därför är det enligt oss viktigt att medierna är medvetna om detta och arbetar för att få en bred rapportering. På samma sätt är det möjligt för mäns livsstilsmagasin att välja ut

ämnena och prylar som de vill att män ska bry sig om. De kan välja att lyfta olika sorters män för att framhäva dem allra mest. Magasinet och dess redaktion kan välja att skriva mycket om den spornosexuella mannen, och hur viktigt det är att värna om sitt utseende och sin garderob till exempel. Om det skrivs om detta tillräckligt många gånger kommer det antagligen att bli något som tidningens läsare börjar bry sig om och strävar efter.

Dagordningsteorin kan delas in i två nivåer. Den första är den som står förklarad ovan, att medierna kan vara med och bestämma över *vilka* ämnena som personer ska bry sig om. Den andra nivån handlar om vad personerna kopplar till dessa ämnena, hur vi tänker på dem och vilka attribut vi tillskriver ämnena. Nivå ett tar upp ett ämne ofta, till exempel våldtäkter på kvinnor. Nivå två är *hur* medierna rapporterar om dem och hur vi som personer kommer ihåg det, till exempel att våldtäkterna ökar, minskar, utförs av främst yngre män, utförs av främst äldre kvinnor, och så vidare. På det sätt som medierna ramar in en nyhet kallas *framing*. (Dahlgren & Järvå, 2013)

Enligt Dahlgren och Järvå (2013) består framing främst av fyra olika funktioner: definition av problemet, diagnos av problemets orsaker, ett moraliskt föredöme om problemet och förslag till botemedlet för problemet. Dagordningsteorin kan tillsammans med dessa fyra funktioner och framing vara till hjälp för hur vi som forskare kan tyda hur medierna påverkar människor. Framing är alltså den fakta som en nyhet väljer att lyfta fram och betona. (Dahlgren, 2013) Om ett reportage i Café handlar om Jonas Gardell och hans sexuella läggning, då är risken att det är just den saken som kommer fastna hos läsaren. Hans läggning är vinkeln och texten skrivs utifrån det. Hade vinkeln istället varit att Gardell var en make eller en pappa så hade texten ramat in ett annat ämne.

5 Metod

Som metod för vår kvalitativa undersökning valde vi att använda oss av en narrativ textanalys och en semiotisk bildanalys. Med de metoderna kunde vi granska innehållet i både texterna och bilderna som hörde till personporträtten i tidningen Café.

Enligt forskare som inspirerats av “the narrative turn”, “den narrativa vändningen”, är våra identiteter inte givna utan omförhandlas ständigt genom narrativa handlingar. Det är genom de historier vi berättar och hör berättas som vi gör samhället begripligt; det är genom narrativer som vår situation - och alla andras - i det politiska och kulturella landskapet tydliggörs. (Robertson, 2012, s. 221)

De historier som tidningsjournalister väljer att skriva om genom sina intervjuobjekt visar på hur de vill framställa intervjuobjekten. Journalisterna väljer ut vad de vill ha med i texterna och väljer på det sättet ut vilken bild de vill ge av de intervjuande. Deras val av ord för att föra intervjuerna framåt ger även en bild av personen i fråga och bidrar till den helhetliga personbilden. (Robertson, 2012)

Den moderna mannen har flera ideal att se upp till, inte bara ett. Den metrosexuella mannen, den spornosexuella mannen och den lumbersexuella mannen är några av idealbilderna som cirkulerar i det moderna samhället (Nordström, 2015, februari). En del av vår granskning var att identifiera dessa idealbilder i de texter som vi har analyserat med hjälp av kodade ord och symbolik.

Enligt narrativanalysen är en text skriven i två delar; berättelsen och narrativet. Berättelsen i en text är en viktig del för det narrativa eftersom den ingår i det. Berättelsen är *vad* som berättas och narrativet är *hur* det berättas. Det kan förklaras som att berättelsen är en serie händelser som sker i kronologisk ordning, till exempel från att en person vaknar en dag till att den personen går och lägger sig. Det narrativa är i vilken stil dagen berättas, om vilka händelser som lyfts fram som viktigast och om några som kanske byter plats med varandra för att det ska bli en så bra historia som möjligt. (Vulovic, 2013) Det narrativa i en porträtttext i ett magasin är hur journalisten väljer att berätta om det som intervjuobjektet har sagt. På så vis har den som skapar en berättelse, eller i det här fallet en journalistisk text, en stor makt. Journalisten bestämmer vad av det som intervjuobjektet har berättat som är intressant och värt att lyfta fram och

journalisten kan enkelt välja att inte ta med det hen finner viktigt eller passande för hans tidning.

För litteraturforskare och mediaforskare handlar narrativ metod oftast om att göra ett urval av skönlitterära texter eller medietexter som analyseras med hjälp av modeller som fungerar på berättande texter. Det kan vara hermeneutisk tolkning, en strukturalistisk modell eller dekonstruktion. (Johansson, 2005, s. 22)

I vår granskning av tidningen Cafés personporträtt har vi använt oss av en dekonstruktion. Vi har brutit upp texten och dess ord med hjälp av en semiotisk analys och på det viset kunnat analysera vad det är som egentligen sägs i texterna. För att kunna komma fram till ett resultat var det nödvändigt att efter dekonstruktionen sedan rekonstruera texterna. Dekonstruktionen av en text skedde utefter del-innehållsmodellen. Vi urskiljde vissa kategorier och plockade ut de stycken eller delar i texten som passade in i de kategorierna (Johansson, 2005). För att kunna dekonstruera texterna använde vi oss av frågor för att kunna lyfta ut vissa kategorier.

- Vilka händelser har författaren valt att ta med?
- Vilka karaktärer ges plats?
- Vilka miljöer finns med?
- Förses intervjupersonen med några utmärkande attribut?

Personporträtten i tidningen Café har utöver texten även tillhörande bilder där den intervjuade mannen visas upp. Därför har vi även använt oss av en semiotisk bildanalys för att kunna analysera vad bilderna säger och hur tidningens läsare kan tolka dem. Bilderna är en stor del av porträtten och kan stärka eller förminska den känslan som själva texterna kring personporträtten ger, därför var det enligt oss viktigt att även ta med bildernas innehåll.

Enligt Jonathan Bignell (2002) består en stor del av samhället av tecken som människor tar in och tolkar. Tecken i form av bilder i magasin, av reklamblad, av gester, av trafikljus och av tv-program, för att bara nämna några. De olika tecknen som folk möter varje dag kan tillskrivas två olika nivåer. Den ena nivån är det som till exempel bilden visar, en klocka av märket Rolex. Rolexmärket har i sig en egen betydelse då dess prisklass har gett den en upphöjd status i samhället. Så när människor ser bilden på Rolexklockan ser de just det, en Rolexklocka. Det är bildens denotation. Folk ser det bilden föreställer. En bild av en stol har denotationen "en stol". Den andra nivån som

bilden på Rolexklockan innehåller är konnotation. Det är vad betraktaren tolkar in i bilden, vad hen associerar till den. Rolexklockan kanske tar fram associationer såsom rik och lyxig, och stolen kan troligen tolkas som sitta och vila. Denotation är vad bilden visar rent konkret och i ett samhälle där människorna har växt upp under samma förhållanden kommer de troligen tolka bilden på samma sätt. Konnotation däremot är personligt och tolkningen av tecknen beror på vad personer har med sig för erfarenheter och upplevelser sedan tidigare. (Hansson, Karlsson & Nordström, 2006)

5.1 Urval

Vi har valt att analysera tre texter från tre olika nummer av Café under 2015. Vi ville ha personporträtt om tre män som verkade olika varandra. Vi eftersträvade en bredd genom att välja tre män i olika åldrar, med olika yrken, som hade varierande utseenden och som inte förekom i tidningsnumren direkt efter varandra. Vi valde att analysera texter från det senaste året för att undersökningen skulle vara så aktuell som möjligt.

5.2 Metodkritik

Då vi har använt oss av en kritisk narrativanalys har vi själva granskat innehållet i texter från en tidning och därefter tolkat dem utifrån våra egna erfarenheter och känslor. En kvalitativ textanalys blir mer subjektiv och avspeglar de forskare som har gjort den mer än exempelvis en kvantitativ undersökning. Vid kvantitativa undersökningar förhåller man sig mer till fakta och nummer och kan med hjälp av dem komma fram till ett mätbart resultat som skulle ha blivit likadant oavsett vilken forskare som utförde analysen. För oss som använt oss av en kvalitativ undersökning är det annorlunda. Resultatet av den här granskningen skiljer sig förmodligen från om andra forskare hade gjort den.

Ord och de bilder som ord framkallar är laddade med olika betydelser för olika personer och en narrativ analys och en semiotisk bildanalys är därför subjektiv för oss som genomför analysen. Tolkningar som vi gjort utifrån vissa ord och bilder kan vara tolkningar som ingen annan gjort. Det är en del av problematiken med att göra en narrativ analys och en semiotisk bildanalys, något vi redan från början var medvetna om.

Annan kritik mot vår metod är att vi bara valt ut tre texter ur tidningen Café och att det kan göra att det gett en skev bild av tidningens innehåll. På ett år kommer tidningen ut med tio nummer och varje nummer innehåller ett personporträtt. Om vi hade haft resurserna hade vi velat granska alla tio personporträtt och på så vis fått en fullständig bild av hur de olika porträtten beskriver dagens män och samhället för män.

6 Empiri och analys

I detta kapitel presenteras först studiens artiklar. Därefter följer analysen av artiklarna där intressanta samband och återkopplingar till teorin redovisas.

6.1 Genomgång av tidningsartiklarna

I varje nummer av Café finns det en porträtttext som heter "På omslaget". Personen som är på det numrets omslag har fått en längre text skriven om sig inne i numret.

Personporträtten handlar oftast om män som är framstående inom olika arenor. Vi har valt ut tre artiklar att analysera.

Artikel nr: 1

December 2014 (det första numret ur 2015). Kalle Zackari Wahlström, programledare och författare.

Artikelns rubrik: *"Den moderna alfahannen – Hur blev en hamburgerälskande hipster med dålig självkänsla Sveriges nya hälsoguru? För Café berättar Kalle Zackari Wahlström om kometkarriären, den stormiga kärleken till frun Brita och att växa upp som kändislillebror"* (Café, december 2014, s. 44).

Artikel nr: 2

April 2015. Alessandro "Alesso" Lindblad, DJ.

Artikelns rubrik: *"Alesso - Ett utsålt Globen, en fet reklamdeal och snart en halv miljard spelningar på Spotify. Hur hamnade 23-årige Alesso här? Café följer den brådmogne dj-stjärnan från Brasilien till Barcelona och ser en ny världsartist växa fram"* (Café, april 2015, s. 54).

Artikel nr: 3

Oktober 2015. Lars Lagerbäck, fotbollstränare.

Artikelns rubrik: *"Kung Lars - Café reser till Island för att ta reda på hur Lars Lagerbäck vände opinionen och blev Sveriges mest älskade fotbollstränare igen"* (Café, oktober 2015, s. 64).

6.2 Kalle Zackari Wahlström

Den första artikeln vi har valt att analysera är från det första numret för 2015, men som kom ut i december 2014. Personporträttet i den tidningen handlar om Kalle Zackari Wahlström, bland annat känd som programledare från SVT:s program Svett och Etikett. Zackari Wahlström var 33 år när artikeln publicerades.

6.2.1 Narrativ textanalys

Vilka situationer har författaren valt att lyfta fram?

Intervjun tar sin början när Zackari Wahlström baster för att komma ner till rätt vikt inför en tyngdlyftartävling. Anledningen är att han spelar in sitt kommande program Svett och Etikett och texten poängterar hur ett filmteam av fyra människor kretsar kring honom. Han jobbar, med andra ord.

En annan situation som tas upp av journalisten är att Zackari Wahlström berättar att han gillar att jaga. Han förklarar att det lugnar honom och att det är det som gör att han orkar med sitt annars väldigt stressande liv i Stockholm. Han förklarar även att det inte är oproblematiskt med debatten kring jakt.

Vilka karaktärer ges plats?

De karaktärer som förekommer i artikeln är relativt få. Det är Zackari Wahlström själv, hans halvbror Erik Haag och hans fru Brita Zackari som får mest plats. Brodern Erik Haag nämns ofta som en förebild för Zackari Wahlström och han kallar själv brodern för sin bästa vän.

Fru Brita nämns ungefär halvvägs in i artikeln. Hon beskrivs som väldigt framgångsrik och att hon, likt sin man, strävar efter en lyckad karriär. Zackari Wahlström beskriver deras delade liv som stressigt och att båda håller uppe en hög fart, men att det är kul och spännande och att det är så han vill ha det.

Vilka miljöer finns med?

De olika miljöerna som artikeln utspelar sig i är bland annat en gymlokal där Zackari Wahlström befinner sig för att spela in ett avsnitt till sin tv-serie Svett och Etikett. Han är där för att testa på att vara tyngdlyftare för en dag och då har Cafés journalist Emil Persson fått följa med. Gymlokalen inhyser flera olika rum som läsaren tillsammans med Zackari Wahlström får ta del av. Bland annat en bastu, ett invägningsrum, en tävlingsscen och en cafeteria.

Två andra miljöer som förekommer i artikeln är en pub där de två männen, Zackari Wahlström och Persson, sitter och dricker en öl och äter en middag samt en mässas där intervjuobjektet håller i en föreläsning om träning. Föreläsningen hålls för Friskis & Svettis-instruktörer och äger rum på Kista-mässan.

Förses intervjupersonen med några utmärkande attribut?

I början av artikeln lyfts det fram att Zackari Wahlström är hungrig, törstig och känslig på grund av att han det senaste dygnet har gått på en diet. Textens författare skriver *“Det är ett dygn sedan han åt eller drack. När han i morse råkade ha sönder en kaffekopp började han grina. Kalle är ytterst skör och endast kapabel till analyser som knappt kvalificerar som kvasiintellektuella”*(Café, December 2016, s. 46). Texten vänder därefter riktning när anledningen till Zackari Wahlströms skörhet framkommer. Han ska delta i en tyngdlyftartävling och behöver därför gå ner i vikt. När han rör sig mot invägningen beskriver journalisten hur starkt omgivningen beundrar honom: *“Han rör sig ner mot invägningssrummet. Det är en speciell crowd på plats. Karlar i trikåer. Karlar i t-tröjor med trycket “DUM, DUMMARE, DOPAD”. Karlar med duplo-biceps. Karlar som dyrkar Kalle Zackari Wahlström”*(Café, december 2014, s. 46).

I en miljö längre fram i artikeln befinner sig Zackari Wahlström på en scen och håller en föreläsning om träning. Där lyfter journalisten fram Zackari Wahlströms förmåga att “ta människor” och hans humor. Han framställs som en rolig man som vet hur man underhåller en publik. Samtidigt framställs han som en väldigt kunnig och smart person då han beskrivs som att kunna hålla en föreläsning utan att ha förberett sig så mycket: *“Kalle vet vad han gör när han medvetet dyker upp lite mindre förberedd än alla andra föreläsare under helgen”*(Café, december 2014, s. 48). Med det menar journalisten att Zackari Wahlström inte behöver vara lika inläst som sina medföreläsare, han kan improvisera och ändå prestera bra.

Under den del av intervjun där Zackari Wahlström och journalisten sitter på en restaurang kommer en fråga upp som Zackari Wahlström är motvillig att svara på. Persson förklarar då för honom att han har all rätt att inte svara på de frågor som han inte känner sig bekväm med. Beskrivningen av Zackari Wahlströms svar är: *“Grymt. Bra. Jag vet inte hur man gör... Han gestikulerar mot bordet, intervjusituationen”* (Café, december 2014, s. 51). Att journalisten valde att ta med det svaret kan grunda sig i att han ville att Zackari Wahlström skulle få en mer jordnära känsla kring sig. Att det

inte alltid är tv och föreläsningar som gäller och att Zackari Wahlström inte är helt medveten om hur man betar sig i sådana situationer.

I den sista delen av intervjun kommer Zackari Wahlström och journalisten in på ämnet feminism. Journalisten påpekar att Zackari Wahlström besitter många traditionella manlighetsdrag: hans storlek, hans skägg, hans tatueringar, hans jaktintresse med flera. Samtidigt har det tidigare i artikeln lyfts fram att Zackari Wahlström går i terapi och har en gång i tiden ätit antidepressiva. Han svarar: *“Det där tänker jag mycket på. Jag blev inbjuden till Jenny Strömstedts program där Paolo Roberto ondgjorde sig över feminister. Jag ses som en representant för machomannen. Nöjesguiden frågade: “Jagar du för att du känner dig omanlig när du bor i Stockholm?” Folk utgår från att det finns något beräknande i mina val. Det finns inget beräknande i mina val”* (Café, december 2014, s. 54). Journalisten lyfter här fram den underförstådda stereotypen som Zackari Wahlström anses tillhöra. I och med att han tar upp stereotypen får också den intervjuade en chans att hålla med eller argumentera emot denna stereotyp.

6.2.2 Semiotisk bildanalys

Bild 1

Denotation

Kalle Zackari Wahlström (s. 45) syns från midjan och upp till huvudet. Han är iklädd vita hängslen och på sin arm har han en klocka. Hans överkropp och hans armar har flera tatueringar på sig och han har relativt mycket hårväxt.

Konnotation

Bilden visar den stereotypiska karllakaren. Zackari Wahlström är vältränad, han är hårig, han har tatueringar och han har skägg. Vi upplever även att han utstrålar sex, i och med den sugande blicken och en halvöppen mun.

Bild 2

Denotation

Zackari Wahlström lutar sig fullt påklädd mot någonting bakom hans rygg (s. 47). Han syns i helkropp och läsaren hamnar alltså på längre avstånd från honom. Han är välklädd och ser ordentlig ut. Han har höger hand i höger byxficka. Hans ansiktsuttryck är ett halvleende och vid hans fötter ligger en svart labrador.

Konnotation

Zackari Wahlströms småleende ansikte gör att han känns varm och hans öppna positionering av armarna och benen gör att han känns mottagande. Närvaron av hunden mjukar upp bilden, och på så sätt även Zackari Wahlström, i sin helhet. Samtidigt kan den vänstra handen i fickan ge känslan av en lätt nonchalans. Likaså med benen, den breda fotpositionen antyder självsäkerhet och manlighet.

Bild 3

Denotation

Zackari Wahlström ligger ned mot en helt svart bakgrund (s. 49). Det ben som är närmast bordet han ligger på är utsträckt och det andra benet är upplyft mot det utsträckta benet. Han stödjer huvudet i sin hand och tittar rakt in i kameran. Han har en halvöppen mun och är iklädd en smårutig kostym.

Konnotation

Hans halvöppna mun och särade ben kan upplevas anspela på sex och understödjer en känsla av en maktposition. Avsaknaden av detaljer i bilden och den svarta bakgrunden gör att bilden inte sticker ut.

Bild 4

Denotation

Den fjärde och sista bilden av Zackari Wahlström (s. 50) visar honom sittandes på en pall. Han syns från skrev och upp till huvudet och han har ett beslutsamt ansiktsuttryck. Han sitter rakryggat på pallen med en kisande blick. Han är iklädd en grå tweedkostym och en mönstrad skjorta.

Konnotation

En djupare meningen av bilden kan tydas genom den gråa skala som hela bilden går i och Zackari Wahlströms bestämda ansiktsuttryck. Som läsare får man en känsla av att han är en man som vet vad han vill ha.

6.3 Alessandro Lindblad (Alesso)

Den andra artikeln vi har valt att analysera handlar om dj:n Alessandro Lindblad. Han är mer känd under namnet Alesso. När artikeln publicerades var han 23 år gammal.

6.3.1 Narrativ textanalys

Vilka situationer har författaren valt att lyfta fram?

Lindblad, hans följeslagare Mike och journalisten Emil Persson äter kött på en köttrestaurang i Rio de Janeiro. I texten framkommer det tydligt att just det köttätandet, churrascaria, är något som Lindblad tycker väldigt mycket om: *“Alesso älskar churrascaria. Han älskar det väldigt mycket. Det är rätt att säga att en svensk celebritet inte visat sådan oblyg köttpepp sedan prinsessan Madeleine stoppade korv i tv 1985. Alessos favorit är styckningsdetaljen picanha. – Jag dör för det här köttet. Hur gott är det?! Mer kött”* (Café, april 2015, s.59).

Strax efter att det lyfts fram i artikeln förklarar journalisten att Lindblad har börjat träffa en dietist och att han äter tillskott och vitaminer. De två situationerna, det stora intagandet av kött och den strikta dieten med grönt och vitaminer, går emot varandra och skapar en kontrast.

En annan situation som journalisten har valt att lyfta fram är Lindblads bästa väns död. När Lindblad var tonåring dog hans bästa vän efter en misshandel och det framkommer tydligt i texten att det har påverkat Lindblad mycket som person och att han har tvingats växa upp tidigt. Det framkommer även att i samma veva som hans kompis gick bort så skilde sig hans föräldrar. De två händelserna var mycket för Lindblad att ta in och han började träffa en psykolog. Han pratar öppet om hur mycket det har hjälpt honom att träffa en psykolog och att det enligt Lindblad själv är bra att gå och prata med någon om sina känslor. Enligt Herz och Johansson (2011) finns det en ny sorts manlighet, en sensuell manlighet, som kan relatera till så kallade kvinnliga attribut. Att prata om sina känslor kan vara ett exempel på det.

Vilka karaktärer ges plats?

Förutom Lindblad själv lyfts vännen och turnékompanjonen Mike fram. Mike förklaras vara något av en stöttepelare för Lindblad som efter den nyblivna singelheten känner sig ensam då och då och vill ha sällskap med sig på turnén. *“Mike får beskrivas som en klassisk hangaround: en vän som hänger med på turnén i egenskap av vän. Det var inte längesedan Alesso blev singel och Mike bidrar till att bedöva den ensamhet som ibland infinner sig hos en kringflackande soloartist”* (Café, april 2015, s. 56).

En annan person som närvarar vid turnén är Lindblads livvakt, Herbert. Han beskrivs som en humorlös och lojal person som var satt till denna jord för att livvakta. Han är

med i början av artikeln och även i slutet då han nämns i en mening: *“Herbert har lagt armarna i kors”* (Café, april 2015, s. 66). Han är knappt nämnd i texten men det lilla som nämns om honom gör att man får känslan av och förstår att Lindblad är en stor person som behöver en livvakt, så även om man inte får några personliga drag av Herbert själv som person så hjälper han oss att förstå mer om huvudkaraktären.

Det finns fler biroller i texten, till exempel den turnéansvarige Carl och ljusteknikern Ben, som hjälper till att beskriva hur Lindblad är som person. *“Hela teamet – Carl, fotografen James, videoteknikern Josh och ljusteknikern Ben – är överlag väldigt jämlikt och ickehierarkiskt och Alesso är väldigt bekymrad över att Josh och Ben fått för lite sömn de senaste två dyggen. Men vid dagens slut är det förstås ändå Alesso själv som är verkställande dj-direktör”* (Café, april 2015) s.64). Dessa fyra lyfts likt Herbert inte fram så mycket. Men tillsammans har de effekten att man förstår att Lindblad är en framgångsrik och stor artist som behöver ett följe.

Vilka miljöer finns med?

Artikeln börjar i Rio de Janeiro där Lindblad befinner sig för att göra en spelning. Lindblad och hans följeslagare på turnén, Mike, åker i en bil genom staden. Stämningen i staden beskrivs som högljudd och livlig.

Nästa miljö i artikeln är en grillrestaurang där de tre männen äter middag. Fokus ligger mycket på att det är kött de beställer och journalisten poängterar flertalet gånger hur mycket Lindblad tycker om maten där.

En annan av de platser som finns med i artikeln är en, enligt journalisten, exklusiv klubb i Barcelona. De befinner sig alltså i en ny storstad där Lindblad har arbete att utföra.

I den sista delen av artikeln är Lindblad, hans följe och journalisten i en loge bakom scenen i Barcelona där Lindblad inom några timmar ska framträda. Miljön och hur personerna interagerar med varandra framstår som vänlig.

Förses intervjupersonen med några utmärkande attribut?

Genomgående i artikeln ges känslan av att Lindblad är en upptagen och framgångsrik person som har mycket att göra. Platserna som vi får följa honom genom i texten, storstäderna Rio de Janeiro och Barcelona, vittnar bara de om att han är eftertraktad i hela världen. *“Alesso är precis influgen från New York där han tillbringat tio dagar med att jobba på sitt debutalbum. Han gör en blixtvist i Spanien för att bocka av*

yttre en punkt på dj-karriärstegen: att bli ansiktet utåt för ett stort brand i allmänhet och Carolina Herrera-parfymen 212 i synnerhet”(Café, april 2015, s.60).

Journalisten väljer även att ha med citat från Lindblad där han säger att han tycker att folk ska få lyssna på vad de vill. Han, som en stor person inom musikvärlden, tycker inte att det ska läggas någon värdering i om folk lyssnar på Katy Perry eller John Lennon. Han menar att musik är musik och att det inte är upp till någon att bestämma vad som är bra eller dåligt. Att det citatet lyfts fram i texten kan tyda på att journalisten vill tona ner den stora person som han tidigare har förklarat i texten, han vill humanisera Lindblad och göra honom till någon som läsarna kan känna igen sig i.

I öppningscitaten i artikeln beskriver journalisten hur Kristusstatyn i Rio förbarmar sig över Lindblad. I resten av texten fortsätts han att framställas som en väldigt god person då han hinner med att träna, äta rätt, tänka på miljön, resa mellan olika städer och ha en framgångsrik karriär. Som journalisten själv beskriver det: *“Det är svårt att hitta en större renlevnads-dj än Alesso”(Café, april 2015, s. 59).*

Blandningen av att Kristusstatyn lyfter ut sina armar för honom samt att han hinner hålla sig vältränad och hälsosam samtidigt som hans karriär fortsätter att stiga gör att han beskrivs som den perfekta mannen. Han har allt. Artikeln avslutas med att Lindblad spelar inför en stor publik och den sista meningen lyder: *“Det är svårt att se i mörkret, men det går inte att utesluta att Kristusstatyn formar händerna till ett hjärta någonstans uppe bland kullarna”(Café, april 2015, s. 66).*

6.3.2 Semiotisk bildanalys

Bild 1

Denotation

Bilden som inleder reportaget med Alessandro Lindblad (s. 54-55) tar upp ett helt uppslag. Han sitter positionerad i en lädersoffa med blicken riktad snett framåt. Han har det vänstra benet upplagt på det högra och den högra armen upplagd på soffryggen. Han är iklädd svarta byxor, en vit t-shirt och en grå jacka.

Konnotation

Konnotationen kan tolkas på så sätt att hans blick skvallrar om att han tänker på framtiden. Den lätt kisande blicken och det ganska uttryckslösa ansiktet inger snarare känslan om fokus än om hopp. Lindblad hoppas inte att framtiden ska gå bra, han

kommer se till att den blir bra. Hans avslappnade tillbakalutade position i soffan gör att han känns säker på sig själv. Bilden är tagen med ett lätt fågelperspektiv, inte så att Lindblad känns underlägsen men tillräckligt för att inte ge känsla av att han är en man med makt.

Bild 2

Denotation

Den andra bilden av Lindblad (s. 57) visar honom från ett fågelperspektiv. Han står med blicken riktad in i kameran och med händerna gnuggandes mot varandra. Han är iklädd en svart t-shirt och står mot en vit bakgrund. Man skimtar tatueringar på höger arm där han även har ett armband. På vänster arm har han en klocka.

Konnotation

Bildens djupare betydelse kan innebära att Lindblad smider planer. Att bilden är tagen från ett fågelperspektiv gör att han ser något yngre och mindre ut. Han har en fokuserad blick och ser nöjd ut. Han ser självsäker ut.

Bild 3

Denotation

Den tredje bilden (s. 58) visar Lindblad ståendes i en futuristisk omgivning. Bakgrunden är silvrig. Lindblad står med händerna i sina byxors bakfickor. Han är iklädd en kornblå, skrynklig latextröja. På hans vänsterarm har han en klocka. Han har blicken lite lätt riktad nedåt och åt sidan. Han har en neutral uppsyn.

Konnotation

Grundkänslan är att Lindblad inte blickar in i bilden för att skapa en relation med läsaren. Han tittar istället bortåt och fokuserar blicken mot framtiden. I övrigt är bilden svårtolkad och neutral.

Bild 4

Denotation

På den fjärde bilden (s. 62) syns Lindblad i en silvrig jacka. Han står i en korridorliknande lokal och tittar in i kameran. Hans händer greppar sidorna av jackan. Under jackan har han en svart tröja. Han har ett neutralt ansiktsuttryck och blickar framåt.

Konnotation

Vi tolkar att Lindblad är bestämd och fokuserad. Hans stängda mun i kombination med den lätt kisande blicken gör att han ser sammanbiten ut. Bilden ger inte några djupare känslor.

6.4 Lars Lagerbäck

Lars Lagerbäck var med i Café i oktober 2015 och är bland annat känd för att ha varit Sveriges landslagstränare i fotboll under flera år. När artikeln om honom publicerades i Café var han 67 år.

6.4.1 Narrativ textanalys

Vilka händelser har författaren valt att ta med?

Tidningen tar upp Lagerbäcks skilsmässa och vill gå djupare in på den, men Lagerbäck avböjer frågan då han tycker att den är för privat och inte vill diskutera den. Samma sak händer när journalisten frågar om hur Lagerbäck känner om hans ersättare i det svenska landslaget i fotboll, Erik Hamrén. Lagerbäck vill inte diskutera Hamrén då han inte tycker att han känner honom och därför inte kan ge en rättvis bild.

“Bra. Då tar vi nästa ämne. Erik Hamrén.

– Okej.

Största möjliga tystnad.

En superpopulist, eller?

– Det får stå för dig i så fall. Jag vet inte vad han tar sina beslut utifrån eller hur han jobbar med spelarna eller hur han egentligen är som tränare.

Lagerbäck gulpar i sig lite Gull. Väger sina ord.

– Jag har väldigt lite att säga om Erik Hamrén för jag har aldrig jobbat med honom och jag känner honom nästan inte alls som person” (Café, oktober 2015, s. 74).

Enligt journalisten finns det ett klassiskt foto på Lagerbäck när hans svenska landslag vinner ett grupp Slutspel i VM 2002. Lagerbäck sitter med ett neutralt ansiktsuttryck medan hans kollegor och spelare i laget jublar av lycka. Det här är en händelse som journalisten tar upp med honom och undrar över. *“Det finns väl många ögonblicksbilder som inte beskriver hela skeendet eller vad man känner. Men jag är*

nog inte en sådan som hoppar omkring. För mig är det bara en lugn, behaglig känsla som sprider sig i kroppen.” (Café, oktober 2015, s. 68).

Vilka karaktärer ges plats?

En karaktär som ges plats i artikeln är en av Lagerbäck's kollegor på det isländska fotbollskansliet, presschefen Ómar Smárason. Han är imponerad av det arbete som Lagerbäck har utfört för dem. *“Han skojar ofta om att han en gång framröstades till den tråkigaste mannen i Sverige – men här har han verkligen inte varit tråkig. Han kom bra överens med medierna direkt. Det har funnits röster som lobbat för att Lars ska få en staty uppförd utanför nationalarenan. Vissa människor vill till och med att han ska bli president – men inte innan han är klar med landslaget”* (Café, oktober 2015, s. 68).

I en del av artikeln lyfter journalisten fram att han har besökt en lokal pub och att han där har pratat med lokalbefolkningen om vad deras uppfattning om Lagerbäck är. Journalisten tar upp ett citat av en av pubbesökarna som är väldigt positivt inställd till honom. *”Jag brukade inte bry mig om fotboll men nu går jag och mina kompisar på alla hemmamatcher. Vi har skrivit en egen hejramså bara om Lars Lagerbäck, 15 verser lång, som vi skriker från första till sista minut!”* (Café, oktober 2015, s. 68).

Den hyllande känsla som journalisten väljer att ta med i artikeln beskriver hur lokalbefolkningen har kommit att tycka om Lagerbäck utefter hans framgångar med det isländska landslaget.

Vilka miljöer finns med?

Öppningsscenen i artikeln tar plats på en fotbollsplan. Två lite mindre lag möter varandra och Lagerbäck är där för att spana in en möjlig stjärnspelare. Journalisten Emil Persson beskriver Lagerbäck sittandes i en plaststol vid sidan om planen medan han berättar lite fakta om Island. Persson beskriver miljön som annorlunda mot den Lagerbäck är van att synas vid då han tidigare har varit med på stora landslagsmatcher med stor publik. På den isländska matchen som han nu befinner sig är publiken mycket mindre och visar därför på den stora förändring som han har genomgått de senaste åren.

En annan miljö som är med i texten är Lagerbäck's arbetsplats när han är på Island, det isländska fotbollskansliets konferensrum. Journalisten skriver att Lagerbäck inte har ett eget kontor utan hellre sätter sig i konferensrummet och arbetar.

I en annan del av artikeln befinner sig Lagerbäck och journalisten på Hiltons restaurang. Hilton är hotellet som Lagerbäck bor på när han är på Island och det är i deras restaurang som de väljer att äta middag en kväll.

De miljöer som tas upp i texten är relaterade till Lagerbäck's arbete på ett eller annat vis.

Förses intervjupersonen med några utmärkande attribut?

Under en del av artikeln sitter Lagerbäck och journalisten på Lagerbäck's arbetsplats och pratar. Då dyker en av Lagerbäck's isländska kollegor upp och vill prata med honom. Då de inte delar samma språk pratar de på engelska. Journalisten lyfter fram Lagerbäck's engelska som "pengelska" - pappaengelska. Journalisten menar att hans meningsuppbyggnad är bra men att hans uttal är mindre bra. Journalisten lyfter med sitt ordval fram Lagerbäck som en faderlig figur, någon som läsarna kanske kan relatera till på en närmare nivå än som stjärntränaren.

Journalisten vill i en del av texten ge Lagerbäck attributet "politiskt aktiv" och ställer en fråga till honom angående det. Frågan skulle kunna tolkas som ett konstaterande.

Lagerbäck menar att journalisten baserar sin fråga och sin bild av Lars på en mediebild som Lagerbäck inte har varit med själv och skapat, utan att den är något som journalister i allmänhet har kommit fram till. Attributet "politiskt aktiv" är alltså något som Lagerbäck själv inte stöttar men som journalisten ändå väljer att lyfta fram.

"Du är politiskt intresserad?"

– *Definitivt.*

Du har ju en gråsossig aura.

– *Varför då? Är det någon som skapat den myten eller har du hört mig säga eller uttrycka något som tyder på det? Jag har aldrig varit politiskt aktiv även om jag är politiskt intresserad"* (Café, oktober 2015, s. 70).

6.4.2 Semiotisk bildanalys

Bild 1

Denotation

På den första bilden av Lars Lagerbäck (s. 65) är han klädd i en svart kostym, vit skjorta och svarta glasögon. Han står lutad mot en svart schackpjäs som är större än honom själv och bilden är svartvit. Han står med benen och armarna i kors. Han tittar rakt in i kameran.

Konnotation

Lagerbäck framställs som en man med makt. I och med att han lutar sig mot schackpjäsen och står med armarna och benen i kors framstår han som något nonchalant. Han småler lite och tittar in i kameran, vilket tyder på självsäkerhet.

Bild 2

Denotation

På den andra bilden (s. 66) sitter Lagerbäck vid ett schackbräde. Han tittar rakt in i kameran och har hakan lätt stödd på handen. Han är klädd i svart kostym, vit skjorta och glasögon. Bakgrunden är vit. Hans ansiktsuttryck är utmanande.

Konnotation

Den djupare meningen av bilden kan tolkas som att Lagerbäck tänker på sitt nästa drag inför framtiden. Han ser självsäker ut.

Bild 3

Denotation

Den tredje bilden (s. 69) visar honom iklädd samma kostym och glasögon som tidigare. Bilden visar Lagerbäck från knähöjd och upp till huvudet. Han skrattar och har handen höjd i en rörelse. Han tittar snett bort från kameran. Bilden är svartvit.

Konnotation

Konnotationen är inte speciellt tydlig men ger en varm känsla på grund av att han skrattar. Han ser själv ut att ha kul.

Bild 4

Denotation

På den sista bilden (s. 70) står Lagerbäck vid en svart griffeltavla och skriver med en vit krita. Han är fortfarande iklädd den svarta kostymen, vita skjortan och glasögonen. På tavlan syns en skiss av en fotbollsplan. Han står i profil och tittar på tavlan.

Konnotation

Vi upplever honom som lärande och pedagogisk. Tack vare den svarta tavlan får vi känslan av att han vill lära oss något. Han känns därmed som en man som sitter på mycket kunskap.

7 Diskussion

De tre artiklar vi har granskat tar upp tre karriärmässigt framgångsrika män som har lyckats inom olika genrer. De alla tre har i sina varsina fält nått stora framgångar och detta lyfts tydligt upp. Kalle Zackari Wahlström har lyckats inom tv- och mediebranschen, Alessandro Lindblad inom musikbranschen och Lars Lagerbäck inom fotbollssporten. Café väljer att i varje nummer lyfta en känd man som har kommit långt i livet i olika branscher och på olika sätt.

Artiklarna har slagkraftiga rubriker och inledningar för att fånga läsaren och locka in hen i texten på en gång. I inledningarna har författaren av texterna valt att använda ord som symboliserar bland annat styrka, makt och framgång och det i sig sätter tonen för resten av artikeln.

“Den moderna alfahannen – Hur blev en hamburgerälskande hipster med dålig självkänsla Sveriges nya hälsoguru? För Café berättar Kalle Zackari Wahlström om kometkarriären, den stormiga kärleken till frun Brita och att växa upp som kändislillebror” (Café, december 2014, s. 44).

“Alesso - Ett utsålt Globen, en fet reklamdeal och snart en halv miljard spelningar på Spotify. Hur hamnade 23-åriga Alesso här? Café följer den brådmogne dj-stjärnan från Brasilien till Barcelona och ser en ny världsartist växa fram” (Café, april 2015, s. 54).

“Kung Lars - Café reser till Island för att ta reda på hur Lars Lagerbäck vände opinionen och blev Sveriges mest älskade fotbollstränare igen” (Café, oktober 2015, s. 64).

Att männen har lyckats lyfts tydligt fram och är en stor del i artiklarna. Judith Butler (2007) menar att om de typiska manliga idealen fortsätts att lyftas fram kommer de att fortsätta existera i samhället. För att bryta detta måste medier aktivt välja att tänka bortom normerna.

Något de tre männen har gemensamt är att de alla har gått i terapi och att detta lyfts fram av journalisten. Lars Lagerbäck är inte vidare ingående på hur länge och varför han har gått i terapi men både Alessandro Lindblad och Kalle Zackari Wahlström pratar öppet om sina terapierfarenheter. Att journalisten väljer att skriva om ämnet terapi kan tyda på att han vill visa att de tre männen på något sätt har haft det jobbigt och har

behövt diskutera det med en professionell person. Journalisten kan även vilja lyfta fram att männen inte enligt samhällets norm är perfekta och på det sättet kanske ta ner dem till en nivå som tidningen Cafés läsare kan relatera till. Journalisten kan även ha valt att ta upp ämnet på grund av att han vill visa att den moderna mannen kan prata om sina känslor och på det viset försöka bryta äldre mansideal. Att mediernas innehåll påverkar dess läsare och tittare är enligt Giddens och Sutton (2014) ett faktum. De tycker att om medierna, som har en sådan stor inverkan på samhället, skulle bryta mot normerna allt oftare skulle det kunna få till effekt att även samhället började bryta mot normer. Detta är något som Café verkar ha i åtanke när de tar upp och lyfter fram normbrytande ämnen såsom känslor och terapi när det kommer till framgångsrika män.

I artikeln om Kalle Zackari Wahlström framgår det enligt oss tydligt att han kopplas till en slags lumbersexualitet. Genom de bilder som Zackari Wahlström porträtteras på kan vi tyda att han är en självsäker man som passar idealbilden av en karlaktig man. Han är vältränad, har skäggväxt och relativt mycket kroppsbe håring, har tatueringar och visas i kraftfulla positioner. I texten framkommer det även att han jagar, gillar att träna och umgås med andra framgångsrika män. Zackari Wahlström är inte speciellt intresserad av att äta rätt enligt moderna dieter utan äter det han vill äta. Det i sig kan tolkas som en man som inte gillar att följa trender och som gör det han har lust med. En slags modern urman.

Till skillnad från Zackari Wahlström framgår det tydligt att Alessandro Lindblad följer en diet och bryr sig om sitt utseende på en nivå som kan vara något högre än den normativa mannen. Lindblad får en mjukare framtoning än vad Zackari Wahlström får i sin artikel och skulle baserat på det kunna kopplas till metrosexualiteten. Lindblad är en väldigt framgångsrik man som har lyckats i sin bransch och det kan göra att det är mer socialt accepterat för honom att vara modeinriktad och ta väl hand om sin kropp än för vad det skulle kunna vara för samhällets gemene man. Att Lindblad även pratar öppet om de motgångar han har haft och som han har behövt gå i terapi för förstärker känslan av att han är en man med en mjukare sida. De tillhörande bilderna till texten om Lindblad visar upp honom som en modemedveten man som vet vad han vill. Han blickar i några bilder ut ur kamerans riktning, som om han blickade mot framtiden, och han har ofta ett bestämt uttryck i ansiktet. Han ser målmedveten ut och vi får känslan av att han har stora planer för framtiden.

Den mjukhet som Lindblad visar genom sin öppenhet om terapin kan inte i samma grad tillskrivas Lars Lagerbäck. Han är en mer tillknäppt man än vad till exempel Lindblad framställs som. Lagerbäck väljer att inte prata om mer privata ämnen och styr över samtalen med journalisten till marker han förmodligen känner är säkrare när de samtalsämnena dyker upp. Att han även väljer att inte uttala sig om personer som han inte känner, tyder på att han är en man med stark integritet. Hur han uttalar sig och att han är noga med att välja sina ord kan tyda på att han är en äldre man som har växt upp i en generation där medierna inte har varit lika tillgängliga som för de senare generationerna. Där står han i stark kontrast till både Zackari Wahlström och Lindblad som båda har använt sig av medierna på ett annat sätt för att marknadsföra sig själva.

Lagerbäck arbetar med fotboll och har gjort det under en stor del av sitt liv. Artikeln handlar därför naturligt mycket om fotboll. Att Lagerbäck är med i tidningen Café kan bland annat ha sin förklaring i en undersökning gjord av Gauntlett (2008). Han kom fram till att ett av ämnena som mest frekvent förekom i amerikanska livsstilsmagasin för män var just sport. Det kan vara en anledning till varför Lagerbäck blev intervjuad för Café.

Bilderna på Lagerbäck är inte speciellt aktiva och det syns att han har fotograferats i en studio. Bilderna innehåller inte mycket färg och de är väldigt stilrena. Det kan vara ett sätt att vilja spegla hans personlighet som i texten framstår som något nedtonad.

Flera av bilderna på de tre männen visar dem blickandes in i kameran. Enligt Hirdman (2002) är mäns syfte i kvinnotidningar att väcka begär när de tittar in i kameran. Detta kan vara något som Café har tagit efter men att det nu är männen som ska begära männen. De manliga läsarna ska vilja ha de liv och de kläder som de porträtterade männen har.

Zackari Wahlström, Lindblad och Lagerbäck ger alla tre relativt olika bilder av maskulinitet. Zackari Wahlström beskrivs till viss del som en klassiskt manlig man, Lindblad som en metrosexuell man och Lagerbäck som en lugn och sansad karl. Dock har de alla gemensamt att de inte bara passar in i ett fack av manlighet. De har alla fått mjukare attribut som antagligen inte skulle ha lyfts fram för trettio år sedan och de har flera attribut från olika mansideal. Zackari Wahlström kan till exempelvis tillskrivas ha både attribut från lumbersexualitet, metrosexualitet och sensuell maskulinitet. Detsamma för Lindblad. Han är både modemedveten och bryr sig om sitt utseende

(metrosexuell) och öppnar upp om känslor (sensuell maskulinitet). Lagerbäck är den person som kan tillskrivas något färre attribut då han inte är lika öppen i sin intervju som de andra två var i sina. Något som de dock har gemensamt är att tidningen lägger stor vikt vid att berätta om deras lyckade karriärer och hur framgångsrika de har blivit. Det är logiskt att tidningen väljer att lyfta fram stora namn och lyckade män, men då deras läsare får se dessa artiklar varje månad skulle det kunna skapa en känsla av misslyckande hos dem om läsarna själva inte är lika framgångsrika som de män de läser om i tidningen. Att hela tiden läsa om personer som har lyckats i sina karriärer på ett eller annat vis kan skapa en bild av att det är så en man måste vara för att kunna platsa in i samhället.

7.1 Förslag till vidare forskning

Denna studie har undersökt hur män och maskuliniteter framställs i livsstilsmagasinet Café. Undersökningen har granskat tre artiklar som har publicerats under året 2015. För att få en klarare bild av hur Café framställer män skulle en vidare forskning kunna vara att göra undersökningen större. Istället för att granska tre artiklar under loppet av ett år skulle det kunna vara bättre att granska alla tio personporträtt som kommer ut i Café under ett år. På så sätt skulle undersökningen vara baserad på ett bredare urval och därmed ha högre trovärdighet.

Referenser

Tryckta källor

Bignell, J. (2002). *Media semiotics: an introduction*. (2. ed.) Manchester: Manchester University Press.

Butler, J. (2007). *Genustrubbel: feminism och identitetens subversion*. Göteborg: Daidalos.

Dahlgren, P.M & Järvå, H. (2013). *Påverkan och manipulation*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Forslid, T. (2006). *Varför män?: om manlighet i litteraturen*. Stockholm: Carlsson.

Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: an introduction*. (New ed.) London: Routledge.

Giddens, A. & Sutton, P.W. (2014). *Sociologi*. (5., rev. och uppdaterade uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Hansson, H., Karlsson, S. & Nordström, G. Z. (2006). *Seendets språk - exempel från konst, reklam, nyhetsförmedling och semiotisk teori*. Lund: Studentlitteratur.

Hirdman, A. (2001). *Tilltalande bilder: genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*. Diss. Stockholm : Univ., 2002. Stockholm

Herz, M. & Johansson, T. (2011). *Maskuliniteter: kritik, tendenser, trender*. (1. uppl.) Malmö: Liber.

Johansson, A. (2005). *Narrativ teori och metod: med livsberättelsen i fokus*. Lund: Studentlitteratur.

Kegan Gardiner, J. (2005). Men, masculinities, and feminist theory. I R.W. Connell, J. Hearn & M. S. Kimmel (red.) *Handbook of studies on men and masculinities*, (s. 36-68). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Robertson, A. (2012). Narrativanalys. I G. Bergström & K. Boréus (red.) *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. (3., [utök.] uppl.), (s. 219-261). Lund: Studentlitteratur.

Vulovic, J. (2013). *Narrativanalys*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Elektroniska källor

Aller. (2016a). *Om Aller media*. Hämtad 2016-03-01, från <http://www.aller.se/om-aller-media/>

Aller. (2016b). Mediefakta. Hämtad 2016-02-22, från <http://www.aller.se/wp-content/uploads/2016/01/MEDIEFAKTA-2016-ALLER-V2.pdf>

Café. (2016). *Historien om Café*. Hämtad 2016-02-24, från <http://www.cafe.se/historien-om-cafe/>

Gauntlett, D. (2002). *Media, gender and identity [Elektronisk resurs] : an introduction*. London: Routledge.

Nationalencyklopedin, feminism. Hämtad 2016-04-14, från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/feminsim/>.

Nordström A. (2015, 2 februari). Nu är han sitt eget sexobjekt. *Dagens Nyheter*. Hämtad den 2016-03-01, från <http://www.dn.se/kultur-noje/nu-ar-han-sitt-eget-sexobjekt/>