

Jakten på den nya mannen

Manlighet i de nya manstidningarna

Inledning

Att göra de rätta valen i livet blir allt viktigare i vår tid som präglas av reflekterande tankar. Män har tidigare varit hänvisade till specialtidningar, som till exempel hobbytidningar, pornografiska tidningar och serietidningar. Och många män har främst läst dagspress. Idag finns det ett relativt stort utbud av manstidningar, tidningar som delvis liknar de damtidningar som funnits på marknaden ett tag och som tar upp det mesta i livet. Manstidningarna kom ut på marknaden i Finland i mitten av 1990-talet, men de har förekommit långt tidigare i bland annat USA, därifrån de härstammar. De nya manstidningarna riktar sig till män i olika åldrar och med olika livsstilar. Till skillnad från hobbytidningarna, innehåller manstidningarna artiklar om varierande ämnen, så att många kan finna något de vill läsa om. Tidningarna behandlar relationer, musik, filmer, sex, teknik, kvinnor, mode och allt en man antas vara intresserad av.

Många massmediaforskare utgår från att könens handlingsutrymmen alltmer formas genom vår kontakt med de bilder, begrepp och värderingar som massmedierna förmedlar. I dagens samhälle svarar masskommunikationen för den största delen av all kommunikation. Under de senaste tjugo åren har maskuliniteten förändrats. Idag är också mannen objekt. Maskulinitet har både sexualiserats och feministiserats i media. Männerna tillåts numera i reklam vara mjuka, passiva och

kroppsmedvetna, samtidigt som de är starka, kontrollinnehavare och dominerande.¹

Mitt syfte med artikeln är att se dagens mansroller och ideal genom att analysera de nya manstidningarna. Jag har främst koncentrerat mig på två tidningar. Jag har valt att intervjua män för att få en bild av hur de ser på mansidealet i dagens samhälle och hur de ställer sig till de nya tidningarna. Överensstämmer vardagens ideal med tidningarnas? Eftersom min artikel behandlar manstidningar, anser jag det relevant att förklara begrepp som manlighet, genussystem och konstruerat kön. Jag ansluter mig till teorin att genus är socialt konstruerat, främst på grund av arten av mitt forskningsproblem: jag anar att dessa manstidningar försöker förmedla hur en man skall bli man genom attribut.

Problemställning och teorier

Jag har valt att dela in mina inledande avsnitt i problemprecisering och teorier. Jag börjar med att närmare precisera mitt forskningsområde, huvudfrågor och delfrågor. Därefter tar jag upp teorier och dessutom förklarar jag begrepp som kommer att användas i artikeln. Teorierna och begreppen har jag valt att ge stort utrymme, eftersom mansforskning är ett relativt nytt forskningsområde och mina definitioner av begreppen är mycket viktiga för argumentationen.

Slitz, en tidning för män
som får kyssa vackra
flickor.

FÖR MÄN SOM KOMMER MED HÅRDA KLAPPAR™

SLITZ®

JANUARI 2001 59,00 SEK
www.slitz.se

INTERVJU
**"JAG BYTTE MIN TV
MOT ETT KVARTS
GRAM KOLA"**
Big Brother-Per om
sina 20 år i dimman

NOSTALGI
**GRABBARNAS
ÅR 2000**
Den ultimata resumén
av året som gått

SAMLEVAD
**EN SNABBIS FÖRE
KALLE ANKA?**
Stefan Jensens bästa
knep för en lyckad jul

NYÅRS
**DOMINERA PÅ
NYÅRSFESTEN**
Utan att det behöver
kosta skjortan


MAKT & FRIMET
**"OM 15 ÅR
ÄR BILARNA
HELT GRATIS"**
Visions chefredaktör
spekulerar vilt

TEST
**KAKA, SPRUTA
OCH SVÄLJ**
Fördrag i oss Bolagets
billigaste skumpor

EMINEM, GUY RITCHIE,
TIA CARRERE, ELISABETH
HURLEY, FREDRIK NYBERG

UNDERBART!

POP-PINGLÄN LINNEA HANDBERG + JORDANNAS BÄSTGÅSÄTTE JULKLAPPSTIPS



Problemprecisering

I undersökningen är mitt huvudproblem mansidealet i de nya manstidningarna. Jag undersöker vilket mansideal läsaren uppmuntras till. Jag frågar mig om dessa

manstidningar ingår i "jakten på den nya mannen". Jag kommer därför att analysera manstidningar och intervjua läsare samt icke-läsare av tidningarna. Jag kommer även att fråga mig vad maskulinitet

står för i dagens samhälle och den kultur vi lever i. Vilka normer borde en man leva efter? Vad är manligt?

Eftersom jag bland annat använder mig av teorier om könets konstruerande, frågar jag även hur en man blir manlig och vad manstidningarna förmedlar som manligt. Försöker tidningarna lära läsaren att bli man? Dessutom undrar jag om manlighet håller på att omkonstrueras. Kommer det rådande mansidealet att dö ut? Känner läsaren manlig gemenskap? Och ytterligare, förmedlar tidningen ett bestämt skönhetsideal för männen? Existerar en manlig jargong i tidningarna? Hur skiljer sig tidningarna, beroende på deras målgrupp?

Genussystem

Begreppen genus och genussystem, är två termer som använts flitigt inom etnologin. Genus kan definieras som de socio-kulturella aspekterna av den mänskliga artens uppdelning i två kön. Begreppet genus kan studeras på tre olika nivåer, det vill säga individnivå, idénivå och social organisationsnivå. Genussystemet är sedan en sammantagen beskrivning av dessa nivåer i ett bestämt samhälle.² Man kan alltså säga att genussystemet är det sätt på vilket könen inbördes är socialt och kulturellt organiserade. Genussystemet genomsyrar alla kulturyttringar på ett djupgående sätt. Inom etnologin kan konstateras ett ökat intresse det senaste årtiondet för att problematisera genus. Inom etnologin studerar man oftast genus med en betoning på att ge färg åt den totala kulturella verkligheten. I denna artikel studerar jag genus på individnivå och idénivå.

Två bärande principer existerar inom genussystemet. Dessa är att könen inte får blandas och att mannen är norm, dessa principer kan endera båda accepteras, el-

ler båda förkastas. Dessutom kan ena accepteras, medan den andra förkastas. Inom kvinnokampen har olika strategier använts under olika skeden. Man kan fråga sig om mannen i sin kamp för bevarande av den traditionella manligheten enbart använder sig av strategier som direkt eller indirekt går ut på att bevara manlig dominans. Men kunde den möjligen ligga i männens eget intresse att minska en maktskillnad mellan män och kvinnor.³ Vad som anses manligt varierar en hel del mellan kulturer, miljöer och historiska epoker. Inom vissa kulturer får män gråta, i andra är det tabu. Men vi vet att genus är fundamentalt för vilka vi är som individer. Detta är en av de grundläggande principerna för socialt liv, enligt mansforskare M. Kimmel.⁴

Maskulinitet, manlighet

Om man slår upp ordet manlig i ett uppslagsverk står det oftast att dess motsats är kvinnlig. Därefter följer en uppräkningslista av karakteristika som djärv, karlavulen, ädel, kraftig, modig, viril och oförfärad.⁵ I en ordbok utgiven av Svenska Akademien står ordet manlighet för tapperhet, mod och duglighet.⁶ Samhället är fortfarande till stora delar ett manssamhälle. Mannen och hans tolkningar genomsyrar undermedvetet alla kulturella värderingar. Det har tidigare varit nästan omöjligt att ställa frågor om mannen, och det har varit ytterst komplicerat att beskriva maskuliniteten. Delvis beror detta givetvis på att männen är en heterogen grupp, delvis på att mannen varit osynlig. Mannen är osynlig på grund av att det är han som är norm. Mannen har tagits för givet.⁷

Både manlighet och mansroll är statiska begrepp. Begreppen speglar inte det faktum att det handlar om en process, och att manlighet är konstruerat. Begreppen

tar inte i betraktande att män är olika. Istället för manlighet, kan begrepp som maskuliniteter och manlig identitet användas. Dessa begrepp gör det möjligt att förstå det faktum att mannen genomgår en utveckling. Manlighet är då något som formas inom den manliga individen i förhållande till allt som finns utanför honom. I första hand bör alltså maskulinitet ses som en social och kulturell konstruktion. Termen manlighet refererar helt enkelt till de stereotyper, ideal och förväntningar som riktas mot och förknippas med mannen i ett givet samhälle.⁸

Vårt samhälle är genomsyrat av ett oändligt antal osynliga regler. Oftast hänvisar man till kulturella mönster för hur mannen anses eller bör vara, som utgångspunkt i diskussionen om manlighet. Maskulinitet anses vara såväl en psykisk, som social struktur, beroende på de överordnade patriarkala förhållandena. Det råder en stereotyp bild av mannen i dagens samhälle. Men vi måste hålla i minnet att maskuliniteter obönhörligen skiljer sig från varandra, beroende på var i makt-hierarkin männen sinsemellan befinner sig. Dessutom grundar sig den specifika mannens maskulinitet på hand personliga livssituation och unika erfarenheter.⁹ I slutet av 1970-talet ansågs det bland män att maskuliniteten stod åtalad för ett flertal olika brott mot kvinnor, barn och andra män, främst homosexuella. Sedan 1980-talet har grupper av män försökt motarbeta dessa brott, genom att bland annat starta mansrörelser.¹⁰ Män har blivit medvetna om att maskulinitet är problematiskt inte bara för männen själva, utan också för kvinnor, homosexuella och andra män som inte lever enligt en standard dominant maskulinitet. Därför har män blivit medvetna om att maskulinitet måste omkonstrueras. Maskulinitet skulle då istället bli en värdefull källa för män.¹¹

Sport innehåller flera stereotypa element för maskulinitet: kamratskap, tävlan, hierarki, legitima känslor, kontroll över skador, begränsningar, koder, ångslan samt distinktion.¹² Lagidrott är oftast viktigare för pojkar än för flickor. Flickor och pojkar i förskolan är mera benägna att leka med barn av samma kön. Tendensen att gruppera sig enligt kön förstärks från 6-7-årsåldern, fram till puberteten då denna ger upphov till subkulturer med både manlig och kvinnlig poängtering. Idrott som innebär tävling, aggressivitet och våld anses vara den bästa vägen till manlighet främst i USA, men även i andra kulturer i olika grad.¹³

Konstruerat kön och essentialism

Vilka är orsakerna till att mannen är den han är? De flesta anser att det är en kombination av biologiska och miljöbetingade faktorer som påverkar hur en pojke formas till man.¹⁴ Generellt sett finns det två sätt att se på hur genus är uppbyggt. Det ena är när man talar om det konstruerade könet, och det andra när man talar om essentialismen. Som essentialist söker man efter en genuin och äkta manlighet. Intresset ökade i början av 1990-talet för essentialism. Enligt essentialismen formas människans psyke inte enbart genom individens egen biografi, utan främst av det kollektiva omedvetna och arketyper som finns nedlagda i människans andliga och genetiska arv.¹⁵

Inom konstruktivismen menar forskare att det handlar om att studera den sociala konstruktionen av olika typer av maskuliniteter. Konstruktionen påverkas av flera dimensioner.¹⁶ Renodlad konstruktivism menar att maskuliniteter är vidare endast konstruerade idéer om hur män borde vara. Maskuliniteten reflekterar inte hur män verkligen är.¹⁷ Forskare har menat

att om män är medvetna om att deras maskulinitet är socialt konstruerad, väljer de att omkonstruera sin maskulinitet enligt mera etiska beslut. Män skulle förstå att de inte har rätt eller att ingen människa har rätt till våld och makt.¹⁸ Enligt Freud är mänsklig sexualitet inte en biologisk produkt, utan främst en kulturell och symbolisk produkt. Sexualitet är alltså en produkt av samhällets konstruktion, och därför inlärd.¹⁹ Det finns även essentialistisk konstruktivism. Enligt denna skola formas barnet under de tidiga åren i sitt liv.²⁰ Jag kommer i denna artikel främst att använda mig av teorin att genus är socialt konstruerat.

Mansrollen och mansideal

Forskningen om könsroller var i slutet av 1900-talet ett växande fält inom den kultur- och samhällsvetenskapliga forskningen.²¹ Mest fruktbar förefaller det att studera hur manlig identitet formas av kulturella och sociala faktorer. Men det förutsätter att en kultur har relativt enhetliga definitioner av roller. Och vi vet i sin tur att mansrollerna har växlat med klass och ålder, med maktposition och med relationer till kvinnoroller.²²

För att verkligen förstå mansrollen måste vi därför se hur den eller de olika rollerna formats. Man kan fråga sig vilka normer som gäller för hur en pojke skall uppföra sig. Hur utvecklas och förmedlas normerna? Förväntningar och påverkan från omgivningen har självfallet avgörande betydelse för pojkens utveckling till man. Pojkar upplever krav på att bli manliga mycket tidigt. Ur kraven att inte bli som flickor utvecklas pojkens beroende främst i förhållande till kamraterna. Det verkar ingå i pojkefostran att tidigt lära sig att vara på sin vakt och gardera sig. Det finns även starka tabun. Män vågar inte

visa sig ogarderade på samma sätt som kvinnor. Män är ofta inställda på att allt kan användas emot dem. Därför kan de inte prata om känslor med andra män. Ett mönster i tonåringarnas relationer till varandra är att visa sig "minst intresserad". Forskare påstår att ungdomar spelar ett spel inför varandra. Det gäller att skaffa makt i relationen genom att bry sig minst. Om man visar att man har känslor, visar man samtidigt att man är rädd om relationen och mister makt. Man blir svag inför den andra.²³

Frigörelsen av mannen under 1970-talet beskrev gärna mansrollen som en defekt. Innerst inne hade män, som kvinnor, en god kärna som kulturen och samhället sedan låst fast i rollens tvångströja. Man ansåg att det var den traditionella mansrollen som fick män att göra elaka saker. Detta blev män medvetna om, framför allt genom kvinnorörelsen, och de mest insiktsfulla ville göra upp med rollen. Det mest förnuftiga man kunde göra var att låta mannen utföra kvinnliga sysslor i hemmet. Om dagens män hade haft en hemmapappa när de växt upp skulle de också vara känslomässigt rikare utrustade, anser en del forskare. Den nya mannen lever alltså i tydlig kontrast till ett gammalt klandervärd mansideal. Den fysiska utmanande machomannen som inte har upptäckt värdet av mjukhet, differentiering och viljan att tala om sina problem, ansågs vara den stereotypa bilden av arbetarklassens män.²⁴

Trots den kulturförändring som håller på att ske, och som skett det senaste århundradet, är det fortfarande en allmän uppfattning att pojkar skall vara aktiva, tuffa och sportiga. En feminin pojke är inte så uppskattad som en maskulin pojke.²⁵ Jag anser att man inom den nordiska kulturen än idag anser att pojkar skall vara maskulina. Visserligen har en större

tolerans för femininitet sakta vuxit fram, men den manliga normen tillåter fortfarande inte män utföra en del mera feminina sysslor, som till exempel barnpassning och städning.

Inställningen till maskulina egenskaper kan variera enligt åldern. I unga år, kring 24 år, är viktiga maskulina egenskaper förmåga att fungera i familj, ansvar och förtänksamhet, enligt bland andra mansforskaren Daniel Ekman.²⁶ Jag frågade även mina informanter hurdant mansideal de har uppfattat och till svaren återkommer jag senare i atrikeln. Jag anser att inställningen till maskulina egenskaper mycket beror på livssituationen. 24-åringar kan till exempel vara i mycket olika situationer och ha olika livsstilar.

Förutom ovannämnda egenskaper anses det allmänt även att männen skall känna styrka, kontroll, potens och framgång enligt normen för den ideala mansrollen. Genom att bidra till att upprätthålla denna onåbara bild av manlighet, underblåser man den smärtsamma känslan av otillräcklighet hos dagens män.²⁷ Idag verkar det som om unga män varken kan finna sig till rätt i den mjuka eller den hårda manligheten. De är arvtagare till en första generation av förändrade män. Unga män verkar idag ha svårt att identifiera sig med sina fäder, eftersom unga män idag är söner till manliga mödrar och kvinnliga fäder.²⁸ Samtidigt domineras samhället av män och det är männens åsikter, värderingar och uppfattningar som är förhärskande. Den nuvarande rollfördelningen är alltså problematisk både för kvinnor och män.

Alla män har dock inte makt i samhället. De maktlösa är inordnade i ett hierarkiskt mönster som är själva förutsättningen för mäns makt och dominans på de avgörande högre posterna i samhället. De flesta män är fostrade till att inte bryta sig

ur dessa hierarkiska mönster.²⁹ Dessutom manifesterar män idag sin manlighet främst genom att vara framgångsrika i arbetslivet. Idag är ekonomin global. Företagen satsar på mager produktion och flyttar fabriker mellan länder.³⁰ Detta kan leda till att det blir både svårare och mera åtråvärt att manifesteras sin manlighet. Manlighet är alltså något som männen kan luta sig tillbaka på trots att de måste flytta från land till land efter arbete, på så vis stärker de sin plats i samhället och det hierarkiska mönstret.

En modern man måste dela upp sin personlighet när han går från en plats, grupp eller aktivitet till en annan. Hans olika deljag behöver inte ha något samband med varandra. Arbetsmarknaden bygger på principerna om lönsamhet och effektivitet. Det växande byråkratiska systemet kräver opersonlighet och känslokontroll. Mansrollen kräver således att mannen har självkontroll. Denna är en förutsättning för att kunna handla rationellt, kunna konkurrera och prestera. Det här gäller alla män, men beroende på samhällstillhörighet uttrycker det olika. Den privilegierade mannen är inriktad på självförverkligande och framgång. De flesta andra män är inriktade på pliktuppfyllande, bland annat i rollen som familjeförsörjare.³¹

Bilden av mannen: männen i populärpress

Under 1930-talet heroiserades den starka mannen. Men mycket har hänt sedan dess, allt från lurvighet och reflexivitet till 1980-talets kritstreckrandiga kostymmode och aggressiva skäggstubb. 1990-talets man i reklam framställs som minst lika fåfäng som sina kvinnliga motsvarigheter. Trots att bilden av mannen i medierna skiljer sig oerhört mycket från hur



MG, en tidning för traditionella män i lyxförpackning.

vardagen ser ut för flertalet män, finns det alltid en koppling mellan fiktion och verklighet.

Den senaste åren har maskulinitet blivit ett populärt ämne i alla de industrialiserade länderna. Bland dem som länge arbetat med ämnet har det också före-

kommit en viss bestörtning över vad som fångar medias intresse av mannen. De mest populära böckerna om män är nämligen fulla av oklara tankar enligt flera mansforskare.³² Men varför är det så populärt bland männen att skriva om maskulinitet? En teori är att moderniteten

systematiskt försvagat det patriarkala samhället. Män har förlorat stora delar av sin makt över kvinnor, vilket har uppmärksamrats av männen. Genus är på sätt och vis en ideologi som används av människor i moderna samhällen för att föreställa sig skillnader mellan män och kvinnor på bas av deras kön. Föreställningen hjälper individer att förstå att de lever i ett samhälle som är ojämnt trots att det formellt är jämställt.³³

Den gamla mansbildens död

Den senaste tiden har stora tekniska förändringar skett mycket snabbt. Mera information når oss allt snabbare. Massmedia ökar våra kunskaper och vi får inblick i allt flera händelser. Världen krymper. Allt detta har påverkat oss till ändrade attityder. Bland annat upptäcker vi att konventionella och traditionella beteenden och rådande tankesätt inte alltid är de bästa. Eftersom många gamla värden förlorat i betydelse och ersattes av nya, drabbas många människor av osäkerhet och förvirring. Vissa eftersträvar frihet medan andra vill leva friare. Vi blir osäkra på våra könsroller. Bland annat möter den lilla pojken fortfarande i sin barndom den gamla mansbilden. Han blir då oförberedd på sin blivande familjeroll i hemmet. Krav på manlighet finns överallt.³⁴ Dessutom lever mannen i två världar. Den ena världen är ärvd av pappan, en värld som inte helt fungerar. I den andra världen förespråkas en ny manlighet, som inte är tillräckligt formad ännu för att fungera. Den nya mannen skall försvara, men inte attackera. Mannen är sårbar och behöver omvårdnad, men han skall även skydda andra. Han skall vara både stark och svag. Mannen måste vara perfekt men ingen individ kan någonsin vara perfekt.³⁵ Den kulturella friställ-

ningen, reflexiviteten och individualiseringen är förtecken för modernitet. Men den berör inte alla på samma sätt och i samma utsträckning. Faktorer som påverkar är socialt och kulturellt kön.³⁶ Alltså kan inte dagens mansbild dö ut totalt, endast gradvis förändras.

Supermannen och de fyra imperativen

Två amerikanska universitetslärares formulering av mansrollen gäller i stor utsträckning i den västerländska kulturen. Robert Brannon och Deborah S. Davis menar att den man som lyder fyra imperativ är supermannen. Supermannen som massorna länge drömt om, ett exempel på denna man, är den så kallade marlboromannen. De flesta kulturer har anammat detta maskulina ideal och skapat sina egna varianter. De fyra imperativen är följande: "nosissystuff", "thebigwheel", "thesturdyoak" samt "give'emhell". Med "nosissystuff" menar man att mannen inte skall göra något kvinnligt, inget fjolleri. Trots att man numera vet att män har samma känslomässiga behov som kvinnor, tvingar den stereotypa mansrollen dem att offra en del av sin mänsklighet.³⁷ Kvinnor har blivit medvetna om vad deras könstillhörighet innebär, medan män fortsätter att leva efter manlighetens första bud *inget fjolleri*.

Analogt borde dagens unga män följaktligen lära sig att känna sig trygga, säkra och självsäkra i sin manlighet. Och inte följa det stereotypa mansidealet. Den som inte är tryggt förankrad i sin maskulina identitet känner ständigt sin manlighet utmanad och tvingas hela tiden bevisa för sig själv och för andra att han verkligen är en man och ingen fjolla.³⁸ The big wheel betyder att mannen är en mycket betydelsefull person. Mannen skall vara bättre än andra. Måttstock för manlighet

är alltså framgång, makt och motsvarande beundran. Direkt översatt betyder the sturdy oak en präktig ek. Mannen skall vara oberoende, och endast förlita sig på sig själv. Med give'em hell menas det att mannen är tvungen att vara starkare än alla andra. Även genom våld om det är nödvändigt.³⁹ Dessa är manlighetsregler som ärvts från generation till generation. Det finns en man som är symbol för dessa ideal än idag. Han har varit den mest beundrade maskulina hjälten i USA under flera decennier, nämligen John Wayne.⁴⁰ Även Clint Eastwood kunde kallas supermannen av vår tid.

Metoder och källmaterialet

Min material- och metodredovisning sker i två faser. Först redogör jag för metodvalet, det vill säga mitt tillvägagångssätt och under presentationdelen, presenterar jag både informanterna samt de manstidningar jag analyserat.

Metodval

Jag har valt att analysera främst två manstidningar, Slitz och MG, båda relativt nya. Jag har läst samtliga nummer från år 2000, för att få en klar bild av vad de innehåller, och hur de förhåller sig till mannen. Ur tidningarna kommer jag främst att analysera återkommande ämnen som tidningarna tar upp.

Jag har dessutom intervjuat fyra män i åldern 23 till 25 år. Samtliga män är studerande. Man kan diskutera den ytterst snäva åldersgrupp jag intervjuat. Jag har valt denna åldersgrupp eftersom tidningarna jag analyserat främst riktar sig till denna grupp. Av dessa män läser två manstidningar medan de två andra är icke-läsare. Jag har intervjuat icke-läsare för att se hur de förhåller sig till tidning-

arna samt för att se om de har en annan mansbild än läsarna har. Jag använde mig av aningen olika frågescheman vid intervjuandet av de två grupperna. Jag upptäckte dessutom snabbt att det är lättast att hitta män som inte läser eller inte erkänner att de läser manstidningar. Det verkar alltså som om läsandet är något skamligt. Jag antar att det kan bero på de otaliga damtidningar som funnits en längre tid. Män är möjligen rädda för att stämpas som kvinnliga. Det verkar vara mera tolererat bland män att läsa porrtidningar än manstidningar, möjligen för att det länge ansetts manligt. Det intressanta var dock att män som läser manstidningar inte informant som läser manstidningar sade att:

”Inte vet jag nu det är ju likadant för flickor och kvinnor. Det är ju liksom samma sorts tidning bara för det andra könet, lite mera så. Inte är det ju på det sättet inte är det ju så att säga någon porrtidning på det sättet ... det finns ju nog en klar gräns där.”

Förutom de två manstidningar jag analyserat har jag även läst några nummer av andra manstidningar. Jag skulle gärna ha analyserat även dessa, men jag valde att endast snabbt bekanta mig med övriga manstidningar, främst för att bekräfta att jag valt två tidningar som kan svara för resten av utbudet. Visserligen har de flesta manstidningarna lite olika profiler, vilket främst beror på att de är riktade till grupper av män och även till olika åldersgrupper. Eftersom mina informanter är i 24-årsåldern, har jag tänkt mig att dessa kan ha lite olika livssituationer. En del kan studera eller jobba, och någon kan ha en egen familj medan andra ännu lever singelliv. Jag anser att männens livsstil och livssituation inverkar på deras val av tidning.

Presentation av informanterna och källmaterialet

Som nämnt är mina informanter män i åldern 23 till 25 år. Alla är studerande. Två läser manstidningar, medan två gör det inte. En av läsarna har varit utbyteselev i USA ett år, och den andra läsaren har praktiserat i USA. Detta är intressant eftersom manstidningarna ursprungligen uppkommit i USA. Icke-läsarna har båda endast vistats kortare tider utomlands på turistresor. En av informanterna studerar vid yrkeshögskolan Sydväst, medan alla andra studerar vid Åbo Akademi. När det gäller intressen kan jag inte urskilja några skillnader mellan läsarna och icke-läsarna. Bland annat har intressena varit musik, TV, böcker, aktier, umgänge med kamrater och styrketräning. Geografiskt sett kommer läsarna ursprungligen från Österbotten och icke-läsarna från Nyland. Samtliga bor idag i Åbo.

Tidningen Slitz vänder sig mera till den yngre mannen medan MG vänder sig till den äldre mannen. Detta märker man främst genom att titta på rubriker, omslag och innehåll.

Jag har alltså för det första analyserat den svenska tidningen Slitz. I Finland utkommer även en finskspråkig Slitz som främst består av översatta artiklar ur den svenska tidningen. Jag har valt att endast analysera svenska Slitz eftersom det egentligen inte är någon skillnad mellan den svenska och den finska. Dessutom är samtliga informanter svenskspråkiga, vilket får mig att anta att de även läser den svenskspråkiga versionen av tidningen. Slitzredaktionen består uteslutande av män. Överst på omslaget står det alltid en mening som börjar med orden: "För män som...". Några exempel på detta är: "För män som får kyssa vackra flickor." eller "För män som bara lever två gånger.". Tidningens målgrupp är män i åldern 18

till 35 år. Tidningen innehåller sport, film, data, politik, musik, kvinnor, prylar, kläder, sex, samlevnad, mat, träning, drycker och nöjen.

Förutom dessa teman innehåller Slitz reportage från vardagen, för det mesta något som kan anknytas till det militära. Dessutom innehåller tidningen en frågespalt där en kvinna svarar på frågorna män har, och intervjuer med kända män, samt tidningsdelen *Manual*, det vill säga "den totala stilguiden för män". I *Manual* finner man bland annat underrubrikerna *Stilnytt*, *Stilrent*, *Objekt*, *Expert*, *Träning*, *Motor*, *Teknik* och *Materia*. Som rubrikerna antyder innehåller *Manual* tips för män om kläder, attiraljer och prylar. I *Stilrent* undervisas mannen i vett och etikett och i konsten att vara en gentleman. *Expert* innehåller läsarnas frågor om nästan vad som helst. Experter inom områdena religion & andlighet, kost & träning, hud- & kroppsvård, sex & samlevnad samt ekonomi svarar på frågorna. *Träning* består bland annat av tips om hur man skall träna en viss kroppsdel och ibland även tips på nya träningsredskap. Omslaget till Slitz pryds alltid av en lättklädd och välkänd kvinna.

Tidningen MG i sin tur är finsk. Redaktionen består av främst män. Målgruppen är något äldre än Slitz', nämligen 25 till 45 år. Tidningen innehåller alltid en avdelning som benämns "Männens värld", där det ingår artiklar om *filmer*, *media*, *musik*, *böcker*, *händelser*, *prylar*, *stilgörrarna*, *bistro*, *hälsa*, "hem till mig eller dig" samt "det du är tvungen att skaffa". *Bokrecensionerna* behandlar för det mesta så kallade manliga böcker. Med det menar jag att böckerna för det mesta är skrivna av män eller behandlar faderskap och dylikt. *Prylarna* består av småsaker, roliga presenter eller liknande. "Det du måste skaffa" består däremot av dyra och

nya telefoner, kameror, toalettväskor och liknande. I inslaget *stilgörrarna* presenteras en äldre framgångsrik man som presenterar en del av sina mera värdefulla ägodelar. I *bistro* presenteras drinkar och *gastro* tar upp mat. "Hem till mig eller dig" består av bilder på en ung och lättklädd kvinna. Förutom dessa återkommande ämnen består tidningen av kolumner, reportage om kända män, artiklar om mode, terrängbilar, extrema sporter eller liknande. Dessutom innehåller tidningen alltid en kolumn som behandlar ämnet män. Kolumnen är alltid skriven av någon känd kvinna. På bilderna i tidningen poserar ofta män i 25-35-årsåldern. MG:s budskap verkar vara att män kan hur unga som helst bli "dynamiska försäljningskanoner, alltså vår tids hjältar".⁴¹ På omslaget poserar för det mesta en medelålders känd finsk politiker, affärsman eller idrottare. Men i bland förekommer även finska musiker, skådespelare eller kända kvinnor.

Analys av manstidningarna

Jag har delat in kapitlet i *föreställningar om manlighet, manlig gemenskap, mansroller och mansideal* i tidningarna samt *manlig jargong*. Under dessa rubriker har jag ständigt beaktat både svar av informanterna och manstidningarnas innehåll samt teorier som behandlar manlighet. Jag har valt att inte hänvisa till källor för mina teorier, främst för att jag anser att jag redan tidigare presenterat dem så uttömmande. Fotnoter använder jag mig inte heller av när det gäller manstidningarna. Analysen av tidningarna blir av allmän karaktär, eftersom jag använt mig av så många nummer av de två tidningarna.

Föreställningar om manlighet

1990-talets man framställs i reklamen som minst lika fåfång som sina kvinnliga motsvarigheter. Många massmediaforskare utgår från att könsens handlingsutrymme alltmer formas genom vår kontakt med de bilder, begrepp och värderingar som massmedia förmedlar. Männen tillåts numera i reklamen vara mjuka, passiva och kroppsmedvetna.⁴² Detta kan man även se i reklambilderna och reportagebilderna i Slitz och MG. Den specifika mannens maskulinitet grundar sig även på hans personliga livssituation och unika erfarenheter.⁴³ Bilderna i de nya manstidningarna verkar inte beakta att män kan ha olika erfarenheter och en personlig livssituation. Snarare håller manstidningarna sig till stereotypa bilder av mannen. De stereotypa mannen är tvungen att äga vissa prylar för att vara en man enligt tidningarna. Manlighet konstrueras genom kläder, bilar, telefoner och dylikt. I Slitz står det att man måste bläddra till *Manual* om man vill klä sig som en man. Enligt Slitz blir en man man genom kläderna. Både MG och Slitz innehåller mycket sport. Idrott som innebär tävling, aggressivitet och våld är enligt den västerländska kulturen den bästa vägen till manlighet.⁴⁴ Detta kan man även konstatera genom att läsa och analysera tidningarna. Manstidningarna har ursprungligen skapats i USA där många manliga sporter prioriteras, bland annat amerikansk fotboll och ishockey. Även de nordiska manstidningar jag analyserat tar främst upp traditionella manliga sporter.

En informant som läser manstidningar svarade såhär på frågan om normen på en man håller på att förändras:

”Jå nog håller det på att förändras nog. Att just som jag sade tidigare att pappa-ledigheten har kommit till och sånt. Men männen kanske överlag har blivit mera kroppsfixerade och på det sättet att det har ju kommit många män som gör plastikoperationer. Och det har nu knappast funnits tidigare. Att på det sättet har bilden nog ändrats.”

Jag frågade även informanterna vad de ansåg att var manligt. Jag fick egentligen inga entydiga svar, snarare konstaterade de flesta informanterna att de inte kan definiera begreppet manlighet. Detta blev jag aningen förvånad över, samtidigt som jag upptäckte att en förändring av mansbilden verkligen håller på att ske. Jag hade förväntat mig svar som hade framhävt *styrka* och *kontroll*. En av informanterna sade att artighet mot kvinnor är manligt. Ett sådant svar tyder på en traditionella mansbild.

”Nå, int vet jag om det finns något speciellt som jag tycker att är manligt på det sättet. Det är ju klart att samhället har vissa ideal på hur en man skall vara. Mannen skall försörja familjen, mannen skall arbeta och kvinnan skall vara hemma, men inte vet jag nu om det är riktigt så radikalt mera. Nog lever det ju kvar lite av det i samhället. Men det håller ju på att förändras det också i och men till exempel pappa-ledighet då så kan mannen vara hemma hos barnen och kvinnan jobba.” (läsare, född 1976)

Jag frågade även informanterna hur en man blir manlig. Enligt vad jag har läst och sett i manstidningarna skulle mannen bli manlig genom kläder och andra attribut. Men ingen informant nämnde detta. De flesta menade att män blir män i armén. De förklarade att män mognar i armén. En informant menade att det inte finns något speciellt man kunde göra för att bli manlig:

”Om han nu är en normal man så är han väl manlig. Inte kan man göra något speciellt, man skall inte vara... bög åtminstone.” (icke-läsare, född 1975)

Manlig gemenskap

”Jag tror att, jag tror att man nog behöver det på samma gång just till exempel det här få vara i umgänge, trevligt umgänge med andra män då. Skall vi säga för att ja, jag tycker att man borde att man har rätt till det. Inte är det något fel med det. Så nog känner man samhörighet nog.” (läsare, född 1977)

Det finns allmänna uppfattningar om hur män är tillsammans med kvinnor och barn. En värld som är mera okänd och mindre utforskad är mäns relationer till män, alltså manlig gemenskap. Men det går att beskriva vad man ser i byggarbetslaget, värnpliktsplutonen, fotbollslaget eller i kompisgänget.⁴⁵ Samtliga informanter nämnde någon av dessa grupper som lag inom vilka de känt manlig gemenskap. En av informanterna berättade som svar på frågan var han känner manlig gemenskap:

”Kanske ibland just vid någon bastukväll, eller nog kan man fast man är i ett kvinnogång eller flickgång ha riktigt lika roligt eller vara riktigt lika med i de här sakerna, inte vet jag nödvändigtvis om det måste vara av samma kön.” (icke-läsare, född 1975)

Detta kan också tyda på att påståendet att män sällan har en nära manlig vän stämmer. Att blotta sin själ för en annan man skulle avslöja mannens underliggande osäkerhet och då är alla män potentiella fiender och rivaler.⁴⁶ Men man kan också tolka svaret så, att det inte tyder på att män ständigt är rivaler. Det är även möjligt att informanten svarade på följande

de sätt för att han missförstod frågan, eller inte ville såra mig som kvinna genom att direkt påstå att det alltid är roligare i manligt sällskap. Jag frågade även informanterna som läser manstidningar om de kände gemenskap när de läste. En informant menade att han inte alls kände gemenskap då, medan den andra svarade:

”Nå kanske nog ibland. Det beror på vad man läser där just. Att ja, fast såna här olika berättelser som någon har berättat där om någonting vad som helst, då kanske man känner gemenskap. –Ja faktiskt så där är det liksom.”

Tidningen Slitz ger bilden av att sporten är ett manligt territorium, alltså en plats för manlig gemenskap. Idrotten är helig och detta är männens område dit kvinnor oftast inte är inbjudna. Kvinnor förekommer inte som aktiva inom sport, däremot som fans eller dekoration. När det gäller tidningen Slitz förekommer kvinnor och sex så gott som alltid i samma artikel. När kvinnorna presenteras så gör de det oftast i egenskap av sexuella varelser. Jag frågade mig därför om det faktum att kvinnor framställs som sexuella varelser skapar gemenskap bland männen. Ett undantag är dock en frågespalt där män frågar en kvinna om relationer, sex, kroppen och dylikt. I frågespalten framställs denna kvinna dock som ett orakel på grund av att hon anses ha svaren på allt. Man kan visserligen fråga sig om detta verkligen är ett undantag eftersom det på samma sida som frågespalten finns en bild på en mycket attraktiv och lättklädd kvinna, som möjligen skall föreställa oraklet.

I tidningen MG förekommer även kvinnor som sexuella varelser, men inte uteslutande. Det förekommer även kvinnor i artiklar om bland annat moderskap. På så vis är den manliga gemenskapen

gentemot kvinnan inte lika stark i MG. Kvinnor likställs även som skapande subjekt. I tidningen MG anar jag manlig gemenskap eller ett manligt territorium när det gäller bokrecensionerna. Samtliga böcker förutom en som presenteras i MG nr 12/2000, är skrivna av män och handlar om män. Boken som är skriven av en kvinna och handlar om en kvinna är en detektivroman. Tre av de elva böckerna behandlar manliga politiker, en bok behandlar århundradets bästa idrottsmän, en handlar om de nya ekonomiguruna (samtliga män), en handlar om en finsk rockgrupp bestående av män och de fyra övriga är skönlitterära verk där huvudpersonen är en man. Egentligen kan man säga att MG:s bestående tidningsdel ”*männens värld*” är ett totalt manligt territorium.

Mansroller och mansideal i tidningarna

En modern man måste dela upp sin personlighet när han går från en plats, grupp eller aktivitet till en annan. Jag frågade mig vilka mansroller som finns i de två manstidningarna jag analyserat. Jag använde mig främst av bilder, artiklar och innehållsförteckningen i tidningen för att kunna se mansbilder eller mansroller. Vidare frågade jag informanterna vad de ansåg om mansroller i tidningarna och även om de trodde att det var en viss typ av män som läste tidningarna.

När det gäller Slitz ger tidningen ett uttryck av grabbighet. På så sätt vänder sig tidningen till en viss typ av män eller så kan det tyda på att Slitz är en oas för alla män, en frizon som kvinnor inte får tillgång till. Jag anser att Slitz kan ses som en reaktion på de förändrade könsrollerna, i en tid där det blir osäkert vad en man egentligen är. Många läser förmodligen Slitz i underhållningssyfte och ser inte så allvarligt på dess innehåll. Jag menar

dock att män påverkas indirekt av den bild som tidningen ger av både mannen och kvinnan. Jag antar dock att de som läser Slitz som en bibel och tar tidningen på fullaste allvar är en marginell grupp. De båda informanterna som läser manstidningar sade att de läser tidningarna främst som tidsfördriv. En informant ansåg att det var främst aktiva män i samhället som läser manstidningarna, alltså män som studerar eller arbetar eftersom tidningarna är ganska dyra. En informant som inte läser manstidningar själv trodde att det var främst män som var osäkra på sig själva som läste tidningarna.

Slitz ger läsaren en relativt stereotyp bild av mannen och ger även en stereotyp bild av läsaren. Enligt tidningen skall mannen vara intresserad av sport, sprit, kvinnor, teknik och klä sig rätt. Dessa aspekter av manligheten återkommer genom hela tidningen och Slitz blir genom detta en producent av en stereotyp bild av mannen. Texterna är ofta instruerande och ger läsaren tips och konstateranden om vad som är rätt och fel. Mannen bör lära sig att uppföra sig som en gentleman, tillfredsställa sin kvinna och laga god mat. Med god mat menar Slitz mycket exklusiv och kulinariska rätter. Mannen skall däremot inte stå vid spisen varje dag, han skall laga mat ungefär en gång i månaden. Man kan jämföra Slitz' tanke om mannen och matlagning med mannen vid grillen på 1950-talet. Dessutom skall mannen införskaffa de rätta kläderna och prylarna. Männen har börjat intressera sig för kläder och utseende, vilket även Slitz lagt märke till. Precis som kvinnan måste även mannen göras om och anpassa sitt utseende för att bli en riktig man och Slitz tillhandahåller då självklart knepen och tillbehören. Man kan diskutera om männen blivit intresserade av kläder och utseende på grund av dessa nya manstidningar

och andra idealbilder som uppställs för mannen eller på grund av andra faktorer i vår kultur.

Tidningen MG präglas främst av en mansbild som kan anses traditionell. Mannen skall vara framgångsrik, familjeöverhuvud och förmögen. När jag jämför Slitz och MG lägger jag märke till att MG verkar ta mansrollen allvarligare. Artiklarna behandlar uteslutande framgångsrika och karriärsinriktade män. Man kan säga att Slitz förespråkar den yngre machomannen, medan MG förespråkar den äldre affärsmannen. I MG nr 12/2000 ingår följande konstaterande:

"Vapaus ja yksilöllisyys ovat in, mutta on rajoja joita ei voi rikkoa. Työpaikkasi määrittelee miten pukeudut. Tarkoituksella tai tahtomattaan."

Modeartikeln erkänner att frihet och individualitet är populärt, men att det finns vissa gränser som mannen inte får överskrida. Mannen enligt MG har taktfullhet och stil, dessutom följer han strikta regler om hur en riktig MG-man skall vara. I MG ingår för det mesta även en artikel som presenterar en man som utför en extremsport, men mannen är i vardagslag företagare, direktör eller liknande. Också icke-läsare har en aning om modellen:

"Man skall ha en sådan där muskulös kropp och så skall man hålla på med flera olika sporter och jobba ha sånt där 'pukujobb'. Och så skall man hjälpa till med hushållssysslorna och så skall man göra allt möjligt annat till ännu. Man skall vara en 'varsinainen' stålmannen." (icke-läsare, född 1975)

Informanten beskriver här ovan supermannen. De fyra imperativen *nosissystuff*, *thebogwheel*, *thesturdyoak* och *give'em hell* stämmer i stor utsträckning in på hur informanten presenterar mansidealet

av idag. Att erkänna svaghet, skröplighet eller bräcklighet gör att man kan betraktas som en mes och är omanlig.

Det här visar sig även i Slitz. Män får till exempel inte utöva kvinnliga sporter. Det enda undantaget görs om männen är bäst. Med kvinnliga sporter menar jag balett och dylika sporter som inte är aggressiva. Trots att män inte i allmänhet inte får utöva kvinnliga sporter, får de göra god och finare mat, och uppmuntras till detta i tidningarna. Även informanten nämner de kvinnliga hushållssysslorna, som något man borde hjälpa med i hemmet, det är ju något den traditionella mannen inte skulle hjälpa till med. Man kan alltså se att normerna för en man möjligen håller på att förändras. Den andra grundregeln eller imperativet, *the big wheel* det vill säga, återspeglas även i Slitz och MG. I Slitz visar regeln sig under avdelningen Makt & Frihet. Här får mäktiga män visa vilka egenskaper som är eftersträvansvärda och därmed fungera som förebilder för läsarna. Man kan säga att mäktiga män som förebilder präglar hela MG: innehåll.

Kroppsfixeringen har ökat från början av 80-talet och jag anser att kroppen har fått en mera central roll. Detta visar sig inte minst på Slitz' omslag där producenterna med hjälp av halvnakna vackra kroppar försöker sälja lösnummer i kommersiell anda. Medierna har fått allt större makt att sätta normerna för vad som är eftersträvansvärt och vackert. Både Slitz' och MG:s utvikiningsflickor är mycket lika varandra i formerna, vilket är ett exempel på mediernas normativa agerande. Även männen som förekommer på bild i tidningarna har perfekta kroppar, rätt frisyr och modernt skägg. Det faktum att skönhet inte är något objektivt glöms bort och ju fler bilder av "perfekta" kroppar vi ser, desto mer anser vi kanske att de verkligen är vackra.

Att många män idag är intresserade av sitt utseende och ägnar en hel del tid åt att förändra sin kropp i en önskvärd riktning behöver inte avspeglade sig i reella förändringar av könsidentiteter. Jag skulle vilja tala om vissa förskjutningar mellan vad som anses kvinnligt respektive manligt. Den narcissistiske mannen är inte nödvändigtvis en nya man, utan kanske snarare en traditionell man i en ny förpackning. Detta resonemang kan verkligen kopplas till Slitz och MG. Bara för att mannen intresserar sig för innehållet i till exempel klädsidorna, behöver det inte ha någon djupare betydelse. När hela samhället är kroppsfixerat är det inte underligt att även männen intresserar sig för dessa områden. De yttre faktorerna må förändras, men det inre kan i stort vara detsamma. En informant menade:

"Det är mera fast på personlighet och beteende och inte nödvändigtvis hur man han ser ut i tidningen."

Det finns ett skönhetsideal i manstidningarna men det kan hända att männen inte uppfattar idealet eller följer det. Kanske inte endast skönhet trots allt räknas, om man får tro informanterna.

Manlig jargong

Budskapets form spelar stor roll för vilken verklighetsuppfattning som förmedlas och hur läsarna tar emot budskapet. Egentligen borde man inte endast koncentrera sig på vad som sägs, utan även hur det sägs. Slitz har skapat en egen jargong, som återfinns i tidningens alla avdelningar med några få undantag. Jargongen är så pass tydlig att den dominerar även insändarsidan där läsarna skriver i samma stil som redaktionen. Slitz använder sig av ovanliga ord, som till

exempel esoterisk, famös, gamäng och magistral uppblandat med slang och svordomar. Engelska uttryck försvenskas, översätts eller används rakt av. Hela tidningen präglas av ironi, sex och ett lätt-samt språk. Allra tydligast visar sig detta i rubrikerna, ingresser och bildtexter, där mediernas tillspetsning blir mest framträdande.

De människor som innehar en hög och säker position i sin grupp eller klass kan ledigt tillåta sig en viss nonchalans mot de kulturella spelreglerna. De som vet bäst och är klart införstådda med reglerna kan kosta på sig en smula vårdlöshet och bohemeri.⁴⁷ Slitz är genomsyrad av ironi, vilket vid sidan av den roande funktionen också kan fungera som ett skydd mot kritiker. Slitz har alltid rätten på sin sida och kan få kritikern att känna sig underlägsen genom att påpeka att det kritiserade var ironiskt och skämtsamt menat.

Mannens språk står å andra sidan för rationalitet, ordning och objektivitet.⁴⁸ Detta påstående stämmer i mångt och mycket in på tidningen MG och dess språk. Både bilder och texter andas rationalitet, ordning och objektivitet. Tidningens jargong är mycket saklig, precis som resten av tidningen. Man kan fråga sig om MG är mera mogen och manligare än Slitz, eller mera mogen och mindre manlig. Men snarare kan man tala om olika maskuliniteter i tidningarna, varför även språket skiljer sig. Båda tidningarna försöker lära läsarna att bli män, men olika sorters män.

Språket skiljer tidningarna åt även på ett annat sätt. När jag tidigare skrev att Slitz på sätt och vis har en hög position i sin grupp och att de därför kan vara nonchalanta, stämmer det även in på MG, men på ett motsatt sätt. Även MG har en säker position bland sina läsare; de har då råd att inte verka nonchalanta. Med det

menar jag att MG genom sitt språk som är objektivt, sakligt, rationellt, visar tecken på att de är så högaktrade bland sina läsare att de har råd att låta läsaren komma med på samma nivå. Läsarna ser trots allt upp till tidningen. Tidningen verkar genom språket till och men vilja att läsaren skall vara på samma nivå. Detta beror naturligtvis även på att tidningen riktar sig till framgångsrika män, eller män som är på väg till framgång.

Sammanfattning

Mansbilden i manstidningarna är ytterst stereotyp. Mannen är tvungen att äga vissa prylar för att vara en man enligt tidningarna. Manlighet konstrueras genom kläder, bilar, telefoner och dylikt. Jag anser att Slitz kan ses som en reaktion på de förändrade könsrollerna, där det blir osäkert vad en man egentligen är. På sätt och vis är manstidningarna frizoner för män. I frizonen kan männen för sig själva komma underfund med sin nya roll och man försöker anpassa sig till förändringarna och resultaten av dem. Samtidigt kan man säga att MG klamrar sig fast vid de gamla idealen för en riktig man. MG är för den traditionella mannen som vill ha en lite modernare förpackning. Enligt tidningarna skall mannen vara intresserad av sport, sprit, kvinnor, teknik och att klä sig.

Supermannen följer fyra grundregler. Grundregeln att han inte får vara kvinnlig lever mycket starkt vidare både i manstidningarna och bland dagens män. Att erkänna svaghet anses än idag vara omanligt, trots att man redan på 1970-talet ansåg att mansbilden förändrades mot en mera känslös bild av mannen. Även grundregeln som innebär att mannen skall vara ledare och bäst syns i tidningarna och informanternas svar. Mäktiga och framgångsrika män får plats i tidningarna för

att vara förebilder för läsarna. eftersom dessa män finns i tidningarna, måste jag även tro att det finns ett behov av dessa förebilder bland dagens män. Varför skulle de annars finnas där om män inte var intresserade av dem? Man måste hålla i minnet att ideal ständigt är i vågrörelse. Idealen för en superman skiljer sig både i tid och i rum.

Slutligen kan man fråga sig om mannen så som han framställs i MG och Slitz verkligen är den moderna mannen. Man bör vara medveten om att det vi kallar den moderna mannen kan visa sig i många skepnader och att det inte finns en dominerande bild. Slitz innehåller emellertid typiska senmoderna drag som läsaren kan kombinera med mer traditionella attribut för att bygga på sin identitet och skapa sin egen livsstil. På så vis tillhandahåller tidningarna den information som behövs för att skapa en slags modern man. Manligheten måste hela tiden uppdateras med kunskap, kläder och prylar och på så sätt är till exempel Slitz ett uttryck för vårt kommersialiserade samhälle.

Tidigare forskning och litteratur om manlighet visade att det egentligen inte skett någon stor förändring när det gäller mansidealet, trots att det i de flesta böcker stod att "den gamla mansbilden dör". Jag tänkte att det kanske handlade om så små förändringar, men jag anar nu att det snarare är vår kultur och vårt samhälle som förändrats, inte definitionen på manlighet. Det har möjligen blivit friare för mannen att själv välja hur han är, men man kan egentligen konstatera att normer gällande allt i samhället blivit friare. Den traditionella manligheten består innerst inne, endast det yttre förändras. Vid en vidare forskning skulle det vara intressant att utöka antalet informanter, möjligen även tidningar att analysera. Detta är definitivt ett ämne jag locka av. Dessutom har jag

börjat fundera över eventuella andra platser man kan undersöka könsideal och könsroller. Ett intressant fenomen är de ytterst exhibitionistiska dagböcker som personer skriver på Internet. Kanske man kunde undersöka genus i dessa nya källor? Dessutom kunde man studera insändarspalterna i manstidningarna eller damtidningarna. Eftersom manstidningarna är så pass nya finns det många aspekter som berör dem som idag är outforskade.

NOTER

1. Daniel Ekman 1995, s. 68 f.
2. Lissie Åström 1990, s. 16 f.
3. Roland Cox, Ny tid. Ny man? 2000
4. Daniel Ekman 1995, s. 136
5. Svenska Akademien och Språkdata 2001
6. Daniel Ekman 1995, s. 40
7. Daniel Ekman 1995, s. 133 f.
8. Daniel Ekman 1995, s. 101 ff.
9. Tony Haddad 1993, s. 313
10. Tony Haddad 1993, s. 37 ff.
11. Mieheyden tiellä julkaisu 39 1993, s. 13 ff.
12. Elisabeth Badinter 1994, s. 106 ff.
13. Daniel Ekman 1995, s. 44
14. Räd att falla 1998, s. 11
15. Räd att falla 1998, s. 12
16. Tony Haddad 1993, s. 43 f.
17. Tony Haddad 1993, s. 37 ff.
18. John MacInnes 1998, s. 83
19. Räd att falla 1998, s. 12
20. Margot Bengtsson och Jonas Frykman 1987, s. 9
21. Margot Bengtsson och Jonas Frykman 1987, s. 14
22. Mannen i förändring 1983, s. 34 ff.
23. Margot Bengtsson och Jonas Frykman 1987, s. 18 ff.
24. Sinikka Ortman 1970, s. 14
25. Daniel Ekman 1995, s. 123
26. Elisabeth Badinter 1994, s. 152
27. Elisabeth Badinter 1994, s. 208
28. Mannen i förändring 1983, s. 24 ff.
29. Roland Cox, Ny tid. Ny man? 2000
30. Mannen i förändring 1983, s. 24 ff.
31. R.W. Conell 1999, s. 9
32. John MacInnes 1998, s. 1 f.
33. Sinikka Ortman 1970, s. 130 f.
34. Ilpo Salonen 1995, s. 187 ff.

35. Radd att falla 1998, s. 242 f.
 36. Elisabeth Badinter 1994, s. 149
 37. Roland Cox, Ny tid. Ny man? 2000
 38. Elisabeth Badinter 1994, s. 129 f.
 39. Roland Cox, Ny tid. Ny man? 2000
 40. översatt från MG nr 12/2000
 41. Daniel Ekman 1995, s. 93 f.
 42. Daniel Ekman 1995, s. 102
 43. Elisabeth Badinter 1994, s. 106 ff
 44. Daniel Ekman 1995, s. 175
 45. Daniel Ekman 1995, s. 181
 46. Ehn & Löfgren 1986, s. 94
 47. What's that got to do with my gender 1989, s. 68

KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

Otryckta källor

- Intervju, 6.12.2000
 Intervju, 14.12.2000
 Intervju, 15.12.2000
 Intervju, 15.12.2000

Tryckta källor

- MG, samtliga nummer från år 2000 (tolv stycken)
 Slitz (svenska), samtliga nummer från år 2000 (elva stycken)

Litteratur

- Badinter, E. (1994), XY om mannen identitet, Juva
 Bengtsson, M. & Frykman, J. (1987), Om maskuliniteter, Stockholm
 Conell, R.W. (1999), Maskuliniteter, Uddevalla
 Ehn, B. & Löfgren, O. (1986), Kulturanalys, Lund
 Ekman, D. (1995), En mans bok, Falun
 MacInnes, J. (1998), The end of masculinity, Storbritannien
 Mannen i förändring, idéprogram från Arbetsgruppen om mansrollen (1983), Stockholm Tiden
 Haddad, T. (red) (1993), Men and masculinities: A critical Anthology, Kanada
 Mieheyden tiellä julkaisu 39 (1993), Jyväskylän yliopisto – nykykulttuurin tutkimusyksikkö, Jyväskylä

- Ortman, S. (1970), Mannen i manssamhället, Stockholm
 Radd att falla. Studier i manlighet (1998), Ekenstam, C., Frykman, J., Johnsson, T., Kuosmanen, J., Ljunggren, J. och Nilsson, A., Södertälje
 Salonen, I. (1995), Ihan hyvä mies, Helsingfors
 What's that got to do with my gender? (1989), Dyer, R., Unger, R., Nenola, A., Keränen, M., Åbo
 Åström, L. (1990), Fäder och söner, Stockholm

Elektroniska referenser

- Roland Cox: Ny tid. Ny man?, 1999. [online]. Tillgänglig <http://www.frilansbyran.nu/roland/index.htm> (2.1.2001)
 Svenska Akademien och Språkdata, Göteborgs universitet: Ordbok över svenska språket utgiven av Svenska Akademien, 2001. [online]. Tillgänglig <http://g3.spraakdata.gu.se/osa>
 Sökord: manlighet (17.10.2001)

Informantförteckning

- Informant nr. 1 Intervjudatum: 6.12.2000
 Födelsedatum: 20.4 1975
 Födelseort: Vanda
 Yrke: studerande
 Bandnummer: L 1451
- Informant nr. 2 Intervjudatum: 14.12.2000
 Födelsedatum: 27.8 1977
 Födelseort: Vasa
 Yrke: studerande
 Bandnummer: L 1452
- Informant nr. 3 Intervjudatum: 15.12.2000
 Födelsedatum: 6.3 1976
 Födelseort: Korsholm
 Yrke: studerande
 Bandnummer: L 1453
- Informant nr. 4 Intervjudatum: 15.12.2000
 Födelsedatum: 24.3 1975
 Födelseort: Hangö
 Yrke: studerande
 Bandnummer: L 1454

SUMMARY

In Search of the New Man

In this study, my primary focus was on the male ideals in the new men's magazines *Slitz* and *MG*. I looked at what male ideals the readers were being encouraged to aspire to. I wondered if these men's magazines were entering into a "search for the new man." I therefore analyzed the men's magazines and interviewed readers and non-readers. What norms should a man aspire to live by? What is masculine? I have used, among other things, the concepts and theories of gender system, masculinity, the "super-man" and the fabricated sex.

Many mass media researchers go on the assumption that gender behavior is formed more and more by our contact with the pictures, concepts and values communicated by mass media. During the last twenty years, the concept of masculinity has changed. Today, men are also perceived as objects.

Masculinity has become both sexualized and feminized in the media. Men are allowed to be soft, passive and body-conscious in advertisements, while remaining strong, in control and dominating. This can be seen in advertisements and article pictures in *Slitz* and *MG*. But the masculine image in these men's magazines is, at the same time, an extreme stereotype. The magazines imply that men must own certain odds and ends to be a man. Manliness is obtained through clothes, cars, telephones and the like. At the same time, it can be said that *MG* still clings to the old ideal of a "real man". *MG* is for the traditional man who wants to have a little more modern "packaging".

Finally, one may ask oneself if the male ideal portrayed in *MG* and *Slitz* is really the "modern man". One should be aware that what we call the modern man can appear in many guises, and there is no predominant image.