

Fra metro til retro?
Maskuliniteter i norsk populærkultur på 2000-tallet

av

Fredrik Langeland

Thesis submitted in fulfillment of
the requirements for degree of
PHILOSOPHIAE DOCTOR
(PhD)



Universitetet
i Stavanger

Det samfunnsvitenskapelige fakultet
Nettverk for kjønnsforskning
2014

Universitetet i Stavanger
N-4036 Stavanger
NORWAY

www.uis.no

©2014 Fredrik Langeland

ISBN: 978-82-7644-585-5
ISSN: 1890-1387
PhD Thesis UiS, No. 238

Forord

Gjennom årene jeg har arbeidet med avhandlingen er det en rekke personer som har hjulpet til med uvurderlige bidrag og perspektiver, og dere skal nå få deres fortjente takksigelser.

Først vil jeg takke mine veiledere Wencke Mühleisen (hovedveileder) og Anne Gjelsvik (biveileder), for innsiktsfullt og tålmodig arbeid med å løse meg gjennom prosessen. Dernest vil jeg takke mine kolleger i Nettverk for kjønnsforskning, og Programområdet for tverrfaglig kjønnsforskning, ved Universitetet i Stavanger. Her vil jeg særlig trekke frem medstipendiatene Ingvil Hellstrand og Henriette Thune, for vennskap og utmerket faglig samarbeid. En takk også til Elise Malde og Ingrid Rusnes – uten et godt miljø rundt meg ville stipendiattiden blitt mye vanskeligere å komme gjennom. Takk også til gode kolleger ved Institutt for medie-, kultur- og samfunnsfag ved UiS, og særlig Cato Wittusen, Lars Klemsdal og Ragnhild Sjurseike.

En stor takk til miljøet rundt forskningsprosjektet *Being Together: Remaking Public Intimacies*, som alle har vært svært generøse og uvanlig hjelpsomme med å gi råd, støtte og motivasjon underveis. Foruten Wencke Mühleisen vil jeg trekke frem Jørgen Lorentzen, Unn Conradi Andersen, Lin Prøitz, Arnfinn Andersen, Rannveig Svendby og Siri Lindstad. Mine tanker går særlig til Anne Lorentzen som døde så brått og uventet i desember 2013. Takk for alt, Anne.

En stor takk for godt samarbeid rettes til Jan Wickman, dosent ved Åbo Akademi i Sverige, som er medforfatter på avhandlingens

artikkel nr. 4. Videre vil jeg takke Hilde Danielsen og Kari Jegerstedt i *Tidsskrift for kjønnsforskning* for deres iherdige redaktørinnsats i forbindelse med artikkel nr. 1; Lars Nyre og Brita Ytre-Arne i *Norsk Medietidsskrift* for positiv og konstruktiv behandling av artikkel nr. 2; redaktørene Wencke Mühleisen og Jørgen Lorentzen for fruktbare innspill i forbindelse med artikkel nr. 3, som ble publisert i den fagfelleverderte antologien *Å være sammen*; redaktørene Afshan Jafar og Erynn Casanova for grundig arbeid i forbindelse med artikkel nr. 4, som er publisert i den fagfelleverderte antologien *Global Beauty. Local Bodies*.

Avhandlingen har også hatt nytte av kommentarer og innspill i forbindelse med ulike seminarer og presentasjoner. Takk til gruppedeltakerne ved den nasjonale forskerskolen TBLR under seminaret «Aesthetic memory: Remembrance, Trauma, Place, Space and Boundaries» 28.01.2011; til Søren Kjørup for tilbakemeldinger ved KULVERs programseminar 01.02.2011; til Janne Stigen Drangsholt, Stine Helena Bang Svendsen og de andre deltakerne på ph.d.-workshop den 27.10.2011 ved UiS; til Maj Camilla Munkejord og de andre deltakerne på et seminar den 26.01.12 ved Høgskolen i Finnmark; til Ellen Mortensen som inviterte meg til å holde en presentasjon under seminaret «Threatening Masculinities – Threatening Men», ved Senter for kvinne og kjønnsforskning ved Universitetet i Bergen den 07.03.2012; til Lynne Segal og Sasha Roseneil for konstruktive tilbakemeldinger under et seminar på Birkbeck, University of London

08.03.2012; og til Lars Rune Waage for kommentarer under mitt ph.d.-seminar den 03.06.2013.

En stor takk til Birgitta Gripsrud og Øystein Røed for språkvask, til Tove Fjell og Stine Helena Bang Svendsen for gjennomlesning av «kappen», og til Anne Langeland og Roar Kristensen for bistand med korrektur. Takk også til Kristofer Henrichsen ved Utdanningsavdelingen på UiS som har gitt meg handlingsrom til å fordype meg i arbeidet de siste månedene, og til Stina Holth og Gry Sørås for deres positive og støttende innstilling.

Til sist vil jeg sende all min kjærlighet til de tre kvinnene i mitt liv: Nezihat, Elif Maria og Zeynep Sofia!

Stavanger,
august 2014

Abstract

This thesis is concerned with the emergence of, and tensions between, «new» and «traditional» masculinities in Norwegian popular culture in the 2000s. It focuses particularly on *metrosexuality*, which signifies a preoccupation with appearance and a new «looked-at-ness» for young men, and *retrosexuality*, a more traditionally oriented and explicitly heterosexual figure with a penchant for nostalgia. These two concepts, coined by the British journalist and writer Mark Simpson, were initially seen as different versions of idealized masculinity. During the 2000s they became popularized as media discourses and used as marketing tools. British soccer player David Beckham has been particularly influential as the leading metrosexual icon.

These two masculinities were introduced and disseminated in Norwegian popular culture during the 2000s, and the thesis addresses specific articulations in which both transnational and local cultural norms and attitudes are being expressed in a specific context. A particular analytical focus is directed toward how representations in popular culture are entangled with the contemporary Norwegian political and cultural climate, with an emphasis on gender equality regimes in a postmodern media context. This backdrop is important for analyzing potential conflicts and antagonisms that emerge in the relation between metrosexuality and retrosexuality.

Empirically, the thesis analyzes a variety of forms in linguistic and visual media, such as TV programs, photographs, magazines and newspaper articles. In methodological terms, it makes use of textual and discourse analysis as developed within cultural studies.

Theoretically, it positions itself mainly within masculinity studies and cultural studies, and enters into critical dialogue with Raewyn Connell and her seminal concept *hegemonic masculinity*. Through the launch of three analytical concepts, the thesis intends to stimulate nuanced future readings of masculinities in contemporary popular culture.

The thesis consists of four articles with an introduction. Article 1 and 2 focus mainly on retrosexuality, while article 3 and 4 focus on metrosexuality. In the first article, the Norwegian TV program «Manshow», which was aired on the commercial channel TV2 Zebra from 2006 to 2009, provides an opportunity to analyze conflicts concerning masculinities in Norwegian popular culture at that time. «Manshow» was a TV program with an explicit male chauvinistic profile and an emphasis on heterosexual male bonding. Through a close reading of the premiere of the show's first episode in 2006, the article emphasizes how «Manshow» creates a space where men have free access to enjoyment, through activities such as drinking beer and objectifying women. This is made possible by the use of irony, or what is characterized as the *reflexive nostalgia of masculinity*.

The second article argues that warrior masculinity has become influential in Norwegian contemporary media and popular culture in the 2000s. It focuses specifically on the men's magazine *Alfa*, launched in 2010, which gave rise to a media debate on the representation of Norwegian soldiers in Afghanistan. The soldiers were presented in the magazine as warriors who stated that killing people was better than sex. Warrior masculinity is not unique to *Alfa*; it can also be seen in other

areas of Norwegian contemporary culture, in popular practices such as «paintball» and «airsoft». To grasp the continuum between different aspects of warrior masculinity, the article therefore launches the concept of *imaginary warriors*.

Article three analyzes metrosexuality as a broad cultural phenomenon in Norwegian popular culture in the 2000s. In 2002 metrosexuality was presented in the Norwegian media, as a characteristic of the self-absorbed and narcissistic «new» man. A few years later, in 2006, the Norwegian handballer Kristian Kjelling was depicted in a manner similar to the British soccer player David Beckham, in an advertising campaign for the tanning salon company «Brun og Blid». Metrosexuality was now also to be seen in many areas of Norwegian popular culture. At the same time an *antimetrosexual* reaction surfaced. The article presents the concept of *post-traditional masculinity*, to contextualize the potentially challenging aspects of metrosexuality, vis-à-vis essentialist notions of masculinity.

The fourth article is co-written with Finnish researcher Jan Wickman, and discusses variations in the definitions of metrosexuality by analyzing contrasting examples of six sexualized media representations of athletes from three Nordic countries: Finland, Norway, and Sweden. The Nordic region is made up of nation-states of similar size, with relatively similar social systems and, perhaps most importantly in this context, parallel gender cultures. The article highlights the intersection of the global and the local in the representations of metrosexuality, but underscores the importance of

national context and national identity while analyzing images of male athletes.

Innholdsfortegnelse

Del 1

1	Innledning.....	1
1.1	«Nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter.....	1
1.2	Problemstillinger og forskningsspørsmål.....	4
1.3	Tidligere forskning.....	5
1.3.1	Metroseksualitet.....	5
1.3.2	Retroseksualitet.....	8
1.4	Tilnærming og fokus.....	10
1.5	De fire artiklene.....	12
1.6	Avhandlingens struktur.....	15
2	Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet.....	17
2.1	En mellomform.....	17
2.2	Metroseksualiteten som en diskurs.....	19
2.3	En norsk metroseksuell diskurs.....	21
2.4	Metroseksualitetens iboende dobbelthet.....	24
2.5	En frigjørende eller en umoden figur?.....	26
2.6	Den «nye» (metroseksuelle) mannen?.....	29
2.7	En mottype?.....	32
2.8	Retroseksualitetens tilsynekomst.....	34
2.9	En norsk retroseksuell motdiskurs.....	37
2.10	Tradisjonell, retro og nostalgi.....	40
2.11	Postmodernisme, postfeminisme og refleksivitet.....	45
3	Kulturteoretiske perspektiver.....	49
3.1	Kultur og populærkultur.....	49
3.2	Populærkulturens mellomposisjon.....	51
3.3	Hegemoni.....	53
3.4	Artikulasjoner.....	56
3.4.1	Antagonistiske artikulasjoner.....	59
3.5	Diskursiv (mot)makt.....	61
4	Kjønnteoretiske perspektiver.....	67
4.1	Maskuliniteter.....	67

4.2	Spesifikke kontekster	68
4.3	Hegemonisk maskulinitet	71
4.4	Innvendinger mot Connell	73
4.5	Et hybrid politisk ideal	75
4.6	Den harde (falliske) kroppen.....	78
4.7	Performativt kjønn	81
4.8	Ikke-performativt kjønn og kvinnelig metroseksualitet.....	85
4.9	Maskulinitetens slutt?	88
5	Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner	93
5.1	Utviklingen av et forskningsprosjekt	93
5.1.1	Utgangspunktet	93
5.1.2	Det empiriske utvalget	95
5.2	Kartlegging og artiklenes kontekst	99
5.3	Nærhet og distanse	102
5.4	Artikulasjoner av «mann»	105
5.5	Etiske refleksjoner	107
6	Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet.....	111
6.1	Avkledd maskulinitet.....	111
6.2	Unmaking	113
6.3	«HOLD KJEFTEN PÅ DEG».....	117
6.4	Usikkerhet og forvirring.....	119
6.5	«Manshows» symbolske krise	122
6.6	Politiske symboler i en brytningstid	125
6.7	Lengselen etter helhet.....	130
7	Avslutning.....	135
7.1	Oppsummerende betraktninger.....	135
7.2	Sentrale funn og forskningsbidrag.....	137
7.2.1	Maskulinitetens refleksive nostalgi	138
7.2.2	Imaginære krigere	142
7.2.3	Posttradisjonell maskulinitet	144
7.3	Sluttord.....	147
	Litteratur: kapitlene 1-7	151

Del 2

Artiklene

1. Langeland, F. 2011. «Maskulinitetens refleksive nostalgi i Tv2 Zebras Manshow». *Tidsskrift for kjønnsforskning* 35 (4): 275-292.
2. Langeland, F. 2012. «Soldater med lyst til å drepe. Krigermaskulinitet i mannebladet Alfa». *Norsk medietidsskrift* 19 (4): 312-333.
3. Langeland, F. 2013. «Se på meg. Metroseksualitet i norsk populærkultur». I: Mühleisen, W. og Lorentzen, J. (red.): *Å være sammen. Intimitetens nye vilkår*. Oslo: Akademika forlag.
4. Wickman, J. og Langeland, F. 2013. «Metrosexuality as a body discourse. Masculinity and Sports Stars in Global and Local Contexts». I: Jafar, A. og Casanova, E. (red.): *Global Beauty. Local Bodies*. London: Palgrave Macmillan.

Del 1

1 Innledning

Of course, fashions come and go but metrosexuality isn't a fashion – it's an epoch.

- Mark Simpson

1.1 «Nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter

Denne avhandlingen handler om «nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter i norsk populærkultur på 2000-tallet.¹ På lederplass i *Bergens Tidende* høsten 2003 advarte tidligere sjefsredaktør Einar Hålien avisens lesere om de «nye mannsidealer»:

Det siger sakte, men sikkert inn at det er både nytteløst, usjarmerende og gammeldags å skjære grimaser hver gang en av de nye glossy, kremglinsende og myke herrene viser sitt yndige åsyn. [...] Nå har de gullgode, nye mannsidealer som David Beckham og Brad Pitt til og med fått sitt eget begrep. (Hålien 2003)

Begrepet Hålien sikter til er «metroseksualitet». Uttrykket «metrosexuality» ble opprinnelig lansert av den britiske skribenten Mark Simpson, og viser til en seksualisert og konsumorientert mann som ønsker å bli sett på (Simpson 1994, 2002). Fenomenet gjorde sitt inntog i Norge på begynnelsen av 2000-tallet. De «glossy, kremglinsende og myke herrene» som fikk Hålien til «å skjære

¹ 2000-tallet viser til årene fra 2000-2010, i artikkel 2 og 3 bruker jeg betegnelsen 00-tallet som tidsangivelse for samme periode. Jeg trekker i enkelte tilfeller også inn empiri fra perioden 2010-2013 i analysene.

1 Innledning

grimaser» i 2003, skulle bre om seg i den norske populærkulturen gjennom det neste tiåret.

Som gjest i radioprogrammet *P3morgen* (NRK P3) høsten 2011 slo KrF-leder Knut Arild Hareide til med en spøk om at Jesus var et «forbilde for [den britiske fotballspilleren] David Beckham». Innslaget handlet om hvorvidt Guds sønn med sitt lange hår i mange tilfeller kan fremstå som i overkant «feminin», men Hareide forsvarte ham med å innskytte at han var «metroseksuell».² I et intervju ett år senere trakk Hareide igjen frem de «metroseksuelle» som sitt «forbilde» (Østli 2012). I løpet av et knapt tiår hadde metroseksualiteten blitt en allmenn referanse til en «feminin» maskulinitet også innenfor mainstreamkulturen.

Samtidig var det flere enn Hålien som følte seg «gammeldags» i møte med denne «nye» mannen, og i 2003 presenterte Simpson uttrykket «retrosexual» som henspiller på den såkalt «tradisjonelle» mannen på 2000-tallet (Simpson 2003). Fenomenet ble introdusert i norske medier på følgende vis:

Mens den metroseksuelle har siste nummer av Wallpaper under respatexbordet, har den retroseksuelle mannen stabler av Vi Menn på do.

² Se: <http://p3.no/p3morgen/jesus-er-metroseksuell/> (10.03.2013). Samtidig er det verdt å merke seg at det trolig var få, om noen, KrF-velgere som reagerte på dette. Det vakte heller ikke stor oppsikt da den «folkelige» FRP-politikeren Bård Hoksrud i 2012 fikk en makeover av NRKs stylinger for å bli «metroseksuell». NRKs reportasje kunne imidlertid berolige urolige velgere med at det neppe kom til å bli «metro på tingen», til tross for at Hoksrud ble avbildet med øredobber og sminke. Se: <http://www.nrk.no/kultur/bard-hoksrud-lot-seg-sminke-1.8329176> (09.04.2014).

1 Innledning

Han kan tilsynelatende ingenting om skjønnhetskurer og butox-behandlinger.
(Aartun 2005)³

Her beskrives «den metroseksuelle» i *kontrast* til «den retroseksuelle», som to vesensforskjellige populærkulturelle figurer på 2000-tallet.⁴ Dette innvarsler en kulturell spenning som denne avhandlingen skal analysere.

For parallelt med at metroseksualiteten blir en viktig del av den norske populærkulturen, bl.a. gjennom TV3 sitt program «Homsepatruljen» (2004-2007), oppstår en motreaksjon: TV2 Zebras talkshow «Manshow» (2006-2009) varslet et oppgjør med «metrosex» mens man uttrykte en lengsel etter en tid med «ekte mannfolk». Masseorderen Anders Behring Breivik refererte i sitt såkalte «Manifest» (2011) til metroseksualiteten som et symptom på et kulturelt forfall for «den norske mannen». Slike reaksjoner kan tyde på at det ligger en *risiko* assosiert med tilsynekomsten av den figuren Hareide i 2012 omtalte som sitt «ideal». I det følgende skal det handle om brytninger og konflikter mellom «nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter i norsk populærkultur på 2000-tallet – eller mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten.

³ Leserne ble informert om at den «metroseksuelle mannens gylne dager er forbi». Eksemplene på den sistnevnte mannstypen er aha-vokalist Morten Harket, forfatter Ari Behn, Kristian Kjelling – samt forfatter og samfunnsdebattant Aslak Nore (Aartun 2005).

⁴ Artikkelen viser til Russell Crowe (amerikansk skuespiller), Kristopher Schau (norsk musiker og komiker), og Trond Espen Seim (norsk skuespiller) som eksempler på «den retroseksuelle mannen». Sistnevnte ble i 2006 kåret til Norges mest sexy mann, et signal om attraktiviteten til denne mannstypen på dette tidspunktet av 2000-tallet.

1.2 Problemstillinger og forskningsspørsmål

Målsetningen for avhandlingen er å gripe noe av det særpregede ved kjønnsidealene i norsk populærkultur på 2000-tallet. I første rekke har jeg et skjerpet blikk for spenningene mellom forskjellige iscenesettelser av hvite, heteroseksuelle maskuliniteter. Et omdreiningspunkt for analysen er metroseksualitetens og retroseksualitetens tilsynekomst og utvikling, samt forhandlinger vedrørende fenomenenes posisjoner i populærkulturen. *Hva kjennetegner representasjoner av metroseksualitet og retroseksualitet i norsk populærkultur på 2000-tallet? Hva slags kulturelle prosesser og konflikter knyttet til kjønn, kropp og seksualitet kommer til uttrykk i sammenheng med disse maskulinitetene?*

Jeg griper denne problematikken an gjennom fire artikler som har egne underproblemstillinger relatert til nærlesninger av bestemte populærkulturelle uttrykk. Disse er igjen innrammet i avhandlingens del 1 («kappen») som utvider og nyanserer forståelsen av metroseksualiteten og retroseksualiteten som spesifikke kulturelle fenomener. I tillegg sammenfatter og utdyper jeg de vesentlige analytiske, teoretiske og metodiske perspektivene i artiklene. Her kontekstualiserer jeg også det hele i en norsk medieoffentlighet på 2000-tallet.

Tidligere forskning

1.2.1 Metroseksualitet

Hovedvekten av internasjonal forskning om metroseksualitet stammer fra en angloamerikansk kontekst. Flere forskere assosierer fenomenet med populariteten til det amerikanske realityprogrammet «Queer Eye for the Straight Guy». Dette er et TV-konsept der (den heteroseksuelle) hverdagsmannen blir stilet av en gruppe homoseksuelle menn med spesialkompetanse på mote, stil og design.⁵ Det har blitt poengtert hvordan dette medfører at en konsumkultur rettet mot et mannlig middelklassepublikum, blir en akseptert del av mainstreamkulturen (Berila og Choudhuri 2005; Cohan 2007; Feasey 2007; Miller 2005). Andre legger vekt på at representasjoner av avkledde menn har blitt et normalt innslag i media og reklame på 2000-tallet, som igjen bidrar til å sette tradisjonelle forståelser av maskulinitet under press. Mannens kropp blir et tydelig visuelt objekt i det offentlige rom (Edwards 2006; Ervin 2011; Gill 2009; Kaye 2009; Pommper 2010; Ricciardelli et al. 2010).

I boken *The Metrosexual. Gender, Sexuality and Sports* (2008) viser maskulinitetsforskeren David Coad hvordan metroseksualiteten har fått en sterk posisjon i den globaliserte mediesporten. Dette er den eneste akademiske bokutgivelsen som utelukkende tar for seg fenomenet, og Coads analyse er en sentral referanse for denne avhandlingen. Kjente idrettsmenn som fotballspillerne David Beckham, Fredrik Ljungberg og Cristiano Ronaldo blir brukt som eksempler på

⁵ «Queer Eye» ble sendt på kanalen BRAVO i perioden 2003-2007.

1 Innledning

hvordan seksualiseringen av mannen er fremtredende i mediebildet. Boken tar for seg et bredt spekter av populærkulturelle representasjoner, fra reklame til film, mote og musikk. Et av premissene er at metroseksualiteten destabiliserer etablerte seksualitetsnormer, og at den «nye mannen» på 2000-tallet vitner om en «revolusjon» der menn fremstår som mer menneskelige og mindre homofobe enn tidligere. Coad er svært optimistisk og ser for seg en ny «metroseksuell fremtid» preget av «humane verdier» i maskulinitetsidealene (Coad 2008:198).

Rahman (2004) har et mer pessimistisk utgangspunkt og hevder at representasjonen av Beckham først og fremst handler om å bekrefte posisjonen til den hvite, heteroseksuelle mannen gjennom flørten med en overskridende seksualitet. Sosiologene Peterson og Anderson påpeker at mange unge menn i en britisk kontekst forhandler med etablerte seksualitetsnormer gjennom å si «jeg er ikke homoseksuell, men metroseksuell», mens man danser med og kysser andre menn (Peterson og Anderson 2012). Hall og Gough (2011) viser hvordan det foregår nyanserte diskusjoner og forhandlinger på internett omkring hva det vil si å være en metroseksuell mann på 2000-tallet (se også Hall, Gough og Seymor-Smith 2012).

I en norsk kontekst har Kristian Kjelling blitt trukket frem som et eksempel på en metroseksuell norsk idrettsstjerne. Idrettsforskeren Gerd von der Lippe (2010a, 2010b) viser hvordan mediene seksualiserer den populære idrettsutøveren og gjør ham til et «begjærsidol». TV3 sitt program «Homsepatruljen» (2004-2007) har

1 Innledning

også blitt analysert i lys av en spredning av metroseksualitetens konsumverdier (Myrstad 2007).⁶ Filosofen og maskulinitetsforskeren Knut Kolnar analyserer den metroseksuelle mannen som en populærkulturell figur i bøkene *Mannedyret* (2005) og *Pornutopia* (2011). Kolnar hevder at metroseksualiteten bærer preg av «en dandyistisk narsissisme oppdatert til tidens urbane trender og mentaliteter» (Kolnar 2005:34). Han er først og fremst opptatt av fenomenet som en del av en overflatefokusert og hyperseksualisert kultur, og tolker det som ett av mange negative tegn på gjennomslaget til en nyliberalistisk markedsideologi.

I maskulinitetsforskeren Jørgen Lorentzens bok *Maskulinitet* blir metroseksuelle menn omtalte som «pengesterke individualister», ettersom de «kombinerer heteroseksualiteten med livsstilsmønstre fra homoseksuelle menn, med uforpliktende relasjoner, sex og stor vekt på vennskap, estetikk og egenpleie» (Lorentzen 2004:95). Metroseksualitetsbegrepet er også blitt brukt som betegnelse på et økende fokus på utseendet for urbane heteroseksuelle menn bosatt i Oslo (Larsen, Sandberg og Pedersen 2005; Pedersen og Vestel 2005). Svenske og danske maskulinitetsforskere har relatert metroseksualiteten til nye estetiseringsprosesser for urbane heteroseksuelle menn (Nordberg 2004; Nordberg og Mörck 2007; Sørensen 2006). De finske kjønnsforskerne Taina Kinnunen og Jan Wickman (2006) viser at i reklame og sport er det en tiltagende

⁶ «Homsepatruljen» er en spinoff av det amerikanske «Queer Eye for the Straight Guy».

1 Innledning

seksualisering av den heteroseksuelle maskuline kroppen, som ikke kan gardere seg mot begjærende kvinnelige og mannlige blikk.

1.2.2 Retroseksualitet

Som jeg skal vise i kapittel 2, viser uttrykket retroseksualitet til ulike populærkulturelle uttrykk på 2000-tallet. Det finnes lite forskning som direkte omhandler fortidsorienteringen og reaksjonen mot metroseksualiteten i populærkulturen. David Coad skriver om en «metro-backlash» i amerikansk populærkultur gjennom perioden 2003-2005, i sin bok om metroseksualiteten (Coad 2008:32-36). I artikkelen «The Might of the Metrosexual. How a Mere Marketing Tool Challenges Hegemonic Masculinity» viser kulturforskeren Margareth Ervin (2011) hvordan uttrykkene «metrosexuality» og «retrosexuality» har vært viktige for å definere maskulinitetsidealene i den amerikanske populærkulturen på 2000-tallet. Ervin påpeker at reaksjonene mot metroseksualiteten viser frem en motsigelsesfull side ved maskulinitetsidealene. For det paradoksale er, påpeker hun, at amerikanske menn må insistere på at de er «ekte mannfolk», noe som bidrar til å utfordre tanken om en «naturlig maskulin essens». Andre forskere har dessuten pekt på en bredere tilbakeskuende og konservativ vending i den amerikanske populærkulturens kjønnsideal (Agirre 2012; Cross 2008; Hawkesworth 2006; Kusz 2007).

En viktig del av retroseksualiteten er den såkalte «new lad», som har blitt analysert av flere britiske forskere som et konservativt maskulinitetsideal formidlet gjennom ironisk distanse (se for eksempel Benwell 2003; Edwards 2006; Hansen-Miller og Gill 2011). Forløperen

1 Innledning

til «Manshow» – det amerikanske «The Manshow» – har blitt betraktet som en stereotyp og sexistisk fremstilling av mannen med reaksjonære kjønnspolitiske undertoner (Johnson 2007; Palmer-Mehta 2009). Den norske kjønnsforskeren Ane Møller Gabrielsen (2006) har analysert tegneserien *Pondus* som et eksempel på tilsynekomsten av «new lad» maskuliniteten i en norsk kontekst.

I Norge og Norden finnes det imidlertid ikke mye forskning med direkte relevans for de tilbakeskuende tendensene hos retroseksualiteten. Anne Gjelsvik (2004) har analysert en nostalgisk maskulinitet i amerikansk film- og populærkultur på 2000-tallet. Hun ser dette i lys av en større «krise» for den heteroseksuelle mannen knyttet til fraværet av en symbolsk «farsfigur», og påpeker hvordan mange menn befinner seg i et tomrom gjennom mangelen på tydelige mannsidealer. Jørgen Lorentzen (2013) har nylig skrevet om kjønnsideologien hos massemorderen Anders Behring Breivik, og legger vekt på at et av Breiviks prosjekter handler om en remaskulinisering av samfunnet. Lorentzen påpeker at denne formen for høyre-radikal antifeminisme er gjennomsyret av en utpreget nostalgisk maskulinitet på 2000-tallet.⁷

Avhandlingen ønsker særlig å bidra til den eksisterende forskningslitteraturen om maskulinitet i populærkulturen generelt, og om metroseksualitet spesielt. Tidligere forskning bruker uttrykket for å vise til bestemte representasjoner av menn (Berila og Choudhuri 2005; Coad 2008; Cohan 2007; Kinnunen og Wickman 2006), til estetiske

⁷ Jeg kommenterer Breiviks betydning for denne avhandlingen i kapittel 5.

1 Innledning

praksiser hos urbane menn (Lorentzen 2004; Larsen, Sandberg og Pedersen 2005; Nordberg 2004; Nordberg og Mörck 2007; Pedersen og Vestel 2005; Sørensen 2006) og en identitetskategori (Hall og Gough 2011; Hall, Gough og Seymor-Smith 2012; Peterson og Anderson 2012). Denne avhandlingen er den første norske analysen med metroseksualiteten som hovedfokus; jeg betrakter fenomenet som et innflytelsesrikt populærkulturelt symbol, med betydning for oppfatninger av idealisert maskulinitet i en bestemt historisk situasjon. Samtidig løfter jeg blikket og viser hvordan metroseksualiteten og retroseksualiteten har ideologiske implikasjoner, og hvordan fenomenene inngår i bevegelser av forskyvning og motstand som er spesifikke for populærkulturen på 2000-tallet.

1.3 Tilnærming og fokus

Dette er en kvalitativ fortolkende studie av maskuliniteter i norsk populærkultur på 2000-tallet, som hovedsakelig prioriterer dybde fremfor bredde i analysene. Hovedempirien i de fire artiklene spenner over ulike medier: et TV-program («Manshow», episode 1, sesong 1 2006), en reportasje fra et norsk manneblad («Norge i krig», fra *Alfa* nr. 1 2010), samt et reklamebilde med Kristian Kjelling (fra reklamekampanjen til «Brun og Blid» i 2006). I tillegg har jeg studert ordene metroseksualitet/metroseksuell(e) i norske avisartikler på 2000-tallet, samt andre visuelle og tekstlige representasjoner som fremstiller

1 Innledning

avklede og objektiviserte menn i den aktuelle perioden.⁸ Avhandlingen samler seg om et empirisk materiale på tvers av bestemte sjangre og medier. Sammen utgjør dette metroseksualitet og retroseksualitet som *visuellverbale fenomener* – samspillet mellom det verbaltekstlige og det visuelle er vesentlig.

Den metodiske tilnærmingen er tekst- og diskursanalyse av representasjoner og symbolske systemer utviklet innenfor en kulturvitenskapelig tradisjon, med et særlig fokus på bestemte *artikulasjoner* av maskulinitet (Ehn og Løfgren 1982; Hall 1997; Laclau og Mouffe 1985; Schlack 1996). Gjennom arbeidet med de fire artiklene gjør jeg nedslag i en eller flere populærkulturelle «tekster» som blir nærlest i lys av andre populærkulturelle fenomener, eller samtidige diskusjoner i det offentlige ordskiftet.

Artikkel 1, 2 og 3 kontekstualiserer brytningene mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten i lys av politiserte konflikter vedrørende debatter om den kuede mannen i et «feminisert samfunn» (art. 1, s. 276), om maskulinitet i det norske forsvaret (art. 2, s. 315), og den såkalte «kulturkampen» (art. 3, s. 117). Innenfor «kulturkampen» var implementeringen av kjønnsnøytral ekteskapslov fra 01.01.2009, som gir lesbiske og homofile rett til å inngå ekteskap på linje med heterofile, sentral. Diskusjonene raste spesielt i forbindelse med Fritt Ords pris til filosofen Nina Karin Monsen i 2009. Hun fikk rollen som en «motoffentlig» stemme som stod i opposisjon til en tilsynelatende venstrevridd «politisk korrekt» offentlighet (Conradi Andersen

⁸ I kapittel 5 sier jeg mer om utvalg av empiri.

1 Innledning

2010:62-63). Dette opphetede ideologisk-politiske klimaet er viktig som et bakteppe for konfliktene mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten på 2000-tallet.

Avhandlingen prioriterer nærlesninger av enkeltfenomener i media (artikkel 1 og 2), og en bredere analyse av metroseksualiteten i norsk og nordisk populærkultur på 2000-tallet (artikkel 3 og 4). Den henter mye av sin forståelse og innsikt fra grenen av kjønnsforskningen som i dag går under navnet maskulinitetsforskning. Maskulinitet forstår jeg i første rekke som idealer, normer og forventninger knyttet til hva det vil si å være en mann i en bestemt historisk og geografisk kontekst (jf. Connell 1995; Halberstam 1998; Kimmel 2005). Jeg benytter en *poststrukturalistisk* tilnærming der kjønnskonstruksjoner blir analysert som et resultat av betydningstildeling. Dette innebærer at jeg studerer kulturelle konstruksjoner av kjønn i populærkulturen, eller bestemte symbolske systemer. Det handler ikke om å avsløre en sannhet bakenfor populærkulturens iscenesettelser, men om å undersøke hvordan disse blir produsert i en spesifikk kontekst (se Butler 1990; Mühleisen 2002).

1.4 De fire artiklene

Artikkel 1 analyserer diskursive konflikter vedrørende maskulinitetsidealene i «Manshow», sendt på TV2 Zebra (2006-2009). Dette var et humorprogram rettet eksplisitt mot norske heteroseksuelle menn, der fokuset var på «politisk ukorrekte» maskuline nytelser som

1 Innledning

øl, prompting og lettkledde kvinner. Artikkelen nærleser tre åpningssekvenser fra den første episoden av programmet høsten 2006. Den har fokus på iscenesettelsen til programleder Håvard Lilleheie, og legger vekt på hvordan han henvender seg til et mannlige publikum. Som kontrast til den metroseksuelle mannen (re)presenterte programmets retromaskulinitet «ekte mannfolk». Presentasjonen av «Manshow» skjedde samtidig med at flere (blant annet antropologen Runar Døving) hevdet at den norske, heteroseksuelle mannen var «undertrykt» i et feminisert norsk samfunn, og artikkelen kontekstualiserer «Manshow» i lys av en slik offentlig samtale. I den forbindelse, og i et forsøk på å fange noe av programmets særegne ironisk-nostalgiske uttrykk, lanserer jeg begrepet *maskulinitetens refleksive nostalgi*.

Artikkel 2 argumenterer for at en *krigermaskulinitet* fikk innpass i norsk media og populærkultur på 2000-tallet. Spesielt fokuserer jeg på artikkelen «Norge i krig» fra det første nummeret av mannebladet *Alfa* høsten 2010, der det ble satt i gang en mediestorm vedrørende norske soldaters deltagelse i Afghanistan. Soldatene ble presentert som «krigere» og hevdet at drap i en krigssituasjon var «bedre enn sex». I lanseringen av magasinet distanserte redaktør Magnus Rønningen seg fra metroseksualiteten, og benyttet seg i stedet av en *essensialistisk* kjønnsdiskurs. Representasjon av krigermaskuliniteten er imidlertid ikke unik for *Alfa*, og artikkelen henviser til flere eksempler fra andre områder av norsk populærkultur, blant annet nye og populære aktiviteter som «airsoft» og «paintball». Jeg presenterer begrepet

1 Innledning

imaginære krigere for å fange et kontinuum mellom de faktisk eksisterende soldatene i norske medier på 2000-tallet og fantasiene som kommer til uttrykk i populærkulturen.

Artikkel 3 analyserer metroseksualitet i Norge som et bredt kulturelt fenomen. Den knytter metroseksualiteten til opprinnelsen i en angloamerikansk kontekst, og beskriver et nytt maskulinitetsideal: mannen som *ønsker å bli sett på*. Via fotballspilleren David Beckhams iscenesettelse i mediene, ble det tilsynelatende legitimt for menn å være opptatt av mote og kosmetikk. Grenser mellom homo- og heteroseksualitet blir utfordret. Det viser seg at metroseksualiteten kommer til uttrykk på mange fronter i norsk populærkultur på 2000-tallet; den fremstår både som et ideal og møter kritikk fra enkelte som savner «ekte mannfolk». Jeg benytter den såkalte *kulturkampen* i norsk medieoffentlighet som bakteppe for å diskutere hvor stor motstand dette nye maskulinitetsidealet har møtt. Artikkelen lanserer begrepet *posttradisjonell maskulinitet* for å beskrive hvordan metroseksualiteten ser ut til å inngå i en større kulturell endringsprosess knyttet til kjønn og seksualitet.

Artikkel 4, som er skrevet sammen med den finske kjønnsforskeren Jan Wickman, analyserer representasjonen av mannlige metroseksuelle idrettsutøvere fra Norge, Sverige og Finland på 2000-tallet.⁹ Med utgangspunkt i fremstillinger av to idrettsstjerner fra hvert land, legges det vekt på hvordan en global mediediskurs som metroseksualitet

⁹ En av casene som blir analysert i denne artikkelen har jeg tidligere brukt i en annen sammenheng. Dette er representasjonen av John Carew fra Dagbladet i 2005. Se Langeland (2009).

1 Innledning

kommer til uttrykk i de likestillingsvennlige nordiske landene. Det poengteres særlig hvordan diskurser vedrørende kropp, seksualitet og etnisitet spiller inn som viktige bestanddeler, både hva gjelder forskjeller og likheter mellom fremstillingen av hvite og ikke-hvite utøvere. Dette bidrar potensielt til å forrykke maskulinitetsnormene i sporten. Artikkelen argumenterer for at den lokale konteksten er avgjørende for forståelsen av metroseksualitetens konkrete artikuleringer.

1.5 Avhandlingens struktur

Avhandlingen består av to hoveddeler. Del 1 utgjør den omsluttende «kappen», og del 2 inneholder avhandlingens fire artikler. Del 1 kapittel 2 utdyper forståelsen av metroseksualitet og retroseksualitet som populærkulturelle fenomener, og trekker historiske paralleller for å tydeliggjøre det spesifikke med disse maskulinitetene på 2000-tallet. Kapittel 3 tar for seg de kulturteoretiske perspektivene, med en forklaring av hvordan jeg anvender begrepene *hegemoni*, *antagonisme* og *artikuleringer*. Jeg trekker også frem bevegelser av forskyvning og motstand i norsk populærkultur gjennom 2000-tallet. Kapittel 4 omhandler avhandlingens kjønnteoretiske perspektiver, med en geografisk kontekstualisering av konflikten mellom metroseksualitet og retroseksualitet, en drøfting av begrepet *hegemonisk maskulinitet*, samt en utforskning av hvordan metroseksualiteten kan bidra til en avessensialisering av maskulinitetskategorien. I kapittel 5 går jeg inn i

1 Innledning

noen av avhandlingens metodiske, analytiske og etiske problemstillinger. Kapittel 6 forsøker å løfte det hele opp på et høyere refleksjonsnivå knyttet til spørsmål om en større symbolsk «maskulinitetskrise» for maskulinitetene i kjølvannet av metroseksualiteten. I kapittel 7 oppsummerer jeg de sentrale momentene i denne avhandlingen. Jeg tydeliggjør også avhandlingens funn og forskningsbidrag, med en refleksjon over og kartlegging av bruksområdene til de nye begrepene jeg utvikler i artiklene.

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

Dette kapitlet utdyper og nyanserer forståelsen av metroseksualiteten og retroseksualiteten som populærkulturelle fenomener. Hensikten med kapitlet er å etablere en kontekst for å forstå brytningene vedrørende maskulinitets- og seksualitetsnormer i relasjonen mellom disse maskulinitetene på 2000-tallet.

2.1 En mellomform

I artikkel 3 viser jeg hvordan Mark Simpson er sentral for metroseksualitetens tilsynekomst som et populærkulturelt fenomen (s. 105-106). Med uttrykket «the metrosexual» satte han ord på spesifikke tendenser i Londons urbane liv gjennom 1990-tallet.¹⁰ Et bakteppe som muliggjorde dette er (utvilsomt) de massive omveltningene i kjønn- og seksualitetsnormer i etterkrigstidens vestlige samfunn, som den britiske historikeren Jeffrey Weeks hevder utgjør et radikalt «skifte» i sosiale relasjoner:

Between the 1960s and the 1990s there were profound shifts in the social relations of sexuality and intimacy. Amongst the most important are: a shift

¹⁰ Dette er noe han har poengtert ved flere anledninger, som i dette intervjuet fra 2011: «London with its rich history of peacocking post-war youth cults, such as Teds, mods, punks and new romantics, and its high concentration of fashion and media (and journos like me) had to be the birthplace of the metrosexual.» (Simpson 2011)

2 *Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet*

of power between the generations; a shift in power between men and women; the questioning of the fixity of gender; the separation of sex and reproduction; the separation of sex and marriage; the separation of marriage and parenting; a redefinition of the relationship between 'normality' and 'abnormality'. (Weeks 2009:20)

Gjennom 1980- og 1990-tallet observerte Simpson også ganske sikkert det den australske homoaktivisten og historikeren Dennis Altman karakteriserer som «the new integration of gays through the commercial world into mainstream society» (Altman 1982:21, i Forrest 1994:102). En assimilering av hvite, *homoseksuelle* middelklassemenn inn i mainstreamen, som igjen også påvirket hvite, *heteroseksuelle* middelklassemenns iscenesettelser i den europeiske metropolen (se Forrest 1994). Slike forskyvninger i kjønns- og seksualitetsoppfatninger utvidet trolig forståelsen av hva en «normal» (hvit, heteroseksuell) mann kunne tillate uten å bryte med aksepterte kulturelle normer.

På den andre siden blir de kommersielle idealer også viktige. Den danske kulturforskeren Nils Henrik Sørensen legger vekt på at mange urbane heteroseksuelle menn i vestlige metropoler på 2000-tallet, gjennom estetiske praksiser knyttet til kropp og mote, ønsker å befinne seg på *grensen* til det normale. Han presiserer at i en slik situasjon skapes en sone mellom det maskuline/heteroseksuelle og det feminine/homoseksuelle, hvor det feminine/homoseksuelle reforhandles som noe maskulint/heteroseksuelt. Dermed glir det estetiske inn i det maskuline/heteroseksuelle, som potensielt tar opp i

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

seg nye former. Den «nye» identiteten blir ifølge Sørensen en «mellomform» (Sørensen 2006:124-125). Metroseksualiteten er på mange måter en slik *mellomform* der heteroseksuelle menn på 2000-tallet kan tillate seg å inkorporere seksuelle og estetiske praksiser som bare noen år tidligere trolig ville blitt klassifisert som ikke-maskuline i negativ forstand.

Kombinasjonen av enkelte menns «feminine» iscenesettelser (art. 3, s. 105; art. 4, s. 133-134) og den kulturelle posisjonen disse mennene oppnår, gjør metroseksualitet til et interessant utgangspunkt for en kulturanalyse av spenningen mellom «nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter på 2000-tallet. De amerikanske feministene Yvonne Tasker og Diane Negra har gått så langt som å karakterisere den metroseksuelle mannen som en ny mannlig *arketype* (Tasker og Negra 2007:3). Metroseksualitet dukker tilsynelatende opp «overalt» på 2000-tallet: fenomenet tok raskt en vending bort fra Simpson gjennom påvirkningen fra trendspotteren og markedsføreren Mariann Salzman fra 2003 og fremover. Det innebærer at metroseksualiteten med ett kom til syne som et transnasjonalt mediefenomen (art. 3, s 107-108), eller som en svært omfangsrik *diskurs*.

2.2 Metroseksualiteten som en diskurs

I artiklene anvender jeg Michel Foucaults (1969, 1980, 2001) *diskursbegrep*, som viser til spesifikke måter å snakke om verden, eller deler av den, på. Diskursbegrepet gir muligheten til å få et grep om

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

metroseksualiteten som et historisk spesifikt og bredt populærkulturelt fenomen på 2000-tallet. For Foucault viser diskurser til samlinger av *ytringer*, og de historiske, sosiale og kulturelle betingelser som gjør det mulig at ytringer blir oppfattet som «sanne» eller «falske» i en spesifikk kontekst.¹¹ Foucault legger vekt på at diskurser kan ha en regularitet på tross av at de fremkommer på ulike tidspunkter eller opptrer på forskjellige steder, hvis de deler en spesifikk stil, har en formmessig likhet eller refererer til bestemte konsepter, objekter eller temaer (Foucault 1969:35-39).

Diskurser har en viss «regularitet» og er «virkelighetskonstituerende» for de fenomener som omtales (Neuman 2001:18). Metroseksualiteten som en diskurs innebærer samlinger av ytringer som opptrer på ulike steder (USA, England, Norge etc.), kommer til uttrykk på tvers av ulike representasjoner, og anvendes av forskjellige aktører. I artikkel 3 og 4 viser jeg til følgende trekk hos den metroseksuelle mannen: det handler alltid om fremvisningen av en veltrent mannskropp i mer eller mindre avkledde positurer; den metroseksuelle mannen er hårløs og (solariums)brun;¹² han har tilhørighet til sport og uttrykker en særegen form for stilbevissthet

¹¹ Foucault opererer ikke med en streng eller «strukturell» definisjon av ytringen. Den kan i sin minste form bestå av ett ord (f.eks. adverbet «Absolutt!», eller det personlige pronomenet Du!) eller et tegn, men også en matematisk graf, eller en vekstkurve, kan være en ytring. Han skriver: «we have to admit that there is a statement whenever a number of signs are juxtaposed – or even, perhaps – when there is a single sign» (Foucault 1969:95). En ytring er for Foucault diskursens «atom». Ytringen er ikke det samme som en setning, en proposisjon eller en talehandling, ei heller et materielt objekt.

¹² Artikkel nr. 4 dokumenterer dette gjennom de visuelle analysene av Kjelling og Carew (Norge), Ljungberg og Ibrahimovic (Sverige), Pöyhönen og Haatainen (Finland).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

assosiert med design- og merkevarer (Dolce & Gabbana, Calvin Klein, Asics etc.), gjerne kombinert med referanser til Beckham. I artikkel 4 (s. 148) differensierer jeg mellom en *transnasjonal metroseksuell diskurs*, med *internasjonal variasjon* og *lokal spesifisitet*. Mellom disse nivåene finnes et sett med felles referanser, med David Beckham i sentrum. For når diskursen beveger seg utover landegrenser mister den noe av sitt opprinnelige innhold ved å tilpasse seg en ny kontekst, og kan ikke forventes å komme til uttrykk på samme måte overalt.

2.3 En norsk metroseksuell diskurs

Metroseksualiteten vakte oppsikt da fenomenet ble introdusert i norske medier. Men gjennom 1990-tallet hadde allerede mange av trekkene som kjennetegner den «nye» mannen på 2000-tallet, gjort seg gjeldende i populærkulturen. Wencke Mühleisen (2002) viser at i 1990-tallets eksperimentelle norske TV-underholdning på NRK omfavnet enkelte menn en tradisjonell feminin «blikkfangsposisjon», noe som har mye til felles med Kristian Kjellings poseringer i reklamen til «Brun og Blid» (art. 3 s. 113). Hun er opptatt av kjønnsiscenesettelser i programkonsepter der man benyttet en *subkulturell* estetikk, der seksualisering og estetisering av mannskroppen blir brukt som en synliggjøringsstrategi i kontrast til en rådende norm (jf. Hebdige

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

1979).¹³ Mühleisen påpekte i 2002 at «dette er (ennå) ikke et trekk som kjennetegner menn i nærheten av makten» (Mühleisen 2002:132).

Fra en litt skeptisk mottagelse i 2002 (art. 3 s. 109) etablerte den metroseksuelle diskursen seg i perioden 2004-2006 som et bredt og allment tilgjengelig kulturelt fenomen i Norge. Jeg vil utdype dette med noen eksempler fra norske aviser gjennom 2000-tallet, som jeg ikke trekker frem i artiklene. I tillegg til karakteristikk som «narsissist» omtales han gjerne som «urban», ettersom han trives i nærheten av «metropolen» eller «storbyen» (Duckert 2005; Lie 2007; Solberg 2003; Wangberg og Kirknes 2005). Han blir i mange tilfeller karakterisert som et «sexsymbol» (se for eksempel Bie 2005; Bjørn og Bringedal 2006; Hovland 2006). Dette ordet opptrer enkelte ganger sammen med bilder av David Beckham og Kristian Kjelling, både i avklede og påklede posurer (se for eksempel Bleness 2003; Strand Larsen 2005). *Dagsavisen* skrev i 2005 at metroseksualiteten bidro til at mannen er «den nye kvinnen» (Hoffengh 2005).

Designer Kjell Nordström påpekte i 2008 at han var lei «metroseksuelle menn» som er «androgynne, overstylede og glossy» (Hauge 2008). I 2009 tok kjendispsykolog Kristin Spitznogle opp problemer som presumptivt melder seg for «homoseksuelle menn», ettersom det er vanskeligere å kategorisere etter seksuelle preferanser. Hun skriver: «Hvordan skal du imidlertid kunne vite at den kjekke og moteinteresserte mannen ikke bare er en heterofil metroseksuell?» (Spitznogle 2009). Den metroseksuelle mannen er genuint opptatt av

¹³ Hun trekker blant annet frem programmet «XS Genitalia Trend» som ble sendt på NRK 2 i 1997.

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

hud og utseende, tar gjerne «spa», «massasje» og «ansiktsmaske» (Brockfield 2004). *Adresseavisen* kunne i 2006 melde at «den metroseksuelle moten» endelig hadde kommet til Trondheim da forfatter Ari Behn besøkte byen med sine «høye hæler» og «dandy lignende sko» (Nicolaysen 2006).

I norske avisomtaler omtales den metroseksuelle utelukkende som en mann. Han er *selvdyrkende, urban, seksualisert, kjønnsoverskridende* og *utseendefokusert*. Disse karakteristikene bør ses i lys av at relativt betydningsfulle aktører innenfor norsk kultur og idrett blir trukket frem som «metroseksuelle forbilder», deriblant fotballspilleren John Carew, skuespiller Kåre Conradi og forfatter Ari Behn (Markovski 2004). Fra 2004 og fremover kommer en relativt betydningsfull *norsk metroseksuell diskurs* til syne, som ikke minst ble popularisert gjennom Kristian Kjellings Beckham-inspirerte iscenesettelser i reklamekampanjen for solariumskjeden «Brun og Blid» fra 2005, og suksessen til TV3s «Homsepatruljen» (art. 3, s. 112-114). Det spesifikke med den «nye» (metroseksuelle) mannen i norsk populærkultur på 2000-tallet i kontrast til 1990-tallets maskuline «blikkfangsposisjon», handler først og fremst om at menn som seksuelle og estetiske objekter i populærkulturen blir assosiert med idealisert maskulinitet som et bredt allment ideal.

2.4 Metroseksualitetens iboende dobbelthet

I artikkel 3 (s. 106-107) beskriver jeg hvordan metroseksualiteten representerer en «feminin» *se på meg*-posisjon for den norske mannen på 2000-tallet, inspirert av den britiske feministen Laura Mulveys (1975) begrep «to-be-looked-at-ness». Utgangspunktet for Mulvey er at særlig kvinner i den klassiske Hollywood-filmen, fremstilles som passive objekter for mannens (filmatiske) kontrollerende blikk. Med utgangspunkt i denne analysen er jeg opptatt av hvordan Beckhams passive posering som innebærer at metroseksualiteten bidrar til å bevege maskulinitetsnormene i populærkulturen. Men en slik karakteristikk kan nyanseres noe. Det norske homsemagasinet *Blikk* kunne i 2005 melde at Kristian Kjelling var «homsenes nye sexsymbol» etter at medlemmer fra TV3s «Homsepatruljen» roste håndballstjernen etter en TV-opptreden. Kjelling repliserte med en manér à la Beckham da han svarte at det er «hyggelig å gjøre inntrykk hos begge kjønn». På samme tid figureerte han i bar overkropp på forsiden av *Dagbladet* (Lippe 2010a). Da «Brun og Blid» lanserte sin store kampanje i 2006, dukket han opp på hundrevis av store reklamebilder i bar overkropp over det ganske land. Kjelling er en profilert landslagsspiller i håndball, noe som gir ham en privilegert posisjon i det norske nasjonale selvbildet (jf. Langeland 2009). Han er – som Beckham – også en profilert heteroseksuell familiemann (se Lippe 2010b:350), noe som trolig bidrar til å ufarliggjøre noe av åpenheten for et homoseksuelt begjær.

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

Det samme kan man også si om «Homsepatruljen», som riktignok bidrar til å synliggjøre homoseksuelle menn i offentligheten, uten at det er noen tvil om at mennene som får en *remake* i serien er heteroseksuelle. Den amerikanske maskulinitetsforskeren Steven Cohan skriver følgende om metroseksualiteten i det amerikanske «Queer Eye»: «[H]e is readable as «gay»; and too liberal to mind the mistake – but hands off, please!» (Cohan 2007:181). Denne mannen lar seg inspirere av (stereotypier omkring) homofile menn, men befinner seg på trygg avstand fra homoseksuelle praksiser. Selv om serien portretterer både homo- og heteroseksuelle menn, er det ifølge Cohan fint lite som utfordrer denne dikotomien.

Mens metroseksuell for Simpson i 1994 viste til urbane (homo- og heteroseksuelle) menn som var over gjennomsnittet opptatt av mote og design, var det først i 2002 Mark Simpson pekte ut Beckham som *Den* metroseksuelle. Da fikk diskursen bred appell.¹⁴ Fotballstjernen tilførte fenomenet nye egenskaper. Han er en markant representant for mannsfotballen, en idrett som har klare homofobe og kjønnskonservative holdninger (se Pronger 1990; Eng 2002; Whannel 2002). Beckham var radikal i idrettssammenheng når han ikke avviste den eksplisitte seksualiseringen som kom fra en mannlig fanskare etter en avkledd posering i homsemagasinet *Attitude* (se Coad 2008:181-182). Samtidig har han også utvetydig fremstått som nettopp heteroseksuell i media, noe som bidrar til å ta brodden av de mer kontroversielle sidene ved hans kjønnsiscenesettelse (se Rahman 2004).

¹⁴ Se for øvrig beskrivelsen av metroseksualitetens utvikling fra subkultur til massekultur i artikkel 3 (s.106-109).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

Fotballstjernen har et svært mangfoldig offentlig image, noe dette oppslaget i *Aftenposten* fra 2003 tydeliggjør:

[Beckham] er far, ektemann, arbeidergutten som har kommet seg frem på egen hånd, sexsymbol, et ideal i homsemiljøene, helt i popkulturens verden, moteidol, fotballstjerne og celebritet, men fremstår samtidig som «fyren i nabolaget» ute på handlekur. (Bleness 2003)

Det kan man si er metroseksualitetens iboende dobbelthet hva kommer til kjønn- og seksualitetsnormer: spennet mellom det *kjønnsoverskridende* og det *tilbakeskuende* eller *konservative*, noe som åpner for en rekke forhandlingsposisjoner vis-à-vis tradisjonelle maskulinitetsforståelser. Selv om det er snakk om motstridende elementer behøver dette ikke være et problem for metroseksualitetens innflytelse, kanskje tvert imot. Som Foucault påpeker kan en diskurs gjerne bestå av «diskontinuerlige» elementer som kan virke innenfor «forskjellige strategier» (Foucault 2001:112). Og det er trolig gjennom disse ambivalensene at diskursen kan få innpass både i populær- og mainstreamkultur.

2.5 En frigjørende eller en umoden figur?

Metroseksualitetens dobbelthet går mange forskere hus forbi, og jeg skal trekke frem to bidrag som på hvert sitt vis tydeliggjør problemet med en for snever forståelse av denne maskuliniteten. Det er utelukkende de mulige forskyvningene av tradisjonelle

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

maskulinitetsnormer David Coad trekker frem i den bredt anlagte boken *Metrosexual. Gender, Sexuality and Sports*.¹⁵ Coad er opptatt av passiviteten i se-på-meg-posisjonen og påpeker hvordan mannskroppen stiller seg naken for alles blikk – med den mulige (homo)seksualisering det kan innebære. Han spissformulerer: «The metrosexual male is not just desirable; he is fuckable.» (Coad 2008:34). Coad legger implisitt til grunn at dette er en *åpen* mannskropp, som bryter med en forestilling om hvordan den mannlige idealiserte kroppen skal fremstå: hard, usårbar, ugjennomtrengelig, dominant.¹⁶

Coad leser inn et frigjørende potensiale i en kropp som (på et symbolsk plan) er åpen for penetrering av de(n) andre. Han har klokkertro på den (kjønns)politiske betydningen og ser dette som intet mindre enn begynnelsen på en «revolusjon» med positive konsekvenser for menns holdninger til egen kropp, og til kvinner (2008:198). Dermed ser han bort fra hvordan metroseksualiteten, via eksplisitt heteroseksuelle sportsikoner som Beckham og Fredrik Ljungberg, også reproducerer mer konservative kjønnsaspekter ved det maskulinitetsidealet som fenomenet ifølge Coad destabiliserer. Et problem ved Coads analyse er at han i liten grad kontekstualiserer metroseksualiteten som et spesifikt fenomen i en historisk kontekst, og heller ikke knytter det opp til ideologisk-politiske prosesser i samtiden. Dermed blir påstanden om en metroseksuell kjønnspolitisk

¹⁵ Dette støttes til dels av Peterson og Anderson (2012:10), som imidlertid reserverer seg mot en bastant holdning til dette spørsmålet, siden dette gjelder en figur hvis popularitet og utbredelse i stor utstrekning skyldes moteindustri og reklame.

¹⁶ Jeg kommer tilbake til spørsmål om den harde og den åpne mannskroppen i kapittel 4.

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

«revolusjon» hengende i luften, uten at det blir klart hva slags strukturer Beckham bidrar til å endre.

En annen analyse som lider av noen av de samme problemene som Coad, dog med et diametralt annerledes kjønnspolitisk ståsted, er Knut Kolnar. Kolnar beskriver den metroseksuelle ved flere anledninger, blant annet i bøkene *Mannedyret* (2005) og *Pornotopia* (2011), kulturanalyser av samtidige maskulinitetsidealer med utgangspunkt i reklame, TV og film.¹⁷ I *Mannedyret* betrakter Kolnar metroseksualiteten som et symptom på et maskulint forfall i det han advarer mot «ubalanse og revner i [den mannlige heteroseksuelle] kjønnsidentiteten» (Kolnar 2005:41). Kolnar skriver et annet sted:

Psykologisk sett er denne [metroseksuelle] mannen en grandios narsissist; han lever i en evig pubertet, og bruker en stor del av livet til å utdype og spesifisere sine behov og til å forfølge sitt begjær. [...] Han blir til i de andres blikk; ikke bare i blikkene på gaten, i kafeene, i blikkene som erotiserer dagliglivet, i blikkene elskerne utveksler, eller blikkene fra filmen og reklameplakatene, men i det store blikket som hviler over hele mediesamfunnet. (Kolnar 2009:34)

I sitatet kommer den negative holdningen overfor metroseksualiteten uttrykk; den «nye» mannen på 2000-tallet lever i en «evig pubertet, han er umoden, ifølge Kolnar.

Selv om Kolnar har et blikk for noe av det som kjennetegner denne figuren, blir dette først og fremst en diagnose av det problem

¹⁷ *Mannedyret* er basert på hans doktorgrad i filosofi fra NTNU Det ambisiøse selv (2003). For en lengre kritikk av Kolnars bok, se Danbolt og Langeland (2005).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

som «hviler over hele mediesamfunnet», nemlig en utbredt selvopptatthet eller *narsissisme*. Det er derfor ikke overaskende at Kolnar et annet sted (på uironisk vis) siterer Mark Simpsons (ironiske) formulering, der sistnevnte sammenligner metroseksualiteten med «herpes» fordi den er «overalt» (Kolnar 2005:34). Det er viktig å ha med seg metroseksualitetens iboende dobbelthet i tillegg til å klargjøre metroseksualitetens forhold til en politisk-ideologisk og en kulturell kontekst, for å nyansere de potensielle forskyvningene som eventuelt kan finne sted gjennom en slik representasjon av mannen på 2000-tallet.

2.6 Den «nye» (metroseksuelle) mannen?

Som jeg trakk frem i innledningskapitlet får metroseksualiteten gjerne karakteristikkene den «nye» mannen i norske medier. I et historisk perspektiv er det ikke enestående at menn fremstår i posisjoner man i dag vil klassifisere som «feminine». Den britiske maskulinitetsforskeren Todd Reeser skriver følgende: «The figure of the metrosexual may be new, but the idea of the masculine incorporation of femine traits is far from new.» (Reeser 2010:220). Det finnes bl.a. en lang tradisjon i vestlig kunst- og kulturhistorie for fremstillinger av menn med *androgyn* trekk som relaterer seg til urgamle myter om mennesket som et tvekjønnet vesen.¹⁸

¹⁸ Androgyn; av aner mann, og gyne kvinne; foreningen av det som tradisjonelt forstås som mannlige og kvinnelige egenskaper (Hansen og Møller 2001:9).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

Allerede i Platons *Symposium* (385/380 f. Kr) formidler komediedikter Aristofanes at det finnes tre kjønn: mann, kvinnen og «mannkvinnen, androgynen». Hvert menneske besto ifølge dikteren opprinnelig av både mannlige og kvinnelig kropp, og for Aristofanes representerer dette fullkomne individer. Med fullkommenheten følger også overmotet; den androgynen nøyde seg ikke med å være underkastet gudene og gjorde opprør. Straffen var brutal, og Zevs delte menneskene inn to separate kjønn (Ebbestad Hansen og Møller 2001:21). Den amerikanske queerforskeren Judith (Jack) Halberstam påpeker at androgynien i den vestlige kulturen representerer en form for harmoniserende kjønnsblanding mellom det mannlige og det kvinnelige (Halberstam 1998:57).

I den europeiske renessansen, der man så tilbake til den greske kulturen, trer «mannkvinnen» på 15- og 1600-tallet frem som et viktig symbol, både innenfor visuell kunst og litteratur. Hos en forfatter som Shakespeare finnes eksempel en spenning mellom en maskulin individualistisk etikk, og en forestilling om menneskenes gjensidige avhengighet symbolisert gjennom den androgynen (Tiffany 1995:34). Hos renessansekunstnere kan man snakke om en vesentlig «feminisering» av mannlige skikkelser som i Leonardo da Vincis *Johannes døperen* eller Donatellos bronseskulptur *David* (Hansen og Møller 2001:63-69). Carravaggios *Amor Vincit Omnia* (1602) avbilder en naken androgyn amor med et vellystig blick (Fritz 2001:55).

I fransk og europeisk malerkunst i perioden fra det sene 1700-tallet til slutten av 1830-årene trer en avkledd androgyn mannskropp

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

frem som en framtrædende figur. Denne karakteren er avbildet i passive positurer, ladet med et (ofte) utslørt erotisk potensial. Den amerikanske kunsthistorikeren Abigail Solomon-Godeau beskriver en utbredt produksjon av bilder med androgyne eller feminiserte menn omkring rundt år 1800 hos kunstnere som David og Ingres. Hun fortolker dette som at den dominerende maskuliniteten inkorporerer femininitet (Solomon-Godeau 1993:298).

Ifølge Solomon-Godeau står den idealiserte androgyne skjønnheten på det sene 1700-tallet frem som emblemet for en «krise» i representasjonen av maskulinitet i kjølvannet av den franske revolusjonen og en betydelig politisk, sosial og kulturell transformasjon.

The crisis of masculinity is [...] the decisive turning point during which a pre-modern ideology of masculinity was historically replaced by new visual regimes of pleasures and desire in which femininity would thereafter occupy centre stage. (1993:287)

Den androgyne bidrar ifølge Solomon-Godeau til å avvikle «pre-moderne» representasjoner av maskulinitet som en forberedelse til et nytt visuelt regime der kvinnen skulle fremstå som det dominerende visuelle objekt (1993:306).

Det er altså ikke nytt at mannen i både passive eller «feminiserte» positurer trer frem som et viktig visuelt objekt i den vestlige visuelle kulturen. I den forstand er ikke metroseksualiteten på 2000-tallet unik. Metroseksualitetens kjønnsflertydighet kan ha noe til felles med 1700-

2 *Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet*

tallets androgyne ideal. Samtidig er det også forskjeller: metroseksualiteten er med sin kjønnsmessige dobbelthet trolig mindre feminin enn 1700-tallets androgyne. Metroseksualiteten representerer ikke en entydig feminisering av den (hetero)seksuelle mannen, ei heller en definitiv opposisjon til mer tradisjonelle maskulinitetsoppfatninger. Det er heller snakk om en kulturell mellomform der det oppstår reforhandlinger av kjønns- og seksualitetsnormer innenfor populærkulturen

2.7 En mottype?

Innflytelsen til den nakne kvinnen som et visuelt objekt fra begynnelsen av 1600-tallet og fremover skulle forskyve den (unge) androgyne mannen som et dominerende objekt for erotiske fantasier innenfor malerkunsten. Dette var et fundamentalt «skifte», og den estetiske kategorien «naken» skulle i det følgende århundret først og fremst bli assosiert med kvinnekroppen (Solomon-Godeau 1993:286). I løpet av de første tiårene av det 19. århundre overtok den nakne kvinnen, fremfor den nakne mannen, som et dominerende visuelt objekt i fransk (og europeisk) malerkunst. Kvinnen skulle fra 1800-tallet og fremover mot det 20. århundret fremtre som det visuelle objekt *per se* (Lucie-Smith 1987:64).

Vendingen innenfor den vestlige visuelle kulturen forekommer parallelt med at den europeiske vitenskapen gjennom 1800-tallet etablerte en tokjønnsmodell der mannen og kvinnen ble betraktet som

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

vesensforskjellige (jf. Laqueur 1990). Menn representerte i første rekke individet, og motpolen var et eksplisitt kjønnnet vesen, kvinnen (Steorn 2006:57). Samtidig begynte legevitenenskapen å klassifisere mennesker ut fra nye seksuelle kategorier, med en ny sammenkobling av personlighet og seksuelle handlinger. En ny seksuell «art» kom her til syne – den homoseksuelle i kontrast til den heteroseksuelle (Foucault 2001). Kunnskapsproduksjonen viser hvordan samfunnet sosialt og politisk til en hver tid både fortolker og produserer seksualitetens «naturlighet».

I et slikt klima med nye og konsekvent essensialiserende grensdragninger knyttet til kjønn og seksualitet, dukker den androgyne opp som en *mottype* til et normativt maskulinitetsideal (Mosse 1995:93). Såkalte «umannlige» menn og «ukvinnelige» kvinner fikk en ny og markert synlighet i metropoler som Paris, London og Berlin. Kvinnesaken og diskusjoner om menn som hadde sex med menn utgjorde en utfordring for en rådende seksualmoral (1995:78). Feminine menn ble sett på som et vesentlig problem, og den androgyne stod som emblem for en dekadanse og en samfunnsmessig degenerering (1995:83). Dette var særlig gjeldende for 1890-tallets *flaneur* eller *dandy* personifisert gjennom Oscar Wilde og Charles Baudelaire (se Kaye 2009). I motsetning til metroseksualiteten dyrket ikke dandyen en atletisk kroppskultur, men ønsket å beholde klærne på og privilegerte en åndelig eller intellektuell sfære (Coad 2008:22-23). Samtidig kan ikke Beckham (som dandyen) sies å representere en

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

«motype», men befinner seg snarere midt i kulturens dominerende maskulinitetsideal.

I europeisk sammenheng kommer den androgyne mannen til uttrykk på det sene 1700- og 1800-tallet som figurer ved to århundreskifter. Dette utgjør historiske paralleller til metroseksualitetens tilsynekomst mot slutten av det 20. århundret: disse «feminine» figurene kommer til syne i kulturelle overgangsfaser. Samtidig er det også vesentlig å få frem den tydelige motstanden som kommer til uttrykk på ulike fronter og i ulike former, for å forstå den historiske spesifikke konflikten mellom den «nye» og den «tradisjonelle» mannen på 2000-tallet.

2.8 Retroseksualitetens tilsynekomst

Mark Simpson introduserte betegnelsen «retrosexual» slik i 2003:

Beckham is the übermetrosexual, not just because he rams metrosexuality down the throats of those men churlish enough to remain retrosexual and refuse to pluck their eyebrows, but also because he is a sportsman, a man of substance – a «real» man – who wishes to disappear into surfaceness in order to become ubiquitous – to become media. (Simpson 2003, min utheving)

Uttrykket dukker interessant nok opp i en bisetning for å beskrive menn som står i kontrast til Beckham. Det ble plukket opp av flere, og den humoristiske boken *The Retrosexual Manual: How to Be a Real Man*, fra 2008, kommer med følgende karakteristikk:

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

What is a retrosexual? The opposite of a [...] metrosexual—those contemporary men who are unsure if she's a girl, woman, lady, or a Ms. [...]. Because what a woman wants is a real man—the hairier, louder, and more dominant the better. It's time to go back to basics—back to when men were men and women made breakfast the morning after. (Beasley 2008)¹⁹

Forskjellen mellom Simpsons formulering i 2003 og Beasleys fremstilling i 2008 er slående: for sistnevnte representerer retroseksualiteten en bestemt type – «a retrosexual».

Utviklingen fra 2003-2008 bør bli forstått på bakgrunn av særlig ett fenomen på 2000-tallet: innflytelsen til «new lad». Dette er opprinnelig en representasjon av maskulinitet med utspring på 1990-tallet som handler om den unge mannen i britiske magasiner som magasinet *Loaded* (1994-), *Maxim* (1995-) og *FHM* (1996-). Det har blitt hevdet at denne figuren representerer – blant flere ting – en reaksjonær lengsel etter en patriarkalsk tidsalder (Whelahan 2000:6).

«New lad» etterfulgte den såkalte «new man» i den angloamerikanske mediekulturen på 1980- og 1990-tallet. Den sistnevnte figuren inkorporerte tradisjonelt feminint konnoterte trekk og ble sett på som sensitiv og endringsorientert. Mens forgjengeren var rimelig feministisk orientert, er «new lad» en reaksjonær mann med pre-feministiske verdier knyttet til sex, sport, alkohol og pornografi (Edwards 2006:39-40). Den britiske feministen Imelda Whelehan gir følgende karakteristikkk:

¹⁹ Sitatet er fra bokens vaskeseddel.

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

Everything about the new lad suggests anxiety about the future of the male in a world where feisty women seem to be multiplying, perhaps explaining the fervor attempts to reduce [...] women to pin-up status (Whelehan 2000:73).

«New» lad hadde også et gjennomslag i USA, og kan bli sett på som en forløper for noen populærkulturelle amerikanske fenomener som skulle gjøre seg gjeldende på 2000-tallet: den såkalte «fratire», «renaissance», «new macho», bestselgere som *Alphabet of Manliness* (Maddox 2005) og *Real Men Don't Apologise* (Belushi 2009) er verdt å nevne. Uttrykkene og boktitlene har forskjellig form og fokus, fellestrekket er at de på ulike måter fremhever den hvite, heteroseksuelle middelklassemannens nytelser. Det blir lagt vekt på at menn skal finne tilbake til sine «naturlige» privilegier gjennom «male bonding» (se Cross 2008).

Uttrykket retroseksualitet brukes i dag som et markedsføringsbegrep for å selge klær og ulike artefakter, som på nettsiden *retrosexualclothing.com*. Men i motsetning til metroseksualiteten (Beckham) er det derimot ikke klart *hvem* som representerer den retroseksuelle mannen på 2000-tallet. Det nærmeste man kan komme et ikon for en tilbakeskuende maskulinitet i den angloamerikanske populærkulturen på 2000-tallet, er trolig karakteren Don Draper (John Hamm) fra den populære 60-talls-inspirerte dramaserien «Mad Men». Kjønnss forsker Lars Rune Waage (2013) påpeker at «Mad Men» først og fremst handler om å beskrive tiden der kjønnssystemet fremstår som «mindre komplekst og enklere enn det er

2 *Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet*

i dag». Han hevder at det er et konstruert bilde av en tid der maskulinitetene fremstår som mindre kompliserte enn på 2000-tallet.

Den spanske kulturforskeren Katixa Agirre (2012) ser «Mad Men» som et symptom på en bredere mentalitet som har bredt seg i det internasjonale mediebildet; det handler om å tillate en utilslørt sexisme gjennom fiksjonens fremstilling av fortidens kjønnsideal. Draper ble for øvrig kåret til verdens mest innflytelsesrike mann av internettmagasinet *askmen.com* i 2008 – en tittel Beckham erobret i 2006. Selv om dette ikke nødvendigvis vitner om et kulturelt *skifte* fra *metro* til *retro* peker det mot en interessant bevegelse: i den angloamerikanske populærkulturen på 2000-tallet har det vært en økende tendens mot å søke tilbake til «tradisjonelle» fremstillinger av menn og maskulinitet gjennom tiåret. Dette relaterer seg særlig til hvordan krigeren og et rendyrket macho-ideal også sakte, men sikkert har fått en økende kulturell legitimitet (art. 2, s. 321). En liknende utvikling har også kommet til uttrykk i en norsk kontekst.

2.9 En norsk retroseksuell motdiskurs

«Manshow» og *Alfa* forsøker å latterliggjøre og diskreditere den norske (metroseksuelle) mannen som «jålete» (art. 1, s. 281; art. 2 s, 318), og når uttrykkene retroseksuell(e)/retroseksualitet blir omtalt i flere norske aviser i årene 2005-2011 er det den samme tendens som går igjen: her er mannen som først og fremst *ikke* er metroseksuell (for eksempel Stavanger Aftenblad 2005; Stølan 2011; Welhaven 200).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

Men holdningene i disse oppslagene hadde allerede inntatt en posisjon i den norske offentligheten: i 1996 ble tegneseriekarakteren *Pondus* presentert, og skulle gjennom det neste tiåret bli en av Norges mest leste tegnerier. Serien omhandler den heteroseksuelle «hverdagsmannen» Pondus (Patrick), som er opptatt av fotball, øl og kvinner. Ifølge en kommentator utgjør den svært populære serien en «harrymaskulin motpol» til kjønnsrollemønsteret på 2000-tallet. (Harper 2005:109). I *Pondus* nyter menn sine «gutteaktige gleder» (Gabrielsen 2006).

I 2004 ble det norske *FHM* utgitt for første gang og ble raskt en suksess med svært gode salgstall. Det første året hadde magasinet et imponerende opplag med rundt 50.000 eksemplarer i gjennomsnitt. Daværende redaktør Stig Jakobsen mente at magasinet traff en «tidsånd», og proklamerte at det skulle være «harry med en stor selvbevissthet» (Møller Solheim 2004). Feminist Helle Vågland karakteriserte magasinet på sin side som «ironisk sexism» (Vaagland 2004). I løpet av det neste tiåret skulle magasinet etablere en viktig posisjon som en nisje og et livsstilsmagasin for norske menn. Populariteten til *Pondus* og *FHM* bidro til at trekk ved New Lad-maskuliniteten ble popularisert til et bredt norsk publikum på 2000-tallet.

Dette var trolig medvirkende til at norske tv-kanaler kastet seg på trenden. Høsten 2006 lanserte TV2 Zebra «Manshow» – programmet for «ekte mannfolk». Samme høst presenterte kanalen humorprogrammet «Golden Goal» (2006-), et såkalt «folkelig

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

talkshow» med «minneverdige øyeblikk» fra idrettshistorien. Programmer som dette gjorde at TV 2 Zebra har blitt karakterisert som en «guttekanal».²⁰ I 2010 ble *Alfa* lansert og TVNorge presenterte «mannekanalen» *Max* som representerte «tradisjonelle» verdier for den norske (heteroseksuelle) mannen. Under lanseringen skrev kanalens kommunikasjonsdirektør Svein Tore Bergestuen at: «vi» (norske, heteroseksuelle menn) *ikke* hadde blitt «metroseksuelle», «kaffe latte-drikkende» og motebevisste» (Bergestuen 2010).²¹

Retroseksualiteten samler seg om en *antimetroseksuell* posisjon (art. 3, s. 119) der metroseksualiteten blir symbolet på en «falsk» eller ikke-autentisk maskulinitet (art. 1, s. 284-285). Michel Foucault bruker begrepet *motdiskurs* for å peke på en diskurs som utfordrer en dominerende diskurs i en bestemt kontekst (Foucault 2001:111). Motdiskursen blir synlig gjennom en dialog og forhandling omkring en *flytende betegn*, et flertydig tegn som ulike diskurser kjemper om definisjonsmakten til. Metroseksualitetens og retroseksualitetens aktører kjemper om å avgrense og ta kontroll over forståelsen av den flytende betegnelsen «mann» i norsk populærkultur (art. 3, s. 118).

Sosiologen Arve Hjelseth påpeker at den «tradisjonelle maskuliniteten» i «Manshow» står overfor en «renessanse» og genererer mye «symbolsk kapital» i dag (Hjelseth 2013:102). Det er nok riktig, men det er samtidig viktig å få frem at retroseksualiteten på

²⁰ Se: <http://www.kampanje.com/medier/article5378502.ece> (12.05.2014)

²¹ Kronikken stod på trykk i nettavisen E24. På tross av at kronikken ikke stod i en riksdekkende avis, vakte den oppmerksomhet da NRK gjorde den til en sak både på radio og nrk.no. Undertegnede var for øvrig en av dem som uttalte seg om Bergestuens utspill.

2 *Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet*

2000-tallet i en norsk kontekst først og fremst fremstår som en motdiskurs overfor den mer etablerte og dominerende metroseksualiteten. Det er også vesentlig at motstanden i *Alfa* og «Manshow» først og fremst er relevant for en *bestemt type* maskulinitet i *visse deler* av norsk populærkultur. Samtidig signaliserer dette en konflikt som ikke er unik for norsk populærkultur på 2000-tallet.

2.10 Tradisjonell, retro og nostalgi

Den «nye mannen» og den «tradisjonelle mannen» er flerfoldige og rivaliserende fenomener og uttrykk under stadig konstruksjon (Nordberg 2004:7), som brytes mot hverandre på ulike historiske tidspunkter. Den amerikanske maskulinitetsforskeren Michael Kimmel har beskrevet hvordan det rundt år 1900 i en amerikansk kontekst oppstod en reaksjon mot tilsynekomsten av en såkalt «ny» utadvendt og relasjonsorientert mann i offentligheten. Dette ble av mange sett på som et symptom på en kulturell degenerering der maskuliniteten hadde blitt, myk, feminin og svekket. En løsning var en flukt ut i aktiviteter som boksing, turgåing, fotball og baseball for å gjenerobre en mannlighet som mange følte hadde gått tapt. Det handlet om jakten på en maskulin essens (Kimmel 2005:44). Uttrykket «ekte mannfolk» var på samme tid svært populært i en skandinavisk kontekst knyttet til en redsel for at menn var i ferd med å miste sin «naturlige» mannlighet (Frykman 1997:11).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

En slik konflikt mellom det «nye» og det «tradisjonelle» er ikke unik for perioden rundt år 1900: i den innflytelsesrike boken *Mannen* (1991) kritiserte den amerikanske poeten og foredragsholderen Robert Bly den «nye» og sensitive 1970-talls mannens passivitet, og hevdet at det finnes en «diger, primitiv skapning» i bunnen av alle (heteroseksuelle) menn, som bare kan komme til uttrykk et rituelt mannlige fellesskap (Bly 1991:21).²² Bly gjestet Norge i 1994. En av de mange (mannlige) deltakerne under hans workshop på en hytte i Nordmarka utenfor Oslo, beskrev hvordan den amerikanske forfatteren satte ord på «dype frustrasjoner og savn blant mange av tidens menn» (Jensen 1994:3). Et «savn» og en «lengsel» etter en «primitiv» maskulinitet finnes også hos retroseksualiteten på 2000-tallet, dog i litt annen forstand enn det Bly etterlyste på det tidlige 1990-tallet.

Grunnen til at jeg omtaler metroseksualiteten og retroseksualiteten som eksempler på «nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter, handler for det første om at disse ordene anvendes som karakteriseringer av disse fenomenene på 2000-tallet (se f.eks. Hjelseth 2013; Hålien 2003). For det andre er jeg opptatt av å analysere *prosesser* i samtiden som legger grunnlaget for en pågående konstruksjon av forestillinger om fortiden. Et fellestrekk i relasjonen mellom «nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter på forskjellige historiske tidspunkter, handler om en konflikt mellom det «ekte» eller

²² I Norge dukket betegnelsen « den nye mannen» opp på 1970-tallet via den politiske mannsbevegelsen, og ble assosiert med androgynitet, kjønnsfleksibilitet samt omsorgsfulle og sensitive sider (Breivik 2013:183). Mannsbevegelsen hadde til hensikt å befri mannen fra en tradisjonell « mannsrolle», og ønsket at han skulle bli mer harmonisk og følsom (Hill 2007:14).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

«autentiske» i kontrast til det «falske» eller «inautentiske». Retroseksualiteten står frem som et eksempel på en «tradisjonell» maskulinitet på 2000-tallet, som blir populær ved å appellere til større grupper enn mennene som i utgangspunktet deler idealene som blir framstilt (Hjelseth 2013:109). Dette henger trolig sammen med formen og de distanserende virkemidlene som gjennomsyrrer den tilbakeskuende bevegelsen.

Artikkel 1 analyserer hvordan «Manshow» idylliserer tidligere tiders maskulinitetsidealer (art. 1 s. 287), og artikkel 2 viser hvordan *Alfa* bruker 1980-tallets filmhelt *Rambo* som en sentral referanse (art. 2, s. 320). I analysen av disse retrospektive bevegelsene har jeg latt meg inspirere av den britiske kritikeren Simon Reynolds (2011), som hevder at 2000-tallets populærkultur preges av en gjennomgående *retromani*. Reynolds viser særlig til popmusikken der innflytelsesrike band resirkulerer stilelementer fra tidligere tider (*Arctic Monkeys* eller *Daft Punk*), fortidens storheter som samles igjen for å turnere på 2000-tallet (f.eks. *The Who*, *Sex Pistols*). Poenget til Reynolds er at den tilbakeskuende orienteringen har blitt en *dominerende kulturell kraft*. Denne retrospektive tidsånden handler ifølge Reynolds ikke om en flukt fra nåtiden, men derimot om en sammensatt appropriering av fortiden.

Reynolds' analyse har fellestrekk med filmteoretikeren og kunsthistorikeren Kaja Silvermans studier av retroklær som et motefenomen. Silverman legger vekt på at retrostil skaper en ironisk distanse mellom iscenesettelsen og en tidsmessig opprinnelse; det

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

handler om en tiltrekning mot objekter som en gang var verdsatt, men som nå er blitt forlatt og som plasserer betrakteren i et nettverk av kulturelle og historiske referanser: «It makes clear that the past is available to us only in a textual form, and through the mediation of the present.» (Silverman 1986:150-151). Retro innebærer et potensiale for å distansere seg fra historisk undertrykkende representasjoner.

Den britiske feministen Imelda Whelehan argumenterer i en innflytelsesrik analyse for at 1990-tallets representasjon av kjønn i populærkulturen gjennomsyres av en *retrosexisme*. Hun definerer dette som en reaksjonær tendens i representasjonen av kjønn med en «nostalgia for a lost, uncomplicated past». Hun kommer med et kjønnspolitisk *statement* når hun hevder at tilsynekomsten av magasiner som *Loaded*, *Maxim* og *FHM* er «symptomatic of a real fear about a future where male hegemony might be more comprehensively and effectively attacked than has so far been the case» (Whelehan 2000:11). Hun har et poeng, men samtidig blir dette også et noe snevert utgangspunkt for en kulturanalyse.

Denne avhandlingen posisjonerer seg mellom Whelehans *kritiske* og Silvermans *positive* holdning til retro-fenomenet. For retro har nære forbindelser med *nostalgi*, lengselen etter fortiden. Nostalgien er heller ikke opptatt av det faktisk historiske, men det idealisert historiske (Johannisson 2001:147). Når jeg snakker om retro i avhandlingen handler det særlig om en tilbakeskuende tendens i populærkulturen, og når jeg snakker om nostalgi er jeg mer opptatt av fortidsorienteringen i et bredere kulturelt og samfunnsmessig

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

perspektiv. I artikkel 1 baserer jeg analysen av de nostalgiske tilbakeblikk på perspektiver hos kulturteoretikerne Linda Hutcheon (1998) og Svetlana Boym (2001). Disse teoretikerne gjorde meg i stand til å forstå hvordan «Manshow» og retroseksualiteten både kritiserer samtiden og ironiserer over, samt idylliserer, fortiden (art. 1, s. 288).

Samtidig er det viktig at på 2000-tallet finnes en *politisk nostalgi* som har en svært sterk posisjon i en europeisk og angloamerikansk kontekst (Dionne jr. 2012). Med referanse til den tyske kulturteoretikeren Walter Benjamin trakk den amerikanske kulturforskeren Wendy Brown i 1999 frem venstresidens *politiske melankoli* som et gjennomgående problem, ettersom man klamrer seg til «the formations and formulations of another epoch» (Brown 1999:22). Høyreekstremer og fascistiske bevegelser i dagens Europa har på 2000 tallet – i motsetning til i mellomkrigstiden – et gjennomgående ønske om å «skru tiden tilbake». Anders Behring Breiviks «Manifest» er ifølge Jørgen Lorentzen preget av en sentimental nostalgisk drøm om en stabil familie som holder sammen (Lorentzen 2013). Det tilbakeskuende blikket mot fortiden er en lengsel som har gjennomsyret det moderne vestlige samfunnet gjennom århundrer (se Bendix 1997). Men i bestemte tider blir nostalgien særlig markant og betydningsfull – 2000-tallet er en slik periode, noe som har konsekvenser for min kritiske tilnærming til retroseksualiteten.

2.11 Postmodernisme, postfeminisme og refleksivitet

«Manshow» kan klassifiseres som et *postmodernistisk* fenomen (art. 1, s. 278) Den amerikanske kulturforskeren Wendy Brown kommer med følgende refleksjon over post-betegnelsen: «[T]he prefix «post» signifies a formation that is temporally after but not over [...]» og hun legger til – «a present whose past continues to capture and structure it» (Brown 2010:21). Ifølge Wencke Mühleisen er postmodernistisk estetikk selvrefererende og sitatpreget med stilblanding, lek med betydning og konvensjoner. Hun fremholder at 1990-tallets norske medieuttrykk innebar en spredning av denne formen for betydningsspill, og representerte et «skifte» i forståelseshorisont med (minst) to konsekvenser med betydning for kjønnsiscenesetninger. På den ene side parodiering og resirkulering av tidligere kulturelle uttrykk som en utforskning av sosiale forståelsesformer og endringsmuligheter, på den annen ønsket om at kjønn skal utgjøre en trygg forklaringsmodell i en fragmentert verden. Postmodernisme representerer «ikke et farvel med moderniteten», snarere en «refleksjon» som innebærer nye «spørsmål og forbindelser» (Mühleisen 2002:15).

En slik beskrivelse av post-betegnelsen er også betegnende for «Manshows» som et *postfeministisk* fenomen. Med postfeminisme mener jeg mangetydige og motsigelsesfulle kulturelle fenomener innenfor den samtidige mediekulturen der det forekommer forhandlinger, kritikker, karikeringer og problematiseringer av

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

feministiske posisjoner. De amerikanske feministiske kulturforskerne Yvonne Tasker og Diane Negra beskriver postfeminismens motsetningsfulle karakter på følgende vis:

Postfeminism is [...] inherently contradictory, characterized by a double discourse that works to construct feminism as a phenomenon of the past, traces of what can be found (and sometimes even valued) in the present; postfeminism suggests that it is the very success of feminism that produces its irrelevance for contemporary culture. (Tasker og Negra 2007:8)

Den «doble diskursen» Tasker og Negra omtaler illustrerer bevegelsene den britiske feministen Rosalind Gill mener er sentralt for representasjonen av kjønn i 2000-tallets medieuttrykk, nemlig «having it both ways». Altså muligheten til å uttrykke konservative holdninger til kjønn, mens man samtidig på raffinert ironisk vis påstår at det var ikke det man *egentlig* mente (Gill 2007:158). Som et postfeministisk fenomen innebærer retroseksualiteten spenninger mellom forskyvning og motstand innenfor en og samme kulturelle tekst. Dette medfører ikke bare et spill med populærkulturelle referanser, men også forhandlinger med politiske og samfunnsmessige spørsmål.

«Manshow» forholder seg til en samtidig likestillingsdebatt, mens *Alfas* representasjon av en «krigerkultur» er resultatet av en ønsket omstilling av forsvaret. Reportasjen «Norge i krig» fikk igjen konsekvenser for mediediskusjonen om styrkenes innsats i Afghanistan, og førte til en debatt innad i forsvaret vedrørende etikk og menneskesyn (art. 2, s. 315, 324). Dette er et eksempel på hvordan

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

forskjellige institusjoner og aktører påvirker hverandre i den samtidige norske kulturen. Dette peker mot at *refleksiviteten* trolig utgjør en viktig del av nær sagt alle dimensjoner i Norge på 2000-tallet, ikke minst hos retroseksualiteten. Den britiske sosiologen Anthony Giddens beskriver refleksivitet som en situasjon der aktører og institusjoner speiler seg og gjensidig påvirker hverandre. Giddens skriver at:

[S]osiale praksiser konstant undersøkes og omformes i lys av innkommende informasjon om de samme praksiser, og følgelig endrer [de] sin karakter på grunnleggende vis. [...] [B]are i modernitetens æra er revisjonen av konvensjonene radikalisert til å gjelde (i prinsippet) alle aspekter ved menneskelivet [...] (Giddens 1997:35).

Dette står i kontrast til situasjoner der handlinger er et resultat av tradisjoner, normer eller bestemte kulturelle føringer.

Det vesentlige her er at «alle aspekter ved menneskelivet» ifølge Giddens «i prinsippet» transformeres på bakgrunn av «informasjonen» om aktuelle «sosiale praksiser». ²³ I motsetning til Giddens, som har en tendens til å betrakte refleksivitet som en rasjonell, kalkulerende og teleologisk prosess (Gross og Simmons 2002), er jeg mer opptatt av de uensartede og motsetningsfulle maskulinitetene som kommer til uttrykk i «Manshow» eller *Alfa* som et resultat av dialogen med et offentlig ordskifte. Gjennom den refleksive posisjonen kommer kanskje det mest

²³ Her mener jeg imidlertid ikke at *alle* sider ved alle praksiser på 2000-tallet innebærer det man kan karakterisere som «full refleksivitet», i den forstand at de betraktes av aktørene selv og andre som fullstendig frie og gjennomtenkte uten referansen til klasse-, kjønne- eller radikaliserende erfaringer (jf. Flemmen 2011:239).

2 Metroseksualitet og retroseksualitet på 2000-tallet

særegne og spesifikke med retroseksualiteten frem, nemlig hvordan denne «tradisjonelle» maskuliniteten eksplisitt forhandler med likestillingspolitiske diskurser i samtiden. Dette gjør at det «ekte» og «autentiske» blir iblandet det samfunnsmessige og kulturelle, noe som plasserer denne representasjonen av mannen i en ambivalent og motsigelsesfull posisjon.

3 Kulturteoretiske perspektiver

Dette kapitlet presenterer avhandlingens kulturteoretiske perspektiver. Jeg skal utdype forståelsen av kultur og populærkultur, og forklare hvordan jeg anvender *hegemonibegrepet*. I tillegg skal tydeliggjøre min forståelse av *artikulasjonsbegrepet* og *antagonisme*. Kapitlet gir en teoretisk ramme for å perspektivere brytningene mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten og bevegelsene av forskyvning og motstand mellom disse maskulinitetene.

3.1 Kultur og populærkultur

Reklamebildet med Kristian Kjelling, «Manshow» og *Alfa* er fenomener som kommer til uttrykk i en norsk kontekst på 2000-tallet, og når ut til mange mennesker som en del av *populærkulturen*. *Kultur* forstår jeg som systemer av delte meninger og verdier, og de symbolske formene der meningene og verdiene kommer til uttrykk (Burke 1994:x).²⁴ Kultur viser til betingelser for kommunikasjon og handler særlig om en felles virkelighetsforståelse. Ifølge den britiske kulturforskeren Raymond Williams (1986) har termen *populær* flere overlappende betydninger: det som ikke er «høy» eller «lærd» kultur, folkekultur, det som omfatter dagliglivets innhold, eller som når ut til

²⁴ Kulturbegrepet er trolig et av de mest komplekse ordene i det vestlige vokabularet. Gjennom historien har det blitt utrustet med et vekslende meningsinnhold i ulike sammenhenger og for ulike formål. Det er også, for å si det forsiktig, svært omdiskutert. For de mangfoldige betydningene knyttet til kulturbegrepet, se blant annet Williams (1977).

3 Kulturteoretiske perspektiver

mange. Slik jeg forstår populærkultur trekker begrepet på alle disse forståelsene, men peker vanligvis på fenomener med et relativt stort gjennomslag og betydelig påvirkningskraft (se Barker 2007). Når jeg snakker om populærkultur i avhandlingen er det først og fremst – men ikke utelukkende – medieuttrykk jeg refererer til: TV-programmer, magasin-artikler, reklamer, filmer og avisoppslag.

Litteraturkritikeren Ane Farsethås påpeker at i Norge på 2000-tallet er det «vanskelig å forestille seg et indre liv uten et betydelig innslag av referanser til film, tv, plater og bøker som en konstituerende del av bevisstheten» (Farsethås 2011:14).²⁵ Populærkulturens representasjoner eksisterer ikke bare «der ute», men tilbyr mennesker meningskart som bevisst og ubevisst blir internalisert og forhandlet med når «vi» blir en del av «vår» kultur (Hall 1997:28). De blir viktige for det den italienske filosofen Antonio Gramsci karakteriserer som *common sense*-oppfatninger; sunn fornuft eller intuisjon, det lett tilgjengelige i bevisstheten, de ufiltrerte meningene, spontane tanker og ytringer. Ifølge Gramsci eksisterer kunnskap, progressive visjoner og reaksjonære fordommer side om side (Gramsci 2000:326). For Gramsci er det her subjekter interagerer med (populær)kulturen og integrerer den i en motsetningsfull forestillingsverden. Det er på dette planet at politisk-ideologiske konflikter brytes mot hverdagslivets trivielle aktiviteter, og får betydning for enkeltmenneskets bevissthet.

²⁵ Sitatet er hentet fra en lesning av Karl Ove Knausgård's mye omtalte roman *Min kamp* (2009).

3.2 Populærkulturens mellomposisjon

At metroseksualiteten blir en del av en common sense-posisjon i Norge på 2000-tallet, gir antimetroseksualiteten hos «Manshow» og *Alfa* en indikasjon på; det er noe med det aggressive tonefallet i motstanden mot «metrosex» som signaliserer at her er det snakk om en diskurs som har befestet sin posisjon i den folkelige bevisstheten (art. 3, s. 118-119). Jeg tror også det er her fenomenet oppleves som en risiko, og danner et utgangspunkt for konfrontasjoner. For å forstå slike spenninger trekker jeg i artiklene på de britiske kulturstudiene og særlig kulturteoretikeren Stuart Hall (1981, 1996) som legger vekt på at «det populære» ikke er konstant, men en del av en større konflikt om det høye og lave – eller hva som skal, og ikke skal, ha status og posisjon.²⁶ Hall er særlig opptatt av uttrykk som er ekskludert fra og står i opposisjon til bestemte normgivende praksiser – «dominant kultur» i kontrast til «underordnet kultur».

Populærkulturen representerer for Hall en *mellomposisjon* mellom dominante og underordnede posisjoner, og viser til institusjoner, kulturelle former og praksiser der forhandlingene mellom disse posisjonene kommer til uttrykk (Hall 1996:294). Den britiske kultur- og kjønnsforskeren Sean Nixon karakteriserer dette som «the

²⁶ Denne tradisjonen går også under navnet Birminghamskolen. Forskere som Williams, Hall, Richard Hoggart og Angela McRobbie har vært sentrale skikkelser. Det har fra oppstarten på 1960-tallet vært en multidisiplinær retning. Et marxistisk tankegods har imidlertid ligget som en grunnbjelke helt frem til i dag (se blant annet Williams 1977; Valentine 2007). Jeg kommer ikke til å bruke plass på å gjengi diskusjoner og brytninger innenfor denne tradisjonen her. For en oversikt over de viktigste begrepene og retningene, se Barker (2007). For gode antologier som gir innsikt i de sentrale spørsmål i denne tradisjonen, anbefaler jeg særlig Morley og Chen (1996), samt Hall og Birchall (2007).

3 Kulturteoretiske perspektiver

hybrid space of popular culture» (Nixon 1997:256). Populærkulturen kan integrere praksiser fra *alternativ kultur*, som igjen kan inkorporeres i den dominante kulturen (jf. Williams 1977). Jeg betrakter populærkulturen som et mangefasettert rom mellom *mainstreamkultur*, eller allment aksepterte forestillinger, normer og oppfatninger i en bestemt kontekst, og *alternativ kultur* som på ulike måter står i kontrast eller i opposisjon til det etablerte. Mainstreamkultur viser til uttrykk med en sentral posisjon i en bred offentlig samtale, alternativ kultur til mer marginale posisjoner, som likevel kan utforme praksiser med potensial til å få en stor utbredelse.²⁷ Jeg er opptatt av hvordan metroseksualiteten og retroseksualiteten inngår i forhandlingsposisjoner i grenselandet mellom disse posisjonene.

Skillet mellom populærkultur og mainstramkultur er analytisk for å tydeliggjøre overganger fra medier med et nisjepreg og et begrenset publikum, til medier med en mer allmenn profil og et større publikumspotensiale. Reportasjen «Norge i krig» satte premissene for en bred nasjonal debatt omkring de norske soldatenes deltakelse i Afghanistan-krigen; «Manshow» ble kjent for et stort norsk publikum via flere oppslag i den riksdekkende avisen *VG* i anledning premieren høsten 2006. Håvard Lilleheie har etter «Manshow» etablert seg som en

²⁷ Min forståelse av alternativ kultur henter også inspirasjon fra den britiske kulturforskeren Dick Hebdiges forståelse av *subkultur*. I Hebdiges analyse re-approprierer subkulturen mainstreamkulturens stil som et ledd i en opposisjonell eller radikal kulturell og/eller politisk praksis. Som eksempler på subkulturelle bevegelser viser han til punk og moods-bevegelsene i England på 1960- og 1970-tallet. Han poengterer: «The meaning of subculture is [...] always in dispute, and style is the area which the opposing definitions clash with the most dramatic force» (Hebdige 1979:3). Som jeg poengterer i artikkel 3 (s. 107) har metroseksualiteten fellestrekk med subkulturelle praksiser

3 Kulturteoretiske perspektiver

kjent figur i offentligheten; fra 2014 har han for eksempel figurert som stemmen til karakteren «Rodde» i NRKs påkostede barneprogram «Rodde & Kikkan».²⁸

Populærkulturelle studier bør ifølge Hall (1981) fokusere på politisk-ideologiske prosesser som muliggjør tilsynekomsten og utbredelsen av aktuelle representasjoner på et bestemt tidspunkt (se også McCabe 2007:29-30). Populærkulturen beveger seg ikke på et entydig vis fra et sted til et annet, men inngår i historisk spesifikke ideologiske strukturer. Hall (1987) insisterer dessuten på at politiske prosesser ikke først og fremst handler om å representere, men å *konstruere* og *konsolidere* en opinion med i utgangspunktet motstridende verdisyn og holdninger. Det ideologiske arbeidet handler i stor grad om å skape kulturelle møtepunkter som sosiale subjekter vil investere i – på ulikt vis. Hall legger vekt på de komplekse forhandlingsposisjonene idet «sosiale agenter» går i dialog med de rådende idealer og forestillinger (Hall 1996:5-6).

3.3 Hegemoni

Mye av risikoen knyttet til metroseksualitetens tilsynekomst i norsk populærkultur henger også sammen med at diskursen potensielt beveger seg fra populærkulturen over i den innflytelsesrike mainstreamkulturen. Knut Arild Hareides referanser til Beckham er ett

²⁸ Det er verdt å merke seg at «Rodde & Kikkan», som er et muppet-show-inspirert barneprogram, har form som et talkshow der den (hyper)maskuline «Rodde» styrer programmet sammen med sin sidekick, «Kikkan». Programmet har altså likhetstrekk med «Manshow».

3 Kulturteoretiske perspektiver

eksempel. Dermed kan det her være snakk om et fenomen som inngår i en hegemonisk posisjon. Dette kan bli forstått på bakgrunn av Hall og kulturstudienes bruk av hegemonibegrepet. Hegemonibegrepet stammer fra det greske *hēgemonía* som kan oversettes med lederskap eller styring. Det viser til maktrelasjoner som ikke primært har militær voldsutøvelse som fremste redskap. Halls akademiske analyser og politisk-teoretiske arbeider er inspirert av Gramscis fokus på de *konkrete og spesifikke kreftene* («forces») som er aktive i en bestemt historisk situasjon.²⁹ Gramsci understreker at forståelsen av sosiale fenomener må ses i lys av en rekke faktorer, og at man ikke kan utlede allmenne prinsipper som forklarer tilsynekomsten av politiske identiteter. For Gramsci er hegemoni et strategisk-politisk begrepet som gir en sammensatt forståelse av relasjonen mellom dominante og underordnede posisjoner i det han karakteriserer som en *posisjonskrig*. Dette innebærer at en gruppe (eller klasse) som søker makt er nødt til å

²⁹ Halls akademiske arbeider kan ikke skilles fra hans politisk engasjement på den britiske venstresiden, og han legger nettopp vekt på at kulturanalysene har en ambisjon om å bidra til en transformasjon av det politiske rommet i samtiden. Hans engasjement knytter seg særlig til en forståelse av den britiske høyresidens voldsomme popularitet, og autoritære styremåte, gjennom Thatcher-regjeringens dominans på 1980-tallet. Han skriver et sted: «Reading Gramsci has fertilized our political imagination, transformed our way of thinking, our style of thought, our whole political project.» (Hall 1982:7). Han understreker imidlertid at kulturstudiene ikke har som målsetning å «appropriere» Gramsci, men å bruke filosofens tanker som en inngang til å forstå den politiske realiteten i samtiden: «I do not claim that, in any simple way, Gramsci 'has the answers' or 'holds the key' to our present troubles. I do believe that we must 'think' our problems in a Gramscian way - which is different. We mustn't use Gramsci (as we have for so long abused Marx) like an Old Testament prophet who, at the correct moment, will offer us the consoling and appropriate quotation.» (Hall 1987:16).

3 Kulturteoretiske perspektiver

bygge koalisjoner *nedenfra* hvis man skal være i stand til å iverksette substansielle endringer i et maktforhold (Gramsci 2000:201-209).³⁰

For Gramsci viser hegemoni både til prosessene som kommer til uttrykk når en gruppe (eller klasse) tar over makten i et samfunn, og til opprettholdelsen av denne tilkjempede makten. Han legger vekt på at det er på common sense-nivå at de ideologiske konflikter kommer til uttrykk, og hvordan politiske allianser må henvende seg til det han kaller det *nasjonal-populære*. Gramsci mener at populærkultur og folklore inneholder «sedimenter» og «rester» fra tidligere kulturelle former, som inngår i samtiden gjennom dialog med aktuelle uttrykk (Gramsci 2000:364). Med dette åpner han opp for at politiske kamper må integrere populærkulturen i et ideologisk prosjekt, og har ifølge Hall gitt en «*profoundly expanded conception of what politics is like*» (Hall 1987:123).

Hegemonibegrepet beskriver ikke først og fremst *dominansrelasjoner*, men innebærer en reorientering av en hierarkisk maktforståelse mellom overordnede og underordnede posisjoner. Med fokuset på allianse- og koalisjonsbygging innebærer dette en sammensatt forståelse av dynamikken i politiske bevegelser, og ikke minst hvordan populærkulturen kan være viktig i den sammenheng. Dette gir muligheten til å gripe hvordan metroseksualiteten og retroseksualiteten kan inngå som en del av strategisk-politiske

³⁰ Arbeiderklassen må ifølge en slik tankegang alliere seg med borgerrettsforkjempere, fredsbevegelsen, kvinnebevegelsen, fredsaktivister, etniske minoritetsgrupper, ulike ungdoms- og studentbevegelser. Den må igjen samle disse ulike sosiale kreftene i en bred koalisjon som uttrykker en «kollektiv vilje» uten å redusere de ulike gruppens autonomi (Gramsci 2000).

3 Kulturteoretiske perspektiver

prosjekter, der ulike aktører kan nyttiggjøre seg av diskursene for å innta posisjoner i offentligheten.

Da Magnus Rønningen og *Alfa* diskrediterte metroseksualiteten ved lanseringen i 2010 (art. 2, s. 319), gav dette et signal til offentligheten om hvilket segment av menn man henvendte seg til, i tillegg til at man flagget en kjønnspolitisk (reaksjonær) posisjon i offentligheten. Dette var den samme strømning som «Manshow» hadde bidratt til en konsolidering av: mannen som tilsynelatende var lei av en «feminisering» av den norske kulturen (artikkel 1, s. 282). Og det var liknende retorikk Andres Behring Brevik brukte i sin kritikk av et (metroseksuelt) forfall for den norske «mannen» (art. 3, s. 119-121).

Det vesentlige her er at metroseksualiteten kan inngå i mer eller mindre eksplisitte politisk-ideologiske koalisjoner på 2000-tallet, som igjen muliggjør at «Manshow» og *Alfa* kan delta i en (reaksjonær) «mannskamp» på vegne av norske, heteroseksuelle menn (art. 1, s. 284-286). Metroseksualiteten og retroseksualiteten kan inngå i en større symbolsk kamp omkring maskulinitetens posisjon i norsk kultur. Gramscis hegemonibegrep gir en produktiv innfallsvinkel til å teoretisere omkring populærkulturens betydning, men jeg vil nyansere denne tilnærmingen gjennom å vende meg mot begrepet om artikulasjoner.

3.4 Artikulasjoner

Min bruk av *artikulasjonsbegrepet* i artiklene er sentral for avhandlingens diskursteoretiske tilnærming, og trekker veksler på den

3 Kulturteoretiske perspektiver

teoretiske/metodiske utviklingen innenfor de britiske kulturstudiene fra slutten av 1970-tallet, der Hall har vært den sentrale premissleverandøren. I norsk språkbruk betyr artikulasjon gjerne å lage eller uttale en språklyd med taleorganene.³¹ Slik jeg bruker artikulasjonsbegrepet viser det til (språk)handlinger der mening blir etablert gjennom sammenstillingen av minimum to motsetningsfulle ord eller tegn, med utgangspunkt i et sett av bakenforliggende diskurser. Dette innebærer spesifikke praksiser der tegnenes betydning blir modifisert som et resultat av en konkret artikulasjon (Schlack 1996:123-124).³²

Hall legger vekt på det (relativt) åpne i bestemte (språk)handlinger, når noen skaper «nye» kombinasjoner mellom «gamle» forbindelser. Han hevder at representasjoner ikke har et iboende og transhistorisk meningsinnhold, men at betydningen er betinget av en bestemt posisjon innenfor et kulturelt system. Systemet er imidlertid alltid ustabil og det forekommer stadig betydningsforskyvninger gjennom *re-artikulasjoner* (Grossberg 1996:142).

³¹ Se: <http://snl.no/artikulasjon%2Fspr%C3%A5kvitenskap> (20.06.2014).

³² At et begrep knyttet til tekst og språk blir sentralt for Hall og kulturstudiene, er et eksempel på utviklingen mange benevner som «den tekstlige vendingen» innenfor kulturteorien. Med Roland Barthes argumenterer eksempelvis Hall (1997:36) for at populærkulturen er en tekst som kan leses. Det kan være verdt å nevne at Hall *ikke* deler Barthes' oppfatning om at teksten nærmest overstyrer mennesket, og blir til et sted der «subjektet tar plass i midten og oppløser seg, slik en edderkopp kunne tenkes å gå i oppløsning og bli borte i sitt eget nett» (Barthes 1991:78-79). For Barthes er teksten selv en betydningsproduserende praksis som arbeider med mennesket. For en bred oversikt over Halls inspirasjonskilder fra fransk strukturalisme og saussureansk språkteori, se Hall (1997). For en polemisk kritikk mot «den tekstlige vendingen» innenfor kulturteorien som Hall her kan ses som en representant for, se Frykman og Gilje (2003).

3 Kulturteoretiske perspektiver

Teorien om artikuleringer innebærer ikke et sett av standardiserte verktøy, og Hall er skeptisk til å utlede metodiske fremgangsmåter som kan anvendes på enhver situasjon. Kulturstudiene arbeider gjerne med en oppfatning av teori og metode som *praksis*, hvis mening både viser til teknikker som gjør forskeren i stand til å gå i konstruktiv kritisk dialog med kulturelle former, i tillegg til aktiviteten der nye betydninger prøves ut som et resultat av analysen (Schlack 1996:115).

Artikulasjonsbegrepet er viktig for å skape «a marxism without final guarantees» slik Hall (1986) formulerer det, altså en *ikke-reduksjonistisk kulturanalyse*.³³ Halls teori om artikuleringer står i gjeld til den argentinske filosofen Ernesto Laclau (se bl.a. Grossberg 1996:142), og Hall legger vekt på en ikke-nødvendig forbindelse («non-necessary link») mellom sosiale krefter og ideologiene som muliggjør tilsynekomsten av aktuelle sosiale og politiske posisjoner eller subjekter (Grossberg 1996:145). Populærkulturen er altså for Hall bare delvis frittflytende, og artikuleringene peker tilbake og forhandler med spesifikke politiske kamper om mening. Disse kampene foregår under konkrete sosiale og historiske omstendigheter som delvis er *determinerende* i den forstand at de legger press på, eller setter grenser for, tilsynekomsten av kulturelle former (jf. også Williams 1977:87).

³³ Samtidig som kulturstudiene legger vekt på nærhet til fenomenene som gjøres til gjenstand for analyse, er populærkulturen ifølge Hall ikke frittflytende: «We must not allow ourselves to slip from an acknowledgement of the relative autonomy of practice [...] to fetishizing practice [...]» (Hall 1985:96). I sitatet snakker han om en *relativ autonomi* som viser tilbake til påvirkningen fra den franske filosofen Louis Althusser.

3.4.1 Antagonistiske artikuleringer

Gjennom sammenstillingen *metro* og *seksuell* skaper Simpson noe «nytt», idet han karakteriserer Beckham som *Den metroseksuelle*. Simpsons artikkel «Meet the metrosexual» (2002) artikuleringer i utgangspunktet relativt ulikeartede fenomener: den homofobe herrefotballen og en urban, seksualisert og konsumorientert mot(e)kultur. Hans artikulering av retroseksualiteten (Simpson 2003), fremstår (paradoksalt nok) som en *re-artikulering* av metroseksualiteten, og dermed som en ambivalent subjektsposisjon, ettersom den «tradisjonelle» mannen på 2000-tallet er en variant av «den nye mannen». Diskursteoretikerne Laclau og Mouffe (1985:69) viser til at alle identiteter oppstår som et resultat av *midlertidige lukninger* av diskursene, der bevegelsen for en stund blir fastholdt. Metroseksualiteten og retroseksualiteten er flyktige og kontingente artikuleringer, som oppstår på et bestemt historisk tidspunkt og som igjen kan transformeres eller oppløses.

I artikkel 1 (s. 285) viser jeg til en *antagonisme* mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten i «Manshow», et begrep Ernesto Laclau og Chantal Mouffe anvender for å beskrive diskursive konflikter. Men begrepet har også en annen funksjon i deres diskursteori, slik de utvikler det i boken *Hegemony and Socialist Strategy* (1985). Her dekonstruerer og radikaliserer de Gramscis hegemonibegrep og fjerner seg fra det de kaller en «indre essensialistisk kjerne», ettersom den italienske marxisten baserer seg

3 Kulturteoretiske perspektiver

på at én «klasse» (i siste instans) vil være rådende i en hegemonisk formasjon (Laclau og Mouffe 1985:69).

Laclau og Mouffe legger i større grad enn Gramsci vekt på konstruksjonen av nye politiske subjekter gjennom hva de kaller *ekvivalenskjeder*, som viser til hvordan tegn får betydning gjennom å settes i kontakt med andre tegn. Dette innebærer at man ikke på forhånd kan avgjøre hvordan det politiske landskapet utvikler seg, men i stedet må ha en åpenhet for motsetningsfulle formasjoner. Antagonisme viser hos Laclau og Mouffe til muligheten for å skape nye identiteter ut av motstridende tegn, og de påpeker hvordan fenomener oppstår og endrer sin karakter gjennom en *antagonistisk artikulasjon*.³⁴ Den britiske kulturforskeren Jeremy Valentine definerer en slik artikulasjon som:

[T]he capacity of a capable social agent to establish discursive unity over diverse elements by establishing an antagonistic relation to what they are not, and thus creating the illusion of necessity within what would randomly be an arbitrary existence. (Valentine 2007:62)

³⁴ Et eksempel på en vellykket antagonistisk artikulasjon er når Hall viser til Thatchers politisk-ideologiske prosjekt i England på 1980-tallet. Dette var som Hall påpeker både et *regressivt* og *progressivt* prosjekt på en og samme tid. På den ene siden henvendte man seg her til en oppfatning om at nasjonens storhetstid på 1800-tallet var mulig å oppnå igjen. Dette skjedde via en tilbakeskuende bevegelse som besto i å gjenreise en kollektiv (illusorisk) følelse av Englands unike posisjon i verden. På den annen side skjedde en dramatisk modernisering med transformasjon av staten og det offentlige systemet. En storstilt privatisering og konkurranseutsetting medførte at nyliberalistisk kapitalistisk ideologi fikk fritt spillerom, som førte til at arbeiderklassen og fagforeningene mistet mye av sin posisjon og innflytelse. Hall karakteriserer motsetningen i dette prosjektet som en *regressiv modernisering* (Hall 1991:118). Dette er en politisk artikulasjon som lykkes i å oppnå en hegemonisk posisjon.

3 Kulturteoretiske perspektiver

Antagonismen jeg viser til i artikkel 1 (s. 285) mellom det «ekte» (maskuline) og det «falske» (feminine), eksisterer ikke bare mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten, men også innad i disse maskulinitetene. Metroseksualiteten og retroseksualiteten er antagonistiske artikuleringer, som skapes på bakgrunn av det Foucault vil kalle «diskontinuerlige» elementer (Foucault 2001:112). Men dette muliggjør igjen at de kan etableres som betydningsfulle sosiale fenomener som kan fange interessen til ulike subjekter med motstridende interesser, og som på ulike måter kan prege forståelsen av hva en «mann» er i Norge på 2000-tallet.

3.5 Diskursiv (mot)makt

Foucaults diskursperspektiv kritiseres ofte for å ikke forholde seg til «virkeligheten» (se Frykman og Gilje 2003). Men Foucault aksepterer ikke subjektet som en «prediskursiv» ahistorisk størrelse; i stedet mener han at man bør søke etter de faktiske betingelsene for dette subjektets eksistens innenfor bestemte kontekster. Han skriver:

One has to dispense with the constituent subject, to get rid of the subject itself, that is to say to arrive at an analysis which can account for the constitution of the subject within a historical framework. (Foucault 1980:117)³⁵

³⁵ Med referanse til Nietzsche beskriver han en ny historieskriving: genealogien. Han beskriver det som: «[A] form of history which can account for the constitution of knowledges, discourses, domains of objects etc., without having to make reference to a subject which is either transcendental in relation to the field of events or runs in its empty sameness throughout the course of history.» (Foucault 1980: 117). Det finnes

3 Kulturteoretiske perspektiver

En av kritikerne av Foucault er kulturforskeren Edward Said som har påpekt at den franske filosofens maktbegrep innebærer en sofistikert intellektualisme og overteoretisering som ikke rommer muligheter for motstand mot de dominerende diskursene (Said 1983:245). Jeg deler ikke denne kritikken; Foucaults diskursbegrep er nettopp godt egnet til å få frem mangfoldige bevegelser av motstand. Jeg skal avslutte dette kapitlet med å vise hvordan dette kan forstås med utgangspunkt i «Brun og Blid» sin reklame med Kristian Kjelling.

Via reklamen med Kjelling som store reklameplakater på over 100 av fasadene til «Brun og Blid» sine solarier, fikk diskursen om metroseksualiteten en særegen spredning på et bestemt tidspunkt på 2000-tallet (art. 3, s. 114). I en norsk kontekst er det vesentlig at den metroseksuelle diskursen i denne perioden blir fremmet via kommersielle aktører innen reklame og markedsføring (art. 3, s. 112). *Aftenposten* kunne i 2004 fortelle at «økningen i salget av skjønnhets- og velværeprodukter er det menn som står for», ettersom «de metroseksuelle» er en «kundegruppe med kjempepotensial» (Nerheim 2004). Et slikt «kjempepotensial» så solariumskjeden etter å realisere da de satset på Kristian Kjelling som første – og hittil eneste – mannlige modell.

Gründer Asle Eikeland, som var en pådriver ved oppstarten av «Brun og Blid» i 1997, uttalte i 2003 at brukerne av solsenger primært var kvinner mellom 18 og 30 år. I løpet av bare noen få år skulle bildet endres: i 2007 kunne *Bladet Tromsø* melde at stadig flere unge menn

ikke et metaspråk mennesket kan benytte seg av for å forstå seg selv, fordi subjektet er en kategori som selv er innvevet i språk og terminologier (Foucault 1984).

3 Kulturteoretiske perspektiver

tok solarium, to år senere påpekte Thorbjørn Frantzen i «Brun og Blid» at solariumskjeden hadde en økning i omsetning på 20-25 prosent i Oslo-området, som en følge av at flere unge menn inntok solsengene. En annen aktør i bransjen mente at solariumsbrukerne nå besto av 50 prosent menn og 50 prosent kvinner (Oftestad 2009). Her hadde det skjedd en betydelig utvikling i løpet av noen få år, og det er sannsynlig at Kjellings posisjon som «pinup» for «Brun og Blid» spilte en viktig rolle.

I artikkel 3 (s. 114-115) trekker jeg frem hvordan kroppsbildet hos Kjelling er sammensatt: de definerte musklene kan gi konnotasjoner til disiplin, brunheten til en hedonisme som igjen kan assosieres med ungdom, attraktivitet og helse. Konstruksjonen av en slik kropp krever en bestemt kompetanse; om trening, fysisk aktivitet og kosthold, men også estetiske praksiser. Michel Foucault viser til ulike maktformer som retter seg mot kroppen i det moderne vestlige samfunnet – en «pol» er rettet mot «kroppens ytelser», en annen mot «livets prosesser». Det handler om dressur på den ene siden, kunnskap og organisering på den andre. Han viser hvordan det har oppstått en «eksplosjon» av «teknikker» der kroppen underkaster seg ulike regimer (Foucault 2001:152-154). «Brun og Blid» både konstruerer og konsoliderer et bilde av en idealisert mannlig (solariums) brun kropp for det norske folk på 2000-tallet, som er avhengig av spesifikke «teknikker» for å oppnå en bestemt «naturlig» fremtreden.

Men det er også en kropp som er avhengig av en teknologi som muliggjør iscenesettelsen. Solariumet tilbyr en situasjon der kunstige

3 Kulturteoretiske perspektiver

UV-stråler trenger inn i huden. Foucault skriver at «power passes through individuals. It is not applied to them» (Foucault 1976:29). Makt innebærer et «vekselspill av ulike og bevegelige forhold» som kommer «nedenfra» (Foucault 2001:105-106). «Brun og Blid» tilbyr ikke bare en fantasi, men også en teknologi som muliggjør konstruksjonen av en «ny» kropp. Det blir dermed en maktmekanisme som er rettet mot kroppen på en direkte måte, som igjen har tydelige diskursive effekter, nemlig brunheten. Det er ikke nødvendigvis en manipulerende repressiv makt som beordrer menn til å innta solarier over det ganske land, tvert i mot er det heller snakk om en produktiv makt som kommer «nedenfra», og som tilbyr en kroppsliggjøring av metroseksualiteten som en spesifikk subjektposisjon på 2000-tallet.

Sosiologene Willy Pedersen og Viggo Vestel (2005) legger vekt på hvordan unge menn i Oslo på 2000-tallet iscenesetter seg med klare «metroseksuelle» kjennetegn, med interesse for frisyre, smykker og klær (Pedersen og Vestel 2005:15). Dette er trolig ikke bare et rent urbant fenomen, for det er mulig å se for seg at stadig flere solariumsbrune menn blir synlig på en mengde småsteder, sannsynligvis også kombinert med de øvrige visuelle kjennetegnene for den metroseksuelle mannen. Her kan det være snakk om en diskursiv forskyvning knyttet til hva slags iscenesettelse som aksepteres for en «ekte mann» i Norge på 2000-tallet

Foucault legger vekt på hvordan makten er «overalt» og «allestedsnærværende», men også hvordan det oppstår en mengde «motstandspunkter» i ulike former (Foucault 2001:104-106). Makten

3 Kulturteoretiske perspektiver

underlegger seg ikke mennesket som et passiv objekt, i stedet får den ting til å fremtre. I 2011 åpnet en ny frisør i Stavanger med tittelen «Fevangs barberstue», en frisør utelukkende for menn. Frisøren ønsker å selge «god gammeldags manndom» i et samfunn som er «lagt opp for kvinner», en kontrast til hva grunnleggerne karakteriserer som «unisex beautyshopper». Dermed tilbyr de også en spesifikk estetisk praksis i kontrast til den «nye» mannen på 2000-tallet; de «lengter tilbake til 1950-tallet», da «mannen visste hva han ville». «Fevangs barberstue» har følgende tekst på dørmatta si: «Vi elsker deg kvinne, men fra denne stue må du forsvinne».

De henter inspirasjon fra retroseksualitetens univers gjennom en ekskludering av det feminine, på bekostning av det tradisjonelt maskuline. Retroseksualiteten i «Manshow» og *Alfa* er et eksempel på motstanden mot hva jeg vil kalle *metroseksualiseringen av den norske mannen*, men slike uttrykk har trolig gjenklang i en mengde mindre former for diskursiv *motmakt* på 2000-tallet som «Fevangs barberstue» bare er ett av flere eksempler på. *Airsoft*-kulturen som jeg analyserer i artikkel 2 er et annet eksempel på dette, med sine «realistiske» iscenesettelser av «ekte» krigere (art. 2, s. 327-328)

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

Avhandlingens kjønnsteoretiske perspektiver stammer hovedsakelig fra angloamerikansk og nordisk maskulinitetsforskning. I dette kapitlet skal jeg si noe generelt om dette forskningsfeltet, i tillegg til å gå inn i begrepet *hegemonisk maskulinitet*. Jeg skal også vise til innsikter fra de amerikanske queer-teoretikerne Judith Butler og Judith (Jack) Halberstam, som er viktige for mine forståelser av kropp og seksualitet.

4.1 Maskuliniteter

Brytningene og konfliktene mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten som spesifikke kulturelle fenomener på 2000-tallet, baserer seg på innsikter fra retningen innenfor kjønnsforskningen som i dag går under navnet *maskulinitetsforskning*. Nordisk maskulinitetsforskning henter mange av sine teorier og perspektiver fra angloamerikansk maskulinitetsforskning, som igjen har bidratt med kunnskap om og analyser av kulturelle og sosiale forhold knyttet til eksisterende maktforhold menn imellom, og mellom menn og kvinner (se for eksempel Ekenstam 2007; Holter 2007 (red.); Lorentzen 2004).³⁶

Sentralt innenfor maskulinitetsforskningen står problematiseringen av at det finnes en bestemt form for maskulinitet:

³⁶ Særlig svenske forskere har også arbeidet med forholdet mellom *mannlighet* og *umannlighet*, se Ekenstam og Lorentzen (2005). Dette er et begrepspar jeg ikke beskjeftiger meg med i denne avhandlingen.

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

siden 1990-tallet har man differensiert innad i kjønnskategorien og det er vanlig å bruke flertallsformen maskuliniteter, slik jeg gjør i avhandlingen (jf. Connell 1995).³⁷ Den franske filosofen og feministen Simone de Beauvoir har påpekt at en mann «aldri starter med å fremstille seg som et individ av et bestemt kjønn; det er en selvfølge at han er mann» (Beauvoir 2001:35). Det er en slik posisjon denne maskulinitetsforskningen har som ambisjon å utfordre. Et av de viktige prosjektene dreier seg om å «kjønne» den hvite, heteroseksuelle mannen ved å problematisere den privilegerte objektiviteten menn i den vestlige verden gjennom århundrer har gjemt seg bak (Kimmel 2005).

4.2 Spesifikke kontekster

Maskuliniteter må forankres i spesifikke historiske og geografiske kontekster (Cornwall og Lindisfarne 1994; Whitehead 2002). I boken *Manhood in the Making* foretar den amerikanske antropologen David Gilmore en transkulturell analyse av ulike kulturers konstruksjoner av «mannlighet», i betydningen «the approved way of being an adult man in a given society» (Gilmore 1990:1). Gilmore forutsetter at det finnes en form for idealisert maskulinitet i et samfunn, og er ikke – i motsetning til denne avhandlingen – videre interessert i det han kaller «eksepsjonelle» situasjoner der kjønnsforståelsen bryter med normative

³⁷ Maskulinitetsforskningen er inndelt i ulike fraksjoner og bevegelser: jeg slutter meg til den *profeministiske maskulinitetsforskningen*. Det handler særlig om å nyttiggjøre seg av teorier og perspektiver utviklet innenfor feministisk teori, som tar utgangspunkt i at det finnes et asymmetrisk forhold knyttet til maktforholdet mellom menn og kvinner i det vestlige moderne samfunnet (Whitehead 2002:8-44).

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

oppfatninger (1990:4). Til tross for at Gilmores analyse trolig har en deskriptiv verdi kan den samtidig fungere som en normativ beskrivelse, med fare for å konsolidere dominerende konstruksjoner av maskulinitet fremfor å nyansere og problematisere. For konflikten omkring hva som skal utgjøre egenskapene til «ekte menn» kommer nettopp til uttrykk i ulike geografiske kontekster (se f.eks. Shire 1994; Kanithar 1994)

Det er også viktig å få frem den hierarkiske over- og underordningen mellom ulike posisjoner. Den britiske maskulinitetsforskeren Emma Sinclair-Webb har i en analyse av tyrkisk maskulinitet lagt vekt på at det tillates kjønnsoverskridende representasjoner så lenge de utelukkende sirkulerer i populærkulturen, slik f.eks. sangeren Tarkan iscenesetter seg med en androgyn, kosmopolitisk, feminin sex-appeal rettet mot begge kjønn (Sinclair-Webb 2000:84). Samtidig oppstår det innenfor andre kulturelle felt – som i militæret – umiddelbart en reaksjon hvis man utfordrer grensen for normene. Hun skriver følgende:

[I]t is when challenges to normative male identities are matched against the codes of exemplary masculine identity promoted by an institution such as the military that the [...] dominant cultural values [...] becomes most evident and the space for transgression most limited. (2000:85)

Sinclair-Webb illustrerer den komplekse dynamikken mellom «nye» og «tradisjonelle» maskuliniteter som kommer til uttrykk i ulike kulturelle kontekster. Omstendighetene hun beskriver omkring de begrensede muligheter for kjønnsoverskridelse innenfor den «dominante» kulturen,

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

har noe til felles med metroseksualitetens utfordrende stilling i en norsk kontekst på 2000-tallet når den assosieres med personer i innflytelsesrike posisjoner – som i eksemplet med Hareide som jeg trakk frem i innledningskapitlet. Samtidig er den norske likestillingsorienterte offentligheten trolig mer tilbøyelig til å integrere alternative maskuline posisjoner hos innflytelsesrike maktpersoner enn den tyrkiske offentligheten er (jf. art 4, s. 132-133).

Antropologen Annick Prieur viser på sin side at det i en brasiliansk kontekst oppstår ulike homoseksuelle «delkulturer» basert på praksiser som ikke fullt ut er legitime i «hovedkulturen». Sub- og delkulturer kan «bryte» med offentlighetens syn på maskulinitet, samtidig som man gjennom fortolkning og symbolbruk «nyinndeler verden» (Prieur 1993:135-136). En slik situasjon blir tolerert så lenge de avvikende kjønnspraksiser forholder seg til avgrensede samfunnsmessige rom. Metroseksualiteten er kontroversiell fordi det oppfattes som en bred og allment tilgjengelig kjønnsoverskridende representasjonen av mannen: i en amerikansk kontekst oppstod en «metrofob» *backlash* ifølge David Coad først etter at fenomenet hadde blitt gjort kjent via *The New York Times* i 2003 (Coad 2008:32). Kjønnsoverskridende iscenesettelser blir trolig først og fremst en risiko når de blir en del av en hegemonisk maskulinitet, og det er på dette nivået at hovedkonflikten mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten bør bli forstått.

4.3 Hegemonisk maskulinitet

I samtlige artikler refererer jeg til den australske maskulinitetsforskeren Raewyn Connells sentrale begrep *hegemonisk maskulinitet*. Gjennom bøker som *Masculinities* (1995) og *The Men and the Boys* (2000), samt publiseringer av viktige vitenskapelige artikler, har Connell markert seg som den sentrale teoretikeren internasjonalt.³⁸ I Norden er særlig svenske forskere inspirert av Connell (se Hearn et al. 2012), men også norske maskulinitetsforskere benytter en slik konseptualisering av menn og maskulinitet (se for eksempel Lorentzen 2004). Internasjonalt har begrepet ofte blitt brukt for å teoretisere maskulinitetsdiskurser i media, noe som gjør det til et svært aktuelt begrep for denne avhandlingens empiri (jf. Craig 1992; Demetriou 2001; Miller 2001).

Connell forfekter en antiessensialistisk tilnærming til maskulinitet, og har fokus på å gi teorien et tydelig feministisk maktkritisk perspektiv. Connell er kanskje den som på best måte har klart å etablere en systematisk teori om maskulinitet som noe prosessuelt (Whitehead 2002:90).³⁹ Analysen til Connell (1995) fokuserer først og fremst på patriarkatets undertrykkelse av kvinner, og hvordan hvite, heteroseksuelle og materielt privilegerte vestlige menn opprettholder en maktposisjon i det vestlige samfunnet. Connell hevder at hegemonisk maskulinitet er den formen for maskulinitet som er den mest opphøyde, og som legitimerer og reproducerer de sosiale

³⁸ Hun har blitt karakterisert som «one of the leading theoreticians in the general area of gender relations and more particularly in the emerging field of the sociology of masculinity» (Demetriou 2001:337).

³⁹ Se også Demetriou 2001 for en grundig gjennomgang av Connells teori.

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

relasjonene som opprettholder enkelte menns dominans.⁴⁰ Hun definerer begrepet slik i boken *Masculinities*:

At any given time, one form of masculinity rather than others is culturally exalted. Hegemonic masculinity can be defined as the configuration of gender practice which embodies the currently accepted answer to the problem of the legitimacy of patriarchy, which guarantees (or is taken to guarantee) the dominant position of men and the subordination of women. (Connell 1995:77)

Maskulinitetsforskerne Jeff Hearn og Robert Morell beskriver hegemonisk maskulinitet som «an ideal, a set of values, established by men in power that functions to include and exclude, and to organize society and gender in unequal ways» (Hearn og Morrell 2012:4). Connell understreker at en maskulinitetsform oppnår en kulturell overordningsposisjon i et gitt samfunn. Hegemonisk maskulinitet i sin nåværende vestlige form er kjennetegnet gjennom heteroseksualitet, en avstandstaken til og nedvurdering av femininitet, samt underordning av homoseksualitet. Den er utpreget normativ og legitimerer patriarkatets eksistens (Connell 1995:78).

Connell viser også til andre maskulinitetsformer. Hun karakteriserer disse som *underordnede*, *marginaliserte* og *medvirkende* maskuliniteter. Dette representeres gjennom homoseksuelle menn, svarte menn og menn i sin alminnelighet, som profiterer på den

⁴⁰ Connell trekker på feministiske teoretikere som Gayle Rubin og Juliet Michell for både å argumentere for samfunnets klassifisering av kvinner og menn inn i et undertrykkende kjønnssystem, og for å vise hvordan systemet er en historisk konstruksjon, og dermed også potensielt foranderlig.

4 *Kjønnteoretiske perspektiver*

hegemoniske maskulinitetens underordning av andre maskulinitetsformer. En slik *kjønnsorden* er for Connell en spesiell historisk situasjon som relaterer seg til endringene i samfunnsformasjonene gjennom moderniteten (Connell 1995:183-199). Denne analysemodellen slik jeg har beskrevet den her fremstår imidlertid noe rigid og lite fleksibel med hensyn til de nyanseringene jeg har vært ute etter å få frem. Jeg benytter ikke Connells strukturanalytiske analysemodell i avhandlingen, men utelukkende begrepet hegemonisk maskulinitet, særlig fordi hegemonibegrepet passer godt inn i det kulturanalytiske rammeverket jeg beskrev i forrige kapittel.

4.4 **Innvendinger mot Connell**

Teorien til Connell er omstridt og har måttet tåle både kritikk og forslag til revideringer,⁴¹ men hennes perspektiver er fortsatt et rådende teoretisk paradigme innenfor maskulinitetsforskningen, noe Jeff Hearn (2010) gjennomgang av forskningsfeltet viser. Connell kritiserer det hun karakteriserer som «normative definisjoner av maskulinitet», og fremhever det bevegelige og foranderlige (Connell 1995:70). Men sosiologen Stephen Whitehead påpeker at Connells perspektiver mangler evnen til å favne kompleksiteter og forandringer i kjønnssystemet. Man behøver ifølge Whitehead bedre analyseredskaper

⁴¹ Det er i dag mange diskusjoner, kritikker og oppfatninger knyttet til konseptualiseringen av hegemonisk maskulinitet, se Beasley (2008); Connell og Messersmidt (2005); Hearn (2010); Nordberg (2005); Whitehead (2002).

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

for endringstendenser i maskulinitetsdiskursene på et symbolsk nivå. Hegemonisk maskulinitet er ment som et åpent og dynamisk begrep, men ender ofte med å bli statisk og uforanderlig (Whitehead 2002:90-91).

Sosiologen Demetriou (2001) har i en interessant og kritisk lesning av Connell lansert uttrykket *hybrid hegemonisk blokk*, som på en og samme tid iscenesetter ulike og motstridende fremstillinger av mannen. Han skriver følgende:

The hegemonic bloc changes in a very deceptive way. It changes through negotiation, appropriation, and translation through the transformation of what appears counter-hegemonic and progressive into an instrument of backwardness and patriarchal production. (Demetriou 2001:355)

Dette innebærer et motsetningsfullt ideal som forhandler med og approprierer sine motsetninger. En liknende kritikk av Connell finner man hos den australske sosiologen og feministen Chris Beasley (2008), som mener at anvendelsen av begrepet er upresist, og at det først og fremst bør vise til et politisk ideal. Som eksempel bruker hun arbeiderklasse mannen i en australsk kontekst. Hun skriver:

This idealized working-class-infected blokehood is at a considerable distance from actual men, yet it can only work as a generalizable representation of proper, honored manliness – that is a form of hegemonic masculinity. Working-class blokes may not actually wield power, but they can provide the means to legitimate it. (Beasley 2008:91)

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

Arbeiderklasse mannen har ikke nødvendigvis selv makt, påpeker Beasley, men på et symbolsk nivå kan representasjoner av ham brukes strategisk for å henvende seg til ulike grupper av menn og kvinner – han blir et nasjonalt identifikasjonsobjekt.

En liknende argumentasjon kan fremføres i forbindelse med retroseksualiteten i en norsk kontekst, for å antyde hvordan «Manshow» kan samle menn på tvers av sosiale lag gjennom en stereotyp iscenesettelse av arbeiderklasse mannen. Sosiolog Arve Hjelseth påpeker at det ikke er «arbeidsnever» som kjennetegner de fleste norske menn i dag, men «urban belevnet, høy utdanning, og ikke minst, fleksibilitet og endringsorientering» (Hjelseth 2012:101). Samtidig viser en studie av den høyt utdannede middelklassens smak i Norge at den legitimerer seg som «folkelig» og ikke-urban, noe som tilsier at Lilleheies iscenesettelser av en slags arbeiderklasse maskulinitet vil ha appell også hos middelklassen (jf. Bråthen 2007). Her kan det ligge en lengsel etter en form for ekthet eller autenticitet som programmet spiller på. En slik representasjon av maskulinitet i populærkulturen kan appellere til menn som ikke i utgangspunktet deler verdiene til «Manshow», men som likevel aksepterer programmet på bakgrunn av de komplekse og refleksive forhandlingsposisjonene som kommer til uttrykk.

4.5 Et hybrid politisk ideal

Et problem med Connells behandling av Gramsci henger sammen med

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

at hun i liten grad diskuterer hans teorier, men kun sporadisk refererer til hans hegemonibegrep (se Connell 1995:87). Det er en manglende vilje i *Masculinities* til å gå i dialog med den italienske marxisten. Ernesto Laclau har nettopp påpekt at Gramscis begreper må bearbeides hvis man skal bruke dem i dag:

Gramsci was still thinking within a world in which both subjects and institutions were relatively stable – which means that most of his categories have to be redefined and radicalized if they are to be adapted to the present circumstances. (Laclau 2000:53)

I en artikkel fra 2005, skrevet sammen med den amerikanske sosiologen James Messerschmidt, differensierer riktignok Connell mellom tre ulike nivåer av hegemonisk maskulinitet som brytes mot hverandre: et *globalt*, et *regionalt* og et *lokalt* nivå (Connell og Messerschmidt 2005). Dette er en fruktbar nyansering, men gir ikke slik jeg ser det en nøkkel til å forstå motsetningene når et populærkulturelt ideal skal innta en hegemonisk posisjon på et nasjonalt nivå, slik jeg er opptatt av i denne avhandlingen. Hegemonisk maskulinitet må ta høyde for at refleksiviteten gjennomsyrrer alle deler av populærkulturen, og vil dermed måtte bestå av motsetningsfulle posisjoner.

Den amerikanske maskulinitetsforskeren Robert Hanke insisterer på at «the strategies by which hegemonic masculinity is achieved, and ideological consent won or lost, varies» (Hanke 1992: 196). Det er også viktig å få frem de interne motsetningene innenfor det hegemoniske.

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

Med hjelp av Beasleys og Demetrious presiseringer av Connell vil jeg hevde at hegemonisk maskulinitet trolig best lar seg forstå som et *hybrid politisk ideal*, og at det er viktig å få frem det motsetningsfulle og uforutsigbare. Dette kan bli forstått med utgangspunkt i Gramscis som understreker at man ikke forut for en spesifikk situasjon kan definere hvordan det politiske landskapet vil se ut, og at det er viktig å ha øye for komplekse politisk-ideologiske formasjoner (Gramsci 2000:193).

Gjennom artiklene viser jeg til ulike eksempler på hvordan metroseksualiteten og retroseksualiteten kan inngå i et hybrid politisk ideal. «Manshow» forhandler med likestillingspolitiske diskurser i tillegg til å posisjonere seg i forhold til både metroseksualiteten og retroseksualiteten. I artikkel 2 viser jeg hvordan en krigermaskulinitet og en likestillingsorientert maskulinitet eksisterer side om side, og hvordan de tilsynelatende motsetningene vold og omsorg bidrar til å konstituere en hegemonisk maskulinitet i en bestemt historisk situasjon. Soldatene i *Alfa* har også en selvrefleksiv posering som minner om maskuliniteten man distanserer seg fra i media: metroseksualiteten.

Kristian Kjellings poseringer i en reklamesammenheng bør bli sett i lys av at håndballkommentatorer i dag trekker frem de krigerske eller hypermaskuline aspektene ved sporten (Broch og Fasting 2009). De finske idretts- og maskulinitetsforskerne Taina Kinnunen og Jan Wickman (2006) har for øvrig karakterisert ambivalensen som preger fremstillinger av mannlige idrettsutøvere i dag med (den motsetningsfulle) betegnelsen «pin-up warriors». Metroseksualiteten og

retroseksualiteten er motsetningsfulle kulturelle fenomener som blir betydningsfulle i det øyeblikk de inngår i et hybrid politisk ideal på 2000-tallet, som er i stand til å nå ut i det nasjonal-populære gjennom ambivalenser og dobbelthet (jf. Gramsci 2000:364).

4.6 Den harde (falliske) kroppen

Metroseksualiteten kjennetegnes gjerne gjennom avkledde poseringer som eksponerer mannens kropp for seeren. Passiviteten i denne se på meg posisjonen, der den mannlige kroppen gjør seg tilgjengelig for de(n) andres blikk, står i en ambivalent stilling med hensyn til dominerende og idealiserte forestillinger om menns kroppslighet.

Connell viser nettopp gjerne til hypermaskuline filmikoner som de amerikanske skuespillerne John Wayne eller Sylvester Stallone (Rambo) som populærkulturelle eksempler på hegemonisk maskulinitet (Connell 1987:184-185). Den harde, spente og aktive maskuline kroppen hos filmheltene har en sentral symbolsk betydning i den vestlige visuelle kulturen. I boken *The Image of Man* (1995) viser den amerikanske historikeren George Mosse hvordan det rundt 1800 blir etablert et *standardisert mentalt bilde* for maskuliniteten i den europeiske kulturen. Denne *maskuline typen* hadde ifølge Mosse egenskaper som styrke, selvdisciplin, vilje, æresfølelse og mot i sentrum. Normen er eksplisitt knyttet til den harde avkledde mannskroppen som ble ladet med mening og assosiert med bestemte egenskaper. Representasjoner av avkledde mannlige kropper med tilsvarende

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

egenskaper som det Mosse beskriver, sirkulerte f.eks. i stort omfang som et ideal i kunst og populærkultur på begynnelsen av 1920-tallet i en nordisk kontekst (Steorn 2006), i den tyske mellomkrigstidens populærkultur (Theweleit 1987), i italiensk film på slutten av 1950-tallet (Dyer 1997), og i amerikanske actionfilmer på 1980-tallet (Jeffords 1994).

Den amerikanske filosofen Brian Pronger argumenterer for at den idealiserte maskuline kroppen distanserer seg fra andre kropper gjennom et fokus på å holde alle kroppens åpninger lukket: «The quest is to be conquering and inviolable, sovereign.» (Pronger 1999:381). Den penetrerende kroppen skal være i posisjon til å ta andre kropper – ikke til selv å bli tatt. Den australske maskulinitetsforskeren Terry Evans vektlegger samtidig evnen til penetrasjon – i vid forstand – som noe av det grunnleggende ved den hegemoniske maskulinitet i det vestlige samfunnet. Penetrasjon forstås som en handling eller prosess som dreier seg om å trenge gjennom ulike former for motstand (Evans 2005). Dette er i første rekke en avvisende kropp, avgrenset mot andres kropper og mot omgivelsene «som i symbolsk forstand kontrollerer hva som går ut og inn, som ingen kan gå inn i og forsyne seg av, og som derimot trenger inn i andre, en lukket kropp, en kropp det er mulig å ha kontroll over selv» (Bolsø 2005:55). Det handler om en kulturell fantasi som idylliserer det ugjennomtrengelige og uforanderlige (Bordo 1999:63).

Innenfor den vestlige visuelle kulturen har denne harde kroppen i et langt historisk perspektiv en signifikant kulturell posisjon. I den

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

greske antikke kulturen var det fra ca. år 500 f.Kr. vanlig å utstille store, erigerte falloser som et åpenlyst symbol på patriarkalsk makt, og som tegn for både homo- og heteroseksuelt begjær. Men på bakgrunn av kristendommens innflytelse ble den erigerte penis senere bannlyst som et kulturelt symbol (Easthope 1992:12). Dette innebærer ikke at den patriarkalske symbolske makten forsvinner: snarere tvert imot argumenterer den britiske psykoanalytikeren Anthony Easthope for: «[P]atriarchy becomes more pervasive when it tries to be invisible» (1992:14). I stedet blir den falliske makt projisert over på andre deler av mannskroppen; musklene, hendene, eller en spent kroppsholdning.

Fallos kan ikke eksplisitt komme til syne og profiterer på å være skjult, men like fullt står den som emblem for en symbolsk autoritet «in a sort of venerated, almost religious fashion», skriver den amerikanske kulturforskeren Thomas DiPiero (DiPiero 2002:154; se også Lacan 2006). Selv om jeg ikke deler Coads tro på en metroseksuell «revolusjon» ho metroseksualiteten, kan passiviteten og den kroppslige eksponeringen utfordre en kjønnets symbolikk der den harde og dominante mannskroppen innehar en privilegert posisjon som representant for en idealisert fallisk maskulinitet. Retroseksualiteten hos *Alfa* kan derimot ses på som en reproduksjon av en fallisk makt, der de påkledde og uniformerte soldatene står med geværene høyt hevet (art. 2, s. 381). I den forstand er brytningen mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten også å bli forstått som en konflikt mellom to ulike kroppsliggjøringer av heteroseksuell maskulinitet på 2000-tallet: den *harde* og den *åpne* mannskroppen.

4.7 Performativt kjønn

Min forståelse av maskulinitet henter mye innsikt fra den nyere maskulinitetsforskningen som etablerer en kjønnsoverskridende analyse (Nordberg og Mörck 2007). Dette bidrar til at maskulinitet kan forstås som historisk, kulturelt og geografisk spesifikke idealer og praksiser som konstruerer og opprettholder kategorien «mann», og som kan gjøres anvendelig på en rekke ulike måter – både av kvinner og menn. Et av de viktigste bidragene her er teoretikere med utgangspunkt i poststrukturalistisk teori og queer teori (Butler 1990, 1993; Halberstam 1998; Sedgwick 1985).⁴²

Poststrukturalisme er en samlebetegnelse for en teoretisk tenkemåte som har sitt utspring i fransk filosofi på 1960- og 70-tallet. Sentrale skikkelser her er Jacques Derrida og Michel Foucault. Felles for disse teoretikerne – som langt fra har et enhetlig teoretisk prosjekt – er en radikal avvisning av muligheten for å nå frem til en sannhet om fenomenenes vesen. For en filosof som Derrida, blir konstruksjonen av en meningsfull virkelighet til ved at andre virkeligheter utelukkes. I mylderet av alternative forståelser skjer det en fremtvunget «lukning». I denne prosessen blir den sosiale virkeligheten sett på som noe naturlig som fjerner den fra dens retoriske og tekstlige karakter (Järvinen 1996:20).

⁴² Queer fokuserer på spørsmål vedrørende essensialiseringen av identitet, eller troen på én grunnleggende (biologisk) kjerne som determinerer menneskers sosiale virkelighet. Teorien(e) fokuserer gjerne på fenomener som i kraft av en skjevhet bryter med heteronormativiteten.

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

Ettersom virkeligheten kan betraktes som tekstlig, blir det dermed også mulig å forholde seg til den ut i fra tekstens prinsipper. Ett av Derridas grunnleggende ærender har vært å avmystifisere fenomener som «nærvær» og «identitet» gjennom en dekonstruksjon av binære opposisjoner. Alle sentrale opposisjonspar (sentrum-periferi, sannhetsfiksjon, mann-kvinne etc.) er organisert slik at den første termen fremstår som primær og autonom forhold til den andre (1996:19). Ettersom disse posisjonene er fundamentalt ustabile, vil det dermed potensielt være mulig å bryte strukturene opp. Forståelser av hva en «mann» er kan i denne sammenheng bli forstått som et resultat av spesifikke artikuleringer praksiser, som er bevegelige og alltid potensielt *foranderlige*.

Med utgangspunkt i en poststrukturalistisk virkelighetsforståelse argumenterer Judith Butler i boken *Gender Trouble* (1990) for at kjønn konstrueres *performativt* – man er ikke et kjønn, man gjør kjønn (Butler 1990:33).⁴³ Performativitet hos Butler baserer seg på og radikaliserer den amerikanske filosofen J. L. Austins (1962) *talehandlingsteori*, der visse utsagn konstituerer den virkeligheten som talehandlingen uttrykker.⁴⁴ For Butler oppstår kjønnsforståelser gjennom

⁴³ Hun problematiserer og dekonstruerer forholdet mellom sex/gender (biologisk og sosialt kjønn), og argumenterer for at det biologiske kjønn alltid allerede er et sosialt kjønn. Det sosiale kjønn er ifølge Butler ikke betydninger innskrevet på et rent biologisk kjønn. Tvert imot kommer biologis(tis)ke kjønnsforståelser til uttrykk gjennom et kulturelt produksjonsapparat som konstruerer og opprettholder forståelsen av at det finnes et «naturlig» kjønn bakenfor det sosiale (Butler 1990:11).

⁴⁴ Austin knytter også performativitet til bestemte typer utsagn som verken er sanne eller falske, men som i selve talehandlingen produserer noe. Eksempler på slike utsagn er «I do» (i ekteskapsritualet), eller «I name this ship *Queen Elisabeth*» (under båtdåpen). Austin påpeker således at: «[T]he issuing of the utterance is the

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

talehandlinger og materielle praksiser. Kjønnen er aldri «naturlig», men konsekvensen av gjentagende (språk)handlinger, iscenesettelser og (feil)siteringer som er virkelighetskonstituerende for subjektet og over tid produserer en distinkt kjønnsbetydning. Det finnes ikke et kjønn bakenfor kjønnets iscenesettelse; kjønnsidentiteten blir konstituert gjennom uttrykket som (illusorisk) gir seg ut for å være et resultat av en bakenforliggende «prediskursiv» essens (Butler 1990:33). Hun legger vekt på at den kjønnede kroppen kommer til uttrykk gjennom kulturelt gitte handlinger og uttrykk som over tid bygger opp et bestemt reaksjonsmønster. Dette skaper også konstant muligheter for betydningsforskyvninger ettersom performativiteten alltid innebærer rekontekstualisering av det som tilsynelatende fremstår «naturlig».

Hun skriver følgende: «Gender is the repeated stylization of the body, a set of repeated acts within a highly rigid regulatory frame that congeal over time to produce the appearance of substance, or of a natural sort of being.» (Butler 1990:43). Butler hevder at performativitet ikke er et spørsmål om å ta på seg en maske, men tvert i mot matrisen («matrix») som er forutsetningen for at det intensjonelle trer i kraft. En viktig oppgave for feministisk teori, sier Butler, er å kritisere regulerende praksiser som koder, naturaliserer og fastholder rigide forståelser innenfor et binært kjønnssystem, og som opprettholdes og stabiliseres gjennom den *heteroseksuelle matrise*. Altså et kulturelt produksjonsapparat som bidrar til at forholdet mellom

performing of an action» (Austin 1962:6). Butler benytter seg også av den franske filosofen Jacques Derridas lesning av Austin, der han ikke isolerer performativitet til bestemte språkhandlinger, men i stedet argumenterer for at språket i sin natur har en virkelighetskonstituerende effekt.

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

kjønn og begjærsretning fastholdes innenfor heteroseksualitetens trange rammer (1990:23). Den som ikke gjør kjønn på riktig måte vil bli korrigert og straffet.

Ikke-heteroseksuelle kjønnsforståelser vil ifølge Butler havne i konflikt med *loven*. Hun baserer seg her på den franske psykoanalytiker Jacques Lacans (2006) teorier om reguleringen av seksualiteten gjennom forbudet mot incest og homoseksualitet. Reguleringen gjennom loven er primært språklig, altså av symbolsk karakter. Loven er ifølge Butler både juridisk-repressiv og samtidig potensielt bevegelig med muligheter for forskyvninger (Butler 1990:49). I motsetning til Lacan insisterer Butler på at loven ikke er stabil, men mangfoldig og åpen for endring. Subversive handlinger og parodier kan gi muligheter for iscenesettelse av identitetene som loven på samme tid undertrykker og produserer. Butler er opptatt av brudd og forskyvninger i forholdet mellom den biologiske (manns)kroppen og kjønns-iscenesettelsen. Kroneksempelen i *Gender Trouble* er «drag-queens» (menn som opptre med en eksplisitt feminint konnotert iscenesettelse), der det er en diskrepans mellom det biologiske (mannlige) kjønn og (det feminine) uttrykket. Konsekvensen er at det settes i gang forskyvninger av forholdet mellom biologisk kjønn, kjønnsidentitet og kjønns-iscenesettelse; drag fremviser at kjønn i sin kjerne baserer seg på en imitasjonsprosess. Det er en *parodi* som problematiserer ideen om at kjønn har én opprinnelig betydning. Her ligger det altså subversive muligheter for å forrykke de regulerende kjønnskategoriene, ifølge Butler. Dette forutsetter imidlertid at

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

parodien bidrar til å problematisere distinksjonene mellom mann/kvinne, maskulinitet/femininitet og homoseksuell/heteroseksuell (1990:175).

4.8 Ikke-performativt kjønn og kvinnelig metroseksualitet

Med Butler kan kjønn forstås som en frittflytende kategori, som samtidig regulerer ulike kropper på spesifikt vis. Butlers posisjon i *Gender Trouble* har imidlertid måttet tåle mye kritikk, som når Annick Prieur hevder at hun «gjør alt til diskurser, og ser bort fra de materielle betingelsene» (Prieur 1997:48). Butler hevder derimot ikke at «alt» er diskursivt, men påpeker at vi ikke med nøytrale briller kan betrakte et «prediskursivt» kjønn. Hennes kjønnsforståelse er fruktbar for å åpne opp selve maskulinitetskategorien. Den amerikanske queer-teoretikeren Judith (Jack) Halberstam (1998) anvender Butlers teori i undersøkelser av blant annet drag king-miljøer i USA (kvinner som opptrer med en maskulint konnotert iscenesettelse), der kvinner iscenesetter (stereotyp) maskulinitet vel så overbevisende som mange menn. Det er faktisk slik, mener Halberstam, at maskuliniteten som et performativ er resultatet av en imitasjonsprosess der også kvinner bidrar. Menns tilsynelatende «naturlige» attributter – muskelstyrke eller en nedlatende væremåte – kan også iscenesettes av kvinner.⁴⁵ Hennes begrep *kvinnelig*

⁴⁵ Halberstam trekker frem filmikonene Linda Hamilton (*Terminator 2*) og Sigourney Weaver i (*Aliens*) som eksempler på «approved female masculinity». Hun påpeker

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

maskulinitet (female masculinity) problematiserer et naturligjort forhold mellom (den hvite) mannlige kroppen og tilvante forestillinger om maskulinitet, og bidrar til en radikal destabilisering og avessensialisering av kjønnskategorien. Dermed gir hun også et språk for å italesette det som vanligvis fortoner seg «naturlig» hos (hvite, heterosksuelle) menn.

Halberstam skriver følgende: «[W]hite men derive enormous power from assuming and conforming the nonperformative nature of masculinity. [...] [I]f masculinity adheres 'naturally' to men, then masculinity cannot be impersonated» (Halberstam 1998:234). Den dominante maskulinitet må ifølge Halberstam paradoksalt nok iscenesette seg som *ikke-performativ* for at mannen skal fremstå autentisk og autonom. Det handler om kodingen og naturaliseringen av bestemte konvensjoner (muskler, kroppsposering, språkbruk etc.) som over tid har sementert forbindelsen mellom maskulinitet og den mannlige kroppen. Iscenesettelsen makter å fremstå som «usynlig» i den forstand at den er synlig, men ikke som noe kulturelt, tvert i mot som en «naturlig» mannlighet. Det er imidlertid en skjør iscenesettelse som lider av en nevrotisk frykt for å utlevere sine teatrale sider, mener Halberstam (1998:236). Dette samsvarer med Butlers insistering på at ingen identiteter fullt ut er stabile, og at det alltid ligger nye muligheter for endring. Det er derfor interessant å se på potensielle nyforhandlinger i forholdet mellom kropp og iscenesettelse hos

imidlertid at heteroseksualiteten gjør deres maskulinitet uprovoserende, og at det er mer radikalt med ikke-heteroseksuell kvinnelig maskulinitet (Halberstam 1998:28).

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

metroseksualiteten, for å forstå hvordan kjønns- og seksualitetsnormene utfordrer hva det vil si å være en «ekte mann».

Et aspekt som har blitt forbigått i tidligere analyser av metroseksualitet, og som jeg ikke nevner i artiklene, er en interessant kommentar fra Mark Simpson i «Meet the metrosexual». I en passasje skriver han:

Female «Sex and the City» metrosexuality [is] the complement of male metrosexuality, except that it's active where male metrosexuality is passive. No longer is a straight man's sense of self and manhood delivered by his relationship to women; instead it's challenged by it. (Simpson 2002)

Simpson lanserer her uttrykket *kvinnelig metroseksualitet* som et supplement til mannlig metroseksualitet. Metroseksualiteten beskrives dermed som en frittflytende kjønnsidentitet både kvinner og menn kan iscenesette. Kvinnelig metroseksualitet omtales paradoksalt nok som mer «autentisk» maskulin enn mannlig metroseksualitet ettersom førstnevnte er aktiv, mens sistnevnte er passiv.

Simpson trekker også frem hvordan Beckham har blitt berømt for å bruke «sarongs and pink nail polish and panties belonging to his wife» (Simpson 2002). Mannlig metroseksualitet fremstår som en imitasjon av kvinnelig metroseksualitet, og referansen til «Sex and the City» er interessant ettersom TV-serien (1998-2004) oppstod *før* metroseksualiteten ble kjent via mediene. Beckhams metroseksualitet fremstår som en eksplisitt kopi som ifølge Simpson utfordrer selve «mannligheten». Her ligger det mest radikale potensiale i forhold til å

destabilisere etablerte kjønnsnormer: gjennom en avessensialisering der metroseksualiteten også blir synlig som en iscenesettelse på kvinnekroppen, fremviser metroseksualiteten selve maskulinitetens imitative struktur.

4.9 Maskulinitetens slutt?

I «Manshow» blir fotballspilleren Magne Hoseth omtalt som «jålete» fordi han er moteopptatt, eksemplifisert gjennom henvisningen til «Dolce & Gabbana-dressen» hans. Kristian Kjelling er på samme måte også kjent som en moteløve. En dominerende oppfatning av en korrekt og normal væremåte for en heteroseksuell mann innebærer tendensen til å bortforklare interessen for, og tilfredsstillelsen i, å bruke mye energi på utseendet. Det er altså problematisk å være *for* opptatt av sin fremtoning. Samtidig er det klare grenser for hvilken estetisk iscenesettelse som kan være «naturlig» for en «ekte mann», før det oppfattes som grenseoverskridende mot homoseksualitet og femininitet (Nordberg 2004:22). Det problematiske med Hoseth (og Kjelling) for «Manshow» er den eksplisitte interessen for mote og klær, i den forstand at iscenesettelsen beveger seg mot grensen for hva en person med en biologisk mannskropp kan tillate seg. Dette bryter med normene som karakteriserer «ekte mannfolk», og Hoseth plasseres i kategorien «kjerringer» i et forsøk på å diskreditere ham. Det er ikke bare Hoseth som er problemet, for også «andre fotballspillere» representerer samme mentalitet.

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

Artikkel 3 og 4 dokumenterer hvordan estetiseringen av den mannlige kroppen (bruk av solarium, designklær, bruk av hårprodukter etc.), trer frem som et viktig kulturelt symbol hos en rekke sentrale mannlige idrettsutøvere i perioden 2002-2006. Dette samsvarer også med studier av menns iscenesettelser i byer som København og Oslo i samme periode, der det estetiske glir inn i oppfattelsen av det maskuline/heteroseksuelle hos mange menn (Sørensen 2006:125). Dette medfører en kompleksitet og utfordring av tradisjonelle forståelser av hvordan heteroseksuell maskulinitet gjøres (Pedersen og Vestel 2005:15). Det er både den estetiske iscenesettelsen og utbredelsen av metroseksualiteten som et massekulturelt fenomen som skaper irritasjon i «Manshow».

I artikkel 4 (s. 129-130) skiller jeg mellom det estetiske og det erotiske i metroseksualitetens iscenesettelse. Det estetiske viser til en økende interesse for mote og kroppspleie, mens det erotiske viser til et økende fokus på den mannlige kroppen som et visuelt objekt. I artikkelen er skillet analytisk for å nyansere David Coads påstand om at den metroseksuelle mannen er et ledd i en kjønnspolitisk frigjørende «revolusjon», ettersom de estetiske sidene trolig har mindre subversivt potensiale enn de erotiske i forhold til en problematisering av kjønnskategoriene (Coad 2008:198). I «Manshow» er imidlertid det estetiske ved Hoseths iscenesettelse tydelig kjønnnet ettersom han tilskrives en nedvurderende femininitetsposisjon («kjerringer»), og blir et negativt symbol på en seksualisering av mannen («metrosex»).

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

Reaksjonen mot Hoseth vitner om at de estetiske sidene ved metroseksualiteten oppfattes som en normalisering av den heteroseksuelle mannen som et estetisk-erotisk objekt. Estetiseringen av mannen fremstår som en trussel mot den heteroseksuelle maskuliniteten, og en utvisking av grensene mellom maskulinitet og femininitet. Se-på-meg-posisjonen hos metroseksualiteten blir med andre ord oppfattet som en problematisering av selve kjønnssystemet. Dette er en potensiell utvidelse av den heteroseksuelle maskuliniteten og en utfordring for det Butler beskriver som kulturens regulerende ramme, som pålegger kroppene en spesiell form for iscenesettelse, slik at kjønnnet kan fremstå som «naturlig» (Butler 1990:43-44).

Her ligger også et subversivt potensiale i måten den mannlige metroseksualiteten gjør maskulinitet på: estetiseringen er en påminnelse om maskulinitetens performativitet. Erkjennelsen av maskulinitet som en iscenesettelse peker i siste instans mot en mulig oppløsning av fundamentet for «ekte mannfolk», og her kan det ligge en slags frykt for maskulinitetens slutt hos retroseksualiteten. Judith Butler skriver følgende:

If the subject is produced in ritualized and stylistic ways, as a practice that takes shape and changes through time, it is also that which is at risk of being produced, or, indeed, of being undone or destroyed». (Butler 2000:36)

For hvis det brer seg en oppfatning om at den hegemoniske maskulinitet er performativ og iscenesatt, er ikke veien lang til å akseptere at kjønn ikke er noe man gjør i ensomhet, men sammen med

4 Kjønnsteoretiske perspektiver

og for noen andre. At forholdene som skaper kjønn er, helt fra opprinnelsen, utenfor egen kontroll (Butler 2004b:1).

Dette strider mot oppfatningen av mannen som et autonomt selv, han som ikke lar følelsene (eller kroppen) styre, men sorterer, velger og tar rasjonelle avgjørelser. Det utfordrer myten om mannen som entreprenøren, for opptatt med ulike livsprosjekt til å realisere seg i samspillet med de(n) andre og kan være en indikasjon på at metroseksualiteten som et kulturelt symbol på 2000-tallet får en betydning som strekker seg ut over bare å omhandle menns forhold til mote og design.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

I dette kapitlet belyser jeg de metodiske valgene i avhandlingen, og peker på noen analytiske problemstillinger i relasjon til artikkel 1. Kapitlet munner ut i en etisk refleksjon knyttet til noen utfordringer i artikkel 2 og 3.

5.1 Utviklingen av et forskningsprosjekt

5.1.1 Utgangspunktet

Jeg begynte avhandlingsarbeidet i 2010 med en tese om at 2000-tallet har vært preget av brytninger i populærkulturens representasjoner av maskulinitet. Dette baserte seg delvis på egne tidligere analyser av den aktuelle perioden (Langeland 2007, 2009) og diskusjonene som har vært vedrørende den såkalte «maskulinitetskrisen».⁴⁶ Her var jeg særlig interessert i hvordan mannlige forfattere som Nils Rune Langeland (2003) og Preben Møller (2007) angrep norske feminister og den norske likestillingspolitikken. Jeg startet med å analysere TV-programmet «Manshow» for å undersøke potensielle konflikter knyttet til forholdet mellom maskulinitet og kjønns(u)likestilling i populærkulturen.

⁴⁶ Jeg kommer tilbake til dette i kapittel 6.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

Gjennom arbeidet fremsto metroseksualiteten som en kontroversiell representasjon av mannen (artikkel 1). Samtidig kom nostalgien og retro-tendensene i programmet frem, og via arbeidet med å lese meg opp på forskningslitteratur om maskulinitet i angloamerikansk populærkultur (for eksempel Edwards 2006; Johnson 2006; Simpson 2002, 2003) fant jeg ut at kategoriene metroseksualitet og retroseksualitet gav en mulighet til å utforske brytninger omkring hva det vil si å være en «mann» på 2000-tallet.

Mens jeg observerte spenningen mellom ulike maskuliniteter i «Manshow», ble mannebladet *Alfa* lansert høsten 2010. Oppmerksomheten rundt utgivelsen, samt at metroseksualiteten ble omtalt av redaktør Magnus Rønningen i forbindelse med lanseringen, gav meg en idé om å trekke tidsskriftet inn i analysen (artikkel 2). Dette arbeidet krevde en del tid, og artikkelen ble ikke ferdigstilt før høsten 2012. I dette arbeidet ble jeg vel så fokusert på de krigerske innslagene i bladet som spenningsforholdet mellom de ulike maskulinitetene. Deler av denne artikkelen beveger seg derfor i periferien av avhandlingens overordnede problemstilling. Deretter forsøkte jeg så bredt jeg kunne å analysere metroseksualitet i norsk populærkultur (artikkel 3), og til slutt hvordan det transnasjonale mediefenomenet blir situert i en norsk og nordisk kontekst (artikkel 4).

5.1.2 Det empiriske utvalget

I 2011 etablerte jeg følgende kriterier for utvalget av empiri: den skal forholde seg eksplisitt til avhandlingens tese, den skal ha fått betydelig oppmerksomhet i den norske medieoffentligheten i den aktuelle perioden, i tillegg til å representere viktige fenomener også i det internasjonale mediebildet. Empirien er i hovedsak hentet fra norsk populærkultur på 2000-tallet, med et særlig fokus på perioden 2002-2010. 2002 var et naturlig startpunkt ettersom uttrykket metroseksualitet for første gang ble omtalt i norske medier dette året (Stalsberg 2002). Gjennom studien har jeg etter hvert også innhentet empiri fra perioden 2010 til 2013, men jeg satte en endelig stopp for denne prosessen i juni 2013. I en kvalitativ metodisk tilnærming er det flytende grenser når det gjelder utarbeidelse av problemstilling, forandring av spørsmålsstilling og bruk av nye kilder også etter at arbeidet er kommet i gang (Alver og Øyen 1997: 43-46).

Åpningsepisoden av «Manshow» og åpningsnummeret av *Alfa* er valgt ut fordi de skapte oppmerksomhet i mainstreamkulturen i 2006 og 2010. Det er noen interessante hendelser som vakte min interesse, og det har ikke vært min intensjon å analysere «Manshow»-konseptet som helhet, eller samtlige utgaver av *Alfa*. Som kulturviter er jeg vant til å forholde meg til forskjellig empiri, og det har vært viktig for meg å ikke være begrenset av bestemte mediesjangre. Det empiriske utvalget handler om å utforske metroseksualitet og retroseksualitet som kulturelle fenomener. Avhandlingsarbeidet har vært en dynamisk prosess, med de muligheter og begrensninger dette innebærer. På den

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

ene siden har jeg gjennom en fleksibel tilnærming muligheten til å avtegne et større bilde av de aktuelle fenomenene, på den andre siden har studien kanskje blitt mindre stringent enn en avhandling med en i utgangspunktet klart definert empiri ville ha blitt.

Her følger en oversikt over empirien som blir analysert i de fire artiklene. Noen av eksemplene har jeg allerede kommentert, mens andre kun er omtalt i artiklene. Jeg har markert hovedempirien i fet skrift, andre viktige eksempler jeg bruker noe plass på står i normal skrifttype, mens eksempler jeg bruker mindre plass på har jeg satt i parentes. Tabellen på neste side viser når de ulike medieuttrykkene forekom i norsk populærkultur og i hvilke av mine artikler de figurerer. Jeg spesifiserer også hvilke uttrykk som går inn under kategoriene metroseksualitet og retroseksualitet:

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

Tabell 1.

Metroseksualitet	Artikler	Retroseksualitet	Artikler
Avisartikler om metroseksualitet, 2002-2004.	Art. 3		
«Homsepatruljen», 2004-2007.	Art. 3		
Fotballspilleren John Carew poserer i <i>Dagbladet</i>, 2005⁴⁷	Art. 3, 4		
Kristian Kjelling i reklamen for «Brun og Blid», 2006	Art. 3, 4		
(Salgsmessen <i>Mann 06</i> i Trondheim 2006, som retter seg mot den «moderne metroseksuelle mann»).	Art. 3	Håvard Lilleheie i «Manshow», 2006.	Art. 1
(Fotballspilleren Magne Hoseth portrettert i «Manshow», 2006).	Art. 1	Avisoppslag om airsoft-klubben <i>Nazarian</i> , 2006.	Art. 2
(Fotballspilleren Thorstein Helstad poserer i <i>Bergens Tidende</i> , 2007).	Art. 3		
(Fotballspilleren Lars Erik Eriksen poserer i <i>Dagbladet</i> , 2007).	Art. 3	(Avisartikler om negative sider ved metroseksualiteten, 2006-2008).	Art. 3
Fotballspilleren Morten Gamst Pedersen poserer i <i>Alfa</i> , 2010.	Art. 2	Reportasjen «Norge i krig» i <i>Alfa</i>, 2010.	Art. 2
		Lanseringen av tv-kanalen <i>Max</i> , 2010.	Art. 1, 3
(Omtale av Audun Lysbakken/Heikki Holmås, 2011).	Art. 3	Anders Behring Breivik kritiserer metroseksualiteten i sitt «Manifest», 2011.	Art. 3
Omtale av metroseksualitet i rettsaken mot Anders Behring Breivik, 2013.	Art. 3		

⁴⁷ Her har jeg ikke referert til de svenske og finske idrettsutøverne som også blir analysert i artikkel 4, siden det her handler om norsk populærkultur på 2000-tallet.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

Det finnes andre sjangre jeg kunne prioritert, og som kunne vært interessant for analysen. En slik sjanger er film, særlig ettersom det såkalte «hard body»-idealet fikk en renessanse på 2000-tallet (se Haugedal 2012). Dette kunne ha gitt en noe bredere samtidig kontekst for analysen av krigermaskulinitet i artikkel 2.

Jeg kunne også i større grad ha inkorporert internett som primærkilde. Dette fordi metroseksualitet og retroseksualitet er fenomener som gjøres kjent via nettavisen *salon.com*, og internettet er en direkte årsak til deres globale spredning. Her ligger det et potensiale som denne avhandlingen ikke benytter seg av, og som det kan være interessant å trekke frem i en senere studie. Særlig for å få frem nyanserte forhandlinger vedrørende fenomenenes posisjon via for eksempel sosiale medier. De britiske forskerne Hall, Gough og Seymor-Smith (2012) har bidratt med en interessant studie av forhandlinger rundt metroseksuelle iscenesettelser på YouTube, og en tilsvarende analyse kunne trolig også vært gjennomført i en norsk kontekst.

Samtidig kunne jeg også ha fokusert på andre fremstillinger av hvite, heteroseksuelle maskuliniteter i den aktuelle perioden. Jeg tenker på representasjoner i spennet mellom det «nye» og det «tradisjonelle». Eksempler på mediepersonligheter som jeg vurderte å analysere, eller å trekke inn i analysene, var kjendismilliardær Petter Stordalen, programlederen Fredrik Skavlan, eventyrer og tv-personlighet Lars Monsen, popidol Kurt Nilsen, skuespiller Aksel Hennie og skiløper Petter Northug. En av grunnene til at jeg valgte å ikke fokusere på disse

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

personlighetene, handler om en ambisjon om å beskrive noen bevegelser i populærkulturen fremfor en analyse av konkrete aktører.

Gjennomgangen av de over 300 avisoppslagene om metroseksualitet i avisene som jeg refererer til i kapittel 2, baserer seg på søk i søkemotoren *atekst (retriever.no)* i perioden 2002-2013 på alle norske aviser.⁴⁸ Her har jeg gått gjennom samtlige oppslag som omhandler ordene metroseksualitet/metroseksuell(e). Jeg vil understreke at det ikke handler om uttømmende lesninger, men en relativt kjapp gjennomgang av hvert enkelt oppslag, der jeg særlig har forholdt meg til enhetene tittel/bilde-tekst/ingress, og tittel/bilde/bilde-tekst/ingress. Analyser av dette nivået er ofte tilstrekkelig for å gripe hovedpoengene, utvalg av tema og vinkling (se Hillesund 1996:31). Jeg har også i enkelte tilfeller gått inn i brødteksten, og trukket ut sitater fra ulike aviser og fra forskjellige tidspunkter i den aktuelle perioden slik det kommer frem i kapittel 2.

5.2 Kartlegging og artiklenes kontekst

I analysen av «Manshow» (artikkel 1) så jeg først gjennom samtlige av programmets fem sesonger.⁴⁹ Deretter undersøkte jeg programmets Facebook-grupper og YouTube-videoer, før jeg bestemte meg for å gjøre nedslag i åpningen av den første episoden, fra sesong 1, høsten 2006. I analysen av *Alfa* (artikkel 2) leste jeg gjennom alle tilgjengelige

⁴⁸ Et søk på ordene metroseksualitet/metroseksuell(e) gav i juni 2013 130 treff på « metroseksuell », 225 treff på « metroseksuelle » og 22 treff på « metroseksualitet » . En god del av disse treffene går igjen i de samme oppslagene.

⁴⁹ Disse ble anskaffet på bestilling fra Nasjonalbiblioteket våren 2010.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

utgaver som var utkommet (2010-2012), og gikk gjennom de påfølgende diskusjonene i det offentlige ordskiftet. Jeg gikk grundig gjennom det 164 sider lange åpningsnummeret og klassifiserte alle oppslagene etter sjanger, tema og personer, før jeg endte med å fokusere på artikkelen «Norge i krig».

I Artikkel 3 begynte jeg med å analysere bildet av Kristian Kjelling i reklamekampanjen til «Brun og Blid» (Fig. 1).⁵⁰ Deretter utvidet jeg analysen til å omfatte et bredt spekter av metroseksualitetens representasjoner. Artikkel 4 springer direkte ut av et tidligere arbeid med representasjoner av norske, mannlige idrettsutøvere på 2000-tallet (Langeland 2009). I denne artikkelen brukte jeg det samme bildet av Kjelling som i artikkel 3, og analysen utviklet seg parallelt gjennom arbeidet med begge artiklene.

Etter å ha systematisert materialet, innarbeidet jeg relevante kontekster for de populærkulturelle uttrykkene. Artikkel 1 relaterer seg til en debatt om likestilling. I arbeidet med «Manshow» var det særlig én tematikk som fanget interessen: kjønnsdelingen av hjemmesfæren der «mannen» i programmet blir forvist av «kjerringa» til perifere deler av huset. Jeg var allerede kjent med debatten som rullet i den norske medieoffentligheten samme høst som «Manshow» ble lansert, i kjølvannet av antropolog Runar Døvings kronikk «Mannskamp for likestilling» (Døving 2006). I kronikken hevder Døving at «de fleste menn» i dag er undertrykt. Jeg bruker Døvings kronikk som eksempel på at enkelte (menn) på 2000-tallet hevder at mannen er blitt et offer i

⁵⁰ For å få mest mulig presis informasjon om kampanjen, var jeg i dialog med solariumskjeden som gav meg eksakt informasjon om hovedbildet i kampanjen.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

likestillingens navn, og dette gir mulighet til å undersøke programmet som en del av en symbolsk kamp om maskulinitetens status.

I analysen av *Alfa* i artikkel 2 fremsto krigermaskuliniteten raskt som den sentrale kategorien i materialet, og konteksten for artikkelen «Norge i krig» kom til å bestå av medieomtalen, men også av andre representasjoner av krigføringen i Afghanistan. Gjennom arbeidet med maskulinitet og militarisme dukket spørsmålet om såkalte «softguns» opp i den norske medieoffentligheten, det vil si nøyaktige kopier av virkelige våpen (som en kan skyte plastkuler med). Disse brukes i dag i «airsoft», en lek/sport der man kler seg ut som soldater i rollespillaktiviteter og fiktive krigshandlinger med kopier av militært utstyr og våpen. Jeg kontekstualiserer representasjonene i populærkulturen med praksisene knyttet til disse aktivitetene.

Artikkel 3 har en annen form enn de to foregående, med en analyse av metroseksualiteten som et relativt bredt, populærkulturelt fenomen. Her bruker jeg den såkalte «kulturkampen» på 2000-tallet som bakteppe for konfliktene jeg analyserer i relasjon til metroseksualiteten og retroseksualiteten. I artikkel 4 leser jeg representasjonene av de nordiske, mannlige idrettsstjernene i lys av en transnasjonal spredning av metroseksualiteten i reklame og medier. Denne artikkelen har ikke som de andre en konkret politisk-ideologisk kontekst, men reflekterer i stedet mer overordnet i lys av et nordisk likestillingsregime.

Den siste artikkelen har også et fokus på etnisitet og rase, et perspektiv som ikke på samme måte er til stede i de andre artiklene. Jeg

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

hadde i utgangspunktet en ambisjon om å integrere spørsmål om hvithet og rase i hele studien, særlig ettersom dette er viktig for Stuart Hall og de britiske kulturstudiene, en tradisjon jeg har hentet mye inspirasjon fra (se for eksempel Dyer 1997; Hall 1997; Morley og Chen 1996). Det har imidlertid ikke blitt anledning til å fokusere grundig på et slikt perspektiv, da spørsmål om kjønn, kropp og seksualitet har tatt min oppmerksomhet. Med et så forskjelligartet materiale som jeg har analysert, har disse tre kategoriene vært nok å beskjeftige seg med. Jeg har heller ikke fokusert på klasse i analysene, en annen kategori som er viktig for Hall (se for eksempel Hall 1981). Jeg ser at studien kunne hatt nytte av å integrere både et rase- og et klasseperspektiv, særlig i forhold til å diskutere hva som konstituerer en bestemt idealisert norsk maskulinitetsdiskurs.

5.3 Nærhet og distanse

Jeg har brukt mye tid på å få en nærhet til de visuelle representasjonene: den innledende sekvensen i «Manshow», de to soldat-bildene i *Alfa* og reklamebildet med Kristian Kjelling. Tidligere analyser av fotografier (Langeland 2007, 2009) har lært meg at bildebeskrivelser krever en særlig presisjon. I artiklene forholder jeg meg til metroseksualitet og retroseksualitet som *visuellverbale fenomener*. Dette henspiller på medieforskeren Terje Hillesunds begrep om et *visuellverbalt budskap* i mediene – «sammensetningen av bilde(r) og verbaltekst» (Hillesund 1996:3). Hillesunds begrep er først og

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

fremst myntet på analyser av aviser, men er bare et utgangspunkt for hvordan jeg forholder meg til bilder og verbaltekst i sammenheng.⁵¹

Jeg har nyttiggjort meg av tekstanalysens begreper (tegn, koder, denotasjon/konnotasjon blant annet) som deskriptive verktøy for å kartlegge informasjonen i verbaltekstene og bildene (jf. Barthes 1968; Hall 1997). Slik kom jeg først frem til noen strukturer som dannet et utgangspunkt for å bore etter dypere meningsnivåer gjennom fortolkning. De to nivåene kan beskrives som kartlegging og tekstlesing, og utgjør til dels ulike stadier i forskningsprosessen (Rudie 1997). Tekstanalysens begreper forekommer ikke i de publiserte artiklene ettersom de ble brukt på et tidlig stadium i analysearbeidet. De var særlig viktige for klassifiseringen av informasjonen i analysen av *Alfa* (artikkel 2). De to første delene av reportasjen «Norge i krig» omfatter 11 fargefotografier av ulik størrelse, brødtekst, ingress, bildetekster og visuelle elementer som binder det hele sammen. Her beskrev jeg først detaljene i fotografiene, deretter så jeg på dette budskapet i lys av overskrifter og bildetekster, før jeg grep fatt i denotative og konnotative nivåer i oppslaget.

Når man opererer innenfor ens egen, nær sagt hjemlige kultur, innebærer det å perspektivere mønstre en selv lever innenfor. Dette kan være en utfordring fordi strukturene ofte fremstår som usynlige. Når jeg sier at noe er «usynlig» i en kultur, er det ikke bare snakk om at noe ikke synes; saken er heller at forholdene ikke betraktes som kultur i analytisk forstand (Ehn og Löfgren 1982:105). Den kvalitative analysen

⁵¹ Se Hirdman (2002) for en analyse av visuellverbale budskap i ukeblader og magasiner.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

får frem det som til å begynne med var usynlig; de skjulte betydninger kommer først for dagen gjennom en likevekt mellom nærhet og distanse til materialet (Alver og Øyen 1997:131-132). En av de største analytiske utfordringene i balansen mellom nærhet og distanse krystalliserte seg tidlig med analysen av «Manshow». Parallelt med arbeidet holdt jeg presentasjoner for ulike fagmiljøer. En tematikk som gikk igjen i diskusjonene, var ironien som jeg i begynnelsen ikke var tilstrekkelig bevisst, men som jeg etter hvert innså var et fundamentalt trekk ved programmet. Ironien i «Manshow» er vanskelig å få tak i ettersom den gjerne unndrar seg en enten/eller klassifisering som ironisk eller ikke-ironisk.

I analysen gikk jeg først fra å ha et kritisk utenfra-blikk, til å forsøke å komme frem til intensjonen med programmet. Jeg inntok nærmest et aktørorientert perspektiv, med innlevelse i hvordan de involverte selv potensielt anvendte ironien (jf. Ehn og Løfgren 1982:96). Her kom jeg for tett på empirien. Dette skjedde trolig fordi den mannsjåvinistiske stilen som programmet bruker, er en viktigere del av min erfaringsbakgrunn enn jeg er klar over. Deler av det homososiale og heteronormative fellesskapet mellom mennene i programmet kan minne om tonen i miljøer som jeg har vært en del av. Det faktum at programleder Håvard Lilleheie (f. 1973) står nært meg selv i alder, snakker samme dialekt som jeg,⁵² har samme hudfarge og klasseposisjon, gjør det særlig komplekst å få tak i dypere betydningslag.

⁵² Vi kommer begge fra byen Drammen.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

Her ligger det en utfordring for hele denne avhandlingen. Både metroseksualitet og retroseksualitet er uttrykk som forekommer i populærkulturen, og som blir brukt av ulike aktører for å beskrive tilstander som angår mannen på 00-tallet. Det vil si at her står jeg overfor to *erfaringsnære* begreper som ikke nødvendigvis gir perspektiv på fenomenene jeg er ute etter å beskrive. En innvending mot en erfaringsnær tilnærming er at forskeren ikke lenger kan gripe sitt materiale med den nødvendige analytiske distanse (Fangen 1997:9). I analysene måtte jeg gå noen runder med forvirring og frustrasjon, før jeg vendte tilbake til det kultur- og maskulinitetsteoretiske utgangspunktet. Dette gjorde meg etter hvert i stand til å perspektivere maskulinitetene i «Manshow», og i resten av empirien. Et av grepene jeg foretar er utviklingen av nye og mer *erfaringsfjerne* begreper. Jeg kommer tilbake til disse i kapittel 7.

5.4 Artikulasjoner av «mann»

Som jeg viste til i kapittel 3 er artiklene opptatt av bestemte artikulasjoner av maskulinitet. Her handler det om å vise hvordan representasjonene knytter tegnet «mann» til andre ord eller tegn, som dermed bidrar til å forskyve ordets betydninger. «Mann» kan her bli forstått som et nodalpunkt, eller en *flytende betegner*, et tegn som ulike diskurser kjemper om å definere nettopp på deres måte (Winther Jørgensen og Philips 1999:39). I artikkel 1 trekker jeg frem hvordan «Manshow» snakker om «ekte mannfolk», og relaterer dette til et

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

bestemt sett av egenskaper: konsumering av øl, objektivering av kvinner, heteroseksuelt samhold menn imellom. Her står man overfor en bestemt *ekvivalenskjede*: mann, alkohol, sexisme, heteroseksualitet og homososialitet. «Ekte mannfolk» står i kontrast til metroseksualiteten som tilskrives andre egenskaper: konsumering av «rusbrus», et (over)fokus på mote og overfladiskhet, feminitet. Det handler om en dikotomi mellom den ekte retroseksualiteten i kontrast til den falske og mer suspekke metroseksualiteten.

I artikkel 2 viser jeg hvordan *Alfa* er opptatt av å henvende seg til «det brede lag av norske menn», mens man bruker krigen i Afghanistan og krigsfixasjoner som eksempler på «ekte menn». Artikulasjonen handler i første rekke om hvordan tegnet «mann» plasseres i relasjon til krig, eller vold. En re-artikulasjon som trekker maskuliniteten i en annen retning enn det likestillingsorienterte idealet som har en sentral posisjon i en norsk kontekst (jf. Brandth og Kvande 2003). Denne artikkelen bekrefter bildet som artikkel 1 avtegner, men viser i større grad til et mer rendyrket machoideal uten ironien i «Manshow». Artikkel 1 og 2 har fokus på to subjekter med viktig funksjon i en artikulering praksis. I «Manshow» er dette programleder Håvard Lilleheie, og i *Alfa* daværende redaktør Magnus Rønningen.

Artikkel 3 tydeliggjør artikulasjonen av metroseksualiteten via reklamebildet av Kristian Kjelling (se Fig. 1). Her blir «mann» knyttet opp til posering, avkledd kropp, mote og (solariums)brunhet. Dette gir et eksempel på tilsynekomsten av en global diskurs som trekker representasjonen av Kjelling i en annen retning enn et tradisjonelt bilde

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

av en mannlig norsk idrettsutøver (se Coad 2008; Langeland 2009). Artikkelen presiserer antagonismen fra artikkel 1, med en kontrast mellom metroseksualitet og hva jeg her kaller «antimetroseksualitet», for å gripe en motbevegelse i populærkulturen.

Artikkel 4 viser til ulike artikuleringer i en norsk, svensk og finsk kontekst i analysene av de ulike mannlige idrettsutøverne. Her vises det både til hvordan en transnasjonal metroseksuell diskurs og lokale (likestillings)normer spiller inn når det kommer til forståelsen av hva det vil si å være en (ekte) mann. Denne artikkelen er ikke som de andre opptatt av å se på potensielle brytninger og konflikter, men i større grad fokusert på å undersøke metroseksualitet som et fenomen i Norge, Sverige og Finland i lys av et større nordisk felles likestillingsprosjekt. Artikulasjonene trekker på ulike diskursive regimer, i både en populærkulturell og en politisk kontekst.

5.5 Etiske refleksjoner

Jeg vil her trekke frem to etiske problemstillinger som har dukket opp under arbeidet. En målsetning for avhandlingen er å nyansere og konkretisere kulturelle prosesser knyttet til metroseksualiteten og retroseksualiteten. Dette skjer gjennom en kritisk analyse og i utgangspunktet er det ingen representasjoner som prinsipielt er

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

utelukket fra studien, så lenge de har en relevans i henhold til problemstillingen.⁵³

En utfordring knytter seg til utvalget av materialet i forbindelse med artikkel 3. Mens jeg jobbet med denne artikkelen våren 2012, dukket spørsmålet om masseorderen Anders Behring Breiviks forhold til metroseksualiteten opp i norske medier. Under rettsoppjøret mot ham kom det frem at vennene hans gav ham denne karakteristikken, noe som ble poengtert av flere (se for eksempel Hopperstad et al. 2012; Stanghelle 2012). Breiviks (potensielle) metroseksuelle identitet ble også nevnt i forfatter Aage Borchgrevinks bok: *En norsk tragedie. Anders Behring Breivik og veiene til Utøya* (Borchgrevink 2012:17, 190, 236). Våren 2012 hadde jeg lenge vært klar over at Breivik omtaler metroseksualiteten i negative termer gjennom sitt såkalte «Manifest», i tillegg til at Mark Simpson like etter 22.07.2011 hadde publisert en tekst om Breivik med tittelen *metro-psycho*. Breivik hadde fått en tydelig posisjon i forhold til hovedfenomenet i min avhandling.

Jeg ble advart mot å trekke ham inn i analysene. En innvending var at det ville være tabloid ettersom det ikke virket tilstrekkelig relevant for avhandlingens fokus. Den andre dreide seg om usikkerheten i spørsmålet om Breiviks tilregnelighet, og at det derfor kunne være problematisk å trekke inn hans synspunkter på et

⁵³ Etiske retningslinjer innen humanistisk og samfunnsvitenskapelig forskning handler om sannhetsnormer, troverdighet og om menneskelig verdighet; forskeren har et etisk ansvar for å utvikle en kritisk og nyansert vitenskapelig observasjonsevne, som ikke går på bekostning av menneskers privatliv og frihet (se NESH 2006).

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

populærkulturelt fenomen.⁵⁴ Breivik faller imidlertid innenfor mine utvalgskriterier for empirien, og da han også ble erklært strafferettslig tilregnelig under rettsaken i august 2012, ble det hele aktuelt. På den andre siden fikk jeg støtte fra de som mente at dette var noe jeg ikke kunne se bort i fra. Samtidig var det en utfordring da jeg ikke ville omtale ham isolert, men som del av en større offentlig samtale. Dette innebærer at det jeg kaller retroseksualitet ville assosieres med deler av Breiviks idégrunnlag, noe som kan være problematisk, og i hvert fall oppleves som urettferdig for de ulike aktørene som blir omtalt.

Jeg tok etter hvert beslutningen om å ta Breivik med i artikkel 3. Som kultur-, kjønns- og maskulinitetsforsker mener jeg at det er viktig å ikke betrakte et fenomen isolert, men i stedet så langt det lar seg gjøre relatere det til en større kontekst. Jørgen Lorentzen (2013) har dessuten nylig vist at i Breiviks såkalte «Manifest» spiller spørsmål om kjønn og seksualitet en viktig rolle i et antifeministisk prosjekt. Dette var med andre ord en representasjon av maskulinitet som har klare fellestrekk med den øvrige empirien jeg allerede arbeidet med. Det virket dermed merkelig å ignorere dette i avhandlingen.

Samtidig har jeg vært svært bevisst på å utøve varsomhet, og jeg har vært særskilt nøye med presisjonen i ordvalgene i denne sammenhengen. I artikkel 3 legger jeg vekt på at analysene ikke har til hensikt å forsøke å forklare de bakenforliggende mekanismene som førte til handlingene den 22.07.2011. Ettersom Breivik heller ikke utgjør et hovedfokus for avhandlingen, valgte jeg å ikke gi ham for mye

⁵⁴ Jeg ble advart mot dette ved to ulike anledninger i forbindelse med presentasjoner av doktorgradsprosjektet mitt våren 2012.

5 Metodiske, analytiske og etiske refleksjoner

plass; han skulle ikke overskygge resten av materialet. Derfor har jeg heller ikke viet ham stor oppmerksomhet i avhandlingens del 1.

En annen problemstilling jeg vil trekke frem oppstod i forbindelse med artikkel 2 og reportasjen «Norge i krig». Soldatene er avbildet i krigerske positurer, mens de kommer med uttalelser som trolig ikke ville falt i en mer nyansert journalistisk sammenheng. Uttalelsene om at «krig er bedre enn sex» fikk oppmerksomhet opp til politisk ledelse på høyeste nivå. Det er ikke en nøytral beskrivelse av soldatene, men en svært ensidig karakterisering i reportasjen. På tross av at daværende redaktør Magnus Rønningen påpekte at sitatene soldatene kommer med er autentiske, påpekte forsvaret på sin side at de følte seg feil fremstilt i magasinet (Andersen et al. 2010).

Selv om et materiale er offentlig, bør ikke forskeren regne alle åpne kilder som tilgjengelige i etisk forstand. Men på bakgrunn av den offentlige konteksten ordskiftet befinner seg i, konkluderte jeg imidlertid med at det var etisk forsvarlig å gjøre uttalelsene til gjenstand for analyse. I artikkelen legger jeg vekt på ikke å henge ut soldatene som enkeltmennesker, men å bruke dem som eksempler på en eksisterende krigermaskulinitet i det norske samfunnet. Jeg forsøker også å omtale dem på en annen måte enn hva jeg gjør med redaktør Magnus Rønningen, som i vesentlig større grad har kontroll over sin egen iscenesettelse. De etiske valgene jeg har foretatt har skjedd gjennom en balansegang mellom det kritiske og det personsensitive. Målsetningen har vært å komme frem til nyanserte fortolkninger av metroseksualiteten og retroseksualiteten som kulturelle fenomener.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

I artiklene konstaterer jeg først og fremst at det finnes en brytning mellom den «nye» og den «tradisjonelle» mannen på 2000-tallet, men hva gjør egentlig representasjonen av den metroseksuelle mannen så truende eller problematisk for retroseksualiteten? Dette kapitlet vil presentere noen innfallsvinkler til denne problematikken relatert til en potensiell «krise» for maskuliniteten, og knytter det an til kulturelle og samfunnsmessige brytninger i Norge på 2000 tallet.

6.1 Avkledd maskulinitet

Metroseksualitetens potensielle kjønnsoverskridelse skaper irritasjon og forargelse hos enkelte. I en anonym nettkommentar fra 2010 ble det faktum at «gutter kan leke med dokker» i dag trukket frem som et negativt kjennetegn på «vår metroseksuelle verden».⁵⁵ Den britiske sosiologen John McInnes legger i boken *The end of masculinity* (1998) vekt på at oppfatningen om kvinnens og mannens biologiske ulikheter gjennom moderniteten har fått en særlig viktig posisjon som et eksistensielt orienteringspunkt; religiøse symboler har blitt erstattet med en fetisj for kjønnsforskjellen. Forestillingen om to separate kjønn utgjør en bærebjelke i symbolsystemet, og bidrar ifølge McInnes til

⁵⁵ Nettkommentaren er å finne på denne nettsiden:
<http://aslak.vgb.no/2010/03/29/den-norske-mannen/index.html> (03.10.2013)

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

følelsen av en ontologisk sikkerhet som motvirker en eksistensiell angst (McInnes 1998:13). Følelsen av at distansen mellom menn og kvinner er i ferd med å forsvinne kan ifølge McInnes fort sette i gang kulturelle prosesser som har til hensikt å gjenopprette status quo. Anthony Giddens (1994) poengterer at modernitetens frigjøring fra tradisjonen etterlater vestens mennesket i en usikker, nærmest famlende tilstand. I den sammenheng er det kanskje ikke rart at det på 2000-tallet forekommer reaksjoner mot de «glossy, kremglinsende og myke herrene» redaktør Hålien så komme i 2003.

Artikkel 3 og 4 viser at via metroseksualiteten får menn i avklede/feminiserte positurer en vesentlig synlighet i en norsk, nordisk og transnasjonal mediekontekst på 2000-tallet. Samtidig er ikke metroseksualiteten alene om å kle av mannen. I den skjønnlitterære antologien *En naken mann* (2002) – lansert samme år som metroseksualiteten kom til Norge – skriver redaktør Mia Bull Gundersen følgende: «Menn har modellert nakne kvinner i århundrer, nå er det damenes tur til å beskrive avkledd maskulinitet.» (Bull Gundersen 2002:5).⁵⁶ Queerforskeren Mathias Danbolt (2005) har vist hvordan forfattere som Lars Ove Seljestad, Lars Ramslie, Erlend Loe og Ole Asbjørn Ness i romaner fra perioden 2003-2005 på ulike måter var svært opptatt av å skildre «norsk kuk» – altså det mannlige kjønnsorganet, for sine lesere.

I 2003 meldte NTB at «håret reiste seg på hodet» til turistsjefen i Tønsberg, da hun ble presentert for byens nye turistbrosjyre, der en

⁵⁶ Boken består av 18 tekster skrevet av kvinnelige, nordiske forfattere, deriblant Unni Lindell, Marianne Fredrikson, Vigdis Hjorth, Suzanne Brøgger og Anne B. Ragde.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

«naken mann» figurerte på forsiden som blikkfang og reklame for byen (*Aftenposten* 2003). Forbrukerombudet noterte i 2009 en «økning i bruk av [den avkledde] mannskroppen» i reklame (Forbrukerombudet 2009). En rekke teaterversjoner av den britiske filmkomedien *The Full Mounty (I Blanke Messingen)*, som omhandler en gruppe arbeidsledige menn som blir strippere, er blitt presentert av profesjonelle ensembler og amatører i Norge på 2000-tallet (se for eksempel Kristiansen 2003).⁵⁷

Dette er eksempler som illustrerer at visuelle og tekstlige representasjoner av nakne/avkledde menn blir viktig innenfor skjønnlitteratur, aviser, reklame, film og teaterscener i Norge på 2000-tallet. Dette er representasjoner som – i mange tilfeller – har en særegen spredning i byer og i distriktene (lokale teaterscener, lokale kinoer etc.), og blir dermed en viktig del av populærkulturen på mange nivåer. Som et visuellverbalt fenomen blir den avkledde maskuliniteten bredt og allment tilgjengelig. Retroseksualitetens reaksjoner mot metroseksualiteten henger trolig sammen med en bred og aktiv kulturell prosess i samtiden der ulike aktører ønsker å *avkle* mannen – både i konkret og symbolsk forstand.

6.2 Unmaking

Det er forskjell på å *kle av seg* for noen og å bli (symbolsk) *avkledd*. Den førstnevnte posisjon kan innebære en form for styrke og kontroll over situasjonen, mens den andre i større grad innebærer å ha mistet

⁵⁷ Se også Johannsson (2008) for en analyse av dette fenomenet.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

kontrollen – som å være blottet, utildekket, eller ribbet. Representasjonen av Kjelling i reklamen for «Brun og Blid» handler om en aktør som høyst frivillig kler av seg for kamera, og som bemektiger seg via denne iscenesettelsen. Samtidig fortolkes en slik form for «metrosex» hos «Manshow» som noe feminint, eller en ydmykende fremstilling av den norske mannen, i kontrast til det «ekte» maskuline.

Dette kan skyldes at maskulinitet har fått et ny type synlighet i det offentlige rommet, noe metroseksualitetens *se-på-meg*-posisjon bærer vitne om. Men en kulturell synlighet er et tveegget sverd. Et smertefullt eksempel på avkledd maskulinitet finnes i Per Pettersons roman *Jeg nekter* fra 2012. Handlingen finner sted i 2006, men tematiserer forholdet mellom fortid og nåtid med retrospektive tilbakeblikk til barne- og ungdomstiden på 1960-tallet da Tommy og Jim vokste opp. Petterson skildrer møtet mellom Tommy og hans far i 2006, etter at de to ikke hadde sett hverandre på 40 år. Faren befinner seg på dette tidspunktet hos politiet som har plassert ham i en fengselscelle på grunn av utagerende adferd. Idet Tommy møter faren mister den gamle buksen, og er ikke i stand til å få den opp:

[Buksa] haka seg opp i de magre kneskålene hans og ble hengende der til halvveis på låret og datt ikke ned igjen til de stripete sokkene og kom ikke opp igjen heller, og da ble han jo stående bom fast og kunne ikke slippe buksa og gitt meg en pappaklem jeg for alt i verden ikke ville ha. (Petterson 2012:220)

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

Farsfiguren har mistet sin autoritet og verdighet og sønnen er ikke interessert i en «pappaklem». Den avkledd maskuliniteten fremstår i en nedverdiggende situasjon, og kan leses som et bilde på retroseksualitetens frykt for konsekvensene av flomlyset som direkte og indirekte rettes mot mannskroppen og maskulinitetens praksiser på 2000-tallet via metroseksualiteten. Mannen blir tatt med buksen nede og åpenbarer for hele verden at hans autoritet ikke er evigvarende. Han sitter «bom fast», ute av stand til å bevege seg.

I Unni Lindells novelle «Den nakne mannen» fra antologien *En naken mann* (2002) utøver den middelaldrende kvinnen Eva vold mot den mannlige aktmodellen Leon.⁵⁸ I en scene får leseren følgende beskrivelse: «Hun bøyd seg ned og åpnet buksen hans. Han sprellet vilt under henne. Hun forsøkte først å snakke rolig til ham, men når det ikke nyttet, ble stemmen hennes skarp. Hun sparket forsiktig til ham i siden til han roet seg og ble liggende musestille» (Lindell 2002:20). Her kommer *risikoen* vedrørende se-på-meg-posisjonen hos metroseksualiteten til uttrykk: mannen er avkledd og kroppen er tilgjengelig for hennes blick – hun tar kontroll.

Metroseksualitetens inntreden og utvikling i norsk populær- og mainstreamkultur på 2000-tallet står frem som et symbol på at mannen

⁵⁸ Novellen omhandler den enslige, middelaldrende, heteroseksuelle bibliotekaren Eva, som blir overtalt av venninnen Nora til å melde seg på et malekurs. Her blir hun stilt overfor aktmodellen Leon, og novellen kretser om hennes økende interesse for hans kropp, eller mer spesifikt: kjønnsorganet. I en passasje der Leon tar plass for kursets deltagere, som nesten utelukkende består av kvinner, påpeker fortelleren hvordan blikket til Eva blir trukket mot underlivet til modellen: «Hun så på mannen. Han satt helt stille, så nesten ut som en statue. Han satt der med bena lett adspredt. Øynene hennes ble hele tiden trukket mot det fyldige, slappe kjønnsorganet.» (Lindell 2002:11). Mannens kropp blir beskrevet som et kunstverk.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

ikke med enkelhet kan fremstå som et «usynlig» kjønn. Det norske feministiske tidsskriftet *Fett* konkluderte i 2005 med at mannen «har blitt kjønn» og applauderte hvordan maskuliniteten var i ferd med å «problematiseres», «diskuteres» og «omdefineres». Et eksempel er loven om kjønnskvotering i styrer fra 2006. Reglene innebærer at det skal være 40 prosent av begge kjønn i styrene allmenn-aksjeselskaper, og førte til en stor diskusjon omkring menns posisjoner i næringslivet. En konsekvens av denne loven har vært at menn ikke lenger med naturlighet kan forvalte (kjønns)makt på samme måte som tidligere i fordums kjønnsblinde rom. Nå må menn trolig på andre måter, og med andre midler, forsvare og forklare hvorfor de er overrepresentert i næringslivets maktposisjoner. Metroseksualitetens visuelt eksponerte kropp i populærkulturen sammenfaller med en synliggjøring av mannen som kjønn også i andre deler av samfunnet.

En slik situasjon kan bli sett i lys av det den amerikanske feministen Robyn Wiegman (2002) karakteriserer som «*unmaking*». Hun sikter til hvordan den hvite, heteroseksuelle maskulinitet i økende grad har kommet under lupen gjennom de siste tiårene, og viser hvordan feministisk teori sakte, men sikkert har plukket denne maskuliniteten fra hverandre. Dette skjer i kombinasjon med at offentligheten i mindre grad tolererer arkaiske utslag av sexismen som er fundert i en idealisert «ekte» eller «naturlig» mannlighet. Det mangetydige uttrykket *unmaking* peker både på det å miste en posisjon, rang eller myndighet, men også til ødeleggelse, eller endring, av egenskaper; Wiegmans poeng er at slike prosesser innenfor teorien

skjer i dialog med politisk-ideologiske prosesser i samfunnet for øvrig. Den avklede maskuliniteten hos Petterson og Lindell kan peke mot retroseksualitetens ultimate frykt, nemlig at den heteroseksuelle mannen skal bli ydmyket og destabilisert av offentlighetens blikk i bred forstand.

6.3 «HOLD KJEFTEN PÅ DEG»

Åpningsmonologen i «Manshow» illustrerer konflikten der «kjerringa» ikke vil at mannen skal se «fotball» og «pornofilm», og hun forsøker å ta kontrollen over «tv-en» (se art. 1 s. 281). Følger man programmets logikk, handler det tilsynelatende «feministiske» prosjektet om å ta over mannens kontroll over *det visuelle feltet*.⁵⁹ Hennes reaksjon mot det som formodentlig er hans konsum av heteroseksuell pornografi, er en opposisjon mot at kvinnen skal fungere som et visuelt objekt for mannen.

«Kjerringa» fremstår dermed som en karikatur av det den britiske queer-teoretikeren Sara Ahmed har beskrevet som en «feminist kiljoy»; en som saboterer andres lykke gjennom å selv ikke være lykkelig, i tillegg til å reagere på sexistiske strukturer som gir henne en følelse av frustrasjon (Ahmed 2009:5). Denne misnøyen ser ut til å ødelegge mannens *nytelse*, og han slår tilbake med utageringen: «HOLD KJEFTEN PÅ DEG FORBANNA MØKKAKJERRING!». Dette er en truende verbal handling, men skriket avslører også en

⁵⁹ Medieverdenen er ifølge programmet allerede invadert av «kvinner og «metrosex», «kjellerstua» er nærmest mannens eneste rom for visuell nytelse.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

desperasjon. Mannen kunne rolig ha bedt henne om å gå ut av *hans* rom, men i stedet brøler han i affekt. Dette vitner om at mannen ikke har en autoritet som primært kjennetegner en hegemonisk maktposisjon der makten ikke behøver å bli markert aggressivt.

«Manshow» setter an tonen med utbruddet mot «kjerringa» som vil ta over «tv-en». Hun vil potensielt eksponere ham for «metrosex», og i verste fall den *kvinnelige metroseksualiteten* (les: *Sex and the City*). «Metrosex» symboliserer her utviskingen av kjønns grensene og peker på frykten for *avessensialiseringen* av den heteroseksuelle mannen.⁶⁰ Dette utgjør selve brytningspunktet mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten.

I «Manshow» iscenesetter Håvard Lilleheie en reaksjon på metroseksualitetens «kjønnstrøbbel». Judith Butler påpeker at kroppene som ikke underkaster seg *loven* blir en trussel for kjønns systemet og utfordrer i siste instans *fallos*, ursymbolet, det som ikke kan bli representert, men som samtidig utgjør grunnen for den patriarkalske makt. Potensielle forskyvninger i det symbolske handler om en problematisering av kjønns stabilisering gjennom den heteroseksuelle

⁶⁰ Det problematiske med utfordringen av grensene mellom kjønnene kommer til uttrykk i leken som også opptrer i det første programmet av sesong 1 høsten 2006. Det har navnet: «mannfolk eller kjerring». Som Lilleheie hevder kan det være vanskelig å se forskjell på kjønnene i disse «unisex-tider». Den såkalte «Kongen» blir presentert tre bildeutsnitt og skal gjette om de avbildede personene er «mannfolk» eller «kjerring». I de to første eksemplene mistolker han uttrykket da personen med ørering viser seg å være en mann, og smeden som arbeider med jern, viser seg å være en kvinne. Siste bilde viser en person med flere kjeder rundt halsen (deriblant to kors), blå utringet t-skjorte og grønn jakke. «Kongen» gjetter på «kjerring», og da hele fotografiet blir synlig jubler Lilleheie/publikum ettersom Magne Hoseth er avbildet. Man kan nå få øye på hans halvlange hår og designersolbriller. Lilleheie jubler: «Ja, det er kjerring, ei vaskeekte kjerring, ingen tvil om det», før sekvensen avsluttes.

matrise, og dermed også av selve subjektforståelsen (Butler 1990:67). Selv om spørsmål om endring i det symbolske er en svært kompleks prosess hos Butler (se Bolsø 2005), er det vesentlig at eventuelle forskyvninger kaster subjektet inn i en eksistensiell usikkerhet. Reaksjonene mot metroseksualiteten kan tyde på at denne figuren setter i gang en frykt for at det er noe fundamentalt i bevegelse hva kommer til kjønnsymbolikken og endrede praksiser som følge av de siste tiårenes likestilling og feminisme på 2000-tallet.

6.4 Usikkerhet og forvirring

Til tross for at «Manshow» insisterer på å fremstille «ekte mannfolk», er det lite som fremstår som «autentisk» i måten symbolene her kommer til uttrykk. Dette kommer ikke minst til uttrykk gjennom karakteren «kongen», som fremstår som latterlig med sin overdrevne iscenesettelse (art. 1, s. 288).⁶¹ Kongen har ingen symbolsk autoritet. Den slovenske filosofen Slavoj Žižek har poengtert at det er en tendens til at symbolsystemet i det postmoderne vestlige samfunnet ikke lenger gir en ontologisk sikkerhet. Det er ifølge Žižek en tiltagende tendens til hva han beskriver som «the terror of being no big Other» (Žižek 2008:434). Altså frykten for at det ikke finnes en opprinnelig autoritet i samfunnet som kan garantere for det meningsfulle i eksistensen, og at

⁶¹ «Kongen» i *Manshow* introduseres i tredje åpningssekvens og etterfølger scenen der Lilleheie instruerer publikum til å «Drekka». «Kongen», som spilles av skuespiller Odd-Magnus Williamson, har gullkrone på, rosa jakke, hvit t-skjorte, blå joggebukser og joggesko. Han er nærmest språkløs, og sitter for det meste taus og øldrikkende på scenen.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

tegnene peker tilbake på noe opprinnelig. Et av Žižeks sentrale poenger handler om den symbolske autoritetens nedbrytning i det postmoderne. Han påpeker:

From the traditional rituals of investiture, we know the objects which not only «symbolize» power, but put in the subject who acquires them into the position of effectively exercising power - if a king holds in his hands the scepter and wears the crown, his words will be taken as the words of the king. (Žižek 2008:86)

Slik er det ikke lenger i det vestlige senmoderne samfunnet – kongens krone gir (i de fleste tilfeller) svært liten realpolitisk makt. Den automatiserte forbindelsen mellom iscenesettelsen og maktutøvelsen er ugjenkallelig brutt i dette tilfellet, og man står igjen med symboler som er tømt for mening.

Kulturen er ifølge Žižek i siste instans et sett trosartikler som ingen lenger tror på, og den amerikanske filosofen Jody Dean presiserer følgende i sin lesning av Žižek: «The decline of symbolic efficiency refers to a fundamental uncertainty in our relation to the world.» (Dean 2007:29). Retroseksualitetens iscenesettelser kan knyttes opp til den «fundamentale usikkerheten» som Dean mener henger sammen med en potensiell avessensialisering av (kjønns)identiteten. Metroseksualiteten som en figur kan i dette tilfellet («metrosex, Magne Hoseth) handle om at spesifikke kropper og kulturelle praksiser i et bestemt historisk øyeblikk blir representert på overdrevne og karikerte måter, noe som igjen uttrykker en underliggende usikkerhet (jf. Gill 2009:142).

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

«Manshow» karikerer metroseksualiteten, men blir heller ikke i stand til å etablere en ny «autentisk» maskulinitet, i kontrast til den «falske» metroseksuelle mannen, ettersom den refleksive posisjonen og ironien trer frem som en viktig komponent.

Mannens tilflukt i «kjellerstua» handler ikke nødvendigvis bare om en feminisert offentlighet som retter et blikk mot hans kropp og hans væremåter: det kan også ses som en tilflukt fra en usikker verden på 2000-tallet. Kritiker Susanne Christensen har påpekt at 2000-tallet «rammes inn av angrepet på World Trade Center den 11. September 2001 og en murrende finanskrisen med mange små og store kollapser jorden rundt» (Christensen 2001:19). Slike politiske og økonomiske prosesser preger også populærkulturen. Jonathan Rutherford beskriver følelsen som forskrekket den vestlige og angloamerikanske kulturen den 09.11.2001, da to fly styrtet inn i World Trade Center:

[I] felt the symbolic order of the world I'd grown up in reverberate in shock. As the twin towers crashed to the ground something in my unconscious seemed to fall with them. In the days that followed I experienced a nostalgia for the TV-created America of my 1960s childhood. (Rutherford 2007:83)

Rutherford setter ord på rystelsen med etterfølgende nostalgi i etterkant av (terror)angrepet. Som Judith Butler (2004a:41) påpeker har en nasjon (som kollektiv «kropp») og enkeltmennesker (som individuelle «kropper») en rekke fellestrekk, deriblant et behov for å rekonstruere en «imaginær helhet», for å unngå å eksponere sin grunnleggende

sårbarhet.⁶² Ettersom enkeltmennesker investerer følelser i nasjoner som kroppslige «subjekter», kan man også ifølge Butler erfare et angrep på nasjonen som et angrep på egen kropp. Flyenes penetrering av World Trade Center i 2001 kan ses på som en inntrenging i en «symbolsk orden» som rokker ved følelsen av en ontologisk trygghet. «Manshows» reaksjon mot «kjerringa» som har tatt fra ham kontrollen over det visuelle feltet er trolig en handling som forsøksvis gjenoppretter en slags orden i en verden som føles kaotisk. Her åpenbarer det seg også en potensiell *krise* ettersom det handler om et tap – og forsøk på gjenerobring – av en maktposisjon.

6.5 «Manshows» symbolske krise

Med sine krisemaksimeringer på vegne av «mannen» skriver «Manshow» og retroseksualiteten seg inn i en større kjønnsideologisk debatt i samtiden. At den heteroseksuelle mannen befinner seg i en form for krise er en utbredt oppfatning i den vestlige og angloamerikanske samfunnsdebatten gjennom de siste tiårene; en svært sammensatt diskusjon jeg ikke skal gjengi i all sin kompleksitet. Men det blir ofte hevdet at en kombinasjon av sosiale og økonomiske endringer bidrar til å marginalisere enkelte grupper av hvite, heteroseksuelle menn. Dette er særlig knyttet til utdanning, helse, kriminalitet og reproduksjon (Faludi 2000; Whitehead 2002:51). I artikkelen «Menn i krise» fra VG i 1998 kunne man lese at: «Dagens

⁶² Butler skriver: «Nations are not the same as individual psyches, but both can be described as 'subjects', albeit of different orders.» (Butler 2004a:41).

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

mann er forvirret. Før adlet arbeidet mannen. Nå frykter han at «han ikke overlever omorganiseringen på jobben.», at «mannens identitet er preget av utrygghet og skrekkvisjoner», fordi han er «ribbet til skinnet» og «usikker» (Remme 1998). Mye av diskusjonene i norske medier har handlet om menn som faller utenfor. Mange menn med lav utdanning dør tidlig, er høyt representert på kriminalstatistikken og får få barn (Klyve 2009).

Connell har poengtert at å snakke om en generell krise for maskuliniteten er unyansert, og man bør heller fokusere på *spesifikke krisetendenser*, eller bestemte transformasjoner og forskyvninger innenfor kjønnsystemet (Connell 1995:84). Dette er etter mitt skjønn et godt grep for å nyansere diskusjonene, og Connell har også en konstruktiv innfallsvinkel til dette gjennom å utpeke ulike samfunnsarenaer som særlig viktige.⁶³ Men i gjennomgangen av ulike krisetendenser utelater Connell hvordan *symbolsystemet* og det kulturelle feltet kan utgjøre en viktig arena, noe jeg mener er en svakhet i analysen. Den britiske maskulinitetsforskeren Tim Edwards skriver følgende:

[M]asculinity may be in crisis due to its perceived tendency to [...] explode into femininity [...] as, for example, in the case of the rise of contemporary consumerist, fashion-conscious or sexually uncertain masculinities such as metrosexuality. (Edwards 2006:17)

⁶³ Connell nevner *maktrelasjoner* (endring i patriarkalsk makt), *produksjonsrelasjoner* (industrielle endringer, som bl.a. medfører at kvinners sysselsetting innenfor industrien), *endring i seksuelle forhold* (homo- og lesbiske forhold som en akseptert del av kulturen, kvinners tilgang til prevensjonsmidler, etc.), Connell 1995:84-85.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

For Edwards handler en (symbolsk) krise om at metroseksualiteten «eksploderer» over i femininitet. Det blir dermed en representasjon av mannen som ikke bare artikulerer en usikkerhet, men også utløser en potensiell angst for destruksjon av maskuliniteten.

Retroseksualiteten som reaksjon mot metroseksualiteten vitner om oppfatningen av en «krise», som henger sammen med innflytelsen til den «nye» mannen på 2000-tallet. I historisk sammenheng er imidlertid ikke en slik situasjon unik; konstruksjoner av maskuliniteter er aldri stabile, men midlertidige og befinner seg potensielt sett alltid i en krise (Solomon-Godeau 1995). Michael Kimmel (2005) har vist eksempler på at maskuliniteten befant seg i ulike «kriser» i England på slutten av 1600-tallet, og i U.S.A. mot slutten av 1800-tallet. Et fellestrekk mellom disse geografisk og historisk sett ulike situasjonene, var strukturelle forskyvninger som forandringer i økonomisk organisering og arbeidsfordelingen mellom kjønnene. Sammen med en økende urbanisering førte dette på 1800-tallet til nye krav fra feminister som krevde endringer i maktbalansen mellom mann og kvinne. Menn fryktet at de var i ferd med å miste noe av sin symbolske og økonomiske makt, som igjen førte til massive reaksjoner fra (antifeministiske) menn som krevde at tradisjonelle kjønnsarrangementer skulle opprettholdes (Kimmel 2005:137).

Slike kriser kan bli forstått som et tegn på behovet for verdiendringer, og har ofte kommet i kjølvannet av ideologiske, økonomiske eller sosiale omveltninger (Badinther 1995:26). Raymond

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

Williams har påpekt at overgangsfaser gjerne kjennetegnes gjennom tilsynekomsten av nye kulturelle former: «Periods of major transition between social systems are commonly marked by the emergence of radically new forms, which eventually settle and come to be shared.» (Williams 1977:189). Metroseksualiteten dukker opp i overgangen mellom det 20. og det 21. århundret, og som jeg viste i kapitel 2 har diskursen fellestrekk med den androgyne mannen på 1700-tallet og slutten av 1800-tallet. Dette kan være en indikasjon på at en feminisert maskulinitet dukker opp som et viktig og omstridt kulturelt symbol i ulike brytningstider. Hos retroseksualiteten blir metroseksualiteten fremstilt som en eksepsjonell figur, et symptom på en samfunnsmessig degenerering som kommer tilsyne «overalt». Spørsmålet blir om metroseksualiteten har befestet seg som et kulturelt symbol, eller om diskursen relativt raskt vil forsvinne som en allmenn referanse til en «ny» maskulinitet.

6.6 Politiske symboler i en brytningstid

Metroseksualiteten som et symbol for en maskulinitetskrise hos «Mansshow» og retroseksualiteten, bør forstås på bakgrunn av noen spesifikke samfunnsmessige og kulturelle forutsetninger på 2000-tallet. I artikkel 3 (s. 111-115) viser jeg hvordan metroseksualiteten via Beckham, Kjelling og «Homsepatruljen» bidrar til å reproducere en konsumorientert kultur, blant annet via den eksplisitte bruken av designermerket «Dolce & Gabbana». Artikkel 4 (s. 142-143) tegner et

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

liknende bilde via en ikonisk fremstilling av Fredrik Ljungberg som *pinup* for designermerket «Calvin Klein» fra 2003. Her blir metroseksualiteten eksempel på at den mannlige kroppen nærmest fungerer som en salgsplakat.

Under overskriften «Vil gå i Beckhams fotspor» kom VG i 2005 med følgende beskrivelse av Kjelling: «Landslagsproffen har allerede rukket å markere seg kraftig [...] ikke ulikt fotballstjernen David Beckham (31), som er en mester i å merkevarebygge seg selv.» (Bjørn og Bringedal 2005). Her konstrueres bildet av Kjelling/Beckham som kulturelle idoler og «merkevarer». «Mansshow» sitt angrep på «metrosex» (art. 1, s. 281) er en reaksjon mot en «merkevarebygging», og at mannskroppen «selger» varer og brukes som iøynefallende seksuelt og visuelt objekt.

Jørgen Lorentzen har påpekt at metroseksuelle menn handler om «pengesterke individualister» som har mulighet til å bruke mye tid og penger på «estetikk og egenpleie» (Lorentzen 2004:95). Denne kommersialiseringen av mannskroppen kan også bli forstått i et bredere samfunnsperspektiv ettersom markedskapitalen i dag stadig underlegger seg nye samfunnsmessige rom, noe som gjør at «Mansshows» posisjon trolig vil ha sympati hos mange. Den globalt sett rådende økonomiske ideologi, *nyliberalismen*, handler ikke bare om et økt individuelt konsum av merkevarer, men innebærer storstilte og vedvarende samfunnsmessige og kulturelle endringer. Ifølge den marxistisk orienterte samfunnsgeografen David Harvey (2009) innebærer det en storstilt forvandling av tidligere strukturer for

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

tilretteleggelsen av kapitalflyt. Systemet betegner et transnasjonalt, ideologisk paradigme som benytter markedets språk, vektlegger forbrukernes valgfrihet og individuell autonomi. Nyliberalismen innebærer forsøksvis utvisking av grenser, forandring av infrastruktur og å tilrettelegge for at globale finansmarkeder finner lokale nedslagsflater for sine strategier knyttet til økonomisk vekt (Harvey 2005).

For å forstå «Manshows» kritikk av en «merkevarebygging» er det vesentlig at Norge gjennom de siste tiårene kan sies å ha utviklet seg til et samfunn der nyliberalistisk «markedsideologisk tankegods» har fått sentral, for ikke å si *den* sentrale ideologiske posisjon (Slagstad 2011:181; se også Madsen og Øyen 2010; Marsdal og Wold 2005:16-60). Dette har innflytelse på sosiale, kulturelle og politiske strukturer. I romanen *Tjuendedagen* (2009) beskriver den norske forfatteren Geir Gulliksen hvordan byråkratiet gjennom 1980- og 1990-tallet «skulle begynne å forstå seg selv som bedrifter med markedsfølsomhet, behov for cash-flow, krav til inntjening» (Gulliksen 2009:49). Den kapitalistiske markedstenkningen påvirker så vel ytre som mer intime følelsesmessige relasjoner (Mühleisen 2011).

Den amerikanske kulturforskeren Jeremy Kaye har trukket frem at diskusjonene om metroseksualitet i USA opptre parallelt med at kjønns- og seksualpolitikk er kommet på dagsorden i det offentlige ordskiftet. Kaye skriver:

[T]he metrosexual arrives at a transitional period in history, when queer subjects have almost become full subjects in the sexual constitution of the

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

American nation-state. It comes as no surprise that the uproar over the discourses of the metrosexual is concurrent with historically contingent and very real gay rights issues — namely, the furor around the debate of gay marriage. (Kaye 2009:19)

Kaye påpeker at metroseksualiteten eksisterer i en «overgangsfase» knyttet til homoseksuelles rettigheter som fullverdige borgere med retten til å inngå ekteskap. På liknende vis som i denne avhandlingen legger han vekt på at «opprøret» mot den metroseksuelle diskursen skjer samtidig med at kjønn og seksualitet i offentligheten fremstår som et særlig viktig politisk-ideologisk symbol.

Aslak Nore, en av de sentrale aktørene i «kulturkampen», beskriver i debattboken *Ekstremistan* (2009) et Norge på 2000-tallet der konflikter vokser frem på bakgrunn av manglende dialog mellom folk med ulik etnisk, kulturell og religiøs bakgrunn. Dette fører ifølge forfatteren til at nasjonen står overfor en vanskelig, nær sagt ekstrem, situasjon. I sin redegjørelse av problemområder kritiserer han gjennomgående «norske likhetsidealer», som etter hva han sier er implementert via den (feminine) «sosialdemokratiske velferdsstaten». Problemet er at man tilsynelatende ikke er i stand til å håndtere konflikter. Man har en for ettergivende holdning og ikke den (maskuline) «disiplin og autoritet» som er nødvendig. Nores diagnostisering av en krise i det norske samfunnet henger sammen med en frykt for nasjonalstatens forvitring, og på mangel på tillit der tradisjonelle norske «dyder» som «dugnadsånd» ikke lenger har oppslutning. Heldigvis, påpeker Nore, er man i dag på vei mot «et

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

annet samfunn», der «ære, seier og patriotisk stolthet» (igjen) er akseptable verdier (Nore 2009:17, 27). Den konservative dreiningen som Nore ser ut til å ønske velkommen er betegnende for den samme tilbakeskuende holdning som finnes i deler av norsk populærkultur på 2000-tallet – en lengsel etter det fortidige.

Som et eksempel på en transnasjonal (nyliberalistisk) diskurs som inntar Norge på 2000-tallet, utfordrer metroseksualiteten det gjenkjennelige og stereotype «norske». Det er lite som minner om en mytisk norskhet gjennom Kjellings fremtoning i norske medier. Ettersom kulturer i dag standardiseres gjennom teknologi, handel og politiske og nye politiske nettverk, oppstår på samme tid en spesifikk motstand på nasjonalstatens vegne. I mange tilfeller ser man en tilbakekomst til en politikk som fremmer nasjonen – en *renasjonalisering* i kontrast til globaliseringens potensielle *denasjonalisering*. Wendy Brown fortolker en slik utvikling i kjønnede termer gjennom en analyse av hvordan nasjonalstater i dag har et økende ønske om å etablere nye grenser mot de(n) andre: «sovereignty appears as a supremely masculine political fantasy (or fallacy) of mastery: Penetration, pluralization are its literal undoing» (Brown 2010:120). Med tanke på «krisen» Nore legger vekt på er det ikke overaskende at metroseksualiteten fremstår som et problem for tilbakeskuende aktører i samfunnsdebatten på 2000-tallet. Jeg tror det oppfattes som en «ekstrem» representasjon av mannen og blir et (politisk) symbol for en samfunnsutvikling som beveger seg i feil retning - mot det ugjenkjennelige og dermed også truende.

6.7 Lengselen etter helhet

Stuart Hall parafraserer Gramsci, som skriver følgende om krisens problematikk og dynamikk:

every crisis is also a moment of reconstruction; [...] there is no destruction which is not, also, reconstruction; that historically nothing is dismantled without also attempting to put something new in its place; that every form of power not only excludes but produces something (Hall 1987:56).

«Manshow» hyllet «ekte mannfolk» (art. 1, s. 279), mens *Alfa* fremstilte seg som representant for en historisk uforanderlig og biologisk betinget maskulinitet (art. 2, s. 324). Det er et forsøk på å fremvise den heteroseksuelle mannens essens, og å etablere bånd til andre menn gjennom krigermaskuliniteten. I dette ligger en draging mot å finne noe å støtte seg til i en kulturell brytningstid.

I en passasje tidlig i *Ektremistan* boken trekker Aslak Nore frem «de trente underarmene» til sin gamle fotballtrener Zolly (Nore 2009:10). I beskrivelsen av trenerjobben påpeker han følgende: «I løpet av to sesonger forvandlet han oss fra pysete småunger til Oslos sterkeste og raskeste lag. Vi tok pushups og situps, og løp opp unnarenet i den gamle hoppbakken på Rektorhaugen for å øke taktomslaget.» (2009:12). Her er en overgang fra gutt til Mann, ledet an av en farsfigur med en «naturlig maskulin autoritet». Samtidig kan dette blir forstått som en løsning på en (symbolsk) maskulinitetskrise – svaret ligger i hvordan kroppen blir herdet og bygget, klar til å forsvare seg mot eventuelle angrep.

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

Nore viser et eksempel på den harde kroppens tilsynekomst som et viktig kulturelt symbol på 2000-tallet, en trend som har vært synlig i amerikansk populærkultur, og som *Alfa* bidro til å popularisere i Norge. Lengselen mot det autentiske vitner om et behov for å gjenerobre det som har gått tapt for «den norske mannen». Denne utvetydige higenen etter å essensialisere maskuliniteten fikk dessuten et momentum høsten 2011, da det dukket opp en overraskende boksuksess som skulle ta Norge med storm.

Forfatteren Lars Mytting gav ut boka *Hel ved. Alt om hogging, stabling og tørking – og vedfyringens sjel*. Boka tilbyr først og fremst skildringer av (hovedsakelig) norske menns forhold til ved. Den inneholder beskrivelser av ved og vedhogst, men også vakre fotografier som estetiserer praksisene knyttet til behandlingen av treverket. Med et førsteopplag på 4000 før salget eksploderte i Norge, er *Hel ved* trykt i 160 000 eksemplarer. Boken er også utgitt på svensk, finsk, dansk, tysk og estisk. I Sverige er over 70 000 eksemplarer trykket. Som et mediefenomen nådde *Hel ved* sitt foreløpige nasjonale høydepunkt den 23.02.2012 da ble en arrangert *Nasjonal vedkveld* (sic.) – en 12 times lang direktesending på *NRK2* som på ulike måter formidlet kunnskap og informasjon om veden.

Hel ved appellerer til noe tidløst i den norske kulturen, eller hva Mytting omtaler som et «vedfyringsgen», noe mennesker i «varme strøk» ikke har. Det er altså illustrasjonen av noe fortidig, premoderne urnorsk som gjennomsyrrer Myttings beskrivelse av vedtradisjonene, i kontrast til samtidens komplekse problemstillinger: «[Veden] ruster

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

ikke. Den tar ikke ut skilsmisse» (Mytting 2011:14). Selv om *Hel ved* primært handler om forholdet til trearbeid og fyring, kommenterte skribent Kjetil Rolness at ingen forteller mer om den norske «mannfolksjela» enn denne boken. Han utropte Mytting til de «tause menns talsmann» (Rolness 2011). Den svenske etnologen Jonas Engman mente på sin side at det her finnes problematiske og konservative kjønnsforståelser her som kan være vanskelige å få øye på (Lapidus 2011).

Det ligger noe interessant i hyllesten av et «vedfyringsgen» som skal være et minste felles multiplum for det norske folk. Særlig med tanke på at boken ble lansert bare noen måneder etter ugjerningene den 22. juli 2011, ettersom den nostalgiske lengselen etter det naturlige deler mye av den tilbakeskuende bevegelsen som nettopp ligger som en bærebjelke for terroristen Breivik (jf. Lorentzen 2013). Nostalgi etter vedhogst er åpenbart forskjellig fra nostalgien etter fascistoide kjønnsnormer. Men dette inngår i en bredere bevegelse i samtiden, med stor politisk betydning og innflytelse: lengselen etter helhet. Og det er på denne bakgrunnen at retroseksualitetens betydning også bør bli forstått. *Hel ved* i overført betydning kan representere hardhet, urokkelighet, stødighet og ugjennomtrengelighet – alle adjektiver som den idealiserte harde maskuline kroppen også kan beskrives gjennom.

Suksessen til *Hel ved* kan vise seg å basere seg på en dyp lengsel mot en maskulinitet som ikke er splittet og fragmentert, men tvert i mot hel, autentisk og egentlig. En slik bevegelse er på ingen måte eksepsjonell for Norge på 2000-tallet, og med Breiviks

6 Maskulinitetens «krise» og lengselen etter helhet

antimetroseksualitet i minnet kan man trekke en parallell til Tyskland på 1930-tallet.

Den tyske forfatteren Klaus Theweleit viser i boken *Männerphantasien* hvordan en stor andel tyske unge menn opplevde et vakuum etter at den første verdenskrigen var slutt. De begynner å organisere seg i såkalte *Freikorps*, der alle former for femininitet oppfattes som en trussel mot et maskulint ego. Disse mennene danner et utgangspunkt for organiseringen av nazistiske partier og ss-bevegelsen på 1930-tallet. Theweleit beskriver hvordan hordene av mennesker samler seg for å fremføre og repetere et bestemt budskap:

The word they repeatedly scream at the party congress is «whole» - heil, heil, heil, heil, heil – and this is precisely what the party makes them. They are no longer broken; and they will remain whole into infinity. Eternal life takes place here and now...really and truly. (Theweleit 1987:412)

Det tyske ordet «heil» betyr «hel». Dette budskapet fremføres igjen og igjen av massene Theweleit beskriver. På liknende vis som hos retroseksualiteten ligger det her en dyp og gjennomgående lengsel etter helhet. Mot denne kulturelle forestillingen vil en representasjon av mannen som indikerer (kjønns)ambivalens og tvetydighet være en trussel. Det er derfor ikke rart at nettopp Breivik reagerte mot metroseksualiteten som et eksempel på at menn ikke er «ekte» lenger. Han er på ingen måte alene om å tenke slike tanker på 2000-tallet.

7 Avslutning

I dette siste kapitlet oppsummerer jeg de sentrale momentene i avhandlingen. Jeg tydeliggjør også de viktigste funn og forskningsbidrag, med en refleksjon over og kartlegging av bruksområdene til begrepene jeg utvikler i artikkel 1, 2 og 3. Jeg avslutter det hele med noen tanker omkring metroseksualitetens videre utvikling.

7.1 Oppsummerende betraktninger

Gjennom 2000-tallet har metroseksualiteten befestet seg som et mangfoldig og betydningsfullt populærkulturelt fenomen i Norge. Gjennom denne diskursen manifesteres både en estetisering og seksualisering av mannskroppen; Kristian Kjellings Beckham-inspirerte iscenesettelser i «Brun og Blid» sin reklamekampanje er det tydeligste eksempelet på en metroseksuell figur i norsk populærkultur. Det kommersielle fokuset på design og klær i kjølvannet av denne «nye» mannen på 2000-tallet, har vært med på å forme og distribuere spesifikke iscenesettelsespraksiser for heteroseksuelle menn. Metroseksualiteten bringer med seg en potensiell utvidelse av konvensjonene for hva en «ekte mann» kan tillate seg – det vil si at selve oppfatningen av den «normale» maskuliniteten utfordres.

Metroseksualiteten inngår ikke bare i diskusjoner som forholder seg til spørsmål om mote og estetikk, men også i retning av politiske og

7 Avslutning

ideologiske stridsspørsmål. Fra å signalisere en «ny» stil med muligheter til å forene tradisjonelle motsetninger mellom kjønn, kropp og seksualitet, figurerer metroseksualiteten etter hvert også i en form som antifeminister tar avstand fra. I enkelte tilfeller står metroseksualiteten nærmest som symbolet for en «krise» – et symptom på at noe er fundamentalt galt med maskuliniteten.

Retroseksualiteten hos «Manshow» og *Alfa* yter motstand mot metroseksualitetens innflytelse. I denne «tradisjonelle» representasjonen blir mannen fremstilt som seksuelt aktiv, mens kvinnen skal være tilgjengelig for hans blick. Den retroseksuelle mannen trives i et mannlig heteroseksuelt fellesskap der han fritt kan foreta egne valg, og ha full kontroll over sine nytelser. Gjennom retroseksualitetens tilsynekomst i «Manshow» og *Alfa* står metroseksualiteten frem som et symbol for en «falsk» maskulinitet, og på 2000-tallet samles ulike aktører tilhørende forskjellige politiske og verdimeslige fraksjoner rundt en konservativ holdning til kjønn og seksualitet. Det er i dette politisk-ideologiske klimaet at brytningene mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten bør forstås: for når det «ekte» og «autentiske» blir trukket frem som et ideal i det offentlige ordskiftet, står metroseksualiteten frem som et motstykke med sin urbane og (delvis) kjønnsoverskridende iscenesettelse.

Hovedkonflikten omkring metroseksualiteten og retroseksualiteten som politisk-ideologiske symboler på 2000-tallet, utkrystalliserer seg i spenningen mellom det *grenseløse* og det *grensesettende*, eller mellom det *myke* og det *harde*.

7 Avslutning

Metroseksualitetens kropp som i mange tilfeller fremstår som åpen og eksplisitt tilgjengelig for (mannlige og kvinnelige) blikk, skaper muligheter for forhandlinger og diskusjoner i ulike kontekster. Gjennom sin kjønnsmessige dobbelthet i spennet mellom det «nye» og det «tradisjonelle», kan det likevel være at metroseksualiteten ikke på et radikalt vis bidrar til å destabilisere etablerte kjønns- og maskulinitetsnormer i en norsk kontekst. I stedet kan diskursen bidra til å kjønne den «norske mannen» i dialog med en offentlighet som i stadig større grad retter sitt blikk mot hvite, heteroseksuelle maskuliniteter.

7.2 Sentrale funn og forskningsbidrag

Fra metro til retro? dokumenterer hvordan metroseksualiteten og retroseksualiteten kommer til uttrykk i norsk populærkultur, og bidrar med nye lesinger av aktuelle populærkulturelle fenomener på 2000-tallet. Motsetningsparet *metro* og *retro* utvikles som dynamiske og brede tankefigurer, som igjen synliggjør en kulturell dynamikk som er viktig for populærkulturen i det aktuelle tiåret. Avhandlingen tar for seg et tidligere utforsket kildemateriale og en tematikk som det er forsket lite på, og genererer ny kunnskap om maskulinitetsidealer i Norge. Den viser også hvordan maskulinitetene ikke beveger seg *fra* et sted *til* et annet, men inngår i komplekse bevegelser. Dette er noe av det som særpreger kjønnsidealene i norsk populærkultur på 2000-tallet.

7 Avslutning

Avhandlingen bidrar til utviklingen av og går i dialog med aktuelle teoretiske diskusjoner innenfor norsk, nordisk og internasjonal kultur, kjønns- og maskulinitetsforskning. Det kanskje viktigste forskningsbidraget til maskulinitets- og kulturforskningen er lanseringen av begrepene maskulinitetens refleksive nostalgi (artikkel 1), imaginære krigere (artikkel 2) og posttradisjonell maskulinitet (artikkel 3). Begrepene nyanserer forståelsen av kulturelle prosesser knyttet til kjønn, kropp og seksualitet i relasjonen mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten.

7.2.1 Maskulinitetens refleksive nostalgi

Begrepet maskulinitetens refleksive nostalgi nyanserer brytningene mellom metroseksualiteten og retroseksualiteten i forbindelse med lesningen av «Manshow». I artikkel 1 beskriver jeg en lengsel etter fortidens maskulinitetsidealer, samtidig med bevisstheten om at denne lengselen bare kan komme til uttrykk gjennom en ironisk distanse. Begrepet får frem hvordan «Manshow» uttrykker et mannssjåvinistisk budskap, samtidig som programmet skulle være tilpasset en norsk likestillingsorientert offentlighet på 2000-tallet. Ironien gir programlederen en distanse fra kontroversielle uttalelser om kvinner/feminisme og om metroseksualiteten. Dette kan imidlertid bli fortolket på ulike måter, og meningsytrere har hevdet at «Manshow» enten er et rom der likestilte, norske menn kan distansere seg fra arkaisk maskulinitet, eller et univers der sexistiske holdninger blir

7 Avslutning

reprodusert (Myrbråthen 2013; Thorsen 2013). Det behøver imidlertid ikke å være en motsetning mellom disse posisjonene; jeg legger opp til en mer mangesidig lesning av strategiene programmet bruker i fremstillingen av «ekte mannfolk». I artikkelen viser jeg hvordan det forekommer en bevegelse fra ironi til nostalgi som maskulinitetens refleksive nostalgi setter ord på.

Det er et tydelig bakstreversk budskap i «Manshow» når Lilleheie åpner for å (gjen)innføre (kjønns)ordninger som eksisterte i en prefeministisk fortid. Det aspektet ved programmet kan bli forstått gjennom Whelahans (2000) begrep *retrosexisme*, som setter fingeren på hvordan nostalgi og retroestetikk er sentral for fremstillingen av den «nye sexismen» i samtidens mediekultur. Samtidig uttrykker ikke programmet *bare* en frykt for at hvite, heteroseksuelle menns maktposisjon kan forvitte. «Manshow» artikulerer en rekke motsigelser som er essensielle for å forstå den populærkulturelle appellen. I tillegg til flørtingen med fortidige maskulinitetsidealer bryter «Manshow» ved hjelp av ironi ned en tradisjonell symbolsk patriarkalsk autoritet («Kongen»), og oppjusterer posisjonen til den «ekte» arbeiderklasse mannen (Lilleheie). Men gjennom ironien forekommer også en distansering til «ekte mannfolk», nærmest en erkjennelse og aksept for at samtidens menn ikke har en «autentisk» maskulinitet. Det oppstår dermed både en bevegelse av forskyvning og motstand hos «Manshow» som en sammensatt kulturell tekst.

På den ene siden gir man uttrykk for en tilbakevending til det «ekte», samtidig som «Manshow» fremviser iscenesettelser av ulike

7 Avslutning

maskuliniteter, som motsier «autentisiteten» Lilleheie gir seg ut for å representere. Den refleksive nostalgien er strategien, men kompleksiteten i programmets form bidrar nærmest til å underminere det uttalte prosjektet. Det er nettopp gjennom dette postmodernistiske – eller postfeministiske – betydningsspillet at «Manshow» trolig kan *interpellere* (art. 1, s. 282) et TV-publikum som både er tilhengere og motstandere av et moderne norsk likestillingsprosjekt på 2000-tallet.

Refleksiv nostalgi anskueliggjør motsetningsfulle strategier som kan komme til uttrykk i en tilbakeskuende historisk bevegelse i en samtidig mediekontekst. Begrepet vil være anvendelig for å analysere «new lad» fenomenet også i en angloamerikansk og internasjonal kontekst, og kan dermed supplere Whelehans (2000) analyse. I en norsk kontekst har jeg også TV2s komiserie *Dag* (2010-) med Atle Antonsen i hovedrollen, eller NRKs kritikerroste produksjon *Koselig med peis* (2010), i tankene. Seriene skildrer marginaliserte menn som ikke helt vokser opp, og har utfordringer med å tilpasse seg samfunnet krav til det heteroseksuelle familielivet. Samtidig viser seriene glimt fra fortiden, og illustrerer – på ulike måter – et sammensatt og problematisk forhold til farsfiguren.

Selv om produksjonene har ulik form og tematikk,⁶⁴ befinner de begge seg ifølge Anne Gjelsvik i spennet mellom det melankolske og det komiske, med innslag av både «alvor og moro som vi ikke helt vet hvor vi har» (Gjelsvik 2011). Begrepet kan bli anvendt i kulturanalyser

⁶⁴ *Dag* benytter en subtil ironi i skildringen av den desillusjonerte samlivsterapauten «Dag», som gjennomgående befinner seg i humoristiske og overaskende situasjoner. *Koselig med peis* er ikke primært ironisk i sin skildring av en dysfunksjonell familie med store indre konflikter.

7 Avslutning

av slike TV- og medieuttrykk, for å forstå de sammensatte og refleksive forhandlingsposisjonene både vis a vis fortiden, samt kjønns- og likestillingsnormer i en samtidig politisk kontekst. Det kan brukes for å analysere populærkulturelle representasjoner av maskulinitet der humoren og fortidsorienteringen ikke bare er av samme type som i «Manshow».

Samtidig kan maskulinitetens refleksive nostalgi brukes for å analysere samtidige representasjoner av menn som uttrykker en lengsel mot det «ekte», og der humoren ikke er det sentrale. Her tenker jeg på hvordan fremstillingen av «tradisjonell» maskulinitet påvirkes av mediasamfunnets konvensjoner. Det vil være interessant om maskulinitetens refleksive nostalgi kan brukes for å sette ord på ambivalensen som preger mange hvite, heteroseksuelle menns lengsel mot «det naturlige» på 2000-tallet. Her tenker jeg på villmarkseksperter, ekspedisjonsfarer og mediepersonlighet Lars Monsens iscenesettelser, som har mye til felles med den tidligere forlagsredaktøren Lars Mytting, og opphavsmennene bak fiskemagasinet *Vak*⁶⁵ (2010-) og naturmagasinet *Harvest*⁶⁶ (2013-). Fellesnevneren handler om medievante menn som uttrykker en lengsel mot det «naturlige» via gjennomestetiserte bilder av natur, hytter, ved og fisk – gjerne smakfullt fotografert i isolerte omgivelser. Hva gjelder *Harvest* har forfatter Bår Stenvik påpekt at her er menn som bedriver «mannlige» aktiviteter med en «påkrevd selvironi» (Stenvik 2013). Maskulinitetens refleksive nostalgi vil kunne ha et kulturkritisk potensial for å stille nye

⁶⁵ <http://vakmag.com/> (18.08.2014)

⁶⁶ <http://harvest.as/> (18.08.2014)

7 Avslutning

spørsmål for å problematisere «autentisiteten» som blir iscenesatt, også i tilfeller der det foregår glidninger mot en uironisk og eksplisitt uttalt nostalgi.

7.2.2 Imaginære krigere

Begrepet imaginære krigere viser til fantasier om en krigermaskulinitet som leves ut i skjæringspunktet mellom populærkulturelle representasjoner, lek og rollespill på 2000-tallet. I analysen av reportasjen «Norge i krig» fra *Alfa* legger jeg vekt på at dette ikke er en realistisk beskrivelse, men en subjektiv og ensrettet fremstilling av soldatkulturen med et fokus på krigermaskuliniteten. Soldatenes heroiske fremtreden blir trukket frem, med det mannlige homososiale fellesskapet, og den høyteknologiske slagkraften de rår over. Videre spiller man på en essensialiserende maskulinitetsforståelse, som ikke er overraskende for et manneblad med tittelen *Alfa*, men som får en sterk symbolsk betydning når dette blir omdreiningspunkt for den norske debatten omkring soldatene i Afghanistan. At det er stor interesse for hva norske soldater foretar seg i den delen av verden er ikke overraskende, men at det også dukker opp nye og populære aktiviteter der norske menn (og kvinner) iscenesetter seg som krigere i rollespill-liknende aktiviteter som «paintball» og «airsoft», parallelt med at Norge også er i krig, reiser derimot helt andre spørsmål.

I utviklingen av imaginære krigere begrepet har jeg særlig hatt nytte av tre kulturanalyser som viser hvordan idylliseringen av krigeren

7 Avslutning

henger sammen reaksjonære kjønnskonstruksjoner i en angloamerikansk kontekst: Susan Jeffords' *The Remasculinization of America* (1989), William Gibsons *Warrior Dreams: Violence and Manhood in Post-Vietnam America* (1994), og Graham Dawsons *Soldier Heroes. British Adventure, Empire and the Imagining of Masculinities* (1994). Særlig Dawsons arbeid gjorde meg oppmerksom på hvordan kulturelle forestillinger om en krigermaskulinitet på en og samme tid handler om kulturelt konstruerte forestillinger, som samtidig er høyst reelle med materielle konsekvenser.⁶⁷ I artikkelen viser jeg til et bredt kulturelt produksjonsapparat (forsvaret, media, film, spill, kommersielle krefter) som sammen bidrar til å skape en idyllisert fantasi om krigeren, som igjen kan leves ut av norske menn på 2000-tallet.

Imaginære krigere nyanserer motsetningen mellom det som synes virkelig i den offentlige debatt og det som fortøner seg fiktivt i populærkulturen. Ettersom reportasjen i *Alfa* omhandler reelle soldater i Afghanistan, kan den bli presentert som mer virkelig enn den åpenbart fiktive iscenesettelsen i «airsoft». Samtidig viser artikkelen hvordan fiksjonselementer er blandet inn i begge situasjoner, og at de potensielt kan ses på som et kontinuum av representasjoner av en krigermaskulinitet i den norske populærkulturen på 2000-tallet. Dette gir også muligheten til å gripe et ideologisk og verdimesig fellesskap

⁶⁷ Dawson skriver at: «[M]asculinities are at once «made up» by creative cultural activity and yet materialize in the social world as structured forms with real effects for both women and men» (Dawson 1994:22).

7 Avslutning

som ulike former for krigerfantasier har til felles i en samtidig populærkulturell kontekst.

Jeg tenker f.eks. på fellestrekkene mellom de pompøse og mye sirkulerte bildene av Breivik som «elitesoldat» (art. 3, s. 121), retroseksualiteten slik den iscenesettes i *Alfa* (art. 2, s. 317-318), populariteten til den norske krigsfilmen *Max Manus* (Joachim Rønning, 2008), og fotografiene av den norske islamisten Arfan Bhatti med automatvåpen i hendene som har sirkulert i norske medier.⁶⁸ Cathrine Sandnes (2013) har poengtert at det finnes en «berøringsangst» i den norske offentligheten med hensyn til å knytte de tragiske hendelsene den 22. juli opp mot «ideologiske strømninger». Imaginære krigere kan være én inngang til å motvirke en slik «berøringsangst». I fremtidig forskning vil kunne anvende begrepet som en inngang til å stille nye spørsmål, og til å avtegne nye forbindelser, med hensyn til den viktige posisjonen «krigeren» har fått i den norske populærkulturen gjennom 2000-tallet.

7.2.3 Posttradisjonell maskulinitet

Begrepet posttradisjonell maskulinitet utvikler jeg i relasjon til analysen av metroseksualiteten som et relativt bredt, kulturelt fenomen i Norge. Det viser til hvordan denne maskuliniteten tilsynelatende bryter med «tradisjonelle» oppfatninger av kjønn og seksualitet. Begrepet er inspirert av Anthony Giddens' (1992, 1994) analyser av det

⁶⁸ Se f.eks. Stavrum (2012).

7 Avslutning

senmoderne vestlige samfunnets brudd med tradisjonen. Ved hjelp av Giddens' perspektiver poengterer jeg hvordan metroseksualiteten kan bli forstått på bakgrunn av modernitetens samfunnsendringer, der urbanisering og avformaliseringen av sosiale relasjoner er viktig. Posttradisjonell maskulinitet har til hensikt å romme, eller omfatte, både forskyvninger og motstand i kjølvannet av metroseksualiteten.

Kommersielle krefter som har brukt metroseksualiteten som en del av sine markedsstrategier, har i stor grad bidratt til å gi fenomenet en sterk kulturell betydning (Salzman et al. 2005). Mark Simpson introduserte metroseksualitet i media og har en unik evne til å være tett på mediene og den kjendisfokuserede globale kulturen på nettet. Bloggen *marksimpson.com* fungerer nærmest som et arkiv for representasjoner i krysningspunktet maskulinitet, populærkultur, sport og politikk. Men den kommersielle bruken av Simpsons uttrykk gjør ham nærmest til en produsent av populærkulturelle trender. Jeg stiller meg derfor noe kritisk til den analytiske verdien i begrepet metroseksualitet. Det er viktig med et annet begrep som kan gi nye perspektiver og dybde.

Sett i ettertid jeg noe usikker på om posttradisjonell maskulinitet bidrar med de nyansene som jeg i utgangspunktet ønsket. For det finnes potensielle problemer knyttet til posttradisjonell maskulinitet. En utfordring er Giddens' syn på tradisjonsbruddet knyttet til spørsmål om endringene i kjønnsdynamikken. Enkelte har med rette påpekt at Giddens nærmest neglisjerer kvinnefrigjøringen og en rekke identitetspolitiske kamper. Den britiske feministen Angela McRobbie har kritisert Giddens og hans kollega Ulrich Beck for en slik

7 Avslutning

unnlatelse. Hun skriver at: «In their writing [Beck, Giddens] there are only distant echoes (if that) of the feminist struggles that were required to produce the newfound freedom of young women in the West.» (McRobbie 2007:35). Hypotesen om en posttradisjonell situasjon vil ifølge McRobbie bli en feiltagelse, som på den ene siden forbigår fortidens kamper, og på den andre glatter over eksisterende problemer.

Et annet dilemma består i hvordan Giddens baserer seg på en form for (over)optimisme på individualiseringens vegne, uten å ta tilstrekkelig hensyn til de motsetningene som hjemsøker det moderne menneskets bevegelse mellom ulike kontekster (Roseneil 2009). Giddens kan beskyldes for å promotere en situasjon som dekker over kompleksiteten og maktkonfliktene i samfunnet, og dynamikken hos individene selv (se Gross og Simmons 2002). Jeg er enig i disse innvendingene mot Giddens' perspektiver på det posttradisjonelle – en kritikk som også kan rettes mot min argumentasjon i artikkel 3.

Samtidig hevder jeg ikke at metroseksualitet som en posttradisjonell maskulinitet bryter med etablerte oppfatninger av hvit, heteroseksuell maskulinitet. I analysen tar jeg ikke stilling til hvorvidt metroseksualiteten *er* en posttradisjonell maskulinitet; i stedet argumenterer jeg for at begrepet bidrar med perspektiver som kan gjøre denne figuren forståelig. Forstått på denne måten innebærer post ikke bare *etter*, men signaliserer nye forbindelser slik *post* fungerer i postmodernisme eller postfeminisme. Begrepet var i utgangspunktet ment som et verktøy for å kunne gripe et bredt spekter av maskuliniteter i populær- og mainstreamkulturen. Jeg håper

7 Avslutning

posttradisjonell maskulinitet kan bli brukt for å undersøke potensielle blandinger av «nye» og «tradisjonelle» iscenesettelser av maskulinitet; ikke bare i sporten, men også når det gjelder fremstillinger av soldater og krigere, finansmenn, politikere, politi- eller brannmenn. Posttradisjonell maskulinitet er kanskje ikke et begrep som åpner for de store nyansene, men kan ha en verdi i det offentlige ordskiftet for å stille spørsmål om den «nye» mannen på 2000-tallet kan påvirke forskjellige typer representasjoner av hvit, heteroseksuell maskulinitet i samtiden.

7.3 Sluttord

Mark Simpson har nylig innvarslet metroseksualitetens «død», og i stedet lansert uttrykket *spornosexual*, en betegnelse for en idealisert mannskropp totalt overgitt til en iscenesettelseskultur med fokuset på det ytre. Simpson skriver:

Glossy magazines cultivated early metrosexuality. Celebrity culture then sent it into orbit. But for today's generation, social media, selfies and porn are the major vectors of the male desire to be desired. They want to be wanted for their bodies, not their wardrobe. And certainly not their minds. (Simpson 2014)

Denne figuren, inkarnert bl.a. av Real Madrids Cristiano Ronaldo, representerer ifølge Simpson en maskulinitet som henter sine idealer i pornografien og sosiale medier. Det kan dermed se ut som om

7 Avslutning

spornosexual intensiverer seksualiseringen av mannskroppen og de kjønnsoverskridende sidene hos metroseksualiteten.

Samtidig virker det imidlertid en smule prematurt å erklære metroseksualitetens «død». For konflikten mellom den «nye» og den «tradisjonelle» mannen vil trolig vedvare i årene som kommer, ettersom seksualiseringen av mannskroppen og problematiseringen av mannen som det «usynlige» kjønn ikke er et forbigått stadium, samtidig som det fortsatt vil være mange som stritter mot en slik utvikling. Men i fremtiden vil det trolig ikke være så fruktbart å stille spørsmålet om (den heteroseksuelle) mannen har beveget seg fra *metro* til *retro* (eller omvendt) – fokuset bør i stedet ligge på motsetningsfulle idealer der det «nye» og det «tradisjonelle» eksisterer side om side.

En global undertøyskampanje som David Beckham gjorde for kleskjeden H&M i 2013, signaliserer blandingen av *metro* og *retro* som også kjennetegner maskulinitetsidealene i populærkulturen på 2000-tallet.⁶⁹ Kampanjen er dominert av en serie sort-hvitt fotografier av fotballstjernen. Her kan man tydelig se Beckhams harde kropp, musklene er tydelig definerte, blikket er rettet mot seeren. Med sine mange tatoveringer minner han mer om en karakter i den populære og hypermaskuline Tv-serien *Sons of Anarchy* (2008-),⁷⁰ enn den objektiverte og passive posituren han inntok 2002 (art. 3, s. 106-107).

⁶⁹ Bildet er bl.a. å finne på denne nettsiden:

<http://www.hollywoodreporter.com/gallery/david-beckhams-23-memorable-moments-524010> (18.08.2014).

⁷⁰ *Sons of Anarchy* er en svært populær amerikansk TV-serie som omhandler en motorsykelklubb i den fiktive byen Charming, lokalisert i San Joaquin Valley i nordlige California. Den produseres av *FX Network*.

7 Avslutning

Beckhams 1960-talls-inspirerte hårsveis (bakovergredd frisyre, med mye hårvoks) gjør at bildene får en tilbakeskuende bevegelse som minner om retroseksualitetens univers.

Beckhams iscenesettelse forener det «nye» og «tradisjonelle» i en og samme figur. Spørsmålet blir om dette kan fortolkes som en utvidelse av mainstreamkulturens kjønnsnormer, eller en tilbakevending til et mer konservativt og tilbakeskuende bilde av (den heteroseksuelle) mannen. Det kan synes som om bildet både bygger opp og bryter ned en «tradisjonell» forståelse av maskulinitet på en og samme tid. Samtidig er det nettopp denne dobbeltheten som har gjort at metroseksualiteten har befestet seg som et betydningsfullt kulturelt symbol, og figuren vil derfor trolig leve videre både i populærkulturen og den folkelige bevisstheten. Denne avhandlingen beskriver dermed en kulturell dynamikk som har betydning og innflytelse også ut over norsk populærkultur gjennom 2000-tallets første tiår.

Litteratur: kapitlene 1-7

Aartun, J. 2005. «Sorry Beckham. Nå er det machomannen som er in». *VG*, 04.11.

Aftenposten 2003. «Turist eller naturist?» (NTB-oppslag), 01.02.

Agirre, K. 2012. «Whenever a man takes you to lunch here. Tracing post-feminist sensibility in *Mad Men*». *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* 4 (2): 155-169.

Ahmed, S. 2010. «Feminist Killjoys (And Other Willful Subjects)». *S&F online*. Elektronisk tilgjengelig på: http://sfonline.barnard.edu/polyphonic/ahmed_01.htm (18.08.2014).

Alver, B. og Øyen, Ø. 1997. *Forskningsetikk i forskerhverdag. Vurderinger og praksis*. Oslo: Tano Aschehoug.

Andersen, M. et al. 2010. «Forsvaret svikter sine egne». *VG*, 27.09.

Austin, C. 1962. *How to do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press

Badinther, E. 1995. *XY - Hva er en mann?*. Oslo: Tiden Norsk Forlag

Barker, C. 2007. *Cultural Studies. Theory and practice*. London: Sage.

Barthes, R. 1991. «Tekstteori». I: Kittang, A. et al. (red.): *Moderne litteraturteori. En antologi*. Oslo: Universitetsforlaget.

Barthes, R. 1968. *Mytologier*. Oslo: Gyldendal.

Basset, C. 2007. «Cultural Studies and New Media». I: Hall, G. og Birchall, C. (red.): *New Cultural Studies. Adventures in Theory*. Edinburg: Edinburgh University Press.

Beasley, C. 2008. «Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World». *Men and Masculinities* 11 (1): 86–103.

Beasley, D. 2008. *The Metrosexual Manual. How to be a real Man*. London: Carlton books.

Beauvoir, S. de 2001. *Det annet kjønn*. Oslo: Pax forlag.

Beck, U. og Beck-Gernsheim, E. 1995. *The Normal Chaos of Love*. Cambridge: Polity Press.

Belushi, J. 2009. *Real Men Don't Apologise*. New York: Hyperion.

Bendix, R. 1997. *In Search of Authenticity. The Formation of Folklore Studies*. University of Wisconsin Press.

Benwell, B. (red.) 2003. *Masculinity and men's lifestyle magazines*. Oxford: Blackwell Publishing.

Bergestuen, S. T. 2010. «Da menn var menn og kvinner sekretærer». Elektronisk tilgjengelig på: <http://e24.no/media/spaltister/da-menn-var-menn-og-kvinner-sekretaerer/3878215> (12.11.2011).

Berila, B. og Choudhuri, D. D. 2005. «Metrosexuality the Middle Class Way. Exploring Race, Class, and Gender in Queer Eye for the Straight Guy». *Genders* nr. 42. Elektronisk tilgjengelig på: http://www.genders.org/g42/g42_berila_choudhuri.html (17.03.2013).

Bie, E. 2005. «Kunsten å være homseikon». *Stavanger Aftenblad*, 15.04.

Birchall, C. og Hall, G. 2011. «Cultural studies and Theory». I: Smith, P. (red.): *The Renewal of Cultural Studies*. Philadelphia: Temple University Press.

Bjørn, C. og Bringedal, T. 2006. «Vil gå i Beckhams fotspor». *VG*, 19.01.

Bleness, C. 2003. «David Beckham - den nye mannen». *Aftenposten*, 16.02.

Bly, R. 1991. *Mannen*. Oslo. Gyldendal.

Bolsø, A. 2005. «Jorunn Solheim og Judith Butler – en refleksjon over åpne kropper og det falliske». *Tidsskrift for kjønnsforskning*, 25 (4): 50-67

Borchgrevink, A. S. 2012. *En norsk tragedie. Anders Behring Breivik og veiene til Utøya*. Oslo: Gyldendal.

Bordo, S. 1999. «Reading the Male Body». I: Goldstein, L. (red.): *The Male Body. Features, Destinies, Exposures*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Boym, S. 2001. *The future of nostalgia*. New York: Basic Books.

Breivik, J. K. 2013. «Superguttene – den norske Mannebevegelsen på 1970- og 1980-tallet». I: Danielsen, H. (red.): *Da det personlige ble politisk: Den nye kvinne- og mannsbevegelsen på 1970-tallet*. Oslo: Spartacus.

Broch, T. B. og Fasting, K 2009. «TV2 konstruerer en håndballkriger. Kjønnede og symbolske medierepresentasjoner av herrehåndball». *Norsk Medietidsskrift* 16 (4): 344–362.

Brockfield, J. 2004. «Trendy med gjørme». *Aftenposten*, 06.07.

Brown, W. 1999. «Resisting Left Melancholy». *boundary 2*, 26 (3): 19-27.

Brown, W. 2010. *Walled States. Waning Sovereignty*. New York: Zone Books.

Bråthen, B. 2007. «Norsk middelklasse vil være folkelig». *Forskning.no*. Elektronisk tilgjengelig på: http://www.forskning.no/artikler/2007/desember/norsk_middelklasse_vil_vaere_folkelig (24.09.13).

Bull-Gundersen, M. (red.) 2002. *En naken mann. 18 damer kler av mannen*. Oslo: Gyldendal.

Burke, P. 1994. *Popular Culture in Early Modern Europe*. London: Ashgate.

Butler, J. 1990. *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York/London: Routledge.

Butler, J. 1993. *Bodies that Matter. On the discursive limits of «sex»*. New York/London.

Butler, J. 2000. «Agencies of Style for a Liminal Subject». I: Gilroy, P., Grossberg, L. og McRobbie, A. (red.): *Without Guaranties. In honour of Stuart Hall*. London: Verso.

Butler, J. 2004a. *Precarious Life*. New York/London: Routledge.

Butler, J. 2004b. *Undoing Gender*. New York/London: Routledge.

Christensen, S. 2011. *Den ulne avantgarde. Kritiske tekster fra 00-tallet*. Oslo: Flamme forlag.

Coad, D. 2008. *The Metrosexual. Gender, Sexuality and Sport*. Albany: State University of New York Press.

Cohan, S. 2007. «Queer Eye for the Straight Guise. Camp, Postfeminism and the Fab Five`s Makeovers of Masculinity». I: Tasker, Y. og Negra, D. (red.): *Interrogating Postfeminism. Gender and the politics of popular culture*. Durham: Duke University Press.

Connell, R. W. [Raewyn] 1987. *Gender and Power*. Berkeley: University of California Press.

Connell, R. W. [Raewyn] 1995. *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.

Connell, R. W. [Raewyn] 2000. *The Men and the Boys*. Berkeley: University of California Press.

Connell, R. W. [Raewyn] og Messerschmidt, J. W. 2005. «Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept». *Gender and Society* 19 (6): 829-859.

Conradi Andersen, U. 2010. «Kampen om den motoffentlige posisjonen». *Sosiologi i dag*, 40 (4): 55-76.

Cornwall, A. og Lindisfarne, N. (red.) 1994. *Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies*. London: Routledge.

Craig, S. (red.) 1992. *Men, Masculinity and the Media*. California: Sage Publications.

Cross, G. 2008. *Men to Boys. The making of Modern Immaturity*. New York: Columbia University Press.

Danbolt, M. 2005. «Norsk kuk». *Prosopopeia*, 3-4.

Danbolt, M. og Langeland, F. 2005. «Kjønnsfordumming». *Prosopopeia* 3-4.

Dawson, G. 1994. *Soldier Heroes. British Adventure, Empire and the Imagining of Masculinities*. London: Routledge.

Dean, J. 2007. *Žižeks politics*. New York: Routledge.

Demetriou, D. Z. 2001. «Connell's concept of hegemonic masculinity: A critique». *Theory and Society* 30 (3): 337-61.

Dionne Jr., E. 2012. «The new politics of nostalgia». *The Washington Post*, 12.09

DiPiero, T. 2002. *White men aren't*. Durham: Duke University Press.

Duckert, H. 2005. «Heteropatruljen». *Dagbladet*, 16.04.

- Dyer, R. 1997. *White*. New York/London: Routledge.
- Døving, R. 2001. «Vaffelhjertas makt». I: Dokk Holm, E. og Meyer, S. (red.): *Varene tar makten*. Oslo: Gyldendal.
- Døving, R. 2006. «Mannskamp for likestilling». *Aftenposten*, 19.10.
- Easthope, A. 1986. *What a Man's Gotta do. The Masculine Myth in Popular Culture*. New York: Routledge.
- Edwards, T. 2003. *Men in the Mirror: Men's Fashion, Masculinity and Consumer Society*. New York: Routledge
- Edwards, T. 2006. *Cultures of Masculinity*. New York: Routledge.
- Ehn, B. og Løfgren, O. 1982. *Kulturanalyser*. Malmö: Gleerup.
- Ekenstam, C. 2007. «Klämda män: föreställningar om manlighet & omanlighet i det samtida Norden». I: Holter, Ø. G. (red.): *Män i rörelse. Jämställdhet, förändring och social innovation i Norden*. Riga: Gidlunds förlag.
- Ekenstam, C. og Lorentzen, J. (red.) 2005. *Män i Norden. Manlighet og modernitet 1840-1940*. Riga: Gidlunds forlag.
- Eng, H. 2005. «Queer athletes and queering in sport». I: Caudwell, J (red.): *Sport, sexualities and queer/theory*. London: Routledge.
- Ervin, M. 2011. «The Might of the Metrosexual. How a Mere Marketing Tool Challenges Hegemonic Masculinity». I: Watson, E. og Shaw, M. (red.): *Performing American Masculinities*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.
- Evans, T. 2005. «I've never ever felt like that in my life before ... never ever felt that intense. Penetration of the male body as transformative experience». *Transformations* nr. 11. Elektronisk tilgjengelig på: http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_11/article_03.shtml (18.03.2013)

- Faludi, S. 2000. *Snytt. Sviket mot mannen*. Oslo: Aschehoug.
- Fangen, K. 1997. *Fra erfaringsnær til kritisk. Fortolkning som samfunnsvitenskapelig utfordring*. Notat nr. 10, Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.
- Farsethås, A. 2011. *Herfra til Virkeligheten. Lesninger i 00-tallets litteratur*. Oslo: Cappelen Damm.
- Feasay, R. 2007. *Masculinity and popular television*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Flemmen, M. 2011. «På søken etter den refleksive arbeider». *Agora* 31 (1): 234–251.
- Flugstad Eriksen, K. 2013. «Nå skal også guttene ha designvesker». *Aftenposten*, 26.02.
- Forrest, D. 1994. «We're here, we're queer, and we're not going shopping. Changing gay male identities in contemporary Britain». I: Cornwall, A. og Lindisfarne, N. (red.) 1994: *Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies*. London: Routledge.
- Forbrukerombudet 2009. *Veiledning om Kjønnsdiskriminerende reklame*. Elektronisk tilgjengelig på: http://www.forbrukerombudet.no/asset/3538/1/3538_1.pdf (23.12.2013).
- Foucault, M. 1969. *The Archeology of Knowledge*. London/New York: Routledge.
- Foucault, M. 1980. «Truth and Power». I: Gordon, C. (red.): *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972-1977*. New York: Pantheon.
- Foucault, M. 1984. «Nietzsche, Genealogy, History». I: Rabinow, P. (red.): *The Foucault Reader*. London: Penguin.

- Foucault, M. 2001. *Seksualitetens historie 1. Viljen til viten*. Oslo: Spartacus.
- Fritz, B. 2001. «Udkast til den homoseksuelle krops historie». I: Gade, R. (red.): *Maskuliniteter – kön og kunst*. København: Informations forlag.
- Frykman, J. 1997. «On the hardening of Men». I: *Ethnologia Scandinavica*, 27 (1): 5-20.
- Frykman, J. og Gilje. N. 2003. *Being There*. Stockholm: Nordic Academic Press.
- Gabrielsen, A. M. 2006. *Harde baller og myke menn. Maskulinitet i Pondus*. Masteroppgave i tverrfaglige kulturstudier, NTNU.
- Gibson, J. W. 1994. *Warrior Dreams. Paramilitary Culture in Post-Vietnam America*. New York: Hill & Wang.
- Giddens, A. 1984. *The Constitution of Society*. London: Polity Press.
- Giddens, A. 1992. *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity.
- Giddens, A. 1994. «Living in a post-traditional society». I: Bech, U. Giddens, A. og Lash, S. (red.): *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. 2007. *Modernitetens konsekvenser*. Oslo: Gyldendal.
- Gill, R. 2007. «Postfeminist media culture: elements of a sensibility». *European journal of cultural studies*, 10 (2): 147-166.
- Gill, R. 2009. «Beyond the Sexualization of Culture Thesis: An Intersectional Analysis of Sixpacks, Midriffs and Hot Lesbians in Advertising». *Sexualities* 12 (2): 137-160.

Gilmore, D. 1990. *Manhood in the Making: Cultural Concepts of Masculinity*. Connecticut: Yale University Press.

Gjelsvik, A. 2004. «Filmatiske fedre og fraværet av forbilder. David Fincher, det farløse univers og utopien om den gode far». *Norsk medietidsskrift* 13 (4): 300-319.

Gjelsvik, A. 2011. «UMEÅ4ever». *Montages*. Elektronisk tilgjengelig på: <http://montages.no/2011/04/analysen-umea4ever/> (15.08.2012).

Goldstein, R. 2003. «Neo Macho Man». *The Nation*, 24.03.

Gramsci, A. 2000. «Philosophy, Common Sense, Language and folklore». I: Fargas, D. (red.): *The Gramsci Reader. Selected Writings 1916-1935*. New York: New York State University Press.

Gross, N. og Simmons S. 2002. «Intimacy as a Double-Edged Phenomenon? An Empirical Test of Giddens». *Social Forces* 81 (2): 531-555.

Grossberg, L. 1996. «History, politics and postmodernism». I: Morley, D. og Chen, K. H. (red.): *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies*. London/New York: Routledge.

Grønneberg, A. 2011. «Mannen bak årets boksensasjon». *Dagbladet*, 19.02.

Halberstam, J. 1998. *Female Masculinity*. Durham/London: Duke University Press.

Hall, G. og Birchall, C. (red.) 2007. *New Cultural Studies. Adventures in Theory*. Edinburg: Edinburgh University Press.

Hall, M. og Gough, B. 2011. «Magazine and reader constructions of 'metrosexuality': a membership categorization analysis». *Journal of Gender Studies* 20 (1): 67-86.

Hall, M., Gough, B. og Seymor-Smith, S. 2012. «Im METRO, NOT Gay! A discursive Analysis of Mens's Accounts of Makeup Use on Youtube». *The Journal of Men's Studies* 20 (3): 209-226.

Hall, S. 1981. «Notes on deconstructing the popular». I: Samuel, R. (red.): *History and Socialist Theory*. London: Routledge & Keegan Paul.

Hall, S. 1985. «Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-Structuralist Debates». *Critical Studies in Mass Communication* 2 (2): 91-114.

Hall, S. 1987. *The Hard Road to Renewal*. London: Verso.

Hall, S. 1996. «The problem of ideology: Marxism without guaranties». I: Morley, D. og Chen, K. H. (red.): *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies*. London/New York: Routledge.

Hall, S. 1997. «Introduction». I: Hall, S. (red.): *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.

Hall, S. (red.) 1997. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.

Hanke, R. 1992. «Redesigning Men. Hegemonic Masculinity in Transition». I: Craig, S. (red.): *Men, Masculinity and the Media*. California: Sage Publications.

Hansen, J. E og Møller, K. 2001. *Kjønn og androgynitet*. Oslo: Gyldendal.

Hansen-Miller, D. og Gill, R. 2011. «Lad flicks. Discursive Reconstructions of masculinity in film» I: Radner, H. og Stringer, R. (red.): *Feminism at the Movies*. New York: Routledge

Harper, M. 2005. «Pondus – en fordomsfull folkehelt». *Samtiden*, nr. 3.

Harvey, D. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.

Hauge, M. 2008. «Her er alfamannen». *Aftenposten*, 30.05.

Haugedal, S. 2012. «Muskelmenneskes tilbakekomst». *Aftenposten Kultur*, juli/august.

Hawkesworth, M. 2006. «Feminisme versus feminisering. Krigslogikken i George W. Buchs regjeringsadministrasjon». *Agora* 24 (4):176–202.

Hearn, J. 2010. «Reflecting on men and social policy. Contemporary critical debates and implications for social policy». *Critical Social Policy* 30 (2): 165-188.

Hearn, J. et al. 2012. «Hegemonic masculinity and beyond: 40 years of research in Sweden». *Men and Masculinities* 15 (1): 13-20.

Hebdige, D. 1979. *Subculture. The meaning of style*. London/New York: Routledge.

Hearn, J. og Morell, R. 2012. «Reviewing hegemonic masculinities in Sweden and South Africa». *Men and masculinities* 15 (1): 3-10.

Hill, H. 2007. *Befria Mannen!*. Stockholm: Bokförlaget h:ström.

Hillesund, T. 1996. *Aktører, talehandlinger og nyhetsdramaturgi. Avisene som handlingsmedium*. Bergen: Universitetet i Bergen.

Hirdman, A. 2002. *Tiltalende bilder*. Stockholm: Atlas.

Hjelseth, A. 2013. «Maskulinitetens renessanse». *Samtiden*, nr. 1, s. 100-112.

Hoffengh, S. 2005. «Mannen er den nye kvinnen». *Dagsavisen*, 01.10.

Holter, Ø. G. 2007. «Innledning». I: Holter, Ø. G. (red.): *Män i rörelse. Jämställdhet, förändring och social innovation i Norden*. Riga: Gidlunds förlag

Holter, Ø. G. (red.) 2007. *Män i rörelse. Jämställdhet, förändring och social innovation i Norden*. Riga: Gidlunds förlag

Hopperstad, M. et al. 2012. «Tenkte han var deprimert eller homoseksuell». *VG*, 29.05.

Hovland, K. 2006. «Solsiden. Nå er det menn som smykker seg». *VG*, 25.06.

Hutcheon, L. 1998. «Irony, Nostalgia and the Postmodern». Elektronisk tilgjengelig på:
<http://www.library.utoronto.ca/utel/criticism/hutchinp.html>
(12.11.2010).

Hålien, E. 2003. «De metroseksuelle tar over». *Bergens Tidende*, 14.03.

Järvinen, M. 1996. «Kön som text. Om den sociala konstruktionismens gränser». *Kvinder, køn och forskning* 4 (2): 18-28.

Jeffords, S. 1989. *The Remasculinization of America. Gender and the Vietnam War*. Bloomington: Indiana University Press.

Jeffords, S. 1994. *Hard bodies*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Jensen, E. 1994. «Å lytte til Robert Bly». *Dyade* 4 (26): 2-12.

Jensen, A. M. 2013. «Barsk dere opp». *VG*, 18.04.

Johannisson, K. 2001. *Nostalgia*. Stockholm: Bonnier.

Johannsson, T. 2008. «The Full Monty - Masculinity undressed». *NORMA. Nordisk tidsskrift for maskulinitetsstudier* 3 (1): 14-28.

Johnson, A. 2007. «The Subtleties of Blatant Sexism». *Communication and Critical/Cultural Studies* 4 (2):166–183.

Kaye, J. 2009. «Twenty-First-Century Victorian Dandy: What Metrosexuality and the Heterosexual Matrix Reveal about Victorian Men». *The Journal of Popular Culture* 42 (1): 103-125

Kanithar, H. 1994. «Real true boys. Moulding the cadets of imperialism. I: Cornwall, A. og Lindisfarne. N. (red.): *Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies*. London: Routledge.

Kimmel, M. 2005. *The History of Men*. Albany: State University of New York Press.

Kinnunen, T. og Wickman, J. 2006. «Pin-Up Warriors». *NORMA. Nordisk tidsskrift for maskulinitetsstudier* 1 (2): 167-182.

Klyve, A. 2009. *Sinte unge menn i kunnskapssamfunnet*. Bergen: Folio forlag.

Kolnar, K. 2005. *Mannedyret*. Oslo: Spartacus.

Kolnar, K. 2009. «Pornutopia: maskulinitet mellom hedonistisk drivhus, kjemiske ereksjoner og surreelle orgasmer». *NORMA. Nordisk tidsskrift for maskulinitetsstudier* 1 (4): 25-45.

Kolnar, K. 2011. *Pornutopia*. Oslo: Akademika forlag.

Kristiansen, S. 2003. «Première i kveld på Chateau Neuf. Teppet opp for nakne menn». *Aftenposten*, 19.09.

Kusz, K. 2007. *Revolt of the White Athlete*. New York: Peter Lang Publishing.

Lacan, J. 2006. *Écrits: a selection*. London: Routledge.

Laclau, E. 2000. «Is Universality Fleeting Or Impossible?». I: Butler, J., Laclau, E. og Žižek, S. (red.): *Contingency, Hegemony, Universality: Contemporary Dialogues On The Left*. London and New York: Verso.

Laclau, E. og Mouffe, C. 1985. *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.

Laqueur, T. 1990. *Making Sex: Body and Gender From the Greeks to Freud*. Harvard University Press

Langeland, F. 2007. *Harde kropper. En kulturvitenskapelig analyse av maskulinitetskonstruksjoner i Dagbladets Sportmagasinet*. Masteroppgave i kulturvitenskap, Universitetet i Bergen.

Langeland, F. 2009. «Den norske kroppen». I: Mühleisen, W og Røthing, Å. (red.): *Norske seksualiteter*. Oslo: Cappelen.

Langeland, N. R. 2003. *Kveldseta. Historiske essay*. Oslo: Damm.

Lapdius, A. 2011. «Veden håller elden och folket levande». *Ekspresen*, 05.03.

Larsen, C., Sandberg, S. og Pedersen, W. 2005. «Tunge kyss, lette identiteter?». *Sosiologisk tidsskrift* 13 (2): 107–130.

Lie, S. A. 2007. «Vi trenger nye idealer som menn flest kan identifisere seg med». *Klassekampen*, 29.01.

Lindell, U. 2002. «Den nakne mannen». I: Bull-Gundersen, M. (red.): *En naken mann. 18 damer kler av mannen*. Oslo: Gyldendal.

Lindgren, L. 2012. «Tapt uskyld». *Morgenbladet*, 16.08.

Lippe, G. v. d. 2010a. «Et medieskapt, maskulint begjær og idrettsidol». I: Kristiansen, H. og Norhaug, O. (red.): *Retorikk, idrett og samfunn*. Oslo: Forlag1.

Lippe, G. v. d. 2010b. *Et kritisk blikk på sportsjournalistikk. Medier og idrett i en globalisert verden*. Kristiansand: IJ-Forlaget.

Lorentzen, J. 2004. *Maskulinitet. Blikk på mannen gjennom litteratur og film*. Oslo: Spartacus.

Lorentzen, J. 2012. *Fra farskapets historie*. Oslo: Universitetsforlaget.

Lorentzen, J. 2013. «Sex og intimitet i Anders Behring Breiviks politiske manifest». I: Mühleisen, W. og Lorentzen, J. (red.): *Å være sammen. Intimitetens nye vilkår*. Oslo: Akademika forlag.

Lucie Smith, E. 1987. *Body: Images of the Nude*. London: Thames and Hudson.

Maddox 2006. *The Alphabet of Manliness*. New York: Kensington books.

Madsen, O. J. 2010. *Den terapeutiske kultur*. Oslo: Universitetsforlaget.

Markovski, P. 2004. «Metroseksuelle bruker milliarder». *Aftenposten*, 06.07.

Martin, B., og Gnoth, A. S. 2009 «Is the Marlboro man the only alternative? The role of gender identity and self-construal salience in evaluations of male models». *Market Lett* 20 (2): 353–367.

Marsdal, M og Wold, B. 2004. *Tredje venstre – For en radikal individualisme*. Oslo: Spartacus.

McCabe, C. 2007. «An interview with Stuart Hall». *Critical Quarterly*, 50 (1-2): 12-42.

McInnes, J. 1998. *The end of masculinity*. Buckingham: Open University Press.

McRobbie, A. 2007. «Postfeminism and Popular Culture. Bridget Jones and the new gender regime». I: Tasker, Y. og Negra, D. (red.): *Interrogating Postfeminism. Gender and the politics of popular culture*. Durham: Duke University Press.

Meland, A. 2003. «Jeg elsker meg». *Dagbladet*, 10.03.

Miller, T. 2001. *Sportsex*. Philadelphia: Temple University Press.

Miller, T. 2005. «A metrosexual eye on queer guy». *GLQ: A journal of Lesbian and Gay Studies* 11 (1): 112-118.

Morley, D. og Chen, K. (red.) 1996. *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies*. London/New York: Routledge.

Mort, F. 1994. «Boys Own? Masculinity, Style and popular Culture». I: Rutherford, J. og Chapman, R. (red.): *Male Order. Unwrapping Masculinity*. London: Lawrence & Wishhart.

Mosse, G. 1995. *The Image of Man. The Creation of Modern Masculinity*. New York: Oxford University Press.

Mühleisen, W. 2002. *Kjønn i uorden. Iscenesettelser av kjønn og seksualitet i eksperimentell talkshowsunderholdning på NRK fjernsynet*. Avhandling for graden dr. Art, Universitetet i Oslo.

Mühleisen, W. 2011. «Å åpne for en annen verdensorden: En lesning av Geir Gulliksens roman Tjuendedagen». *Norsk litteraturvitenskapelig tidsskrift* 14 (2): 171-186.

Mühleisen, W. og Danielsen, H. 2009. «Statens oppskrift på parseksualiteten». I: Mühleisen, W og Røthing, Å. (red.): *Norske seksualiteter*. Oslo: Cappelen.

Mühleisen, W., Røthing, Å. og Svendsen, S. H. 2009. «Norske seksualiteter. En innledning». I: Mühleisen, W. og Røthing, Å. (red.): *Norske seksualiteter*. Oslo: Cappelen.

Mulvey, L. 1975. «Visual Pleasure and Narrative Cinema». *Screen* 16 (3): 6-18.

Myrbråthen, C. 2013. «Moro for mannen». Elektronisk tilgjengelig på: <http://fett.no/2013/01/moro-for-mannen/> (11.06.2013).

Myrstad, A. M. 2007. «Lattervekkende inkompetanse: om en seiglivet maskulinitetsform på skjerm og lerret». *Norsk medietidsskrift* 14 (3): 207–226.

Mytting, L. 2011. *Hel ved*. Oslo: Kagge forlag.

Møller, P. 2007. *Pen søker trygg*. Oslo: Kagge forlag.

Møller Solheim, E. 2004. «Pangstart for FHM». *Dagbladet*, 01.08

Nerheim, J. 2004. «Metroseksuelle inntar dagligvarebutikkene». *Dagsavisen*, 16.10.

NESH 2006. *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, jus og humaniora*. Elektronisk tilgjengelig på: <https://www.etikkom.no/Vart-arbeid/Hva-gjor-vi/Publikasjoner/-Forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-humaniora-juss-og-teologi/> (21.02.2012).

Neumann, I. B. 2001. *Mening, materialitet, makt. En innføring i diskursanalyse*. Oslo: Fagbokforlaget.

Nikolaysen, F. 2006. «Tok Trondheim på hælene». *Adresseavisen*, 24.06.

Nixon, S. 1997. «Exhibiting Masculinity». I: Hall, S. (red.): *Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publications.

Nordberg, M. 2004. *Det hänger på håret – maskulinitet, femininitet, makt, mode och konsumtion*. CFK-rapport, Handelshögskolan, Göteborgs Universitet.

Nordberg, M. 2005. *Jämställdheten spjudspets? Manliga arbetstagare i kvinnoyrken, jämställdhet, maskulinitet och heteronormativitet*. Göteborg: Arkipelag.

Nordberg, M. og Mörck, M. 2007. «Maskulinitet och mode som genusvetenskaplig och etnografisk utmaning». *Tidsskrift för genusforskning* 27 (1-2): 119-143.

Nore, A. 2009. *Ekstremistan. Frykt og håp i det flerkulturelle Norge*. Oslo: Aschehoug.

Palmer-Mehta, V. 2009. «Men Behaving Badly: Mediocre Masculinity and *The Man Show*». *The Journal of Popular Culture* 42 (6):1053–1072.

Pedersen, W. og Vestel, V. 2005. «Tvetydige maskuliniteter, appellerende seksualitet». *Tidsskrift for samfunnsforskning* 46 (2): 3-34.

Peterson, G. og Anderson, E. 2012. «The Performance of Softer Masculinities on the University Dance Floor». *Journal of Men's Studies* 20 (1): 3-15.

Petterson, P. *Jeg nekter*. Oslo: Forlaget oktober.

Pompper, D. 2010. «Masculinities, the Metrosexual, and Media Images: Across Dimensions of Age and Ethnicity». *Sex Roles* 63 (3): 682–696.

Prieur, A. 1993. *Iscenesettelser av kjønn. Transvestitter og macho-menn i Mexico by*. Avhandling, dr. polit. Institutt for sosiologi. Universitetet i Oslo.

Prieur, A. 1997. «Seksualitet og kjønn i kulturelt perspektiv». *Lambda Nordica*, 3 (1), s. 35-51.

Pronger, B. 1990. *The arena of masculinity. Sport, Homosexuality and the meaning of Sex*. New York: St. Martin's Press.

Rahman, D. 2004. «Is straight the New Queer? David Beckham and the Dialectics of Celebrity». Elektronisk tilgjengelig på: <http://journal.media-culture.org.au/0411/15-rahman.php> (24.05.2012).

Rebni, E. 2008. «Mannen er oppdradd til å tro at omsorg er noe umandig og kvinnelig». *Nordlys*, 06.09.

Reeser, T. 2010. *Masculinities in theory. An introduction*. London: Wiley-Blackwell.

Remme, E. 1998. «Menn i krise». *VG*, 15.03.

Reynolds, S. 2011. *Retromania. Pop culture's addiction to Its Own Past*. London: Faber and Faber Ltd.

Ricciardelli, R. et al. 2010. «Investigating Hegemonic Masculinity: Portrayals of Masculinity in Men's Lifestyle Magazines». *Sex Roles*, 63 (4): 64–78.

Rolness, K. 2011. «Følelser i sving». *Dagbladet*, 30.11.

Roseneil, S. 2009. «Haunting in an age of individualization. Subjectivity, relationality and the traces of the lives of others». *European Societies* 11 (3): 411-430.

Rudie, I. 1997. «Feltarbeidet som møteplass: Kartlegging eller tekstlesing?». I: Fossåskaret, E. et al. (red.): *Metodisk feltarbeid. Produksjon og tolkning av kvalitative data*. Gjøvik: Universitetsforlaget AS.

Rutherford, J. 2007. *After Identity*. London: Polity Press.

Said, E. 1993. *The world, the Text and the Critic*. Mass: Harvard University Press.

Salzman, M. et al. 2005. *The Future of Men*. New York: Palgrave Macmillan.

- Sandli et al. 2012. «Sjekk et hvor pen han var». *Dagbladet*, 30.05.
- Sandnes, C. 2013. «Ta dem på alvor». *Samtiden*, nr. 1.
- Schlack, J. D. 1996. «The theory and method of articulation in cultural studies». I: Morley, D. og Chen, H. (red.): *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge.
- Sedgwick, E. K. 1985. *Between Men. English Literature and Male Homosocial Desire*. New York: Columbia University Press.
- Shire, C. 1994. «Men don't go to the moon: language, space and masculinities in Zimbabwe». I: Cornwall, A. og Lindisfarne, N. (red.): *Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies*. London: Routledge.
- Silverman, K. 1986. «Fragments of a fashionable Discourse». I: Modleski, T. (red.): *Studies in Entertainment. Critical Approaches to Mass Culture*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.
- Simpson, M. 1994. «Here come the mirror men». *The Independent*, 15.11. Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.marksimpson.com/here-come-the-mirror-men/> (12.04.2011).
- Simpson, M. 2002. «Meet the metrosexual». *Salon.com*. Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.salon.com/2002/07/22/metrosexual/> (12.04.2011).
- Simpson, M. 2003. «Beckham, the virus». *Salon.com*. Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.marksimpson.com/blog/tag/beckham-the-virus/> (12.04.2011).
- Simpson, M. 2011. *Metrosexy. A 21st Century Self-Love Story*. Marksimpsonist Publications (Kindle edition).

Simpson, M. 2014. «The metrosexual is dead. Long live the 'spornosexual'». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.telegraph.co.uk/men/fashion-and-style/10881682/The-metrosexual-is-dead.-Long-live-the-spornosexual.html> (18.08.2014)

Sinclair-Webb, E. 2000. «Military Service and Manhood in Turkey». I: Sinclair-Webb, E og Ghoussoub, M. (red.): *Imagined Masculinities. Male Identity and Culture in the Modern Middle East.* London: Saquibooks.

Slagstad, R. 2011. «De politiserende embetsmenn. En tradisjon i norsk forvaltning». *Norsk Administrativt Tidsskrift* 88 (3):170-188.

Solberg, D. 2003. «Tid for metro». *Dagbladet*, 13.03.

Solomon-Godeau, A. 1993. «Male Trouble: A crisis in representation». *Art History*, 16 (2): 286-312

Solomon-Godeau, A. 1995. «Male Trouble». I: Berger, M. et al. (red.): *Constructing Masculinity*. New York: Routledge.

Spitznogle, K. 2009. «Sex og samliv. Homo-koden». *VG*, 12.12.

Stavrum, 2012. «I profetens vold». *Nettavisen*, 08.11. Elektronisk tilgjengelig på: <http://stavrum.nettavisen.no/tag/afran-bhatti/> (20.08.2014).

Steorn, P. 2006. *Nakna Män. Maskulinitet och kreativitet i svensk bildkultur 1900-1915*. Stockholm: Nordstedts Akademiska Förlag.

Stalsberg, L. 2002. «Er mannen den nye kvinnen». *Klassekampen*, 27.02.

Stanghelle, H. 2012. «Har vi ham nå?» *Aftenposten*, 30.05.

Stavanger Aftenblad 2005. «Hipt eller harry» (NTB-oppslag), 17.12.

Strand Larsen, L. 2005. «Sexsymbol og urmenn». *Aftenposten*, 18.03.

Stenvik, B. 2013. «Er jegeren den nye hipsteren?». *NRK.ytring.no*, 08.02. Elektronisk tilgjengelig på: http://www.nrk.no/ytring/er-jegerenden-nye-hipsteren_-1.10900407 (18.08.2014).

Sørensen, N. H. 2006. «På kanten. Æstetiseringen av af det maskuline og heteroseksuelle blandt unge menn i en senmoderne storby». *NORMA. Nordisk tidsskrift for maskulinitetsstudier* 2 (1): 110-122.

Tasker, Y. og Negra, D. (red.) 2007. *Interrogating Postfeminism. Gender and the politics of popular culture*. Durham: Duke University Press.

Theweleit, K. 1987. *Male fantasies* (Vol 1.). Cambridge: Cambridge University Press.

Thorsen, L. 2013. «Ukens blogg: Mannegruppa Ottar». Elektronisk tilgjengelig på: http://www.reform.no/index.php?option=com_content&view=article&id=241:ukens-blogg-mannegruppa-ottar&catid=13:blogg&Itemid=97 (11.05.2013)

Tiffany, G. 1995. *Erotic Beasts and Social Monsters. Shakespeare, Johnson and Comic Andrygoni*. Newark: University of Delaware Press.

Valentine, J. 2007. «Cultural Studies and Post-Marxism». I: Hall, G. og Birchall, C. (red.): *New Cultural Studies. Adventures in Theory*. Edinburg: Edinburgh University Press.

Vaagland, H. 2004. «Ironisk sexismen». *Klassekampen*, 27.09.

Waage, L. R. 2013. «Menn, motorer og nostalgi». *Stavanger Aftenblad*, 08.10.

Wangberg, A. og Kirknes, M. 2005. «Bling-bling - for gutta». *VG*, 15.05.

Weeks, J. 2009. «The Remaking of Erotic and Intimate Life». *Política y Sociedad* 46 (1-2): 13-25.

Welhaven, L. 2008. «Nå skal mannen være retro-seksuell». *VG*, 21.08.

Whannel, G. 2002. *Media sport stars. Masculinities and moralities*. London: Routledge.

Whelahan, I. 2000. *Overloaded. Popular Culture and the Future of Feminism*. London: The Women's Press.

Whitehead, S. 2002. *Men and Masculinities. Key themes and new directions*. Cambridge: Polity Press.

Williams, R. 1977. *Marxism and literature*. Oxford: Oxford University Press.

Williams, R. 1986. «An Interview with Raymond Williams». I: Modleski, T. (red.): *Studies in Entertainment. Critical Approaches to Mass Culture*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.

Winther Jørgensen, M og Philips, L. 1999. *Diskursanalyse som teori og metode*. Frederiksberg: Roskilde universitetsforlag samfundslitteratur.

Žižek S. 2008. *In defense of lost causes*. London: Verso.

Østli, K, 2012. «Er det samme mann?». *Aftenposten*, 15.09.

Del 2

Paper 1



Universitetet
i Stavanger

>S YW V18 (20##) ? Se] g^ [fWWedMMWaeSY [FHS
LWde? S eZai žFidsskrift Xcd] \-` `eXcd] ` [Y%(4), pp.
S' Ž+S

Lenke til publisert versjon:

Zffb,!!i i i žVg` ` ž a!felX!\$' ##!" &Sd' \$1Z\YZ^YZf/ ° Z\YZ^YZf

(Det kan være restriksjoner på tilgang)



UiS Brage

<http://brage.bibsys.no/uis/>

Denne artikkelen er gjort tilgjengelig i henhold til utgivers retningslinjer.

Det er forfatterens siste upubliserte versjon av artikkelen etter fagfelleevaluering, såkalt postprint.

Dersom du skal sitere artikkelen anbefales det å bruke den publiserte versjonen



Maskulinitetens refleksive nostalgi i TV 2 Zebras Manshow

av Fredrik Langeland

Sammendrag

Høsten 2006 dukket Manshow opp på kanalen TV 2 Zebra. Det var et humorprogram rettet eksplisitt mot norske heteroseksuelle menn, der «politisk ukorrekte» maskuline nytelser som øl, prompting og lettkledd kvinner sto i fokus. Gjennom ironien og en reflektiv nostalgi ble blikket rettet mot en maskulinitet som tilsynelatende hadde gått tapt. Tilsynekomsten av Manshow skjedde samtidig som flere hevdet at den norske, heteroseksuelle mannen var «undertrykt» i et feminisert samfunn. I denne artikkelen analyserer Fredrik Langeland hvordan Manshow forholder seg til og tar del i en symbolsk kamp om maskulinitetens posisjon i norsk medieoffentlighet på 2000-tallet.

Abstract

The reflexive nostalgia of masculinity in TV 2 Zebra's Manshow

This article deals with representations of masculinities in the Norwegian media and popular culture in the 2000s. It examines the ways in which the Norwegian TV program Manshow, which was aired on the commercial channel TV2 Zebra from 2006 to 2009, provides an opportunity to analyze discursive conflicts concerning masculinity in Norwegian society. Manshow was a humorous TV program with an explicit male chauvinistic profile and an emphasis on heterosexual male bonding. The program was launched at the same time as some people were claiming that Norwegian men were now being marginalized in a feminized society. Through a close reading of the opening of the show's first episode in 2006, I highlight how Manshow creates a space where men have free access to enjoyment such as drinking beer and objectifying women. This is made possible by the use of irony, or what I characterize as the reflexive nostalgia of masculinity.

Keywords: masculinity; popular culture; television; irony; nostalgia

9. oktober 2006 lanserte den norske kanalen TV 2 Zebra *Manshow*, et studiobasert humorprogram med fast sendetid tirsdag kveld fra 22.30 til 23.00.¹ Programmet hadde et mannlig publikum i salen, og bestod hovedsakelig av sketsjer og intervjuer med gjester.² Det var en spin-off av det populære amerikanske manneprogrammet *The Man Show*, og TV 2 Zebras variant minnet om forgjengeren.³ I forkant av premieren poserer programleder og frontfigur Håvard Lilleheie med lettkledd kvinner, mens han uttaler at programmet skal være «upretensjøs og jovialt» med «prompting, raping og øl» i fokus.⁴ Som Lilleheie konstaterer, var programmet «ikke ment å være for alle», men skulle eksplisitt rettes mot norske heteroseksuelle menn som formodentlig var lei fokuseringen på «kvinnen, unisex og metrosex». Han påpeker også at man bruker *ironi* for å skape et «tulleunivers» der (menns) private «groviser» kunne presenteres i det offentlige rom.⁵ Programmet ønsket å provosere, og ble både

bebreidet og hyllet for å være antifeministisk og/eller politisk ukorrekt.⁶ I denne artikkelen analyserer jeg *Manshows* konfronterende stil og artikulering av kontrasterende maskulinitetsdiskurser som del av en symbolsk kamp om maskulinitetens status i norsk medieoffentlighet på 2000-tallet.

Manshow var et populærkulturelt fenomen som tematiserte kontroversielle og aktuelle spørsmål knyttet til kjønn, maskulinitet og likestilling. Før lanseringen produserte man tre promoer, der Lilleheie i mannsjåvinistisk stil parodierer velkjente Storebrand-reklamer.⁷ En av disse var reklamen der den norske skuespilleren Dennis Storhøi hevder at forsikringsselskapet gir sine kunder «økonomisk trygghet». I *Manshows* versjon handler det ikke om forsikring, men om en potensiell (u)likestilling i hjemmet. Etter først å ha karakterisert *mannen* som svak/underordnet og *kvinnen* som sterk/dominant, kommer Lilleheie med følgende utbrudd: «HOLD KJEFTEN PÅ DEG FORBANNA MØKKAKJERRING». Tematikken var ikke ulik den antropologen Runar Døving tok for seg i kronikken «Mannskamp for likestilling» (*Aftenposten* 14.10.2006), der han hevder at «de fleste menn» er undertrykt. Likestillingskampen må ifølge Døving endres ettersom menn kommer dårligere ut enn kvinner når det kommer til levekår, helse og barnefordelingssaker. Det eksisterer ifølge Døving en samfunnsmessig urettferdighet der jenter sosialiseres inn i et samfunn lagt til rette for kvinner, mens gutten/mannen har blitt en «anakronistisk figur». Disse påstandene vakte stor oppmerksomhet i den norske medieoffentligheten høsten 2006, gjennom tilsvaer fra ulike meningsyttere samt flere medieopptredener av Døving i etterkant.⁸ Men han var på ingen måte alene om å mene at den norske heteroseksuelle mannen hadde blitt marginalisert.⁹ *Manshows* karakterisering av den kuede mannen som protesterer mot et feminisert samfunn, er en tematikk som ligger tett opptil en av 2000-tallets sentrale kjønnspolitiske debatter.

Åpningen av *Manshows* første episode etablerer stilen som dominerte de tidlige sesongene av programmet. *Manshow* skaper en fantasi om en maskulinitet som har gått tapt, og showet etablerer sitt maskulinitetsideal i kontrast til, og som en kritikk av, diskursen om *metroseksualitet* – den unge urbane mannen som bryter med tradisjonelle maskuline normer. Jeg argumenterer for at programmets artikulering av maskulinitet ser ut til å være et brudd, eller en endring, i fremstillingen av idealisert maskulinitet i den norske medieoffentligheten på 2000-tallet. Dette muliggjøres av representasjoner i grenselandet mellom ironi og nostalgi, eller det jeg kaller *maskulinitetens refleksive nostalgi*. Dette kan forstås som en lengten etter tidligere tiders maskulinitetsidealer, uttrykt gjennom ironi som distanserende virkemiddel. Artikkelen handler i utgangspunktet om et underholdningsprogram i norsk fjernsyn, men leser dette inn i en større kulturell kontekst. Hvilke strategier benytter *Manshow* i fremstillingen av sitt maskulinitetsideal? Og hvilke konfliktlinjer omkring ulike maskuliniteter finner man i programmet? Hvordan kan dette forstås i lys av en større diskursiv kamp om maskulinitetens posisjon i norsk medieoffentlighet?

Manshow kan ses på som en reaksjon på noen spesifikke endringer av maskulinitetsidealer i norsk populærkultur. I en analyse av programlederen Jon Almaas i humorprogrammet *Nytt på Nytt* påpeker medie- og kjønnsforsker Wencke Mühleisen at hans iscenesettelse av maskulinitet både lever opp til den vante kvinnelige blikkfangfunksjonen på fjernsyn, og gjør ham potensielt tilgjengelig for et homoerotisk blikk. I tillegg situerer han seg som heteroseksuell samtidig som han ironiserer over en stereotyp maskulinitet. Denne flertydigheten karakteriserer Mühleisen som «[David] Beckham-effekten», og i likhet med Beckham forårsaker Almaas en «destabilisering av homo-hetero-binariteten gjennom en lekende kjønns- og seksualitetetsiscenesettelse». Ifølge Mühleisen var denne et «*symptom på en generell populærkulturell trend*» (Mühleisen 2003:181, min utheving). Almaas' stilling som anker for et av de mest populære tv-programmene på statskanalen indikerer at et flertydig og mulig overskridende maskulinitetsideal inntok mainstreamen av norsk tv-underholdning mot slutten av 1990- og begynnelsen av 2000-tallet.¹⁰

Dette kan igjen forstås som en del av en større diskursiv endring i den vestlige medieoffentligheten gjennom de siste tiårene, der tradisjonelle maskulinitets- og feminitetsposisjoner har blitt utfordret både gjennom populærkultur og politikk (MacInnes 1998:47; Whannel 2002). Internasjonal, nordisk og norsk forskning i skjæringspunktet mellom maskulinitetsteori, medieforskning og kulturanalyse legger vekt på at i dagens senmoderne medielandskap eksisterer det svært ulikartede representasjoner av maskuliniteter (Beynon 2002; Craig 1992; Feasey 2008; Kinnunen og Wickman 2005; Langeland 2009; Lorentzen 2004; Mühleisen 2003; Norberg 2005; Whitehead 2002). Denne artikkelen tar opp konfliktlinjene og den symbolske kampen om maskulinitetens status i kjølvannet av denne situasjonen.

Ut ifra et konstruktivistisk teoretisk ståsted betrakter jeg i denne sammenheng ikke maskulinitet som noe forbeholdt mannen, men som en samling flytende tegn som gir kropper betydning ut fra hierarkiske maktstrukturer knyttet til kjønn, etnisitet, klasse og seksualitet (Butler 1990, 1993; Halberstam 1998). For å gjøre en kritisk analyse av maskulinitetskonstruksjonene i *Manshow*, anvender jeg et diskursteoretisk utgangspunkt og undersøker latente eller skjulte betydningslag, som diskursanalysen er egnet til å avdekke (jf. Gillespie og Toynbee 2006:121). Jeg følger den franske filosofen Michel Foucault (1980) som hevder at makt manifesterer seg gjennom det han kaller *diskursive regimer*, samlinger av ytringer og praksiser som konstituerer og regulerer kunnskap innenfor et felt. I denne sammenheng er jeg ute etter å analysere representasjonen av en *hegemonisk maskulinitet* eller et særlig innflytelsesrikt kulturelt- og politisk maskulinitetsideal (jf. Beasley 2008; Connell 1995). I likhet med diskursteoretikerne Ernesto Laclau og Chantal Mouffe (2002) legger jeg vekt på konfliktlinjene innenfor et hegemoni, for på denne måten å analysere hvordan *antagonismer* eller konfliktlinjer oppstår når konkurrerende diskurser støter sammen gjennom spesifikke *artikulasjoner*. Her representerer den hegemoniske maskuliniteten et diskursivt regime knyttet til en mediekontekst, og *Manshow* er den konkrete teksten der artikuleringen foregår.

Et kjønnspolitisk prosjekt

Lilleheie var *Manshows* ansikt utad ved lanseringen, gjennom de tidligere nevnte promoene og flere omtaler i riksdekkende norske aviser. Han debuterte i tv-sammenheng gjennom programserien *U* på NRK (2000), og er i dag et velkjent ansikt i den norske medieoffentligheten. Det karrieremessige utgangspunktet ligger i det som kalles den «nye humoren» i tv-underholdningen på 1990- og 2000-tallet.¹¹ Inspirasjonskilder var 1990-tallets stand up fra USA, som kjennetegnes ved utpreget bruk av ironi samt avstandtagen til det «politisk korrekte» (Anderson 2005:41). Ironi skaper rom for betydningsmessig flertydighet, der man for eksempel kan si noe, mens man i virkeligheten mener noe annet, gjerne det motsatte. Som kulturteoretikeren Linda Hutcheon (1998) påpeker, er ironien fremtredende i de kunstuttrykk og kulturelle uttrykk vi klassifiserer som «postmoderne». Her forekommer en gjennomført bruk av referanser til andre(s) verk og uttrykk, uten at det eksplisitt kommer frem hvem som siteres. Gjennom et betydningspill skapes en tilsynelatende distanserende effekt i forhold til originalene, samtidig som disse nå iscenesettes i nye kontekster (jf. Colebrook 2004:2–3). *Manshow* benytter en slik strategi i sin lek med stereotype maskulinitetsidealer.

Det kan imidlertid hevdes at den nye humoren på 1990-tallet ikke utelukkende var rent ironisk, men at den også representerte en kritikk av det bestående, samtidig som den fremviste en lengsel etter en tid som var forbi. Skribenten Bendik Wold skriver om denne humoren at den «først og fremst [var] opptatt av å markere distanse til Gerhardsen-samfunnets verdihierarki. Samtidig badet den sin egen barndom i et varmt, ironisk-nostalgisk lys ('tenk Søttitallskameratene')» (*Dagbladet* 24.11.09).¹² En slik humor tok Lilleheie med seg inn i *Manshow*. Ved hjelp av den ironisk-nostalgiske Lilleheie fikk programmet en frontfigur som på forhånd signaliserte at budskapet ikke skulle tas alvorlig, men med

et «smil og glimt i øyet». I et intervju i forkant av premieren uttaler han at han ikke har et typisk «manne-image» og at programmet skulle tematisere «harry-myten».¹³ Her skapes en distanse mellom *Manshow* og et unyansert bilde av machomannen, som tilsynelatende *ikke* har et tilsvarende lekende forhold til stereotype maskulinitetsidealer som Lilleheie påstår å ha.

Dette slo an hos det norske publikummet og gjorde programmet til en vellykket satsing for TV 2. På det meste hadde programmet i overkant av 100 000 seere, noe som er respektabelt med tanke på at det ble sendt på en kanal med relativt lave seertall i norsk sammenheng.¹⁴ Det kan ses som et ledd i hva enkelte har karakterisert som en «nisjifisering» av tv-mediet, og trolig som en forløper for den kjønnsdelte underholdningen som har utviklet seg de siste årene, med kanaler som TV 2s *Bliss* (2010–), samt TVNorges *Fem* (2007–) og *Max* (2010–).¹⁵ Med sin eksplisitte henvendelse til norske heteroseksuelle menn gjennom bruken av stereotype maskulinitetsidealer, var *Manshow* banebrytende i norsk tv-sammenheng. Programmets stil etableres gjennom åpningen av det første programmet. Her utvikles strategiene som muliggjør artikuleringen av et kjønnspolitisk prosjekt: protest, konfrontasjon, ironi og nostalgi. Jeg skal nå følge dette gjennom de tre åpningssekvensene.

Programmet for «ekte mannfolk»

Første sekvens (44 sek.) er promoen der Lilleheie parodierer Storhøis Storebrand-reklame. Lilleheie står først med ryggen mot kameraet, så snur han seg, stirrer inn i kamera og begynner å snakke. Kamerablikket varierer i distanse og er nærmest ham mot slutten, da ansiktet hans er i fokus. Lilleheie fremfører denne monologen:

Hvem eier tv-en din? Hvem som eier tv-en din, er det noe du lurar på a? Du eier jo tv-en din! Men så kjøper du en flatskjerm til kjellerstua, og hva skjer. Du vil se fotball og ... kjerringa sier: vær så god, men da må du spandere middag på meg! Du vil se pornofilm. Du gjør hele jobben sjæl og kjerringa sier. Flott! Det blir en sydentur på meg! Ja, men e, sier du – det er jo min tv ... Ja det er mulig det sier kjerringa, men synes du virkelig en tur til Mallorca er så mye forlangt da, din gjerrigknark. Ja, men det handler jo om prinsipper, sier du. Ja, sier kjerringa, mine prinsipper. Hva ska ru si til sånt a? HOLD KJEFTEN PÅ DEG FORBANNA MØKKAKJERRING!

Gjennom sekvensen klinger forsiktige pianoriff, og synthstrykere høres som et musikalsk bakteppe gjennom det hele. Tonespråket i sekvensen er først tilbaketrent, men endrer seg i overgangen til neste sekvens, der Lilleheie forsvinner ut av kamerabildet, mens en gitar og trommer gjør opptakt til en slags rockelåt.

Her møter vi *fortelleren* («Hvem eier tv-en din?» etc.) *kjerringa* («Flott! Det blir en sydentur på meg!» etc.) og *du'et* («Ja, men, e ...» etc.) som *fortelleren* henvender seg til. Når han fremstiller *kjerringa*, har han et bestemt tonefall, i motsetning til *du'et*, som er spakt og forsiktig, og det skapes en kontrast mellom de ulike posisjonene. Den siste setningen, der *fortelleren* besvarer sitt eget spørsmål, skiller seg ut ved et overdrevent aggressivt tonefall. Sekvensen iscenesetter en konflikt som skaper muligheten for en protest, der *fortelleren*/Lilleheie fungerer som talerør for den norske mannen. Denne dynamikken danner et fundament for *Manshow* og den maskulinitetsdiskursen som skulle dominere de første sesongene av programmet. Kvinnen får ingen mulighet til å svare når musikken som innleder andre sekvens, begynner – *kjerringas* mas erstattes av *Manshows* rock.

I sekvens to (16 sek.) går bildet over i sort/hvitt, og til syne kommer en nedtelling fra fem og til en, som i en stumfilm. Mellom tallene to og en ser man glimtet av to nakne kvinner; den ene er vendt mot seeren mens hun blir slikket på det venstre brystet av en annen kvinne, samtidig som hun slikker den

andres høyre bryst. I det nedtellingen løper ut, endres bildet og går over i farger. Fokuset er nå på en overvektig mann med skitten helsetrøye, han befinner seg i et bilverksted. Først har han hodet senket, men når musikken når klimaks, løfter han hodet og stirrer rett på seeren, før han raper. Bildet skifter så tilbake til sort/hvitt, med ordet *Manshow* midt i bildet. Deretter endrer bakgrunnen seg, og seeren ser studioet der programmet er i gang. I denne overgangssekvensen blir seeren ledet inn i programmet gjennom et nostalgisk glimt. Gjennom den rapende bilmekanikeren og de nakne kvinnene møter seeren et maskulinitetsideal som nærmest treffer ham midt i trynet. Her finnes ikke lenger en konflikt, men en konfronterende holdning som konstaterer at dette er den heteroseksuelle mannens eget univers.

I tredje sekvens (1 min. 55 sek.) er man over i tv-studioet, der Lilleheie gjør entré. Publikum er gjentatte ganger i fokus og ser ut til å bestå utelukkende av unge eller middelaldrende hvite menn. De applauderer entusiastisk når Lilleheie inntar scenen og tar plass på en barkrakk. I bakgrunnen ses en vegg med brun/oransjefarget tapet, blink til kastepiler og bilder av lettkledd kvinner. Lilleheie er uformelt kledd i olabukse og t-skjorte og hever et stort glass øl mens han nikker og takker for oppmerksomheten. Så ønsker han velkommen til programmet som handler «om ekte mannfolk», er laget «av ekte mannfolk, for ekte mannfolk». Han ler mens publikum nærmest brøler tilbake. Så legger han ut om innholdet i kveldens program:

Vi skal bruke den neste halve timen på å hylle mannen. Og med mannen så mener jeg Chuck Norris, jeg mener Espen Lie og Lars Mønst. Kort sagt alle som gjør meg stolt over å være mann. [Publikum bryter inn med et forsiktig jubelrop.] Men ... vi skal også ta oss tid til å disse kjerringer, som Karita Bekkemellom, Liv Grethe Skjeltbreid og selvfølgelig Magne Hoseth.

Så ler han igjen, tar en slurk av ølen, mens publikum forsetter å juble. Deretter forteller han publikum og seere – som tituleres «gutta» – at kveldens gjest er Martin Schanche, som får følgende karakteristik: «Han har bart, han kjører dritfort i bil, han har eget hellikopter, og kaller du'n feiging, så kliner'n deg rett ned.» Vi blir fortalt at i programmet skal man «ljugе og fortelle grisevitser». Noe av det viktigste er konsumeringen av alkohol, som Lilleheie understreker er en selvfølge. For å tydeliggjøre dette synger han sammen med publikum:

Å DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA, Å DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA, Å DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA, Å DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA.¹⁶

Det viser seg nå at publikum, som Lilleheie, også drikker øl. De skåler tilbake når han roper «Skål gutta!»

Så snur han seg mot høyre og roper: «Er du klar, Kongen?». Scenen filmes fra distanse, og vi ser Lilleheie peke mot en person som sitter på en høy stol; han har gullkrone på, rosa jakke, hvit t-skorte, blå joggebukser og joggesko. Ved siden av ham står to unge blonde kvinner ikledd kun hvite bikinier og høyhælte sko. Etter Lilleheies oppfordring filmes mannen i nærbilde. Ordløst styrer han ned en øl, akkompagnert av tilrop og jubel fra Lilleheie/publikum. Seansen avsluttes der Lilleheie påpeker at dette hadde ikke «Magne Hoseth klart» for «han hadde tatt maks to slurker av rusbrusen sin før han hadde gulpa resten ut over Dolce & Gabbana-dressen». De tre åpningssekvensene ender her.

Konflikter på hjemmebane

I den introduserende sekvensen fremstiller Lilleheie mannen som svak og underordnet en dominerende kvinne. Monologen illustrerer en konflikt i et heteroseksuelt parforhold. Mannen er forsørgeren i forholdet, mens kvinnen nyter godene av hans arbeid. Mannen vil se «fotball» og «porno» på den nye «flatskjermen» han har kjøpt, mens kvinnen ødelegger for ham ved å kreve at han spanderer middag og ferie på henne. Mannen forsøker seg med noen forsiktige innsigelser, som pareres av kvinnen

gjennom å karakterisere ham som en «gjerrigknark». Da han så forsøker å trekke diskusjonen opp på et prinsipielt nivå, blir han avvist med henvisning til at her er det *hun* som råder. I stedet for å trekke seg tilbake, er det imidlertid Lilleheie/mannen som får siste ord gjennom en utagerende protest mot hennes dominerende og urimelige holdning.

Her ser man en kritikk av hvordan kvinnen forsøker å kneble mannen, som er fordrevet til «kjellerstua» eller til periferien. Det er neppe tilfeldig at det er sport og pornografi kampen står om her: symboler for en dominant maskulinitet som gjerne privilegerer den hvite heteroseksuelle mannens kulturelle blikk (jf. Sabo og Jansen 1992). *Manshow* ble også promotert som et program for norske, heteroseksuelle menn, med intensjon om å fylle et tomrom, og som en motvekt til et samfunn der ting tilsynelatende ikke (lenger) foregår på menns premisser. På TV2 Zebras nettsider kunne man lese følgende omtale av serien:

Er *du* lei av skjønnhets- og interiørtips, sexspalter med fokus på kvinnen, unisex og metrosex? Er *du* dritlei av Magne Hoset og andre jålete fotballspillere, eller av at Kristian Valen griner hos Skavlan, eller generelt av at gutter skal likne mest mulig på jenter (mine uthevinger).¹⁷

I sitatet ovenfor og i den innledende monologen tiltales et *du* som er den potensielle (mannlige) seeren, «dritlei» av et «fokus på kvinnen». Dette kan forstås ut ifra den franske filosofen Louis Althusser's interpellasjonsbegrep, der tiltalen («Hei du!») integrerer subjektet i det sosiale samtidig som det må underkaste seg samfunnets normer og regler. Som den britiske medieforskeren David Gauntlet påpeker når det gjelder mediens interpellierende evne: «[T]he text has interpellated us into a certain set of assumptions, and caused us to tacitly accept a particular approach to the world» (Gauntlet 2002:27). Her handler det om å akseptere *Manshows* beskrivelse av hvordan både hjemmesfæren og det offentlige rom *feminiseres*, og å delta i protesten mot denne utviklingen.

Interpellasjonen av «gutta»

Lilleheie interPELLERER de mannlige seerne/publikum som et «vi». Det gir også fellesskapet en bestemt karakter. I en norsk sammenheng vil en seer kanskje assosiere «gutta» med «Gutta på skauen», eller TV 2-programmet «Gutta på tur»; spillerne på det norske herrelandslaget i fotball omtales gjerne som «landslagsgutta». Her peker ordet mot relasjoner mellom menn som er eksplisitt heteroseksuelle. Gjennom dette etableres en *homososialitet*, det vil si: ikke-seksuelt definerte vennsforhold mellom menn, markert gjennom en distanse til kvinner og ikke-hegemoniske maskuliniteter (Bird 1996:121). Innenfor dette homososiale rommet vil alle former for potensielt homoseksuelt begjær ses på som en trussel (jf. Sedgewick 1985). *Manshow* distanserer seg fra «kjerringer» som «Karita Bekkemellom», «Liv Grethe Skjelbreid» og «Magne Hoseth».

Dette homososiale rommet stammer fra den amerikanske forgjengeren *The Man Show*. Med objektifiserte og lett-kledde kvinner, øl, antifeministisk ladet humor, heteroseksuell male bonding, utilslørt sexistisk retorikk i fokus og en feiring av stereotype maskuline verdier, rettet programmet seg eksplisitt mot hvite, heteroseksuelle amerikanske arbeiderklasse menn (Faludi 1999; Johnson 2007; Palmer-Metha 2009). Her fikk (den mannlige) seeren anledning til å identifisere seg med en tilsynelatende opprørsk og politisk ukorrekt maskulinitet. Gjennom en protestretorikk etablerte programmet et bilde av den amerikanske mannen som tilsynelatende hadde gått fra å ha makten til å ha mistet den i et «feminisert» samfunn (Johnson 2007:178). Tidsepoken det amerikanske *The Man Show* strekker seg over, sammenfaller også tidsmessig med en periode der kjønnsymbolikk ble brukt på «svært gamle, velkjente måter» (Hawkesworth 2006:190; se også Goldstein 2003). Etter 9.11.2001 endret nemlig populærkulturens kjønnsideal seg i reaksjonær retning og beveget seg slik bort fra de

idealene som hadde dominert populærkulturen gjennom 1990-tallet, der menn ble fremstilt som mykere og mer sensitive enn tidligere (jf. Malin 2005).

Sammen med blant annet MTVs *Jackass* var *The Man Show* særlig medvirkende i å endre maskulinitetsidealene i konservativ retning (Kusz 2007:142). Dette kan karakteriseres som del av en *remaskulinisering* av amerikanske medier, der maskulinitetsidealene endres, med den funksjon at menns interesser og verdier tar posisjon i offentligheten på bekostning av kvinner og det feminine (Jeffords 1989). Til tross for at ironien også finnes i *The Man Show*, domineres det av en eksplisitt sexistisk protestretorikk og en konfronterende form, som ikke først og fremst er av ironisk art. (jf. Johnson 2007:172–173).¹⁸ Lilleheies *Manshow* minner på mange måter om, og refererer implisitt til, sin amerikanske forgjenger. Men de skiller seg fra hverandre gjennom en større kompleksitet i de ironiske virkemidlene i den norske varianten. Dette kommer særlig til syne i karakteriseringen av arbeiderklasse mannen. Bruken av den bundne flertallsformen «gutta», som Lilleheie benytter, har tradisjonelt vært en markør for mennesker med tilhørighet i arbeiderklassen, og indikerer hva som er *Manshows* idealiserte maskulinitet.¹⁹

For å analysere dette maskulinitetsidealet i *Manshow*, benytter jeg meg av Raewyn Connells (1995) maskulinitetsteori. Sentralt her er hennes begrep *den hegemoniske maskulinitet*: det som på et gitt tidspunkt anerkjennes som den mest idealiserte form for maskulinitet, og som bidrar til å opprettholde enkelte menns makt over kvinner og over andre menn. Begrepet har vært viktig ved analyser av kjønnsrepresentasjoner i media og for å gripe relasjonen mellom maskuliniteter på et strukturelt nivå (se f.eks. Beasley 2009; Craig 1992).²⁰ I en presisering av denne teorien adresserer den australske feministen Chris Beasley direkte et symbolsk nivå.²¹ I motsetning til Connell skiller hun eksplisitt mellom representasjoner og hverdagspraksiser, og påpeker at hegemonisk maskulinitet bør betegne et *politisk ideal* eller en *kulturell modell*, hvis hensikt er å mobilisere menn på tvers av klassemessige forskjeller. Denne mobiliseringen skjer gjennom en «bonding together of different masculinities in a hierarchical order» (Beasley 2008:99). Ifølge Beasley fungerer den hvite, heteroseksuelle arbeiderklasse mannen i vestlige samfunn som et slikt ideal, til tross for at han ikke innehar den økonomiske makten i samfunnet. Det er særlig Lilleheies ironisk-nostalgiske fremtreden som representerer dette idealet.

Destabilisering og reetablering av den hegemoniske maskulinitet

I tredje sekvens av *Manshows* åpning står ulike beskrivelser av hva en «ekte» mann er, sentralt. Her nevnes tre eksempler på idealisert maskulinitet: Chuck Norris (amerikansk actionfilmskuespiller), Espen Lie (norsk tidligere torpedo) og Lars Monsen (norsk villmarksekspert og tv-personlighet). Disse eksemplene fungerer imidlertid ikke bare som en beskrivelse av *hva* en mann er, men gir en *normativ* definisjon av *mannen*. Som populærkulturelle ikoner har de nemlig noen fellestrekk, blant annet heteroseksualitet, handlekraft, aktivitet og usårbarhet. De representerer relativt entydige bilder av hva en mann er, og defineres i kontrast til «kjerringer», som Karita Bekkemellem (daværende likestillingsminister), Liv Grethe Skjelbreid (tidligere skiskytter, nå kommentator for NRK) og Magne Hoseth (fotballspiller).

Som kvinne og likestillingsminister med en viktig offentlig stilling, problematiserer Bekkemellem en tradisjonell motsetning mellom mannen som aktiv og kvinnen som passiv.²² Skjelbreid var en suksessfull skiløper og er nå kommentator på tv.²³ Hun er sportskommentator, som tradisjonelt har

vært et maskulint domene, og problematiserer dermed sementerte forventninger til manns- og kvinneroller (jf. Sabo og Jansen 1992). Hoseth, på sin side, har vært en av de norske fotballspillerne som har gått under betegnelsen «metroseksuelle». Med fotballspilleren David Beckham som ikon, bryter metroseksualiteten med normative oppfatninger av idealisert maskulinitet i det vestlige samfunnet ettersom han inntar en objektposisjon som retter seg mot både hetero- og homoseksuelle blikk (Coad 2008:21). Beckham beveger seg mellom tradisjonelle maskulinitets- og feminitetsposisjoner og utfordrer forståelsen av maskulinitet som noe monolittisk. Metroseksualitet ble mye diskutert i Norge på begynnelsen av 2000-tallet (se f.eks. Lorentzen 2004:94–95), og når ledende sportsmenn som Hoseth symboliserer denne trenden, utfordrer han også norske maskulinitetsidealer (jf. Langeland 2009). Lilleheie representerer den hegemoniske maskuliniteten som dominerer andre maskuliniteter (metroseksuelle, homoseksuelle) og feminiteter («kjerringa», de objektiviserte kvinnene på scenen).

Som en kontrast til Magne Hoseth trekker Lilleheie frem andre mannsidealer. Et av disse er den tidligere rallycross-utøveren Martin Schanche: «Han har bart, han kjører dritfort i bil, han har eget helikopter, og kaller du'n feiging, så kliner'n deg rett ned.» *Manshow* bedriver her en lystig feiring av en gammel idrettshelt. Å kunne kjøre fort med bil og ha eget helikopter er noe som går inn i en stereotyp og litt gutteaktig fantasi. At Schanche kan utøve vold, vet man fordi han i 2003, da han var FrP-politiker, slo til arbeiderpartipolitiker Torgeir Mikkelsen etter en skoledebatt i Drammen. Det er dette som gjør at han i *Manshow* blir karakterisert som et «ekte mannfolk». Han er en machomann som vet å forsvare seg, og han er en tidligere idrettsstjerne som var på topp for 30 år siden, da menn som Lilleheie var små. Med kallenavnet «Mr. Rallycross» var han idol og fast gjenganger på Sportsrevyen omtrent hver søndag kveld på 1980-tallet. Schanche representerer en svunnen tid da «ekte mannfolk» dominerte. Men vektleggingen av barten blir en slags latterliggjøring av hans folkelige preg, og er et eksempel på at *Manshow* ønsket å leke med «harry-myten». Ironien sniker seg altså inn her.

Fantasier om den tapte nytelse

I åpningssekvensene er det klart hvilke ingredienser som kjenner seg *Manshows* idealiserte maskulinitet: øl, raping, fotball, pornografi. Man interPELLERER et maskulint «du» som får tilgang til noe den norske mannen i 2006 ifølge programmet ikke (lenger) kan tillate seg i et samfunn der «gutter skal likne mest mulig på jenter». Den aggressive frasen «HOLD KJEFTEN PÅ DEG FORBANNA MØKKAKJERRING» kan leses som en beskjed til dem som vil frata menn disse nytelsene, og spiller på en protestretorikk. Programmet fremstod i opposisjon til tabuer og sosiale normer, eller hva man karakteriserte som «politisk korrekt».²⁴ Etter premieren kommenterte også journalist i *Aftenposten*, Per Kristian Bjørkeng, at Lilleheie representerte «en bataljon av politisk ukorrekte tapere som forsøker å brøle seg tilbake til steinalderen» (*Aftenposten*, 15.10.06). Bjørkengs betegnelse indikerer at det finnes en diskrepans mellom en offentlig tillatt måte å fremstå på (korrekt), som står i kontrast til hva man egentlig mener (ukorrekt). I denne sammenhengen er det en feministisk offentlighet som har posisjonen som det politisk korrekte, mens *Manshows* antifeminisme representerer det ukorrekte. Men som den amerikanske medieforskeren Ann Johnson påpeker, er dette en fremstillingsmåte som snur ting på hodet, der de som representerer en maktposisjon, fremstår som marginalisert. For gjennom å aktivere slike forestillinger kan en gruppe fremstå som underordnet, selv om underordningen ikke trenger å være reell:

The political correctness debate is particularly illuminating because it reveals how efforts to maintain the status quo can be framed as a counter-movement or protest against a powerful force whose success (or even existence) is exaggerated by its opponents. (Johnson 2007:170)

I *Manshows* posisjonering av mannen som underordnet kvinnen står spørsmålet om menns privilegier sentralt, nytelser som det påstås at menn har mistet. Programmet konfronterer seeren med dette, og den rapende bilmekanikeren i andre sekvens blir emblematiske for en slik konfronterende holdning. Dette er arbeiderklasse mannen, en på mange måter anakronistisk karakter i det senmoderne «ornamentale forbrukersamfunnet», for å bruke Susan Faludis (1999) betegnelse. Han overskrider de sosiale normene og viser at denne mannen ikke lar seg kneble.

I denne sammenhengen er det interessant å se på den slovenske filosofen Slavoj Žižekstese om nytelsens funksjon i det vestlige senmoderne samfunnet. Žižek viser til elementer som en stadig økende grad av pornofisering, en uendelig strøm av varefetisjer og økende oppslutning til høyreekstreme bevegelser. Fellestrekket for disse fenomenene, hevder Žižek, er at folks deltakelse og investering i dette ofte handler om å få utløp for irrasjonelle drifter. Den overskridende nytelsen har ifølge Žižek en bestemt politisk-ideologisk funksjon fordi den er særlig egnet til å etablere forestillingen om at noen har tatt eller stjålet den, noe som igjen legitimerer en offerposisjon.²⁵ Gjennom fantasien får vi imidlertid en forklaring på hvorfor vi ikke nyter, hvordan man *kunne*, og *burde* gjort det, hvis bare ... Dette innebærer at noen har tatt kontrollen over nytelsen, og dermed hindret andre i å nyte. Som Žižek påpeker: «Fantasy [...] stages the mythical narrative of how enjoyment was lost» (Žižek 2004:110).

I *Manshow* har ikke Høseth mulighet til de samme (maskuline) nytelsene som de andre «gutta», ettersom han foretrekker (den feminine) «rusbrusen sin». Dette blir igjen problematisk fordi det bryter med det som karakteriserer «ekte mannfolk». *Manshow* etablerer et rom der man på den ene siden skaper et bilde av at kvinnen har fratatt mannen privilegier, samtidig som programmet tilbyr en fantasi der heteroseksuelle menn kan gjenerobre det som noen har tatt fra dem. Og det er her vi i Laclau og Mouffes (2002) diskursanalytiske termer kan se en antagonisme: konfliktlinjen mellom den overskridende metroseksuelle i kontrast til de ekte «gutta». Nytelsen blir et symbol for kampen mellom ulike maskulinitetsdiskurser. Mannskamp for likestilling

Manshows prosjekt gav gjenklang i en større diskursiv konflikt i medieoffentligheten på 2000-tallet. Mens norske feminister hadde kvittet seg med offerretorikken som en politisk strategi (Eggebo 2007), uttalte norske mannlige forfattere og kunstnere seg negativt om feminisme og hevdet at nå er det mannen som er «et offer» (se f.eks. Møller 2007). Flere kritikere har poengtert at romaner skrevet av norske mannlige forfattere på midten av 2000-tallet fremstiller menn som blir «marginalisert», «frarøvet mannligheten» og «ydmyket» (Christensen 2005; Lorentzen 2004; Nordheim 2007:71-90). Men dette fant ikke bare sted i fiksjonen, og et eksempel på aktivistiske uttrykk for slike holdninger kom til syne da hundre menn i 2004 marsjerte i Oslos gater for å markere «mannsdagen». Her kjempet man *for* menns rettigheter i forbindelse med farskapsaker, og *mot* feminister (Thorenfeldt 2004). Dette representerer en konservativ farsaktivisme som har fått sterk kulturell og politisk innflytelse i Norge de siste årene, særlig gjennom ulike nettfora og svært aktive deltakere i avis- og nettdebatter (Bjørnholt 2007). Den antifeministiske farsaktivismen er også et fenomen som har stor utbredelse internasjonalt (se f.eks. Hill 2006; Messner 1997).

Høsten 2006 var Runar Døving og det han karakteriserte som en «reell likestillingskamp» sentral i denne debatten, gjennom følgende erklæring:

Mannen ville ikke gi fra seg makten, kvinnene måtte ta den. De måtte erobre et felt. På samme måte vil ikke kvinnene gi fra seg makten hjemme, sine privilegier som ofre, privilegier som «egnet omsorgsperson». Kvinner fikk tidligere være menns sekretærer, på samme måte som menn nå skal «hjelpet til». Tiden er kommet for at menn ikke lenger vil være assistenter, men også være med på å bestemme hvor skapet skal stå. For å innta kvinnes maktområde, må menn lære av kvinnekampen

og bruke samme virkemidler. Kvinnene må sendes ut i krigen, ut i arbeid og ut av hjemmet. (*Aftenposten* 14.10.2006)

Døvings hovedargument er at kvinner har mer makt enn menn fordi de har kontroll over det sosiale liv og hjem, mens menn har blitt lurt til å tro at «det er i arbeidslivet det virkelige livet foregår». Denne utviklingen skjer i «livmorfeminismens navn». Døvings retorikk minner om retorikken til historikeren Nils Rune Langeland, som i en essaysamling noen år tidligere karakteriserer Norge som en «vaginalstat», der kvinnene har formet den norske mannen i sitt bilde og fratatt ham handlingsrom (Langeland 2003:72). På samme måte som *Manshows* karakterisering av mannen som den i utgangspunktet svake part i et «feminisert» hjem, er kvinnen her dominant, mens mannen er blitt underordnet.

Som symbol for den kuede norske mannen refererer Døving til «gubben på lageret». Hvis vi retter blikket fra et symbolsk mot et sosioøkonomisk nivå, peker dette mot en gruppe norske gutter/menn som opplevde nye former for marginalisering gjennom 1990-tallet og første del av 2000-tallet. I første rekke gjelder dette menn fra arbeiderklassen, som er spesielt sårbare for senmodernitetens samfunnsmessige endringer. Ifølge sosiologen Willy Pedersen har de problemer både på arbeidsmarkedet og i utdanningssystemet.²⁶ Disse mennene har også en tendens til å posisjonere seg politisk på den ytre høyrefløy (1995:77). Den store undersøkelsen «Likestilling og livskvalitet» (Holter, Svare og Egeland 2007) finner liknende sammenhenger. Her etablerer forfatterne en kategori de kaller «nok er nok-posisjonen». Dette er menn som mener at vi trenger mindre likestilling (55 %), at det ikke trengs flere innvandrere og asylsøkere i Norge (69 %), og at det offentlige blander seg for mye inn i folks privatliv (65 %). Fellestrekket for disse mennene er at de føler seg underlegne på grunn av lav utdanning, og at de plasserer seg i kontrast til den «likestillingsorienterte maskuliniteten i Norge» (Holter, Svare og Egeland 2007:154). De har fått nok av feminismen og vil ikke at noen skal gripe inn i deres hverdag for å fortelle dem hva de skal gjøre. Dette er menn som mener at de har mistet noe gjennom likestillingen. Døvings og *Manhows* konfrontasjon spiller på reelle følelser av marginalisering for en gruppe menn og benytter dette i en symbolsk «mannskamp» der feminismen får skylden for at menn ikke lenger kan nyte av sine tidligere privilegier.

Døvings oppmodning til en «mannskamp» kan sies å ta del i en antifeministisk kulturkamp på midten av 2000-tallet. Det skjer samtidig med en revitalisering og re-politisering av en nyfeministisk debatt, der kjønn og seksualitet fikk en ny aktualitet i den norske medieoffentligheten (jf. Mühleisen 2007). Når norske menns posisjoner i samfunnet blir utfordret, rettes skytset så mot norske kvinner og et feminisert samfunn («livmorfeminisme», «vaginalstat»). Dette kan minne om det den amerikanske kulturforskeren Richard Dyer (1997) karakteriserer som «me-too-ism» – en situasjon der hvite, vestlige, heteroseksuelle menn forsøker å hevde at de i likhet med kvinner, homoseksuelle, sorte og andre marginaliserte grupper også er ofre, og dermed også har rett til å bedrive identitetspolitikk. Den store misnøyen blant mange menn gir en indikasjon på det Raymond Williams (1977) karakteriserer som en *følelsestruktur* (structure of feeling): kollektive og affektive strømninger som bidrar til å forme kulturen, uten at de ennå eksisterer som organiserte bevegelser. I *Manshow* ser tapet av nytelse (porno, øl etc.) ut til å symbolisere tapet av en privilegert maskulin rolle. Gjennom en potensiell ironisk og flertydig interpellasjonen av et maskulint «du», finnes ulike muligheter for identifikasjon med programmets ideal. Og som et egetironisk-nostalgisk *nytelserom* blir det også her en mulighet til å komme over tapet og etablere en ny posisjon for mannen.

Manshows refleksive nostalgi

Manshow idylliserer tidligere tiders maskulinitetsidealer. Bevegelsen bakover i tid blir tydeliggjort i sekvens to, som med sin åpning i sort/hvitt minner om introduksjonen til en filmavis. Bildet går så over til bilmekanikeren på verkstedet – arbeiderklassemannen. I sekvens tre er scenen innredet i 1970-talls stil, med blink og bilder av lettkledde kvinner på veggen, som gir inntrykk av at man er på et gutterom på den tiden da for eksempel Lilleheie (født 1973) vokste opp. Her spiller programmet på en nostalgi, det er som om renheten i sort/hvitt-bildet representerer et enten-eller, i kontrast til samtidens overskridende og forvirrende tendenser. I *Manshow* handler det ikke om å gjenskape et konkret fortidsminne, men å presentere ulike elementer som representerer det fortidige ved fortiden. Denne ironiske og fragmenterte fremstillingen av fortiden er essensiell for programmets nostalgi, og for de strategier man benytter for å fremstille sitt maskulinitetsideal.

Linda Hutcheon understreker imidlertid at ironi og nostalgi ikke ligger i ytringen selv, men i det vi tillegger den:

I want to argue that to call something ironic or nostalgic is, in fact, less a *description* of the ENTITY ITSELF than an *attribution* of a quality of RESPONSE. Irony is not something *in* an object that you either «get» or fail to «get»: irony happens for you (or better, you *make* it «happen») when two meanings, one said and the other unsaid, come together, usually with a certain critical edge. (Hutcheon 1998)²⁷

Det skapes en dobbeltbetydning når den aktive mottakeren tillegger uttrykket noe gjennom en aktiv handling. Hutcheons poeng sammenfaller med en medieteoretisk innfallsvinkel som går ut på at de kodete uttrykkene må dekodes av konsumentene (jf. Hall 1980). Ironien i *Manshow* er også gjennomført postmoderne, med en ofte implisitt sitering av tidligere tiders idealer. Slik skapes en mulighet for kritikk av samtidens maskuliniteter. Men som Ann Johnson (2007) påpeker i sin lesning av *The Man Show*, er det ingen garanti for at seeren av et slikt program vil oppfatte programmet som ironisk. Maskulinitetsdiskursene i *Manshow* kan derfor forstås både som ironiske og ikke-ironiske, noe som skaper muligheter for ulike identifikasjoner med dem.

I fremstillingen av sitt maskulinitetsideal befinner *Manshow* seg i spennet mellom ironi og nostalgi, noe som kommer til syne både i programmets lek med og hyllest til gamle sportshelter, og i bruken av artefakter som trolig påkaller minner for en del seere (bildene på veggen, tapetet, blinken). Denne «retrostilen» idylliserer elementer knyttet til populærkulturen fra en relativt nær fortid (jf. Reynolds 2011:xiii). Men man kan også tolke dette som en mulig lengsel etter en forgangen tid. Etymologisk er ordet nostalgi satt sammen av to greske betegnelser: *nóstos* som betyr å vende hjem, og *álgos* som betyr smerte. Den dukker opp i moderne samfunn som gjennomgår omfattende og hyppige endringer, og kan eksistere i svært ulike former. Den russiske kulturforskeren Svetlana Boym (2001) påpeker at nostalgi i mange tilfeller kan være *refleksiv*.²⁸ Med dette mener hun at det her uttrykkes en lengsel etter fortiden, samtidig med en bevissthet om at denne er uoppnåelig. Man prøver ikke å gjenskape det tapte, men presenterer usammenhengende, fragmenterte og ironiske bilder av fortiden. Boym påpeker at man er særlig fokusert på selve tapet, fremfor å rekonstruere det tapte, og at dette kan innebære både sorg og melankoli:

While its loss is never completely recalled, it has some connection to the loss of collective frameworks of memory. Reflective nostalgia is a form of deep mourning that perform a labor of grief both through pondering pain and through *play that points to the future*. (Boym 2001:54, min utheving)

Ifølge Hutcheon (1998) er nostalgien «transideologisk» i den forstand at den i prinsippet kan benyttes

av svært ulike politiske og ideologiske retninger. Den er imidlertid i mange tilfeller blitt beskyldt for å være særlig (kjønns)konservativ fordi den ofte idylliserer samfunn med patriarkalske strukturer.

Boym antyder at nostalgien er affektiv i den forstand at den skaper forbindelseslinjer mellom det politiske og det emosjonelle. Nostalgi, skriver hun, er «a romance with one's own fantasy» (2001:xiii). I det filmavisaktige klippet i sekvens to kan glimtet av de nakne kvinnene forstås som et symbol for tilbakevendingen til en prefeministisk tid. Her kunne menn objektivisere kvinnekroppen og dermed ta seg til rette på en annen måte enn i dagens offentlighet. Samtidig bærer denne tilbakevendingen ikke preg av en ren idyllisering, siden bruken av ironi gjennomsyrrer disse fremstillingene. Det er som om man er seg bevisst umuligheten av å gjenskepe fortidens idealer. Her fremtrer det jeg kaller *maskulinitetens refleksive nostalgi* – en mulig lengsel etter fortidens maskulinitetsidealene, samtidig med en bevissthet om at denne lengselen bare kan uttrykkes gjennom ironisk distanse. Når Lilleheie hyller «ekte mannfolk» og introduserer Schanche som dagens gjest, ler han umiddelbart etterpå, og markerer at dette ikke skal forstås alvorlig. Dette var en strategi som gjorde at programmet var tilpasset maskulinitetsidealene i den norske populærkulturen høsten 2006; det var på en og samme tid både en kritikk av samtiden og en ironisering over og idyllisering av fortiden.

Den refleksive nostalgien kommer tydelig frem gjennom samspillet mellom karakteren «Kongen» og Lilleheie i den tredje åpningssekvensen. Navnet indikerer en slags symbolsk autoritet, men «Kongen» i *Manshow* er latterlig, med rosa jakke, joggebukse og gullkrone. Han snakker ikke, tvert imot styrter han ned på en halvliter på ordre fra Lilleheie. Han er, som de avklede kvinnene på scenen, underlagt Lilleheies kontroll. For den egentlige Kongen av *Manshow* er Lilleheie selv: arbeiderklasse mannen som hevder sin rett til fritt å ta for seg av maskuline nytelser. Han representerer en kulturell modell og en potensielt samlende karakter som oppmoder til samhold mellom menn, en kamp mot feministene som har tatt nytelsen fra mannen. Som Chris Beasley påpeker, kan arbeiderklasse mannen fungere som et mobiliserende politisk ideal, på tross av at hans reelle makt i samfunnet er begrenset (2008:90). Lilleheies rolle i *Manshow* bør forstås ut ifra en spesifikk trend i samtiden, som handler om den marginaliserte mannen som slår tilbake. I sin kronikk fra 2006 referer således også Runar Døving til «gubben på lageret» som et samlende symbol for de menn som er «ofre» i det norske samfunnet. *Manshow* er «guttas» regime, der remaskuliniseringen gjennomføres via refleksiv nostalgi.

Boym viser hvordan nostalgien ikke nødvendigvis bare er retrospektiv, men også prospektiv, i den forstand at den kan ha en direkte konsekvens for hvordan fremtiden blir utformet: «through play that points to the future» (2001:54). I denne sammenhengen er det interessant å merke seg at da TVNorge høsten 2010 presenterte *Max*, Norges første «mannekanal», brukte man eksplisitt uttrykket «kjønnsrollenostalgi» i lanseringen.²⁹ TVNorges kommunikasjonssjef Svein Tore Bergestuen, skrev en kommentar i nettavisen e24, der han hevder at tiden er inne for en slik kanal fordi menn er interessert i «krig, motor, damer og fotball», og fordi *både* menn og kvinner ønsker seg tilbake til en tid da «menn var menn og kvinner sekretærer». På tross av at formuleringen til Bergestuen også muligens kan forstås som en parodi på uttrykket «da menn var menn og kvinner var kvinner»,³⁰ får det ikke samme dobbeltbetydning når kanalen hevder at «Max-guttungen» var en kanal for de (menn) som ønsket «tøffere tv» og «maskuline filmer».³¹

I lanseringen av *Max* var det heller ikke mulig å spore det samme «glimt i øyet» som da *Manshow* ble presentert. Her har det trolig skjedd endringer i den norske populærkulturen i perioden mellom 2006 og 2010 ettersom man nå finner det hensiktsmessig å spille åpent på en lengten etter fortidens konservative idealer. Det er nærliggende å tro at senere tids «kjønnsrollenostalgi» ikke behøver å benytte ironi på samme måte som *Manshow*, og at programmet dermed var medvirkende til å etablere nye premisser for representasjon av maskulinitet i den norske medieoffentligheten på 2000-tallet. Selv Håvard Lilleheies selviscenesettelse har endret seg de siste årene etter at han giftet seg i 2008, og erklærte at «fitteditsenes konge var død». I 2009 ble han far og poserte i *Dagbladet* med sitt nyfødte barn, som profilering av hans nye og mer konvensjonelle talkshow *Showman* (2009–2011).³² *Manshows* tidligere ansikt utad ble også offentlig «streitifisert» gjennom deltakelse i TV 2s familieprogram *Skal vi danse* (2010).³³ Maskuliniteten som i 2006 ble oppfattet som marginal og

provoserende, er ikke lenger bare henvist til en obskur sendetid på en liten kanal – den har nå blitt etablert som en del av mainstreamkulturen.

Litteratur

Andersen, Johnny 2005. *Som et speil i en gåte. Et møte mellom nyhetsjournalistikken og komikkens formspråk*. Hovedoppgave i medievitenskap, Universitetet i Bergen.

Beasley, Christine 2008. «Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World». *Men and Masculinities* 11 (1):86–103.

Beasley, Christine 2009. «Male Bodies at the Edge of the world: Re-thinking Hegemonic and ‘Other’ Masculinities in Australian Cinema.» I: Santiago Fouz-Hernández (red.): *Mysterious Skin. Male bodies in Contemporary Cinema*. London/New York: I.B. Tauris.

Beynon, John 2002. *Masculinities and Culture*. Buckingham: Open University Press.

Bird, Shannon 1996. «Welcome to the Men’s Club». *Gender and Society* (12) 3:120–132.

Bjørkeng, Per Kristian 2006. «Harrytassens lille pip». *Aftenposten*, 15.10.06.

Bjørnholt, Margot 2007. «The good, the bad and the ugly; endring av mannsrollen, fedrerettigheter og likestilling». I: Åsa Eldén og Jenny Westerstrand (red.): *Guts and Glory: Festskrift till Eva Lundgren*. Uppsala: Uppsala Universitet.

Boym, Svetlana 2001. *The future of nostalgia*. New York: Basic Books.

Butler, Judith 1990. *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. London/New York: Routledge.

Butler, Judith 1993. *Bodies that Matter*. New York: Routledge.

Christensen, Susanne 2005. «En årstid i helvete. Lars Ove Seljestads Blind». *Morgenbladet*, 04.03.

Coad, David 2008. *The Metrosexual. Gender, Sexuality and Sport*. Albany: State University of New York Press.

Colebrook, Claire 2004. *Irony*. London: Routledge.

Connell, Robert William [Raewyn] 1995. *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.

Craig, Steve (red.) 1992. *Men, Masculinity and the Media*. California: Sage Publications.

Demetriou, Deremitakis 2001. «Connell’s concept of hegemonic masculinity: A critique». *Theory and Society* 30 (3):337–361.

Dyer, Richard 1997. *White*. London/New York: Routledge.

Døving, Runar 2006. «Mannskamp for likestilling». *Aftenposten*, 19.10.

- Eggebo, Helga 2007. *Offeromgrepet – til last eller gagn? Undersøking av offeromgrepet med utgangspunkt i institusjonell etnografi*. Masteroppgave i sosiologi, Universitetet i Oslo.
- Faludi, Susan 1999. «Scenes From The Betrayal Of The American Man». Elektronisk tilgjengelig på: <http://gos.sbc.edu/f/faludi.html>.
- Feasey, Rebecca 2008. *Masculinities and popular television*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Foucault, Michel 1980. «Truth and Power». I: Colin Gordon (red.): *Power/Knowledge*. New York: Pantheon.
- Gauntlet, David 2002. *Media, Gender and Identity. An introduction*. London: Routledge.
- Gillespie, Marie og Jason Toynbee 2006. *Analyzing media texts*. London: Open University Press.
- Goldstein, Richard 2003. «Neo Macho Man». *The Nation*, 24.03.
- Halberstam, Judith. 1998. *Female Masculinity*. Durham/London: Duke University Press.
- Hall, Stuart 1980. «Encoding/decoding». I: Stuart Hall mfl. (red.): *Culture, Media, Language*. New York: Routledge.
- Hanke, Robert 1992. «Redesigning Men. Hegemonic Masculinity in Transition». I: Steve Craig (red.): *Men, Masculinity and the Media*. California: Sage Publications.
- Hawkesworth, Mary 2006. «Feminisme versus feminisering. Krigslogikken i George W. Bushs regjeringsadministrasjon». *Agora* 24 (4):176–202.
- Hearn, Jeff 2010. «Reflecting on men and social policy: Contemporary critical debates and implications for social policy». *Critical Social Policy*, 30 (2):165–188.
- Hearn, Jeff og Keith Pringle (red.) 2006. *European Perspectives on Men and Masculinities*. London: Palgrave Macmillan.
- Hill, Helena 2006. *Befria mannen! Idéer om förtryck, frigörelse och förändring hos en svensk mansrörelse under 1970- och tidigt 1980-tal*. Umeå: Bokförlaget h:ström.
- Holter, Øystein Gullvåg; Helge Svare og Cathrine Egeland 2007. «Likestilling og livskvalitet». Arbeidsforskningsinstituttet, Oslo. [online] Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.nikk.uio.no/forskning/nikk/survey/rapport.pdf>.
- Hutcheon, Linda 1998. «Irony, Nostalgia and the Postmodern». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.library.utoronto.ca/utel/criticism/hutchinp.html>.
- Jameson, Fredric 1991. *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jeffords, Susan 1989. *The Remasculinisation of America. Gender and the Vietnam War*. Bloomington: Indiana University Press.
- Johnson, Ann 2007. «The Subtleties of Blatant Sexism». *Communication and Critical/Cultural Studies*

4 (2):166–183.

Kinnunen, Taina og Jan Wickman 2006. «Pin-Up Warriors». *Norma. Nordisk tidsskrift for maskulinitetsstudier* 1 (2):167–182.

Kusz, Kyle 2007. *Revolt of the White Athlete*. New York: Peter Lang Publishing.

Laclau, Ernesto og Chantal Mouffe 2002. *Det radikale demokrati. Diskursteoriens politiske perspektiv*. Roskilde: Roskilde universitetsforlag.

Langeland, Fredrik 2009. «Den norske kroppen». I: Wencke Mühleisen og Åse Røthing (red.): *Norske seksualiteter*. Oslo: Cappelen.

Langeland, Nils Rune 2003. *Kveldseta. Historiske essay*. Oslo: Damm.

Lindgren, Lena 2010. «Samleiets metafysikk». *Morgenbladet* 26.11.

Lorentzen, Jørgen 2004. *Maskulinitet. Blikk på mannen gjennom litteratur og film*. Oslo: Spartacus.

Malin, Brenton 2005. *American Masculinity under Clinton*. New York: Peter Lang.

McInnes, John 1998. *The End of Masculinity*. London: Open University Press.

Messner, Michael 1997. *Politics of Masculinities. Men in Movements*. Thousand Oaks: Sage.

Mühleisen, Wencke 2003. *Kjønn og sex på TV. Norske medier i postfeminismens tid*. Oslo: Universitetsforlaget.

Mühleisen, Wencke 2007. «Mainstream Sexualization and the Potential for Nordic New Feminism». *NORA. Nordic Journal of Women's Studies* 15 (2–3):172–189.

Møller, Preben 2007. *Pen søker trygg*. Oslo: Kagge forlag.

Norberg, Marie 2005. *Jämställhetens spjudspets? Mannliga arbetstagare i kvinnoyrken, jämställdhet, maskulinitet, femininitet och heteronormativitet*. Mölndal: Bokförlaget Arkipelag.

Norheim, Marta 2007. *Røff guide til samtidslitteraturen*. Oslo: Samlaget.

Palmer-Mehta, Valerie 2009. «Men Behaving Badly: Mediocre Masculinity and *The Man Show*». *The Journal of Popular Culture* 42 (6):1053–1072.

Pedersen, Willy 1996. «Marginalitet – arbeiderklassens sårbare sønner». I: Tormod Øia (red.): *Ung på 90-tallet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Reynholds, Simon 2011. *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber and Faber Ltd.

Sabo, Donald og Sue Curry Jansen 1992. «Images of Men in Sport Media: The Social Reproduction of Gender Order». I: Steve Craig (red.): *Men, Masculinity and the Media*. California: Sage Publications.

Sedgwick, Eve Kosofsky 1985. *Between Men. English Literature and Male Homosocial Desire*. New

York: Columbia University Press.

Seljestad, Lars Ove 2005. *Blind*. Oslo: Cappelen.

Thorenfeldt, Gunnar 2004. «En mannsdag». *Fett. Feministisk tidsskrift 2*.

Whannel, Gary 2002. *Media Sport Stars. Masculinities and Moralities*. London: Routledge.

Whitehead, Stephen 2002. *Men and Masculinities. Key Themes and New Directions*. Cambridge: Polity Press.

Williams, Raymond 1977. *Marxism and literature*. Oxford: Oxford University Press.

Wold, Bendik 2009. «Hermetegnet slår tilbake». *Dagbladet*, 24.02.

Žižek, Slavoj 2004. *Conversations with Zizek*. Cambridge: Polity Press.

- 1 Takk til redaktørene for deres grundige kommentarer og til to anonyme referees for konstruktive tilbakemeldinger. Takk også til Ingvil Hellstrand og Wencke Mühleisen som har lest og kommentert tidligere utkast av denne teksten, til Martine Jonsrud for litteraturtips og utveksling av ideer, til deltakerne på det tverrfakultære veiledningsseminaret i regi av Nettverk for kjønnsforskning ved UiS høsten 2010, til Søren Kjørup og de andre kommentatorene ved KULVERs programseminar 2011, og til felles gruppedeltakere ved den nasjonale forskerskolen TBLR, på seminaret «Aesthetic Memory: Remembrance, Trauma, Place, Space, and Boundaries» i Berlin januar 2011.
- 2 Det ble sendt over fem sesonger fra høsten 2006 til våren 2009. Programmet endrer karakter underveis, og de senere sesongene peker mer i retning av å være et tradisjonelt talkshow enn hva det fremstod som i begynnelsen.
- 3 The Man Show ble sendt på kanalen Comedy Central i perioden 1999–2003 og ledet av komikerne Jimmy Kimmel og Adam Karolla. På toppen av sin popularitet hadde programmet rundt 2.5 millioner seere, omtrent like mye som kanalens andre store suksess, South Park. Det finnes også andre spinn-off varianter av The Man Show internasjonalt, bl.a. en dansk versjon kalt Penislægens Værksted og en australsk versjon med tittelen Blokesworld.
- 4 Manshow ble ledet av Lilleheie med komikeren Morten Ramm som sidekick. På tross av at samspillet mellom Lilleheie og Ramm står sentralt i programmet, er det kun Lilleheie jeg fokuserer på i denne artikkelen. Dette fordi han representerte programmet utad i den perioden jeg er opptatt av i denne sammenhengen. Se: «Vil du være publikum på TV 2 Zebra?» Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.tv2.no/kanalene/zebra/vil-du-vaere-publikum-paa-tv-2-zebra-704100.html>. «Omstridt Manshow-premiere i kveld». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.vg.no/rampelys/artikkel.php?artid=133548>.
- 5 Se «Ekte menn barberer ikke tissen». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.side2.no/kjendis/article792093.ece>, Wikipedias oppslag på Manshow Elektronisk tilgjengelig på: <http://no.wikipedia.org/wiki/Manshow>.
- 6 Se feministen Asta B. Hålands innlegg i Klassekampen 3.11.06: «Øl, fitte og hornmusikk». Elektronisk tilgjengelig på: http://www.kvinnegruppaottar.no/no/index.php?option=com_content&view=article&id=52:ol-fitte-og-hornmusikk&catid=913&Itemid=71, og kommentaren til journalist Per Kristian Bjørkeng i

Aftenposten 15.10.06: «Harrytassens lille pip».

- 7 Dette var en serie reklamer regissert av Hans Erik Moland, der kjente norske skuespillere som Bjørn Sundquist, Ane Dahl Torp og Espen Schønberg også medvirket.
- 8 Se bloggen Tique for en oversikt over de aktuelle debattinnleggene i kjølvannet av Døvings utspill. Elektronisk tilgjengelig på: http://tiqui.blogg.no/141006095657_tiqui_anbefaler_mannskamp_og_lik.html.
- 9 Diskursen om den marginaliserte norske gutten/mannen i et feminisert samfunn har vært svært tilstedeværende i den norske medieoffentligheten gjennom de sene 1990-årene og på 2000-tallet. Jeg skal her bare nevne tre eksempler fra norske aviser. I 1999 uttalte forfatteren Christoffer Grøndahl i Dagbladet at menn må slå tilbake mot et «feminisert» samfunn som «pisser på mannrollen». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.dagbladet.no/nyheter/1999/09/19/177646.html>. Samme avis kunne i 2006 under tittelen «Her gjemmer mannen seg» fortelle at hjemmet hadde blitt «feminisert», og at «menn jages ut av rom og domener som tidligere var deres». Dette førte igjen til at menn måtte søke tilflukt i «kjellere og redskapsskjul, for å få fred og privatliv fra sine familier». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.dagbladet.no/dinside/2006/05/30/467610.html>. Klassekampen hadde sommeren 2011 en serie om menn som blir «marginalisert og overkjørt i en stadig mer feminisert offentlighet». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.klassekampen.no/59028/article/item/null>.
- 10 Almaas har også en rekke ganger frekventert listene over «Norges mest sexy menn».
- 11 Komikere som Bård Tuftte Johansen/Harald Eia, Otto Jespersen, Thomas Gjertsen, Espen Thoresen og Anne Kath Hærland, har vært noen av de mest fremtredende innenfor denne retningen.
- 12 «Søttitallskameratene» er en serie fra det norske humorprogrammet Åpen Post (1995–1996), der komikerne Bård Tuftte Johannessen/Harald Eia mfl. parodierte skoleverket i 1970-tallets Norge.
- 13 Se «Omstridt 'Manshow' premiere i kveld».
- 14 På YouTube finnes mange av de kjente sketsjene fra showet, og de mest sette har opp imot 300 000 visninger. Det finnes også flere videoer der fans iscenesetter elementer fra programmet. De mest populære har over 10 000 visninger. Det er opprettet flere facebook-grupper til ære for programmet. Den største av disse gruppene har i dag (06.09.2011) over 1800 medlemmer.
- 15 Se Knut Olav Åmaas' kommentar om «nisjifisering» av tv-underholdningen. Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.aftenposten.no/meninger/kommentatorer/aamaas/article4074464.ece>. For betraktninger omkring Manshow og den nye kjønnsdelte tv-underholdningen, se mediekommentator Brita Møystad Engseth: «Er TV 2 Zebra gutt eller jente?» Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.kampanje.com/medier/article5378502.ece>.
- 16 «Manshow-sangen» finnes også i en annen versjon, som synges senere i sesong 1: «Noen liker å be til gud, eller allah eller til mekka, men jeg vil ikke leve etter 10 bud, jeg vil DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA DREKKA», osv.
- 17 Se «Uvirkelig ærlig om menn». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.tv2underholdning.no/manshow/uvirkelig-aerlig-om-menn-929491.html>.
- 18 Det er verdt å merke seg at The Man Show gjennom mange år er blitt sendt på TV 2 Zebra. Den norske varianten ble ved oppstart også omtalt med dette navnet. I samtaler har jeg merket meg at

mange blander disse fenomenene sammen og omtaler Manshow som The Man Show, og visa versa.

19 Se Wikipedias oppslag på «Oslodialekt». Elektronisk tilgjengelig på: <http://no.wikipedia.org/wiki/Oslodialekt>.

20 De siste årene har begrepet imidlertid måttet tåle både kritikk og/eller forslag til revideringer; fra flere hold har det blitt hevdet at Connells formulering til tider er teoretisk inkonsistent eller for statisk (se f.eks. Demetriou 2001; Norberg 2005; Whitehead 2003). Mye av kritikken har knyttet seg til hvordan Connells strukturelle analysemetode ikke er særlig opptatt av kulturelle representasjoner.

21 Sosiologen Jeff Hearn påpeker for eksempel at det ikke er klart hvorvidt dette for Connell handler om et kulturelt ideal, representasjoner, hverdagspraksiser eller institusjonelle strukturer – eller alt dette på en gang (2010:172).

22 Som maktperson er hun også en som har hatt klare meninger om menn og maskulinitet, hun var bl.a. initiativtaker til Mannspanelet.

23 Hun var også flaggbærer i Vinter-OL 2002 i Salt Lake City.

24 Se «Utskjelt sketsj blir nettspill». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.side2.no/tvguide/article781761.ece>. Se også «Lederkvinnen». Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.aktuell.no/intervjuer/article3050876.ece?service=print>.

25 Žižeks forståelse av nytelse skiller seg fra hverdagsspråkets bruksmåter, som handler om hvordan et rasjonelt subjekt oppnår en eller annen form for behag. For Žižek er nytelse tvert imot en irrasjonell drift, og han skiller mellom pleasure og enjoyment, der den første gir balanse og tilfredsstillelse, mens den andre er overskridende og traumatisk (Žižek 2004:113). Det er den sistnevnte betydningen jeg sikter til når jeg i det følgende bruker begrepet nytelse.

26 Ved inngangen til 1990-tallet var det over fire ganger så mange selvmord blant unge gutter som blant unge jenter (Pedersen 1995:77).

27 Se Jameson (1991) for en diametralt annerledes holdning til postmodernismen.

28 Utrykket angir en bestemt følelsesstruktur som gjør seg gjeldende i det moderne Europa; i et samfunn der urbaniseringen og den industrielle revolusjon medførte gjennomgripende endringer, oppstod en særlig følelse av fremmedgjorthet (Boym 2001:54).

29 Forslaget om å starte opp en egen norsk «mannekanal» for «vanlige, hetero menn» ble lansert av journalist i Dagsavisen, Reidar Spigseth, allerede i 2007. Elektronisk tilgjengelig på: <http://www.dagsavisen.no/kultur/article313859.ece>.

30 Den henspiller også på den amerikanske serien Mad Men, som var kanalens trekkplaster i lanseringen. Dette er en serie som med et nostalgisk tilsnitt fremviser de segregerte kjønnsrollene i 1960-tallets USA, samtidig som den også kritiserer bildet den selv tegner av forholdene. Bergestuen tolker imidlertid serien utelukkende inn i en kjønnskonservativ retning når han i sin kronikk hevder at seriens popularitet skyldes «nostalgi» fordi det er «umulig å fylle den kvinne- eller mannsrollen som deles ut i et moderne samfunn». Se: «Da menn var menn og kvinner sekretærer»: Elektronisk tilgjengelig på: <http://e24.no/media/spaltister/da-menn-var-menn-og-kvinner-sekretaerer/3878215>.

31 Se «Max inn i satellitt-krigen». Elektronisk tilgjengelig på:

<http://www.kampanje.com/medier/article5384705.ece>. «Nye TV-kanaler, Max og TvNorge HD». Elektronisk tilgjengelig på: http://www.get.no/web/nomu/nye_tv_kanaler.

32 Se «Naken Lilleheie viser fram nurket». Elektronisk tilgjengelig på: http://www.kjendis.no/2009/08/28/kjendis/havard_lilleheie/farskap/tv_2/7858831/.

33 «Streitifisering» er en betegnelse som kulturredaktør i Morgenbladet, Lena Lindgren, plasserte på de tidligere glamourmodellene Aylar Lie og Lena Alexandra Øien, og deres bevegelse fra periferien til det kulturelle sentrum. Hun poengterte at på tross av deres tidligere overskridende iscenesettelse av seksualitet, er de nå «avpornofiserte» og «streitifiserte» til anstendige kjendiser gjennom Skal vi danse, som Dagbladet i neste rekke skriver om hver dag» (Morgenbladet 26.11.10). Denne betegnelsen kan også karakterisere Lillieheies utvikling.

Paper 2



Universitetet
i Stavanger

**Langeland, F. (2012) Soldater med lyst til å drepe –
Krigermaskulinitet i mannebladet Alfa. *Norsk medietidsskrift*,
19(4), pp. 312-332**

Lenke til publisert versjon:

[http://www.idunn.no/ts/nmt/2012/04/soldater_med_lyst_til_drepe_-
_krigermaskulinitet_i_manneb?highlight=#highlight](http://www.idunn.no/ts/nmt/2012/04/soldater_med_lyst_til_drepe_-_krigermaskulinitet_i_manneb?highlight=#highlight)

(Det kan være restriksjoner på tilgang)



UiS Brage

<http://brage.bibsys.no/uis/>

Denne artikkelen er gjort tilgjengelig i henhold til utgivers retningslinjer.

Det er forfatterens siste upubliserte versjon av artikkelen etter fagfelleevaluering, såkalt postprint.

Dersom du skal sitere artikkelen anbefales det å bruke den publiserte versjonen



Soldater med lyst til å drepe – Krigermaskulinitet i mannebladet Alfa

av Fredrik Langeland

Abstract

In this article it is argued that warrior masculinity has become influential in Norwegian contemporary media and popular culture. The author focuses specifically on the men's magazine Alfa launched in 2010 and which produced a media discussion on the representation of Norwegian soldiers in Afghanistan. The soldiers were presented in the magazine as warriors and stated that killing was better than sex. Warrior masculinity is not unique to Alfa; it can also be seen in other areas of Norwegian contemporary culture in popular practices such as paintball and airsoft.

Keywords: masculinities, gender, media, warriors

Høsten 2010 vakte det nye mannebladet Alfa oppmerksomhet med en reportasje om Telemarksbataljonen i Afghanistan, der det kom frem at soldatene foretrakk krig og drap fremfor sex. Utgivelsen førte til en opphetet debatt om «krigerkulturen» i det norske forsvaret. Men maskulinitetsidealene som kom frem i reportasjen var ikke unike for magasinet; også i andre representasjoner av soldater i Afghanistan kan man se tilsvarende trekk. En krigermaskulinitet kom til syne på flere fronter av norsk populærkultur.

Innledning

01.10.2010 ble *Alfa* lansert som «NORGES NYE MANNEBLAD», med programleder og modell Triana Iglesias avbildet på forsiden.¹ I lederen kommenterte daværende redaktør Magnus Rønningen at i fotografiene av henne skulle det være «minimalt med posering», ettersom man fremstilte avkledde «jenter» i naturlige omgivelser. For *Alfa* skulle være av «seriøs kvalitet», og ikke «harry». Men det skulle også være mer «baller» bak det 164 sider lange magasinet, noe som skulle signalisere maskuliniteten man ønsket å presentere.² Dette kom til uttrykk i en 17 siders reportasje med tittelen «NORGE I KRIG», som omhandler soldater fra Telemarksbataljonen (heretter TMBN). Her formidlet *Alfa* den brutale «sannheten» om krigen i Afghanistan. I reportasjen blir en av soldatene sitert på at det å være i kamp er «bedre enn å knulle». *Alfa* omformulerte dette til at krig er «Bedre enn sex», og reaksjonene fra politisk hold lot ikke vente på seg.³ Daværende forsvarsminister Grethe Faremo var raskt ute med å påpeke at reportasjen gir et inntrykk av norske soldater som man må ta «avstand fra» (Akerhaug 2010). Den utløste en av de største debattene som har vært omkring den norske deltakelsen i Afghanistankrigen.

Oppstyret rundt *Alfa* nr. 1 2010 knytter seg til den økende oppmerksomheten rundt Afghanistankrigen i den offentlige debatt, og i norsk litteratur og populærkultur de siste årene.⁴ I ukene før og etter utgivelsen ble dessuten inntrykket av soldatenes problematiske holdninger og adferd forsterket gjennom lignende oppslag i riksdekkende medier. Det handlet om kamprop, om bruken av vikingsymbolikk, dødninghoder på materiell og på potensielle motstanderes boliger, og om unødig bruk av vold i enkelte situasjoner.⁵ Mediefokuset i kjølvannet av utgivelsen kulminerte i at major Rune

Wenneberg – utpekt som ansvarlig offiser for denne «krigerkulturen» – den 07.10. deltok i Fredrik Skavlands talkshow, der han måtte forklarte soldatenes opptreden. En *krigermaskulinitet* preget nå offentligheten. I denne sammenheng viser dette til idealiserte forestillinger om forholdet mellom maskulinitet, krig og vold som kommer til uttrykk gjennom representasjoner i populærkulturen.

Denne artikkelen analyserer krigermaskuliniteten i *Alfa* nr. 1 2010, med utgangspunkt i et større bakteppe knyttet til representasjonen av Norges krigføring i Afghanistan. Artikkelen argumenterer for at en bred forståelse av denne «krigerkulturen» er avgjørende for å analysere idealisert maskulinitet i samtidig medie- og populærkultur. I den sammenheng blir det lagt vekt på et eksisterende kontinuum mellom ulike iscenesettelser av krigermaskulinitet i dagens Norge. Reportasjen danner et utgangspunkt for å undersøke overganger mellom representasjoner i populærkulturen og det norske forsvarets språkbruk og ideologi. Dette blir særlig relevant når man ser at norske menn og kvinner benytter medierepresentasjoner som utgangspunkt for å iscenesette seg som krigere gjennom nye og populære aktiviteter som *airsoft* og *paintball*. Det går inn i en tendens der populærkulturen i dag blir militarisert på nye måter. *På hvilke måter iscenesettes krigermaskulinitet gjennom reportasjen «Norge i krig»? Hvordan relaterer dette seg til representasjoner av soldater og krigere i en bredere populærkulturell kontekst i Norge på 00-tallet?*

Artikkelen har sitt teoretiske og metodologiske utgangspunkt i kulturteori, kjønns- og maskulinitetsteori. Som analytisk begrep innenfor samfunnsforskning og humaniora kan maskulinitet defineres som ideologier, diskurser, idealer og praksiser knyttet til det å være mann i en bestemt historisk og geografisk kontekst. Maskuliniteter kan forstås som prosessuelle og foranderlige der bestemte posisjoner er hegemoniske (Connell 1995:77). I etableringen av hegemonisk maskulinitet spiller media en viktig funksjon som produsent og distributør av populærkulturelle uttrykk (Craig 1992). Artikkelen legger vekt på hvordan slike idealer kommer til uttrykk i konkrete representasjoner gjennom *artikulasjoner*, handlinger som gjennom å sette arbitrære elementer i sammenheng (for eksempel «menn» og «krig») skaper en midlertidig lukning av en diskurs omkring maskulinitet (jf. Slack 1996:112-113).⁶ Gjennom artikkelen er jeg opptatt av å tydeliggjøre *Alfas* iscenesettelse av maskulinitet som en del av hva den britiske kulturforskeren Graham Dawson karakteriserer som *de(t) kulturelt imaginære*; han definerer dette som nettverk av sammenflettede diskurser, bilder, motiver og fortellinger som er offentlig tilgjengelig i en kultur på et gitt tidspunkt, og som artikulerer et psykisk og sosialt nivå (Dawson 1994:48). De(t) kulturelt imaginære oppstår ifølge Dawson i samspillet mellom fantasier og diskursive former, når fellesskaper speiler og artikulerer seg selv, og utgjør referanserammer for kollektive identitetsformasjoner (jf. Lykke 2002:11). I sine analyser viser Dawson til krigeren og soldaten som sentral for konstruksjonen av nasjonale maskulinitetsideal.

Et av de sentrale elementer i soldaters fortellinger fra krigssituasjoner i det 20. århundret handler om lysten til – og gleden ved – å drepe (Bourke 1999). Slike fortellinger er som oftest, men ikke utelukkende, *menns* erfaringer, ettersom tradisjonelle soldat- og krigerkulturer domineres av menn og dyrker et voldelig mannsideal (Ehrenreich 1997; Gibson 1994; Hearn 2011; Jeffords 1989; Morgan 1994; Theweleit 1987). I motsetning til tidligere forskning om «krigerkultur» i kjølvannet av Norges deltakelse i Afghanistan (Bjørnstad 2011; Brunborg 2008; Edström et al. 2009) fokuserer denne artikkelen spesifikt på representasjoner i populærkulturen. Artikkelen kontekstualiserer først fremstillingen av soldater fra TMBN i *Alfa* knyttet til endringer i det norske forsvaret på 00-tallet. Dette etablerer en ramme for å forstå at krigerkulturen som blir eksponert i *Alfa*, er et ledd i en bevisst utvikling fra forsvarets side. Samtidig legges det vekt på at reportasjen befinner seg i en bestemt mediekontekst, noe som gir et utgangspunkt for å gripe idealene som kommer til syne gjennom de populærkulturelle referansene, vektleggingen av det heteroseksuelle mannlige fellesskapet, og etableringen av en krigermaskulinitet der lysten til å drepe står sentralt. For å knytte dette opp til en større spredning av fantasier om en krigermaskulinitet i Norge på 00-tallet, viser jeg særlig til *airsoft*

og *paintball*, som er nye og populære aktiviteter, der (hovedsakelig) menn simulerer krigshandlinger med kopier av militært utstyr og våpen. Det er aktiviteter der man aktivt benytter seg av medias diskurser som utgangspunkt for iscenesettelse som soldater. Hensikten med analysen er å skape en bred forståelse av hvordan idealet om krigermaskulinitet sirkulerer i det norske samfunnet.

Eksponering av en (u)ønsket krigerkultur

De kontroversielle uttalelsene i reportasjen «Norge i krig» kommer fra en ny gruppe profesjonelle soldater i Norge. Disse utgjør en viktig del av omstillinger forsvaret har gjennomgått de siste tyve årene. Sentralt i den sammenheng står tidligere forsvarssjef Sverre Diesen, som gav ideologisk tyngde til en nydefinering av begrepet «forsvar» på 1990-tallet (Eliassen 2010). Det handler om strategisk-politiske vurderinger der forsvaret tilrettelegges for intervensjoner i såkalte «asymmetriske konflikter» utenfor Europa. Dette er et ledd i en ny sikkerhetspolitikk der risikoen for en massiv invasjon av Norge regnes for å være svært liten. I boken *Fornylse eller forvitring? Forsvaret frem mot 2012* (2011) beskriver han utviklingen som et «militært paradigmeskifte»: fra 1999 til 2010 ble hæren redusert fra 13 til 1 brigade, og andre mobiliseringsavdelinger er nå borte. Heimevernet er for eksempel redusert fra 83 000 til 45 000 (Diesen 2011:38, 245). Bakgrunnen for disse endringene handler om nye politiske (bl.a. krigen mot terror), samfunnsmessige (det fysiske forfallet i befolkningen) og økonomiske (økte kostnader på teknologi og utstyr) vilkår. En av konsekvensene av dette blir at ulike former for «synlig militær tilstedeværelse i mange lokalsamfunn» forsvinner (2011:24). Dette innebærer at samfunnet ikke lenger har et like direkte forhold til forsvaret som da verneplikten reelt sett var allmenn.

Man har i dag etablert et annet forsvar med nye funksjoner og symboler, som har endret seg fra å være et «nasjonalt nødvergeinstrument» til å bli et «utenrikspolitisk maktmiddel» (Diesen 2011:172). Sentralt står etableringen av TMBN og utviklingen av hva Diesen i 2008 karakteriserte som «Den nye krigerkulturen» (Diesen 2008). TMBN ble opprettet i 1993 og er den norske hærens eneste profesjonelle heltidssoldater. De har deltatt i utenlandsoppdrag for Norge i det tidligere Jugoslavia (1997–2000) og har fra 2003 hatt styrker i Afghanistan. I det nye norske forsvaret er TMBN på mange måter ansiktet utad, noe som innebærer at symbolverdien står sterkt. Dette skyldes trolig bataljonens sentrale rolle i Afghanistankrigen, og i den påfølgende medieoppmerksomheten rundt disse operasjonene. Dette er en av få norske kampavdelinger der «krigerkultur» som faktisk fenomen eksisterer i dag, i den forstand at bataljonen selv bruker uttrykket for å definere aktivitetene. TMBN brukte i 2009 krigen og krigeren som symbol, i motsetning til noen få år tilbake da humanistiske verdier stod sentralt (Bjørnstad 2011:14–15). Major Rune Wenneberg skriver i 2011 om «vår krigerkultur» som omfatter egenskaper som aggressivitet, selvstendighet, modighet, ridderlighet, samarbeidsvillighet og hardhet (Johansen 2011:32–33). I tillegg finnes «krigerkultur» som et bredere språklig fenomen når ledere som Diesen avvender begrepet (Edström et al. 2010:33–34).

Diesens retorikk har vært politisk omstridt, men må i dag kunne sies å ha bred tilslutning i forsvaret og blir fulgt opp av Befalens fellesorganisasjon (BFO). De skriver følgende på sine hjemmesider i 2010:

Utvikling av krigerkultur er en uunngåelig konsekvens av den type oppdrag vi møter i Afghanistan i dag. Det er i tillegg helt nødvendig for de avdelingene som tjenestegjør der å utvikle og ivareta en krigerkultur. Med dette mener vi en profesjonskultur med felles verdier, holdninger og normer som styrker samholdet i avdelingen og lojaliteten til oppdraget og nasjonen.

Dette er i tråd med Diesens ambisjon om en indre endring av forsvaret, som er avgjørende for at soldatene skal få «en følelse av forpliktelse» gjennom ulike «ritualer» (Diesen 2011:174).

På s. 106 starter beskrivelsen av et slag mellom norske soldater og Taliban-styrker. En nøytral forteller formidler at norske soldater stadig er i kontakt med «fienden». Reportasjen tar utgangspunkt i de norske soldatenes følelser og redsler, særlig frykten for lyden av «venner som blir revet vekk». Man får innsyn i hvordan de «erfarne» soldatene synes å gjøre en god innsats i en svært kaotisk hverdag. Dramatikken understrekes gjennom å vise at kompaniet som omtales, mistet «kameraten» Claes Joachim Olsson noen måneder tidligere. Papiret er farget slik at det ser ut som magasinet selv har vært ute i felten. De samme visuelle virkemidlene går også igjen i reportasjens del to, der de norske soldatene forteller om sine erfaringer fra krigen. Og det var her man kom med følgende kontroversielle uttalelse: «Det å være i kamp er verdt de tre månedene uten puling. Det høres kanskje teit ut, men det er bedre enn å knulle.»

På tross av at teksten formidler at dette er «dokumentaren» fra felten, er de to fotografiene som avbilder soldatene som gruppe (Fig. 1, Fig. 2) tilsynelatende *ikke* fra slagmarken. Her har soldatene tatt oppstilling for magasinet sitt fotograf. Ansiktsuttrykkene varierer i de to bildene, alvorstunge i det første, til aggressive i det andre.



Fig. 2. Alfa formidlet at norske soldater mente krig er bedre enn sex.

Scenen som utspiller seg i møte mellom soldatene, Rønningen og fotograf Sebastian Ludvigsen, forekom også i episode nr. 4 i dokumentarserien *Norge i krig – oppdrag Afghanistan* på NRK 1 våren 2011. Her ser man forholdene soldatene i TMBN lever under, og man får se hvordan *Alfa*s utsendte instruerer soldatene i skriket «Til Valhall» og til å løfte geværene over hodet (Fig. 2). Bildene henspiller på etablerte maskulinitetskonvensjoner knyttet til soldater i krig, der dominans og aggressivitet står sentralt (jf. Theweleit 1987). Et instruerende kamerablikk får soldatene til å fremstå nærmest som iscenesatte objekter, der magasinet ikke legger skjul på hva slags maskulinitet man ønsker skal komme til uttrykk – krigermaskuliniteten.

At mediene spiller en viktig rolle i representasjonen av krig, er i seg selv ikke noe spesielt, tvert imot er dette en del av alle moderne kriger (Carruthers 2011). Men noe av det særegne med denne reportasjen i en norsk kontekst var at mannebladet *Alfa* stod i sentrum for ordskiftet omkring norske

soldater, i en offentlighet som mangler informasjon om Afghanistankrigen. Som Dagbladets kommentator Simen Ekern (13.10.2010) spissformulerte, hadde det lenge vært behov for å vite «hva som egentlig foregår». Magasinet pretenderte å være noe mer annet enn andre norske manneblader, og fremsto ved lanseringen nærmest som en seriøs aktør i debatten om Afghanistankrigen. Oppstyret i kjølvannet av den førte også til en debatt mellom Rønningen og Faremo i NRKS *Dagsnytt 18*, om krigføringen i Afghanistan. Reportasjen gav *Alfa* massiv oppmerksomhet i den norske medieoffentligheten. Kommunikasjonsdirektør Svein Tore Bergestuen i TVNorge poengterte i lanseringen av mannekanalen *Max*, hva gjelder bladets innflytelse på det offentlige ordskiftet: «Slik virkning har ikke Mann, FHM eller Vi Menn» (Bergestuen 2010). Derfor er det vesentlig å se nærmere på hva slags maskulinitetsideal magasinet som helhet presenterte for leseren, for å forstå konteksten som reportasjen befinner seg i.

Alfa-mannen

Rønningen uttalte under lanseringen at *Alfa* ikke kunne være «jålete», ettersom man henvendte seg til «det brede lag av norske menn. Han var opptatt av å tydeliggjøre *Alfa* som representant for en uforanderlig maskulinitet, ettersom den norske mannen «fortsatt [er] opptatt av de samme tingene» som i tidligere tider. Foruten den nevnte krigsreportasjen inneholdt nummeret intervjuer med menn som Espen Lie (tidligere leiesoldat) og oppslag om (mannlige) fotballspillere og sportsjournalister. Det var også et intervju med Morten Strøksnes, forfatter av boken *Et mord i Kongo* (2011), som omhandler to tidligere soldater i TMBN – Tjostolv Moland og Joshua French. Kvinnene var stort sett avkledd, med unntak av en ti siders artikkel om Stina Brendemo Hagen, som sitter fengslet for kokainsmugling i Boliva. Men her er det hennes barns fødsel som er i fokus, noe som fikk en kommentator til å påpeke at bladet rendyrket «hypermaskulinitet» i kontrast til «intimisert feminitet» (Bleie, 11.10.2010). I artikuleringen av en forskjellsdiskurs mellom kjønnene minner magasinet her om det mest tradisjonelle norske mannebladet *Vi Menn* (jf. Sandvand 2004). Det stod dermed i kontrast til et mer urbant magasin som *Mann*, og var en klar motsetning til en del manneblader som kom ut rundt år 2000. I lanseringen av bladet *Café* la man for eksempel vekt på at de «tradisjonelle [kjønns]rollene ikke er som før; de går litt i hverandre» (Hellebust 2000). *Alfa* skulle være for den tradisjonelle norske heteroseksuelle mannen, «ikledd nye klær».

Alfa frontet maskuline stereotyper som krig, vold og sport. For å tydeliggjøre hva magasinet ikke var, kom Rønningen i et intervju med påstanden: «Alle mannebladene har trodd at den norske mann er metroseksuell, men han kom aldri til Norge» (Spigseth 12.10.2010). *Metroseksualitet* viser til den seksuelt overskridende og unge urbane mannen, som på narsissistisk vis iscenesetter seg gjennom å være opptatt av mote, trender og kosmetikk (Simpson 2011). Disse egenskapene betoner andre elementer enn hva maskulinitetsforskningen tradisjonelt har karakterisert som *hegemonisk maskulinitet*, der heteronormativitet, aktivitet, dominanse og aggressivitet står sentralt (Connell 1995:77–78). Idealet dominerte manneblader i særlig britisk populærkultur på det tidlige 00-tallet (Benwell red. 2003). En liknende tendens kom frem i norske manneblader som *Café* i samme periode. Det kom også til syne i tv-underholdningen, for eksempel i programmet *Homsepatruljen* (TV3, 2004–2007) som var en spin-off av det amerikanske *Queer Eye For The Straight Guy*. Det ble tydeliggjort som et ideal da de mannlige landslagsspillerne i fotball, Morten Gamst Pedersen og Magne Hoseth, ble assosiert med denne trenden.

Gjennom kontrasteringen til metroseksualiteten etablerer man et macho-ideal i *Alfa*. Dette er ikke noe unikt for magasinet; også ved andre anledninger, som i lanseringen av TV2 *Zebras Manshow*, ble metroen brukt som et symbol på en feminisering av mannen i norske medier på 00-tallet

(jf. Langeland 2011). *Alfas* kontrastering mot dette idealet kan ses i lys av hva maskulinitetsforskeren David Coad karakteriserer som en «antimetroseksuell følelse» i kjølvannet av metroens popularitet i amerikansk og britisk populærkultur på det tidlige 00-tallet (Coad 2008:32). Men dette viser også til en endringstendens og reaksjon, der hvite heteroseksuelle menn opplever frykt for at den hegemoniske maskuliniteten har blitt ugjenkjennelig og femininisert i det senmoderne «ornamentale forbrukersamfunnet», for å bruke feministen Susan Faludis (1999) betegnelse.

Men parallelt med en machoholdning og en krigermaskulinitet inneholdt *Alfa* også hele 28 sider fylt av reklame for mote og kosmetikk. En annen kommentator trakk derfor frem «parfymen, hårgelen og hudkremen» som bladet inneholdt (Hompland, 08.10.2010). På forsiden, til venstre for Iglesias, poserer Morten Gamst Pedersen foran en sportsbil. Håret er velfrisert og han har på seg kortermet t-skjorte slik at man kan se hans solariumsbrune (?) hud. På tross av behovet for å distansere seg fra metroseksualiteten reproducerer magasinet samtidig denne trenden. Det indikerer trolig at man kommersielt sett, for å tiltrekke seg reklameinntekter, valgte å benytte seg av dette idealet. Dette viser hvordan maskulinitetsidealer i en mediekontekst kjennetegnes ved hybriditet og motsigelser, der det trolig er viktig å artikulere forskjellige diskurser for å nå ut til et stort antall lesere og annonsører (jf. Demetriou 2001:348). Det forsterker også inntrykket fra de poserende soldatene (Fig. 1, Fig. 2) av hvordan maskuliniteten i *Alfa* er eksplisitt iscenesatt. Samtidig var det nettopp krigermaskuliniteten som magasinet først og fremst ble assosiert med ved lanseringen, og som signaliserer hvordan det kan leses inn i en større ideologisk kontekst.

På jakt etter sannheten

Alfa nr. 1 2010 gir inntrykk av en realistisk fremstilling av soldater i kamp. På lederplass la Rønningen vekt på at reportasjen «Norge i krig» fremstiller «sannheten» om norske soldaters innsats i kontrast til forsvarrets «løgner og halvsannheter». Dette henspiller på at man fra politisk hold har forsøkt å fortrenge den nødvendige bruken av vold i krigssituasjonen. Forsvaret manipulerer det norske folk, mens *Alfa* kommer med «en sann historie om soldater i krig». Denne viljen til å få frem elementer som ikke tidligere var kommet til syne, gjorde at Dagbladets Inger Merete Hobbestad (01.10.2010) karakteriserte reportasjen som «grundig, viktig og relevant», og påpekte at den gav «verdifulle innblikk» i situasjoner som den norske medieoffentligheten vanligvis ikke har tilgang til. Samtidig kjennetegnes magasinets krigermaskulinitet av iscenesettelsen, der Rønningens karikerte posering i skuddsikker vest på side syv ikke legger skjul på magasinets nærmest gutteaktige fascinasjon for krigeruniverset.

Dette kom til syne i avsnittet på s. 108 med tittelen «SOM I EN RAMBO-FILM», der det fortelles om kamper mellom norske soldater og Taliban, og med et tilsynelatende dødelig utfall for sistnevnte. Det skildres hvordan det i stridighetene kommer til syne mannlige medlemmer av en lokal armé, «arbaqee», som blir ledet av en «filmstjernekjekk afghaner med rosa pannebånd». Bevæpnet med «AK47-gevær» kommer de ridende på hest. Scenen utløser «latter» ettersom dette ikke er de norske soldatenes motstandere, men deres «gamle kjente».⁸ Disse deltar på samme side i konflikten selv om de ikke har lik tilgang til høyteknologisk utstyr. Møtet mellom de «lokale gutta» og de norske soldatene beskrives som hentet ut fra den «tredje Rambo-filmen». Sammenlikningen er typisk for stilen i denne delen av reportasjen – og i magasinet for øvrig – der det handler om å gi et bilde av det brutale alvoret i soldatenes hverdag, samtidig som man også har med elementer som gir det hele en kameratslig tone.

Her er en eksplisitt henvisning til den amerikanske actionfilmen *Rambo 3* (Peter MacDonald 1988). Hvis man leser *Alfa* i brytningen mellom populærkultur og politikk, er referansen til denne filmen betydningsfull, ettersom filmhandlingen finner sted i Afghanistan, der Rambo samarbeider med lokale

paramilitære afghanske soldater i en heroisk redningsaksjon. Protagonen (Sylvester Stallone) med sin karakteristiske muskuløse harde kropp står som emblem for 1980-tallets tidsånd i amerikanske populærkultur, ettersom han kroppsliggjør sentrale verdier i denne periodens politisk-ideologiske klima: individualisme, kampen for konservative verdier, nasjonalisme, nostalgi (Jeffords 1994). Men dette handler ikke bare om en retrett til en av 1980-tallets karakteristiske ikoner, for filmene fikk sin renessanse på 00-tallet med lanseringen av *Rambo 4* (Sylvester Stallone, 2008). Dette representerer dermed også et maskulinitetsideal i samtiden. Gjennom å trekke inn denne referansen etableres samtidig en forbindelse mellom krigssituasjonen og fiksjonen, som igjen knytter den til det mytiske krigeruniverset

Rambo-maskulinitetens tilbakekomst og tilsynekomst i *Alfa* er et eksempel på en endringstendens i deler av den angloamerikanske populærkulturens kjønnsideal. Etter 11.9.2001 endret representasjonene av menn seg fra idealene som hadde dominert populærkulturen gjennom 1990-tallet, der de ofte ble fremstilt som mykere og mer sensitive enn tidligere (jf. Malis 2005). Som den amerikanske feministen Mary Hawkesworth påpeker, har det både gjennom filmindustri og politikk vært en oppblomstring av «heltemodig mannlighet» og tilbakevending til «æresnormer» (Hawkesworth 2006:190–191; se også Goldstein 2003; Danbolt 2008). Ifølge den britiske kulturforskeren Jonathan Rutherford har det vært et skifte i fremstillingen av hvit heteroseksuell maskulinitet gjennom de siste 15 årene. Han viser til hvordan magasiner, reklame, film og fjernsyn tidligere hadde fratatt denne mannlige kroppen en formell autoritet gjennom seksualiserte og avkledde bilder av bilder av den. Dette endres nå delvis mot til en fremstilling av disse mennene som selveksisterende eller dominante. Rutherford bruker den amerikanske filmen *Fight Club* (David Fincher, 1999) som eksempel på revitaliseringen av en autentisk hypermaskulinitet, som løsning på menns følelse av maktesløshet i en «feminisert» og varefiksert forbrukerkultur (Rutherford 2007:89).²

Dette sammenfaller tidsmessig med et tett forhold mellom det militære og kulturindustrien, og man snakker nå om et *medie-militær-kompleks*. Dataspillet «Americas Army» ble eksempelvis lansert i 2002 med tanke på økt rekruttering av soldater. Spillet har over 40 000 000 nedlastninger, og var sterkt medvirkende til at man i 2009 nådde målsetningen (Carruthers 2011:261–262). Dette førstepersons skytespillet har likhetstrekk med serien *Modern Warfare*, som i dag er Norges mest solgte dataspill. Som Rutherford påpeker, skaper man en nytelsesfull fantasi om å være i krig med Den andre, der man kan forfølge, skyte og drepe, uten selv å bli såret (Rutherford 2007:95–96). Rønningen og *Alfas* referanse til Rambo-universet går inn i en trend der maskuliniteten fremstilles som hard og dominant. Det er en artikulasjon av et naturliggjort forhold mellom menn, krig og vold der de norske soldatene fremstår som et ideal. Slik fortøner det seg mindre viktig å fremstille «sannheten» enn å iscenesette en krigermaskulinitet. I dette universet finnes det en spesiell forbindelse mellom menn.

Krigsbrødre

Aktørene i reportasjen «Norge i krig» er utelukkende menn. Soldatene understreker at viktigst for dem er støtten fra «kompiser», og at det mannlige «samholdet» og «teamfølelsen» er essensiell. Dette kommer til uttrykk gjennom sorgen de uttrykker over dødsfallet til Claes Joachim Olsson, noe som igjen forklarer de alvorstunge og aggressive ansiktene (Fig. 1, Fig. 2). I teksten kommer det frem en lettelse over at de antakelig har drept ham som tok livet av «kameraten». Forholdet dem imellom er typisk for måten soldater omtaler hverandre på. Menn som deltar i krig karakteriserer hverandre gjerne som «brødre» (Jeffords 1989:45–87). Den selvbiografiske boken til fenrik Emil Johansen – tilhørende samme kompani som soldatene i *Alfas* reportasje – hadde således tittelen *Brødre i blodet* (2011). Vektleggingen av det mannlige samholdet går igjen i *Alfa* generelt. På lederplass hyllet man for eksempel soldatene som gjør en «fantastisk jobb».

I den delen av reportasjen der soldatene møter krigerne til hest, finnes både likheter og forskjeller mennene imellom. På den ene siden fremstilles afghanerne som utstyrmessig underlegne TMBN med sine «avanserte optiske kikkerter» og sofistikerte tekniske utstyr. De er «modige krigere», «fryktede» og «fryktløse»; egenskaper som definerer dem i kontrast de norske soldatenes «effektive» og kontrollerte adferd. Afghanerne kommer «ut av en støvsky» mens de går til «frontalangrep» på Talibans styrker, hvorav det beskrives at en av dem får «fem kuler i lårene». Det er som om de her plasseres på en scene av *Alfa* gjennom et *orientalistisk* blikk, som gjennom en eksotiseringsprosess produserer en fantasi om Den andre som primitiv og irrasjonell (jf. Said 2004:110). De har ikke den samme rasjonelle fremtoning som de norske soldatene. Samtidig kommer det gode forholdet mellom dem tydelig frem i reportasjen. De lokale mennene karakteriseres som de norske også som «gutta». Dette gir dem en privilegert posisjon som symbol for en idealisert og autentisk maskulinitet (Langeland 2011). Det mannlige samholdet kjenner ingen kulturelle grenser, selv om de norske soldatene fremstår som suverene med sin «materielle overlegenhet».

I bildene av soldatene i *Alfa* er det tydelig at uniformene er like. Dette skaper inntrykket av en samlet kamphenhet som deler indre og ytre verdier. Betydningen av klesdrakten for TMBN blir tydelig i dette eksempelet hos Emil Johansen som beskriver det å gå inn et slikt uniformert fellesskap:

Fra 2. september 2006 var jeg ikke lenger det sivile individet Emil Johansen. Jeg var en kampsoldat, en kriger og grenader i [...] TMBN. Jeg bestemte ikke lenger hvilke klær jeg skulle bruke, hvordan jeg skulle se ut på håret eller hvordan skjegget skulle gro. Nå representerte jeg noe annet enn meg selv. Jeg hadde blitt vist den tilliten å få bære det norske flagget på høyre skulder, og Telemark bataljons avdelingsmerke på venstre. (Johansen 2011:34)

På den måten markeres overgangen der han beveger seg fra «det sivile individet» Johansen til å bli «en kampsoldat, en kriger». Han kaster så et blikk rundt seg og ser på sine «soldatbrødre» som snart skal bli hans «krigsbrødre» (2011:34). I *Alfa* får fellesskapet en eksplisitt heteroseksuell ramme gjennom de nakne kvinnene i magasinet, eksemplifisert med en smilende Iglesias på forsiden som henvender seg til (den heteroseksuelle mannlige) leseren. På lederplass ble det hevdet at leseren ikke burde bli overasket om «du fersker dama di med ALFA i senga». Her kommer til syne det man innenfor maskulinitetsforskningen karakteriserer som *homososialitet*. Det vil si ikke-seksuelt definerte vennsforhold mellom menn, markert gjennom en distanse til kvinner og ikke-hegemoniske maskuliniteter (Bird 1996:121). Innenfor dette homososiale rommet vil alle former for potensielt homoseksuelt begjær ses på som en trussel (jf. Sedgwick 1985). Heteroseksualiteten er også en forutsetning for at soldatene skal fungere som identifikasjonsobjekter for nasjonen Norge (Langeland 2009; se også Nagel 1998).

Kvinner er underordnet denne maskuliniteten og har ingen naturlig plass i fellesskapet. På lederplass omtales de som «jenter» og medvirker utelukkende på menns premisser. Den eneste kvinnen som omtales i forbindelse med krigen er forsvarsminister Grethe Faremo. Men Faremo tilhører ikke krigerkulturen i Afghanistan, og er den som ifølge *Alfa* bidrar med «løgner og usannheter». Som den amerikanske kulturforskeren Susan Jeffords påpeker, handler det i krigsrepresentasjon om å ekskludere kvinner fra det maskuline samholdet (Jeffords 1989:43). I dette tilfellet kan det se ut som det gjelder å distansere seg fra en kvinnelig minister som ikke har innsikt i krigens «sannhet». Samtidig er det også – som i Rambo-trilogien – en kritikk av et politisk og byråkratisk system som ikke forstår seg på virkeligheten og den handlekraften som må til (jf. Jeffords 1994:19). Et lignende utgangspunkt finner man igjen hos Sverre Diesen, som bebreider politikere for deres «politisk korrekthet eller emosjonelle forestillinger» i kritikken av krigerkulturen (Diesen 2011:174). For å

forstå dette må man selv være en del av denne krigermaskuliniteten, eller ha innsikt i dens indre logikk.

Naturlig drapslyst og omsorgsfulle fedre

Navnet *Alfa* er nærmest en erklæring om at mannen fremfor alt er styrt av biologiske instinkter, og at det handler om å vise styrke gjennom aggressivitet og vold. I bildeteksten på s. 105 er sitatet fra soldaten som foreller at når du skyter, er det som «å slippe løs en hund i bånd», og i et av bildene (Fig. 2) er de iscenesatt som aggressive krigere. Fremstillingsmåten av soldatene i TMBN minner om språkbruken i boken fra de anonyme norske skarpskytterne i Afghanistan: *Med mandat til å drepe* (anonym 2010). Her fortelles at soldaten er en «egenrådig hanbikkje» som «markerer revir og ikke går av veien for et slagsmål» (anonym 2010:11). De uttaler også at «drapslysten» er «profesjonell og vakker» og «genetisk betinget» hos «unge menn» (2010:23). Skarpskytterne sammenlikner seg med «steinalderens veidemann», mens *Alfa* hevdet at de representerte en maskulinitet som ikke «hadde endret» seg. Dette baserer seg på en forståelse av at krigermaskulinitet er noe historisk uforanderlig. Men beskrivelsen av den naturlige drapslysten er en ensidig forklaringsmodell, som ikke tar hensyn til at de fleste soldater faktisk behøver trening for å lære seg å drepe i en krigssituasjon (jf. Ehrenreich 2011:11).

Gjennom hentydningen om at krigerkulturen først og fremst er biologisk forankret og tidløs, benytter man seg av et lignende tenkemåte som kom til uttrykk i Harald Eia og Ole Martin Ihles svært populære tv-program og bestselger: *Født sånn eller blitt sånn?* (2010). De var opptatt av å presentere en «genetisk faktor» som forklaring på spørsmål omkring vold, seksualitet og rase (Eia og Ihle 2010:7). Men på tross av Eia og Ihles insistering på å bedrive forskningsformidling, hadde prosjektet vel så mye «ideologiske implikasjoner» som handlet om å fremme deres «nyrealistiske raseretorikk», der biologien har forrang fremfor kulturen som ensidig forklaringsmodell for menneskers handlinger (jf. Danbolt 2011). Krigermaskuliniteten som uttrykk for en naturlig biologisk betinget mannlighet slik den kommer til uttrykk i *Alfa*, har med andre ord en sterk posisjon i samtidig medie- og populærkultur.¹⁰ Men den står trolig i et konfliktfylt forhold til rådende norske maskulinitetsidealer.

Det eksisterer i dagens Norge tverrpolitisk enighet om de positive effektene av menns nærvær i hjemmet, og særlig i barnas oppvekst. Sosiologene Berit Brandth og Elin Kvande viser i boken *Fleksible fedre* (2003) hvordan en farsvennlig norsk velferdsstat har muliggjort at norske menn på 00-tallet tar ut langt mer fedrepermisjon enn for tyve år siden. Sentralt i utviklingen står hva Brandth og Kvande karakteriserer som *den omsørgende far* – et ideal som i dag har erstattet den tradisjonelle forsørgerrollen. Dette er en diskurs som omfavnes av velferdsstaten, men som også gjør seg gjeldende når menn selv beskriver den gode far (2003:129).¹¹ *Alfas* idealiserte maskulinitet i representasjon av soldatene i TMBN peker tilsynelatende i en annen retning: Her står aggresjon og vold sentralt, mens omsorgen er for medsoldatene i et homososialt fellesskap. Sverre Diesen (2008) påpeker viktigheten av at «politiske myndigheter er tydelige i sin støtte til soldatene», og at man aksepterer at krigerkulturen er et «naturlig» resultat av de militære oppdrag som landet er involvert i. Men dette er trolig komplisert i en norsk samtidig kontekst. Og at forsvarsminister Faremo fikk en utfordrende sak i hendene med *Alfa* nr. 1 2010, er ikke vanskelig å forstå: Det bryter med noen grunnleggende verdier knyttet til idealisert maskulinitet i dagens Norge.

Faremos avstandtagen til reportasjen i *Alfa* viser hvordan krigermaskuliniteten er kontroversiell i offentligheten. Det er langt fra konsensus om at dette bør være et ideal. Hva som kommer til syne rundt oppstyret i kjølvannet av «Norge i krig», er konflikter eller forhandlinger omkring det maskulinitetsforskningen karakteriserer som *hegemonisk maskulinitet*; den som på et gitt tidspunkt anerkjennes som den mest idealiserte maskulinitetsform (Connell 1995: 77–78). Hvis man følger

Brandth og Kvandes (2003) analyse, finnes det gode argumenter for å hevde at den omsørgende far representerer hegemonisk maskulinitet. Det betegner et *politisk ideal* eller en *kulturell modell* som mobiliserer menn og kvinner på tvers av klasseforskjeller (Beasley 2008:99). Samtidig er det som sosiologen Demetriou (2001:355) påpeker, viktig å gripe hvordan hegemonisk maskulinitet er en hybrid og omskiftelig ideologi, som både kan forhandle med og ta opp i seg elementer fra hva som i utgangspunktet ser ut til være dens motsetning. Hegemonisk maskulinitet er ikke statisk, men en del av en kontinuerlig symbolsk og ideologisk kamp der populærkulturen utgjør en viktig arena.

Et eksempel på konstruksjonen av et slikt ideal kom frem i forsvarets eget magasin *Innsats* (nr. 1 2012, s. 54–55) i en artikkel om Forsvarets spesialkommando (FSK). I oppslaget er soldater fra FSK avbildet; maskerte, ikledd uniform, og med våpen i hendene. Samtidig legges det vekt på at disse mennene kan «kombinere familie og livet som spesialsoldat», og at man hver dag drar hjem til «middag». Eksempel på dette er offiser Eirik Kristoffersen som selv er far til fire. Han er avbildet under mottakelsen av det ærefulle krigskorset – med to av sine barn rundt seg. Kristoffersen ble også hyllet av Grete Faremo for sin fremragende innsats i Afghanistan (Andresen 2011). Statsminister Jens Stoltenberg insisterte på selv gi ham utmerkelsen (Hultgren 2011). Dette indikerer at en krigermaskulinitet fundert på vold også kan fungere som et politisk ideal i en norsk kontekst, og at dette ikke behøver å stå i kontrast til den omsørgende far. For i fremstillingen av Kristoffersen er det nettopp de tilsynelatende motsetningene vold og omsorg som sammen bidrar til å konstituere ham som representant for hegemonisk maskulinitet i en bestemt historisk situasjon. For å skissere et større bilde av hvordan krigermaskuliniteten sirkulerer i en bredere populærkulturell kontekst enn *Alfa*, vil jeg avslutningsvis rette oppmerksomheten mot noen nye iscenesettelser som har blitt populære de siste årene.

Imaginære krigere

Airsoft er en rollespill-liknende aktivitet der voksne iscenesetter seg som krigere i soldatantrekk, mens de skyter på hverandre med nøyaktige kopier av virkelige våpen. Aktiviteten etablerte seg i Norge rundt årtusenskiftet: Norges Airsoftforbund (NASF) ble stiftet i 1999, og det finnes i dag 21 aktive klubber registrert på forbundets hjemmeside, som representerer flere hundre aktive utøvere.¹² Det norske airsoftmiljøet har utviklet en omfattende internettkultur der *airsoftguns.info* er det største nasjonale nettstedet. I denne sammenheng er det representasjonen av krigermaskuliniteten i airsoft som er av interesse, ikke de forskjelligartete kulturene medlemmene i de ulike klubbene har etablert, noe for eksempel bildematerialet på nettsidene til *Bergen og Omegn Airsoftklubb* eller *Møre og Romsdal airsoft* vitner om.¹³ Airsoft beskrives gjerne som en avansert form for «cowboy og indianer» for voksne (Nordlys 26.09.2003). Lek og underholdning kan ses som en del av de(t) kulturelt imaginære, og offentlighetens diskurser preger hvilke leker som produseres og distribueres i en bestemt periode. Dette gir igjen materielle betingelser for hvordan fantasier leves ut, uten at de er bestemmende for hva som skjer når enkeltmennesket møter dem. Men de kan trekke retningslinjer for hvordan man forestiller seg verden satt sammen (jf. Dawson 1994:237).

Airsoft har likhetstrekk med *paintball*, som er en aktivitet der man deler seg i lag for å skyte på hverandre med små malingskuler.¹⁴ Paintball har økt i popularitet i Norge gjennom 00-tallet. Utstyrsleverandøren og initiativtakeren til nettsiden *paintball.no* skrev følgende på bloggen *tcu.no* (Tactical Commando Unit) i 2008: «interessen har rett og slett eksplodert over hele landet».¹⁵ Paintball har i dag nær sagt blitt en allmenn norsk aktivitet, og ulike nettsider reklamerer med at spillet er egnet til utdrikningslag, bursdagsfeiring og «teambuilding» for bedrifter.¹⁶ Selv om kvinner også bedriver slike aktiviteter, er de først og fremst knyttet til et idealisert bilde av menn poserende med våpen, slik det for eksempel kommer til uttrykk på hjemmesidene til *Oslo Paintball*, eller nettsidene til *Scorpions*

Airsoft Klubb.¹⁷ Det handler altså også her om en iscenesettelse av krigermaskuliniteten, tilsynelatende løsrevet fra krigens realiteter.

Det finnes svært lite forskning som analyserer paintball og airsoft i en større kulturell kontekst. Ett unntak er den amerikanske sosiologen William Gibson, som i boken *Warrior Dreams* (1994) foretar en kulturanalyse av paintball-kulturens opprinnelse i 1980-tallets USA. Han presenterer aktiviteten som en arena der en voldelig maskulinitet iscenesettes. Gibson plasserer dette inn et kontinuum av voldsfantasier, som sirkulerer gjennom fiksjon, politikk og ulike former for reaksjonær og militant aktivisme. Paintball, påpeker Gibson, gir menn anledning til å skape inntrykket av å besitte krigerens makt (1994:129). Han beskriver aktiviteten slik:

The fundamental sequence of play involves hunting other men, aiming a gun at them, pulling the trigger, and making the kill. That this sequence so closely resembles part of what is involved in real killing undoubtedly contributes to the high that many players experience. (Gibson 1994:138)

Man simulerte en krigerkultur i en tid da *Rambo*-maskuliniteten var på moten og USA bedrev paramilitære operasjoner i nettopp land som Afghanistan. Ifølge Gibson stod paintball i et refleksivt forhold til den samtidige mediekulturen ettersom man artikulerte maskulinitet på liknende vis som i de rådende populærkulturelle og politiske idealene.¹⁸

En tilsvarende forbindelse mellom mediekulturen og airsoft- og paintball-kulturen er det også mulig å se i dagens Norge. NRK Hordaland skrev i 2006 om en hendelse fra Arna i Bergen, der en gruppe unge norske menn og kvinner bedrev militære operasjoner med marsjering i gatene ikledd militært utstyr (Hamre 2006, Fig. 3). Lokalt politi var bekymret og Politiets sikkerhetstjeneste karakteriserte det som del av en «paramilitær» kultur i vekst. Operasjonen var satt i scene av «Nazarian», som representerer en av mange airsoft-klubber som ikke er medlemmer av NASF.

NRK > Nyheter > Distrikt > Hordaland 18.07.2012

Hordaland Tips oss! hordaland@nrk.no

SISTE FRA NRK.NO Krevor kisersnitt Abonner

Skepsis mot militærspport



Skytter i militærspportklubben Nazarian
Foto: Therese Grimstad Pisan/NRK

Naboer i Arna reagerer på at en militær ungdomsklubb i området leker full krig med softguns, helikopter og kamouflasjetstyrte soldater.

SECUR HAMRE
sigurd.hamre@nrk.no

Publisert: 19.06.2008 08:01

Abblat Send Tweet 0 Skriv ut Del/tips

Med såkalte softguns som svir men ikke skader alvorlig, helikoptere, militære kjøretøyer og militært utbedde folk i fullt kamouflasjetstyr har klubben Nazarian etablert et militærspportmiljø i Espeland utenfor Arna.

Det ligner på krig, men klubbens medlemmer kaller det sport.

Adrenalinkkick

- Det er et adrenalinkkick som all annet ekstremsport. Disse kulene svir såpass når du blir truffet at du går ikke akkurat og gleder deg til å bli truffet. Du spiller ditt beste for å unngå treff, sier Varg Breivik som startet opp den militære fritidsklubben.



Marsjering i Arna
Foto: Therese Grimstad Pisan/NRK

Den spesielle sporten han snakker om kalles Air soft. Arna-klubben Nazarian vil bli best i landet. For å klare dette kjører de full militær disiplin med fysiske avstraffelser og marsjering langs veiene i Arna.

Kan dette virkelig være en morsom fritidsaktivitet?

- Ja, det er ganske kjekt. Jeg

Siste: NRK Hordaland

Væpnet ran ved Fisketorget i Bergen
Krev 150 millioner i erstatning
Gikk reagerte ut på terroren
Dette ble lagt ned på den blå stein i Bergen etter 22. juli
To vedtar dommen
Vil skaffe jobb til eurofylkninger
Titalk for trugslar
Bst blei funnen opp ned
Vil bruke vold mot islam-lorkere

Nyhetsarkiv Hordaland

Vil skaffe jobb til eurofylkninger
Titalk for trugslar
Bst blei funnen opp ned
Vil bruke vold mot islam-lorkere
Elisabeth vant 3,6 mill i Las Vegas
Bergen manglar grasplassar
- Vi tar hans uttalelser på alvor
Vinner hun 33 millioner kroner?
Tyver plukket 36 hjul av nye biler

Fig. 3. Airsoft-utøvere fra klubben Nazarian i aksjon.

Kontroversene gjorde at NASF sendte ut en pressemelding der man tok avstand fra klubben. Den aggressive stilen brøt med linjen som forbundet har lagt seg på, der man på hjemmesidene ønsker å fremstå som en seriøs aktør. Her opplyser man om våpenbruk og skadevirkninger. Det er informasjon om 18-årsgrense for å spille i Norge, men man kan få dispensasjon etter fylte 16 år. Airsoft er et «spill» som ifølge forbundet kun ser skremmende virkelig ut for «alle krigens grusomheter [er] fjernet» – det eneste som står igjen er «adrenalinkicket.» I tilfellet med klubben fra Arna var et av problemene at de tok aktiviteten ut i lokalsamfunnet. For airsoft skal foregå i egne separate rom der krigerkulturen kan eksistere fritt. Det er en aktivitet utelukkende for voksne, og realismen i spillet skaper utfordrende situasjoner hvis elementer herfra blandes sammen med hva man karakteriserer som «sivile». Her etterligner man altså et militært språk med inspirasjon fra forsvaret.

Idealet for airsoft-utøverne er «realisme i våpen og utstyr», og man benytter seg gjerne av rekvisitter fra virkelige kriger og konflikter. «Fort Haslemoen» er en av flere tidligere militærleire som i dag brukes som paintball-bane. På hjemmesidene leser man at den består av «bunkere, veier, skyttergraver og hus fra krigens dager som har blitt benyttet av Forsvaret frem til 2003».¹⁹ Det er altså ikke bare i

den filmatiske heltesagaen om *Max Manus* (Joachim Rønning, 2008) at fantasiene om krigeren fra andre verdenskrig kommer til uttrykk i Norge på 00-tallet. I noen klubber bruker man «andre verdenskrig som lekeplass» mens andre bruker den pågående Afghanistankrigen som utgangspunkt.²⁰ Fredrikstad Paintball selger f.eks. utstyr som «Shalwar Kamiz 2-delt Talibansett hvit». De skriver på deres nettsider: «Dette er meget populære klær i Afghanistan, sannsynligvis den mest brukte typen klær, og derfor meget vanlige blant Taliban. Derfor perfekt til å lage Taliban-antrekk.»²¹ Samme nettside selger også identiske klær og kopier av våpen som norske soldater og ISAF-styrkene. Klærne er kanskje særlig viktig i airsoft-kulturen, der man kommenterer hverandres stil og utstyr på *airsoftguns.info* i tillegg til at NASF jevnlig har kåring av «årets outfit».

Hva som kommer til syne her, er hva jeg vil karakterisere som *imaginære krigere*, som viser til fantasier som leves ut i skjæringspunktet mellom lek og rollespill, der representasjonen av krigerne i Afghanistan ser ut til å være en viktig inspirasjonskilde. På lignende vis som William Gibsons observasjoner fra amerikansk kultur på 1980-tallet, kan man se at iscenesettelsene i airsoft og paintball i Norge henter sine impulser fra samtidig mediekultur. Det er refleksive aktiviteter som artikulerer diskursen i samtiden. Graham Dawson legger vekt på at maskuliniteter i de(t) kulturelt imaginære eksisterer i samspillet mellom medierepresentasjoner og menneskers fantasi og praksiser. De materialiserer seg i kreative kulturelle aktiviteter, som får reelle konsekvenser for kvinner og menns liv (Dawson 1994:22). Det skaper bilder og språk som utgangspunkt for fantasier og lek. Parallelt med at norske soldater deltar i krigshandlinger i Afghanistan, inntar norske menn skogsområder ikledd militært antrekk og med våpen i hendene. Her er det – som i *Alfa* – en iscenesettelse av krigermaskuliniteten der poseringen står sentralt. Airsoft er den imaginære krigerens arena.

Oppsummerende betraktninger

Denne artikkelen har analysert reportasjen «Norge i krig» med utgangspunkt i *Alfas* iscenesettelse av krigermaskuliniteten. Dette har blitt betraktet som en artikulering av diskurser i samtidig medie- og populærkultur. Triana Iglesias' blikk mot leseren på forsiden av *Alfa* nr. 1 2010 leder den heteroseksuelle mannen inn i et univers som dyrker tradisjonelle maskuline stereotyper. «Norge i krig» fremstiller en tilværelse der soldatenes drapslyst kommer til uttrykk. Magasinet fremstiller evnen til å drepe som imponerende, og *Alfas* utsendte erfarer et fellesskap med soldatene fra TMBN gjennom krigermaskuliniteten. Den idealiserte maskulinitet i *Alfa* er en heteroseksuell norsk mann som er dominant og i stand til å utøve vold i en gitt situasjon. Gjennom å fremheve alfa-hannens privilegerte posisjon er det også et ledd i en nyorientering av samtidige maskulinitetsidealer, der natur har forrang fremfor kultur som utgangspunkt for å forklare menns handlinger. *Alfas* artikulering av et naturliggjort forhold mellom menn, maskulinitet og vold baserer seg på en tenkemåte som har en sterk posisjon i dagens medie- og populærkultur – en forskjellsdiskurs mellom kjønnene, der kvinner og menn i sin kjerne er grunnleggende ulike.

Krigermaskuliniteten iscenesatt i *Alfa* er konsekvensen av strategiske endringer av forsvaret, der norske soldater nå deltar i kriger utenfor landets grenser. Dette skaper et potensial for nye fantasier i norsk medie- og populærkultur, og brytes mot, eller forhandler med, idealet «omsørgende» maskulinitet, som i dag har en hegemonisk posisjon i offentligheten. Men det kan trolig også bidra til forklare tiltrekningskraften i en populærkulturell kontekst: Det representerer en overskridende fantasi der vold danner grunnlaget for samholdet i et heteroseksuelt mannlige fellesskap. Samtidig viser det hvordan hegemoniske maskulinitetsformer er motsetningsfulle og elastiske, der vold og omsorg kan eksistere side om side. Det norske forsvarets iver etter å dyrke frem en krigerkultur får en parallell i norsk populærkultur som i dag omfavner krigermaskuliniteten. Samtidig som krigerkulturen inntar en sterk posisjon i media, drar norske menn til skogs med soldatutstyr og våpen for å leke krig gjennom paintball og airsoft. Krigermaskuliniteten i media materialiserer seg i konkrete sosiale praksiser – disse

kan igjen prege måten man i dag betrakter forholdet mellom menn, krig og vold, knyttet til forhandlinger og konflikter om vår tids hegemoniske maskulinitet.

Litteratur

Akerhaug, Lars (28.09.2010): «Frykter ukultur kan ramme norske soldater» i Aftenposten. Hentet fra <http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article3832337.ece> 11.09.2011

Andersen, Barbro (06.05.2011): «En lagspiller får Norges høyeste utmerkelse» på nrk.no. Hentet fra <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nordland/1.7622701> 15.06.2012

Anonym (2010): *Med mandat til å drepe*. Oslo: Kagge forlag.

Beasley, Christine (2008): «Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World» i *Men and Masculinities* årg. 11 nr. 1.S. 86–103.

Befalets fellesorganisasjon (15.07.2010): «Norge en krigernasjon». Hentet fra http://www.bfo.no/index.php/bfo/sak/norge_-_en_krigernasjon 11.09.2011

Benwell, Bethan (red.) (2003): *Masculinity and men's lifestyle magazines*. Oxford: Blackwell Publishing.

Bergestuen, Svein Tore (28.10.2010): «Da menn var menn og kvinner sekretærer» i E24. Hentet fra <http://e24.no/media/spaltister/da-menn-var-menn-og-kvinner-sekretaerer/3878215> 03.11.2011

Bird, Shannon (1996): «Welcome to the Men's Club» i *Gender and Society* årg. 12, nr 3. S. 120–132.

Bjørnstad, Thor Christian (2011): «Fra soldater av folket til soldater for staten» i *Sosiologi i dag* årg. 41, nr. 1. S. 5–32.

Bleie, Tone (11.10.2010): «Selvbedraget» i *Klassekampen*,

Bourke, Joanna (1999): *An Intimate History of Killing: Face-to-Face Killing in Twentieth Century Warfare*. London: Granta books.

Brandth, Berit og Elin Kvande (2003): *Fleksible fedre. Maskulinitet, arbeid, velferdsstat*. Oslo: Universitetsforlaget.

Brunborg, Ole Martin (2008): *På sporet av en norsk krigerkultur. Norske militære holdninger til krig og bruk av militærmakt ved begynnelsen av to århundrer*. Masteroppgave, Forsvarets stabsskole.

Carruthers, Susan (2011): *The Media at War*. 2nd Edition. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Coad, David (2008): *The Metrosexual. Gender, Sexuality and Sport*. Albany: State University of New York Press.

Connell, Robert William (1995): *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.

Craig, Steve (red.) (1992): *Men, Masculinity and the media*. California: Sage Publications.

Dawson, Graham (1994): *Soldier Heroes. British Adventure, Empire and the Imagining of Masculinities*. London: Routledge.

Danbolt, Mathias (2008): «The Eccentric archive. An interview with Judith Halberstam» i *Trikster – Nordic Queer Journal*, nr. 1. Hentet fra <http://www.trikster.net/1/halberstam/1.html> 12.10.2009

Danbolt, Mathias (2011): «Tilbake til fremtiden» i *Vagant* nr. 1. Hentet fra: http://www.vagant.no/article/142327_tilbake-til-fremtiden 10.01.2012

Demetriou, Deremitakis (2001): «Connell's concept of hegemonic masculinity: A critique» i *Theory and Society* årg. 30 nr. 3. S. 337–61.

Diesen, Sverre (18.12.2008): «Den nye krigerkulturen.» i *Aftenposten*,

Diesen, Sverre (2011): *Fornyelse eller forvitring? Forsvaret mot 2020*. Oslo: Cappelen Damm.

Edström, Håkan, Nils Terje Lunde og Janne Haaland Matlary (2009): «På jakt etter den militære profesjon» i Edström, Håkan, Nils Terje Lunde og Janne Haaland (red.): *Krigerkultur i en fredsnasjon*. Oslo: Abstract forlag.

Ege, Rune Thomas, Gunn Kari Hegvik, Mads A. Andersen og Marianne Johansen (27.09.2010): «Dødningshoder sprayet på afghanske hus» i *VG*. Hentet fra: <http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=10036791> 11.09.2011

Ehrenreich, Barbara (2011): *Blood Rites. The Origins and History of the Passions of War*. London: Granta books.

Eia, Harald og Ole Martin Ihle (2010): *Født sånn eller blitt sånn? Utro kvinner, sjalu menn og hvorfor oppdragelse ikke virker*. Oslo: Gyldendal.

Ekern, Simen (13.10.2010): «Hva skjer i Afghanistan?» i *Dagbladet*.

Eliassen, Ingeborg (2010): «Fra 91 Stomperud til Joshua French» i *Samtiden* nr. 3. S. 18–30.

Faludi, Susan (1999): «Scenes From The Betrayal Of The American Man». Hentet fra: <http://gos.sbc.edu/f/faludi.html> 19.11.2010.

Gibson, James William (1994): *Warrior Dreams. Paramilitary Culture in Post-Vietnam America*. New York: Hill & Wang.

Gilbrant, Jørgen (07.10.2010): «Jeg har vært på flere oppdrag vi aldri skulle vært på» i Dagbladet. Hentet fra: <http://www.dagbladet.no/2010/10/07/nyheter/afghanistan/forsvaret/13741411/> 11.09.2011

Goldstein, Richard (24.03. 2003): «Neo Macho Man» i The Nation.

Hamre, Sigurd (19.06.2006): «Skepsis mot militærspport» på NRK Rogaland. Hentet fra: <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/hordaland/1.615951> 11.09.2011

Hawkesworth, Mary (2006): «Feminisme versus feminisering. Krigslogikken i George W. Buchs regjeringsadministrasjon» i *Agora* årg. 24, nr. 4. S. 176–202.

Hearn, Jeff (2011): *Making Gender. Making War: Violence, Military and Peacekeeping Practices* i Kronsell, Andreas og Elin Svedberg (red.). New York: Routledge.

Hellebust, Henning A. (20.02.2000): «De nye mannebladene ... mer enn bare pupper» i Aftenposten.

Hultgren, Gunnar (10.05.2011): «Kongen var uønsket da spesialsoldatene ble hedret» i Dagbladet.

Hobbelstad, Inger Merete (01.10.2010): «Vulgært og viktig. Samtidig» i Dagbladet.

Hompland, Andreas (08.10.2010): «Slike gutter det vil Norge ha» i Dagbladet.

Innsats nr. 1 2012. Hentet fra: <http://forsvaret.no/om-forsvaret/fakta-omforsvaret/presentasjoner/innsats/sider/innsats.aspx> 15.06.2012

Jeffords, Susan (1989): *The Remasculinization of America*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.

Jeffords, Susan (1994): *Hard Bodies*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Johansen, Emil (2011): *Brødre i blodet. I krig for Norge*. Oslo: Kagge forlag.

Langeland, Fredrik (2009): «Den norske kroppen» i Mühleisen, Wencke og Åse Røthing (red.): *Norske seksualiteter*. Oslo: Cappelen. S. 37–56.

Langeland, Fredrik (2011): «Maskulinitetens refleksive nostalgi i TV2 Zebras Manshow» i *Tidsskrift for kjønnsforskning* årg. 35, nr. 4. S. 275–292.

Lykke, Nina (2002): «Er mandsforskning også feministisk forskning?» i Lorentzen, Elisabeth og Maria Grønros (red.): *På nye eventyr – mandsforskere uden grænser*. Oslo: NIKK.

Malis, Brenton (2005): *American Masculinity under Clinton. Popular Media and the Nineties Crisis of Masculinity*. New York: Peter Lang Publishing.

Morgan, David (1994): «Theater of War: Combat, the military and masculinities» i Brod, Harry og Michael Kaufman (red.): *Theorizing Masculinities*. Thousand Oaks: Sage Publications. S. 165–183.

Nagel, Joanne (1998): «Masculinity and Nationalism: Gender and Sexuality in the Making of Nations» i *Ethnic and Racial Studies* årg. 21, nr. 2. S. 242–69.

Nordlys (29.06.2003): «Vanskelig å skille fra skarpe våpen» hentet fra: <http://www.nordlys.no/nyheter/article756950.ece> 31.06.2012

Norli, Kristin (2011): «Pappaperm er sexy» i E24. Hentet fra: <http://e24.no/jobb/ap-tajik-pappaperm-er-sexy/201246> 31.06.2012

Rutherford, Jonathan (2007): *After Identity*. London: Lawrence & Wishart.

Said, Edward (2004): *Kultur og motstand. Edward Said i samtale med David Barsamian*. Oslo: Oktober.

Sandvand, Sigrid (2004): *Mannfoldighet? En studie av maskulinitetskonstruksjoner i Vi Menn og Mann*. Hovedfagsoppgave i medievitenskap. Universitetet i Bergen.

Schlack, Jennifer Daryl (1996). «The theory and method of articulation in cultural studies» i Morley, David og Cen Huan-Hsing (red.): *Stuart Hall. Critical Dialoges in Cultural Studies*. London: Routledge. S. 112–147.

Sedgwick, Eve Kosofsky (1985): *Between men. English literature and male homosocial desire*. New York: Columbia University Press.

Simpson, Mark (2004): «Metro-Warriors». Hentet fra: http://www.marksimpson.com/pages/journalism/metro_warriors.html 01.10.2012

Simpson, Mark (2011): *Metrosexy. A 21st Century Self-Love Story*. Marksimpsonist Publications (Kindle edition).

Spigseth, Ragnar (12.10.2010): «Ekte mannfolk leser dameblader» i Dagsavisen.

Sæveraas, Torgeir E. (2010): *Stridsrelasjoner*. Oslo: Aschehaug.

Theweleit, Klaus (1987): *Male fantasies* (Vol 1.). Cambridge: Cambridge University Press.

1 Takk til redaksjonen i NMT og to fagfeller for konstruktive tilbakemeldinger, til Jørgen Lorentzen, Wencke Mühleisen og Anne Gjelsvik som har kommentert tidligere utkast av denne teksten, til Maj Camilla Munkejord og de andre deltakerne på seminar den 26.01.12 ved Høyskolen i Finnmark, til Janne Stigen Drangsholt, Stine Helena Bang Svendsen og de andre deltakerne på PhD workshop den 27.10.2011 ved Universitetet i Stavanger.

- 2 Sitatene er hentet fra Rønningens leder på side 7 i magasinet. Videre vil alle kommentarer knyttet til hans omtaler av magasinet være hentet fra denne lederen, med mindre andre referanser oppgis.
- 3 Alfa var ved oppstarten eid av Aller Media. Det første nummeret solgte rundt 35 000 utgaver, men ved andre utgave gikk salgstallene ned til 23 000, og nedgangen fortsatte gjennom 2011. I oktober 2011 gikk Alfa konkurs og Rønningen fratrådte sin stilling. Det ble i desember 2011 kjøpt opp av Egmont og fortsatte med Mats Ulshagen som ansvarlig redaktør.
- 4 Noen eksempler: Bøkene Med mandat til å drepe (anonym 2010), Brødre i Blodet (Johansen 2011) og romanen Stridsrelasjoner (Sæveraas 2010), tv-dokumentarene Norge i krig – oppdrag Afghanistan (NRK 1 2011) og Krigens pris – makt og avmakt (TV2 2010), filmen Upperdog (Sara Johnsen, 2009) hvor en historie handler om den norske soldaten som skyter en sivil i Afghanistan.
- 5 Se Akerhaug (2010), Ege et al. (2010), Gilbrant (2010).
- 6 Se også Stuart Halls formulering av artikulasjonsbegrepet: «Articulation is the connection that can make a unity of two different elements, under certain conditions. It is a linkage which is not necessary, determined, absolute and essential for all time. You have to ask, under what conditions under what circumstances can a connection be forged or made? The so-called unity of a discourse is really the articulation of different, distinct elements that can be rearticulated in different ways because they have no elements of 'belongingness'. The 'unity' which matters is a linkage between the articulated discourse and the social forces with which it can, under certain historical conditions, but need not necessarily, be connected» (Hall 1986 i Schlack 1996:112).
- 7 Reportasjen er skrevet av Magnus Rønningen, mens fotografier er ved Sebastian Ludvigsen.
- 8 Det humoristiske aspektet ved deres fremtreden, i kontrast til den høyteknologiske utrustningen til ISAF-styrkene, kommer også til uttrykk i et intervju med major Kristian Simensen på side 116. Han påpeker at når den du kjemper sammen med stiller opp med gamle våpen og hest som framkomstmiddel, må man nesten bare «flire».
- 9 Det kan imidlertid også hevdes at den nevnte filmen Fight Club reproducerer det samme maskulinitetsidealet som den tilsynelatende gir seg ut for å kritisere. Mark Simpson (2004) bruker filmen som eksempel på at selv fremstillingen av den voldelige mannen i mediekulturen har endret karakter i en trend han benevner som metro-krigere, der den eksplisitte seksualiserte poseringen er essensiell. I filmen er det paradoksalt nok skuespilleren Brad Pitt, tidligere modell for designmerket Calvin Klein (sic), som skal representere en autentisk maskulinitet i kontrast til en overfladisk konsumkultur.
- 10 I den sammenheng er det interessant å merke seg at i 2011 gikk Ihle inn som redaktør i magasinet Alfa.
- 11 Et eksempel på en slik diskurs var når arbeiderpartipolitikerens Hadja Tajik konstaterte at «pappaperm er sexy», som tilsvar til investor Jan Haudemann-Andersens diskreditering av menn som er hjemme med spedbarn (Norli 2011).
- 12 Se: www.nasf.no/
- 13 Se: <http://www.bergenairsoft.no/> og <http://www.mr-airsoft.com/news.php>
- 14 Paintball deles gjerne inn i banespill, skogsspill og scenariospill. Den sistnevnte aktiviteten er den som tilsynelatende har størst likhet med airsoft. Dette handler om en rekonstruksjon av en hendelse, som en krigs- eller gisselsituasjon. Her skal deltakernes utstyr helst ligne på ekte våpen og utstyr i

tiden for den aktuelle hendelsen.

15 Se: <http://tcu.no/showthread.php?316-Paintballnorge-og-TCU>

16 Se for eksempel: <http://www.fredrikstadpb.no/utdrikningslag.html>

17 Se: http://www.oslopaintball.no/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=4,
<http://scorpions.no/>

18 Gibson gjorde feltarbeid i amerikansk paintball-miljø på midten av 1980-tallet, da airsoft-kulturen ikke hadde blitt etablert. Men argumentasjonen knyttet til dette som en refleksiv aktivitet er relevant for begge disse kulturene i den norske samtiden. Hans interesse for paintball kan relateres til den praksis som går under navnet scenariospill.

19 Se: http://www.xlpaintball.no/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=67

20 Se: <http://www.ravnafloke.com/land/land.html>

21 Se: http://www.sandefjordpaintball.no/index.php?main_page=product_info&products_id=2155

Paper 3

Ikke tilgjengelig i UiS Brage.

Paper 4

Ikke tilgjengelig i UiS Brage.