

Manlighet i förändring
En studie av mansroller och mansideal
i livsstilstidningen *Café* 1990–2015

Pro gradu-avhandling i historia

Jael Nyman

Magisterprogrammet kultur och kommunikation

Humanistiska fakulteten vid

Helsingfors universitet

Handledare:

Björn Forsén, Henrika Tandefelt

Vårterminen 2017



Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Humanistiska fakulteten		Laitos – Institution – Department Institutionen för filosofi, historia, kultur- och konstforskning	
Tekijä – Författare – Author Jael Maxine Elise Nyman			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Manlighet i förändring. En studie av mansroller och mansideal i livsstilstidningen <i>Café</i> 1990–2015			
Oppiaine – Läroämne – Subject Historia			
Työn laji – Arbetets art – Level Avhandling pro gradu		Aika – Datum – Month and year 25.4.2017	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 92
Tiivistelmä – Referat – Abstract <p>Denna pro gradu granskar förändringar i mansroller och mansideal i livsstilstidningen <i>Café</i> under åren 1990–2015. Sedan livsstilstidningar för män fick sitt stora genombrott i medlet av 1990-talet har det bedrivits en del internationell forskning om mansroller i tidningarna. Däremot har få bedrivit forskning ur ett komparativt, historiskt perspektiv där mansroller och mansideal under olika årtionden i samma tidning jämförs under en längre tidsperiod.</p> <p>Undersökningen utgår från tre frågeställningar. Vilka mansroller och mansideal syns i tidningen <i>Café</i> under åren 1990–2015 och hur förändras de över åren? Vad förväntas mannen intressera sig för och förändras det? Hur förankrar sig förändringarna i samhällsutvecklingen?</p> <p>Mansrollen, liksom vad som uppfattas som manligt respektive omanligt, har förändrats under de senaste 30 åren. Forskare talar om en manlighetens kris där män i takt med att könsroller ifrågasatts är allt mer osäkra på sin manliga identitet. Livsstilstidningar för män är både en representerande och en mobiliserande faktor i hur manlighet uppfattas och därför är det motiverat att studera förändringar i dem. <i>Café</i> har utkommit utan avbrott sedan 1990, vilket gör att förändringarna syns tydligt och är jämförbara. Källmaterialet består av en ytlig genomgång av samtliga nummer 1990–2015, samt djupare analys av totalt 35 nummer från årgångarna 1990, 1995, 2000, 2005, 2010 och 2015. Metoden som används är en kombination av både kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys samt bildanalys. Först analyseras de utvecklingstrender som syns i källmaterialet och därefter kopplas de till mansforskning och sätts in i en samhällelig kontext.</p> <p>Undersökningens resultat vittnar om markanta förändringar i de mansroller och -ideal som porträtteras i <i>Café</i> 1990–2015. Till en början erbjuds ett snävt utbud av mansideal, men under åren utvecklas bilden av manlighet mot ett allt mer mångfacetterat håll. Den för 1990- och 2000-talet typiska grabbigheten, sexismen, homofobin och vita hegemonin ger plats åt varierad etnisk bakgrund, olika sexuella läggningar och en mer barnorienterad maskulinitet. Att bry sig om sitt utseende går från något som anses omanligt till manligt och de objektifierade porträtterade kvinnorna har försvunnit helt från tidningen. Samtliga utvecklingstrender kan ses i ljuset av samhällsutvecklingen med bland annat ökad invandring, aktivt jämställdhetsarbete och regeringens pappapolitik samt ökad estetisering av manskroppen.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords Livsstilstidningar, maskulinitet, mansroll, manlighet.			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			

Innehåll

I Inledning	4
1. Forskningsfråga och syfte	5
2. Livsstilstidningar för män som forskningsfält	6
<i>Den nya mannen och tidiga försök</i>	6
<i>Framgångssagan Loaded och den nya grabben</i>	7
<i>Källmaterialet: Varför studera livsstilstidningen Café?</i>	8
<i>Om Café: återkommande element och målgrupp</i>	10
3. Metod.....	10
4. Teoretiska sammanhang	12
<i>Mansforskning</i>	12
<i>Maskulinitet, manlighet och mansroller</i>	13
<i>Hegemonisk maskulinitet och motpolerna manligt– omanligt</i>	14
<i>Manlighetens kris</i>	15
<i>Den nya mannen, velourpappan och mjukismannen</i>	15
II Utveckling i det svenska samhället.....	17
1. Faderskap och en ny barnorienterad maskulinitet	17
2. Stark, osårbar och allt mer estetiserad: om manlig hälsa och kropp	18
3. Ökad invandring och ifrågasatt vit hegemoni.....	19
4. Heteronormativitet och nya HBTQI-perspektiv.....	22
5. Digital revolution och globalisering.....	23
6. Jämställdhetsdebatt och socialpolitiska förändringar.....	24
III Mansideal och maskulina temata i <i>Café</i>	26
1. Fokus på faderskap.....	26
2. Utseende och hälsa spelar roll.....	30
3. En allt mer mångkulturell tidning.....	36
4. Heteronormativiteten luckras upp.....	45
5. Bilar, prylar och riskfyllda äventyr.....	48

IV Mannen i <i>Café</i> och hans syn på kvinnan	56
1. Synen på kvinnan: sexobjekt eller osynlig?	56
<i>Kvinnor i personporträtt</i>	61
2. Vem är den typiske mannen i <i>Café</i> ?	69
<i>Vita, heterosexuella och framgångsrika: männen i personporträtten</i>	69
<i>Männen på bild</i>	72
<i>Från den nya grabben till en mjukare manlighet</i>	77
3. Manlighetens kris – tidningen som forum för diskussion.....	79
V Avslutning.....	82
Källor och forskningslitteratur	85
Bilagor.....	92

I Inledning

Tidningen *Café* grundades år 1990 och är den äldsta svenska livsstilstidningen för män som fortfarande ges ut i Sverige i samma format. På 1990-talet växte genren livsstilstidningar för män kraftigt i bland annat Sverige, England och USA. *Café* fick flera konkurrenter, däribland tidningarna *Slitz*, *Moore* och *FHM Sverige*. De här livsstilstidningarna riktade till män prydde ännu i medlet av 2000-talet sina omslag med lättklädda kvinnor som i tidningarna kom till tals främst via sitt utseende, sina förhållanden till män eller ett sexuellt arbete. Texterna i den här sortens tidningar var skrivna i grabbig ton med ironisk humor.¹

Svenska livsstilstidningar för män har ändå genomgått ett brytningsskede det senaste årtiondet. Hur tidningarna porträtterar män och kvinnor och vilka mansroller som kommer till tals i tidningarna och i vilken kontext, har förändrats drastiskt.

De senaste åren har flera livsstilstidningar för män lagts ner eller genomgått omfattande förvandlingar och fått en helt ny stil. Till exempel ges *Moore* efter sin totalförändring 2014 i dag ut endast i digitalt format och saknar helt de förut typiska objektifierat porträtterade kvinnorna. Dåvarande chefredaktör Martin Ridne förklarar förändringen i en artikel för *dagensmedia.se* i början av år 2011: ”Folk är trötta på bimboexploateringen. Kvinnorna är med för att de är coola och kaxiga, de behöver inte stå på alla fyra och svanka och visa bröstet.”² Även den för 00-talet typiska grabbiga tonen har försvunnit.³ Tidningen *Slitz*, som getts ut sedan 1990-talet, lades till slut helt ned år 2012. I en intervju i *Dagens Nyheter* förklarar dåvarande chefredaktör Niklas Dag och Natt förändringen: ”Vi har märkt av en attitydförändring i vår målgrupp. Den svenska grabbigheten håller långsamt på att dö ut. Vår slutsats är att svenska killar i dag efterfrågar en smartare tidning och inte en tidning med den grad av nakenhet vi haft tidigare.”⁴

Genusforskaren Marie Nordberg har undersökt svenska tidskrifter riktade till män. Enligt henne håller begreppet manlighet på att förändras. I en intervju i *Dagens Nyheter* år 2007 förklarar hon utvecklingen så här:

¹ Benwell 2003, 9-14; Crewe 2003a: 92-100, 108; m.fl.

² Drenzel 2011.

³ *Moore* finns tillgänglig på adressen www.moore.se.

⁴ Ullberg 2007.

Svenska män är i dag mer intresserade av att läsa om mode och stil och mindre intresserade av att odla sin manlighet med hjälp av nakna brudar i en tidskrift. Tendenserna är desamma i England där grabbiga magasin som *Loaded* tappar i försäljning medan modetidskrifter för män vinner mark. Det har skett en förändring som gör att grabbigheten känns förlegad, jämställdheten har faktiskt gått in och förändrat. I dag ses grabbigheten som mycket mer suspekt, de killar som växer upp nu vet att det här sättet att betrakta kvinnor inte längre är gångbart.⁵

År 2011 lanserades tidningen *Pappa*, livsstilstidningen för pappor och regnbågstidningen *BOY Magazine* år 2015.⁶ Även om *Pappa* lades ner efter några år (2013) säger det en hel del om de tider vi lever i. När man i dag slår upp till exempel *Café* ser man män från olika områden i samhället, av olika hudfärg och sexualitet. I dag ifrågasätts även den traditionella manligheten och vilka problem den medför i tidningarna.⁷ Samtidigt har kvinnor porträtterat på ett sexualiserat sätt har försvunnit från de här tidningarna.⁸

1. Forskningsfråga och syfte

Syftet med den här avhandlingen är att undersöka vilka mansroller och mansideal den svenska livsstilstidningen *Café* erbjuder och hur dessa har förändrats under tidningens utgivningshistoria, samt hur mannen och de teman han förväntas intressera sig för beskrivs från det första numret av tidningen år 1990 fram till år 2015. Eftersom kvinnan är en så stor del av livsstilstidningar för män under vissa årtionden blir syftet därmed även att undersöka hur mannens syn på kvinnan förändrats i tidningen.

Den här undersökningen studerar också hur förändringarna har gått till, vilka trender och idémässiga utvecklingar som har lett fram till den nuvarande linjen i tidningen och placerar tillslut förändringarna i en samhällelig kontext. Märks till exempel regeringens pappapolitik eller jämställdhetsarbetet i mitt material? Hur påverkas de mansroller tidningen erbjuder av en ökad invandring i det svenska samhället på 1990-talet? Kan de förändringar som syns i tidningen kopplas till utvecklingen i samhället? Hur syns den svenska diskussionen om manlighet och mansrollens förändring i materialet?

⁵ Ullberg 2007.

⁶ Uppgifter plockade från Kungliga Bibliotekets digitala databas Regina, sökning på tidskrifter för män 1940-2017, sökning gjord oktober 2016.

⁷ Se till exempel intervju med skådespelaren Armand Mirpour i *Café* 11/2015, 148.

⁸ Till exempel från *Moore* och *Café*.

Mina forskningsfrågor är:

1. Vilka mansroller och mansideal syns i *Café* under åren 1990-2015 och hur förändras dessa?
2. Vad förväntas mannen intressera sig för och sker det en förändring över tid?
3. Kan de förändringar som syns i tidningen kopplas till utvecklingen i samhället?

Textens struktur är uppbyggd så att jag i kapitel ett (Inledning) först presenterar avhandlingens syfte och mina forskningsfrågor samt källmaterialet, metod och slutligen teoretiska sammanhang. Därefter kommer jag att belysa de (för mitt material) mest relevanta samhällseliga förändringarna i kapitel två (Utveckling i det svenska samhället). I kapitel tre (Mansideal och maskulina temata i *Café*) och fyra (Mannen i *Café* och hans syn på kvinnan) analyserar jag förändringarna i *Café*, samt diskuterar samhällselig kontext. I kapitel fem (Avslutning) sammanfattar jag mina viktigaste resultat utgående från mina forskningsfrågor.

2. Livsstilstidningar för män som forskningsfält

Den nya mannen och tidiga försök

Den moderna versionen av livsstilstidningar för män är ett relativt nytt tillskott i tidningshyllan. Bland de tidiga föregångarna för de moderna livsstilstidningarna för män fanns ändå både *Esquire* och *Playboy*. *Esquire* gavs ut i USA grundades redan på 1930-talet och skrev om ämnen som stil, fritidssysselsättning, resor och mat, vid sidan av vågade serier och bilder på pin-ups.⁹ Senare började även Hugh Hefners *Playboy* utkomma. Trots en del kritik blev tidningen en enorm succé, med ett liknande framgångsrecept som *Esquire*, där livsstilstexter varvades med nakenbilder.¹⁰ Sitt stora genombrott fick livsstilstidningarna för män ändå inte förrän slutet av seklet med framgångssagan *Loaded*, som började utkomma år 1994. Flera politiska och ekonomiska förändringar hade skett i det västerländska samhället under 1900-talets senare hälft och en inriktning på ett mer konsumtionsorienterat samhälle resulterade i ett ökat antal livsstilstidningar för kvinnor. Mot slutet av 1980-talet såg man en stor potentiell manlig marknad, men visste inte riktigt hur man skulle rikta sig till den.¹¹ Även om män redan köpte tidningar som handlade om någon specifik hobby var man skeptisk till

⁹ Osgerby 2003, 66-71.

¹⁰ Osgerby 2003, 75-81.

¹¹ Gill 2007, 204-205.

att de skulle intressera sig för en tidning som enbart handlade om livsstil för män. För det andra visste man inte vilken samtalston tidningen skulle ta; till exempel hade tidningar för kvinnor anammat en intim ton där läsaren tilltalades som en nära vän, men detta misstänkte man att i tidningar för män skulle upplevas som något för nära gränsen av homosexualitet.¹²

Då man på 1980-talet började tala om en ny typ av manlighet, den nya mannen,¹³ såg annonsörer och redaktörer äntligen en ny marknad växa fram. Flera försök till livsstilstidningar för män gjordes på 1980-talet i den anglosaxiska världen, men trots det lyckades man inte nå ut till den manliga läsaren med en ny slags tidning.¹⁴ Livsstilstidningar för män blev något som både annonsörer och redaktörer ansåg som en omöjlig dröm och länge såg man cyniskt på nya försök inom genren.¹⁵

*Framgångssagan Loaded och den nya grabben (New Lad)*¹⁶

År 1994 lanserades tidningen *Loaded* i Storbritannien, som representerade en helt ny tidningsgenre. *Loaded* kritiserades av akademiker och nyhetstidningar för dess sexistiska innehåll och för dess negativa kontribution till modern könspolitik, men populariteten bland läsarna gick inte att betvivla. Tidningens sexistiska ton med grabbig humor kom att ge upphov till det retoriska begreppet New Lad, det vill säga den nya grabben. I *Loaded*s första upplaga skrev chefredaktören James Brown i ledaren att tidningen var tillägnad ”liv, frihet och sökandet av sex, alkohol, fotboll och mindre seriösa ämnen”, vilket är en ganska passande beskrivning på den nya grabben.¹⁷ Den nya grabben var hedonistisk, kvick med sina repliker och ständigt intresserad av heterosexuellt sex och brudar. *Loaded*s slogan ”För män som borde veta bättre” förmedlade tidningens attityd: för män som vet att de får kritik för sina intressen och hobbyn, som till exempel konsumtion av pornografi, men inte bryr sig.¹⁸ På ett år blev tidningen den största inom sin sektor,¹⁹ och succén resulterade i flera försök att kopiera och spinna vidare på det lyckade konceptet. Tidningen *FHM* grundades för killar som kände att

¹² Gill 2007, 204-205.

¹³ Den nya mannen behandlas mer ingående i kapitlet Teoretiska sammanhang.

¹⁴ En stor besvikelse blev till exempel den manliga versionen av damtidningen *Cosmopolitan*, *Cosmo Man*. *Cosmopolitan*s redaktörer hade redan länge varit medvetna om det relativt stora antalet manliga läsare de hade, men *Cosmo Man* floppade totalt, Gill 2007, 204-205.

¹⁵ Crewe 2003b, 42-43.

¹⁶ Den nya grabben är en egen översättning av det engelska etablerade begreppet New lad.

¹⁷ Crewe 2003a, 95.

¹⁸ Crewe 2003b, 123-131.

¹⁹ Benwell 2003, 9-14; Crewe 2003a, 92-100, 108

de vuxit ur *Loaded*, och tidningen *Maxim* blev männens motsvarighet till damtidningen *Cosmopolitan*.²⁰ Under 90-talet var livsstilstidningar för män den snabbast växande kategorin av konsumtionsinriktade tidningar med en tillväxt på 400 procent under åren 1991-1996.²¹ Det som började som ett brittiskt fenomen spred sig också över Atlanten där bland annat de amerikanska versionerna av *FHM* och *Maxim* hade stor framgång.²² Även i Sverige skedde samma utveckling där bland annat *Slitz* och *Café*, började utkomma på 1990-talet och fick sällskap av bland annat *Moore* och *FHM Sverige* i början av 2000-talet.

Källmaterialet: Varför studera livsstilstidningen Café?

Media är ett viktigt område för mansforskningen. Medierna som hör till populärkulturen har en viktig roll i att definiera och forma kulturen.²³ Min studie lägger fokus vid livsstilstidningar för män, som är en del av populärkulturen. Med livsstilstidningar för män avses i det här sammanhanget tidningar som inte är hobbytidningar och därmed inte fokuserar på någon specifik aspekt, så som till exempel jakttidningar, motortidningar eller fisketidningar. Orsaken till att jag valt just livsstilstidningar för män är att de är både en representerande och mobiliserande faktor i hur manlighet och mansrollen uppfattas och vad de är. De både speglar och konstruerar de roller och normer vi har i vårt samhälle. Livsstilstidningarna för män representerar mansroller vi har i samhället, men det snäva utbudet av olika roller ger en begränsad skala av rollmodeller för unga män.²⁴ Det är inte bara i mäns livsstilstidningar som stereotypa bilder finns. Även damtidningarna förmedlar stereotypa bilder av mannen och kvinnan.²⁵

Livsstilstidningar är i allmänhet snabba på att reagera på samhällseliga förändringar. De livnär sig till stor del på annonsintäkter och det ligger i annonsörernas intresse att läsarna känner igen sig och tilltalas av tidningens ton. Annonsörer och sponsorer vill sällan riskera att förknippas med frågor som kunde påverka deras varumärkesimage negativt, till exempel drar många sponsorer sig undan om till exempel en idrottare förknippas med skandaler.²⁶ Därför

²⁰ Crewe 2003b, 50-59.

²¹ Audit Bureau of Circulations, Magazine Circulation ur Stevenson; et al. 2003, 118-119

²² Gill 2007, 209-210.

²³ Craig 1992, 3.

²⁴ Benwell 2003, 7.

²⁵ Bland annat Mäklin 2005 och Punkka 2004.

²⁶ Flera exempel på detta finns. Till de kändaste fallen hör nog golfspelaren Tiger Woods som miste flera olika sponsoravtal, bland annat Tag Heur och Gillette, i och med otrohetsskandalen han var involverad i år 2009, och

kan tidningarna snabbt behöva anpassa sig till förändringar i samhället. Samtidigt är ändå tidningarna också med och upprätthåller normer då de erbjuder unga läsare vissa typer av roller och utesluter andra. På grund av dessa faktorer kan en studie i hur livsstilstidningar utvecklats under årens lopp berätta något om förändringar i samhället på ett mer allmänt plan.²⁷

Jag har valt att studera just livsstilstidningen *Café* av tre orsaker. Tidningen har getts ut utan avbrott i över 25 år. Det är därmed den äldsta svenska livsstilstidningen för män som fortfarande ges ut i samma format. Att *Café* getts ut i mer än 25 år ger kontinuitet i mitt material, och det blir lättare att skönja stora tendenser och mönster över åren. Det saknas offentlig kumulativ statistik på andra livsstilstidningar för män än *Café*, så det går inte att jämföra vilken tidning som haft flest läsare. Men med tanke på att *Café* har getts ut så länge hör den åtminstone till de största inom sin genre. I tidningen skrivs under olika tillfällen också ut att det är den största livsstilstidningen för män i Sverige.²⁸ *Cafés* upplaga varierar mellan 21 000 och 46 000 över de undersökta årens lopp,²⁹ vilket gör den till en betydande kanal.

Många av de livsstilstidningar för män som gavs ut på 00-talet bestod delvis av översatt material,³⁰ men *Café* innehåller helt och hållet unikt material producerat av den svenska redaktionen, tidningen saknar en internationell version. Därmed är dess innehåll inte styrt av någon annan aktör och reflekterar utvecklingen i det svenska samhället mer rakt av.

Om Café: återkommande element och målgrupp

till de färskare fallen kan räknas längdskidåkaren Therese Johaug som förlorade sitt miljonkontrakt med Fischer efter att ha åkt fast för doping 2016.

²⁷ Benwell 2003, 7.

²⁸ Till exempel skriver chefredaktör Jens Stenberg i ledaren av *Café* 5/2010 att *Café* var Sveriges största livsstilsmagasin för män och den enda i sin nisch som växer.

²⁹ I bilaga 1 längst bak syns utvecklingen i TS-upplagan över tidsperioden 1995-2015. Uppgifter för perioden 1990-1995 finns inte att tillgå.

³⁰ Observera att flera livsstilstidningar för kvinnor även delvis utgörs av översatt material, till exempel *Cosmopolitan*.

Tidningen *Café* har getts ut sedan år 1990 och riktar sig till vuxna män. På tidningens webbsida beskrivs innehållet i *Café* i dag så här: ”Modebevakning och stiltips varvat med djuplodande reportage, dokumentärer och intervjuer med aktuella personligheter. Dessutom träning, prylar, teknik och resor. Allt av Sveriges och världens bästa skribenter och fotografer.”³¹

Precis som de flesta livsstilstidningar består *Café* av ett omslag, eller en pärm, där man får en inblick i tidningens innehåll med hjälp av lockande rubriker, samt en omslagsbild på en aktuell, i tidningen intervjuad, person. Det finns alltid en ledare som efter årgång 1990 varit signerad chefredaktören, innan det skrevs den av signaturen ”Redaktionen”. Tidningen har under årens lopp innehållit olika återkommande element. Musikrecensioner, bokrecensioner, filmrecensioner och spelrecensioner har alltid varit en del av tidningen, under en lång period hette dessa *Förspel*, i dag heter de *Café Koll*. Gallup-element i form av en panel som diskuterar olika teman fanns med årgångarna 1990-2005, år 1990 som *Killpanelen* och därefter som *Tjeppanelen*. Reportage om teman som krig, kriminella, äventyr och tragedier har alltid ingått i tidningen och går under namnet *Dokument*. Under vissa årgångar förekommer utvecklingssidor som går under namnet *Portfolio*. Mode och stil, personporträtt på aktuella kvinnor och män, samt träning och krönikor hör även till tidningen. Precis som övriga livsstilstidningar innehåller även *Café* en hel del annonser.

Ett exemplar av tidningen *Café* är i medeltal 170 sidor. Tidningen var något tunnare på 1990-talet än den var under de senare årgångarna. På 1990-talet var tidningen i medeltal 150 sidor, på 2000-talet var tidningen i medeltal 190 sidor och på 2010-talet 170 sidor.

3. Metod

Den här undersökningen bygger på en genomgång av samtliga årgångar av livsstilstidningen *Café* 1990–2015. De första åren tidning gavs ut utkom mellan 5-8 nummer av tidningen per år, därefter har tidningen getts ut månatligen. Det betyder att det är ett rätt omfattande material som innefattar 25 årgångar, majoriteten bestående av 12 nummer per årgång. Tidningen består av omkring 170 sidor. För att möjliggöra djupanalys av materialet har jag utöver en allmän överblick av samtliga nummer, valt att koncentrera mig på sex år för noggrannare analys: 1990, 1995, 2000, 2005, 2010 och 2015. Av dessa årgångar har jag plockat ut sex nummer per

³¹ Cafe.se: prenumerera, 2017.

årgång jag tycker är representativa och beskrivande för helheten. I den här sortens tidningar är det lätt att se mönster, eftersom numren följer samma koncept och uppbyggnad år efter år. Därmed är ett mindre urval tidningar som analyseras på djupet beskrivande för helheten. Att tidningarna är regelbundna och följer typiska mönster och innehåller samma typs ämnen, gör också att det var lätt att se när saker förändras eller något avviker från mönstret. Till exempel en överblick över pärmarna gjorde det snabbt tydligt att det finns vissa saker som är intressanta att analysera närmare, så som vem som porträtteras på pärmen och hur, vilka rubriker som lyfts upp på pärmen och hurdan reportagens och personporträttens bildsättning är. De nummer jag valt att plocka ut för djupanalys är samtliga nummer som utkom år 1990 och 1995, det vill säga nummer 1-5 år 1990 och 1-6 år 1995; vartannat nummer för år 2000, 2005, 2010 och 2015, det vill säga nummer 1, 3, 5, 7, 9 och 11 för de ovannämnda årgångarna.

Den här avhandlingen bygger på en kombination av kvantitativ och kvalitativ analys. Framför allt i den här sortens material är det viktigt att fördjupa kvantitativa analyser med kvalitativa och till exempel beakta vilken kontext olika ämnen tas upp i. Livsstilstidningar för män innehåller ofta en hel del ironisk humor,³² som gör att enbart statistik och siffror kan ge ett missvisande resultat, till exempel om man bara räknar hur många gånger homosexualitet nämns.³³

Den kvalitativa analysen baserar sig på både text- och bildanalys. Pärmen är en viktig del av min undersökning, eftersom det är tidningens fönster utåt och ska locka läsare, samt för att det sker så stora förändringar där. Även ledarna är viktiga, eftersom de ofta behandlar bakgrund för varför vissa ämnen tas upp i tidningen, samt i de fall då förändringar görs behandlas det ibland i ledaren. Dessa bidrar därmed med tidningens egen analys över innehåll och förändring och vad de vill poängtera för läsaren beträffande detta.

Vad gäller innehållet (både bild och text) har jag bland annat undersökt vilka typer av män som lyfts upp i tidningen och i vilket sammanhang och vilka kvinnor som lyfts upp och i vilket sammanhang. Jag har även undersökt hur mycket olika etniska bakgrund och olika sexualiteter syns i tidningen, med särskild betoning på personporträtten. Utöver det här ser jag på vilka ämnen som förväntas intressera den svenska mannen som läser *Café* under de olika

³² Benwell 2003, 9-14; Crewe 2003a, 92-100, 108.

³³ I min kandidatavhandling analyserade jag tidningen *Moore*: i *Moore* var det vanligt att till exempel då något som avvek från normen togs upp gjordes det i ett hånande syfte, till exempel gällde det här homosexualitet, maskulina kvinnor och övervikt.

årtiondena. Dessa förändringar som jag hittar i tidningen ses i ljus av den utveckling som sker i samhället, bland annat beträffande rasism, jämställdhet, faderskap och HBTQI-rättigheter.

4. Teoretiska sammanhang

Mansforskning

Med mansforskning avses i den här avhandlingen forskning om mansroller, maskulinitet samt forskning om hierarkin mellan olika mansroller i samhället. I vårt samhälle har vi invanda bilder av hur en man respektive kvinna ska vara. Vi talar om att vi socialt konstruerar normer för män och kvinnor.³⁴ Under 1980- och 1990-talen uppstod det i västvärlden ett intresse för mansforskning och begrepp som manlighet och maskulinitet.³⁵ Begreppen manlighet och maskulinitet används i den här avhandlingen parallellt. Under 1980- och 1990-talen började debatten om män och pojkar också bli allt synligare i media och offentligheten i västvärlden.³⁶ Mansforskningen etablerades som ett eget forskningsfält vid sidan av kvinno- och genusforskning som mansforskning i hög grad utgick från.³⁷ Bland annat amerikanska Michael Kimmel, australiensiska Raewynn Connell och brittiska Jeff Hearn hör till de mest betydelsefulla forskarna inom den tidiga mansforskningen³⁸. Vid slutet av 1990-talet hade mansforskningen blivit ett globalt ämne, med lokala variationer och inriktningar.³⁹ Till mansforskningens viktiga uppgifter hör att identifiera och analysera makt- och dominansförhållanden, dekonstruera former av dominant manlighet samt undersöka hur nya former av manlighet konstrueras socialt. Den kan lyfta fram dolda sidor av manlighet och sådana maskuliniteter som kommit i skymundan av den hegemoniska maskuliniteten.⁴⁰

Mansforskning under 1990-talet kunde bland annat visa på att de män som syntes i media hade makt, var framgångsrika, hade höga poster i arbetsvärlden, var aktiva och mer intresserade av materiella saker, i motsats till kvinnorna som av medierna porträtterades i samband med känslor och frågor som berörde familjen.⁴¹ Den typiska mannen som syntes i media var enligt forskning på 1990-talet vithyad, hörde till medelklassen och var

³⁴ Craig 1992, 1-7.

³⁵ Gill 2007, 20, 29.

³⁶ Kimmel, Hearn, Connell 2005, 1-2.

³⁷ Johansson 2000, 11.

³⁸ Se bland annat Kimmel, Hearn, Connell 2005.

³⁹ Kimmel, Hearn, Connell 2005, 4-6; Gill 2007, 30.

⁴⁰ Johansson 2000, 27-29.

⁴¹ Fejes 1992, 12.

heterosexuell.⁴² Enligt en svensk studie porträtterades också män oftare som experter jämfört med kvinnor.⁴³

Inom nutida mansforskning kan man enligt en av de mest betydande svenska mansforskarna Thomas Johansson urskilja tre huvudvinklar och -teorier. För det första teorier om patriarkatet, till exempel mäns maktmissbruk mot kvinnor och barn som våldtäkt och misshandel. För det andra teorier kopplade till rationalitetsteorin, som baserar sig på tanken att individer alltid handlar utifrån ett utilitaristiskt tänkande. Och för det tredje finns forskning i anknytning till det som har kallats den hegemoniska maskuliniteten⁴⁴, till exempel studier om vilka andra maskuliniteter det finns samt deras inbördes hierarki.⁴⁵ Den här avhandlingen rör sig inom sfären för det sistnämnda alternativet.

Maskulinitet, manlighet och mansroller

Den här avhandlingen diskuterar maskulinitet och vad för typ av maskulinitet eller mansroll som tidningen *Café* erbjuder. Våld- och maskulinitetsforskaren Lucas Gottzén förklarar maskulinitet så här: "Begreppet maskulinitet bygger på en specifik syn på kön, närmare bestämt på uppdelningen i biologiskt och socialt kön; kön/genus. Den ena grundtanken i maskulinitetsteorier är att könen ses som dikotoma, det vill säga motsatta. Den andra är att det biologiska könet, kroppen, ses som relativt oformbart medan det sociala könet ses som kulturellt, historiskt och socialt föränderligt. Detta betyder att det män är och gör skiljer sig åt i olika historiska och kulturella sammanhang."⁴⁶ Den här avhandlingen följer båda dessa perspektiv, det vill säga tanken att kultur, historia och sociala faktorer påverkar vad maskulinitet är i vårt samhälle samt att könen ses som dikotoma. Det vill säga att konstruktionen av vad som är manligt respektive kvinnligt påverkar varandra och de är varandras motsats. Maskulinitet och manlighet används i den här avhandlingen synonymt. Med mansroll däremot syftas på vilka roller, reella eller fiktiva som erbjuds. Mansrollerna är hierarkiserade i vårt samhälle där mansidealet, eller den hegemoniska maskuliniteten finns högst upp.

⁴² Fejes 1992, 12.

⁴³ Kleberg 2006, 28.

⁴⁴ Hegemonisk maskulinitet behandlas på följande sida.

⁴⁵ Johansson 2000: 26-27.

⁴⁶ Gottzén 2014, konferensen Jämställdhet 2.0

Hegemonisk maskulinitet samt motpolerna manligt–omanligt

Teorin om den hegemoniska maskuliniteten är central för den här avhandlingen. Den bottnar i Antonio Gramscis hegemoniteori som syftar på att någon klass/grupp har en överordnad position över andra.⁴⁷ En av de mest kända mansforskarna Robert W. Connell⁴⁸ myntade teorin om den hegemoniska maskuliniteten år 1995.⁴⁹ Teorin bygger på att det i alla olika samhällen samtidigt existerar flere olika maskuliniteter, men att dessa maskuliniteter inte är jämlika, utan vissa är mer dominanta än andra. Den hegemoniska maskuliniteten är högst i hierarkin och innebär en stark maktposition. Till exempel har mansforskaren Arto Jokinen år 2000 definierat den hegemoniska maskuliniteten i Finland efter bland annat följande kriterier: han är fysiskt stark, en framgångsrik försörjare, politiskt och socialt framgångsrik, stabil till lynnet, rationell, kan försvara sig och är en heterosexuell skicklig älskare.⁵⁰ Vad som i dag är hegemonisk maskulinitet är inte nödvändigtvis det i framtiden, eftersom innehållet i hegemonin alltid kan ifrågasättas och utmanas då samhället förändras.⁵¹ Hegemonisk maskulinitet handlar med andra ord mera om en viss maskulinitet som eftersträvas, men som få kan leva upp till. Det här är något som syns en hel del i livsstilstidningar för män, där ambivalensen mellan ideal och verklighet syns och är föremål för ironisk humor⁵².

Redaktörerna för boken *Män i Norden: Manlighet och modernitet 1840-1940* Jørgen Lorentzen och Claes Ekenstam argumenterar för ett perspektiv som ser på dynamiken kring motpolerna manligt och omanligt. Att höra till kategorin manlig är aldrig en säker sak, utan en mans manlighet är något som ständigt står under hot att falla ned i kategorin omanligt. Manlighet är något som kontinuerligt måste bekräftas för omvärlden.⁵³ Vad som räknas som manligt skiljer sig beroende på kulturell och historisk kontext.⁵⁴ Att manlighet är något som ständigt måste bevisas talar redan mansforskaren Michael Kimmel för i sin bok *Manhood in America: a Cultural History*. Enligt Kimmel hör ständig strävan att leva upp till vissa ideal ihop med modern manlighet och det grundar sig i rädsla för att misslyckas. Den man som

⁴⁷ Jokinen 2000, 213-217.

⁴⁸ Robert W. Connell bytte sedermera namn till Raewyn Connell.

⁴⁹ Connell 1995.

⁵⁰ Jokinen 2000, 210-211, 213-217.

⁵¹ Gottzén 2014, konferensen Jämställdhet 2.0.

⁵² Se bland annat Benwell 2003, 153-162; Johansson 2000, 64-68.

⁵³ Lorentzen & Ekenstam 2006, 9-47.

⁵⁴ Bl.a. Lorentzen & Ekenstam 2006, 39

misslyckas med att bevisa eller prestera manlighet riskerar att bli förkastad och marginaliserad, det vill säga kan inte uppnå framgång i samhället enligt konventionella mått.⁵⁵

Manlighetens kris

Många forskare har under de senaste decennierna talat om en manlighetens kris.⁵⁶ Bland annat Johansson menar år 2000 att klyftan mellan den symboliska, traditionella manligheten och den verkliga manligheten har blivit allt större.⁵⁷ Idén om manlighetens kris syftar på att män i dag saknar realistiska manliga förebilder och känner sig allmänt desorienterade, vilket även kan ta sig uttryck i en slags konservativ reaktion på att männen förlorat mycket av den makt de tidigare hade i samhället och en diskussion om manlig dominans och patriarkatets fall.⁵⁸ En del forskare menar också att ett uttryck för manlighetens kris är att många män börjat ägna allt mer tid åt sitt utseende och att ta hand om sin kropp eller bygga muskler på gymmet.⁵⁹ Manlighetens kris syns även i den här avhandlingen.

Den nya mannen, velourpappan och mjukismannen

Vid 1900-talets senare hälft hade den andra vågens feminism sköljt över västvärlden,⁶⁰ och de rådande könsrollerna ifrågasattes och framförallt män som representerade den hegemoniska maskuliniteten kritiserades för att inte kunna kommunicera, för att vara för distanserade, för att vara okänsliga och oengagerade i sina relationer. På 1970 och 1980-talet efterlystes en ny typ av mansideal, en mer jämlik, kommunicerande och omhändertagande man.⁶¹ Ur detta föddes teorin om den nya mannen, en ny form av manlighet. Enligt genus- och medieforskaren Rosalind Gill var den nya mannen en feminiserad man som var osäker på sin identitet, upplevde sin manlighet som instabil och tyckte att det är okej att bry sig om sitt utseende, sina barn och hushållet.⁶² I Sverige kompletterades diskussionen om den nya mannen med begreppen mjukismannen och velourpappan, eller velourmannen, som myntades på 1970-talet och som i Svenska Akademiens Ordlista definieras som ett begrepp med vilket man skämtsamt syftar på pappor som visar mjukhet och gärna tar hand om barn och familj.⁶³ Forskaren Helena Hill har undersökt den svenska mansrörelsen Befria mannen, som var verksam under 1970-

⁵⁵ Kimmel 1996, 6-7.

⁵⁶ Bland annat Johansson 2000; Gill 2007, 32, 97-100.

⁵⁷ Johansson, 2000, 64-68.

⁵⁸ Johansson 2000, 115.

⁵⁹ Johansson 2000, 85-96, 64-68; Jokinen 2000, 124.

⁶⁰ Med andra vågens feminism avses feminismen år 1970-1980.

⁶¹ Gill 2007, 204-205.

⁶² Johansson 2000, 53-55; Gill 2007, 210-211.

⁶³ saol.se upplaga 13 år 2006, 1066.

och 1980-talen och förknippades med mjukismannen. Enligt henne kom dessa män, som till en början sågs som pionjärer i jakt på alternativa ideal bland annat på mansläger, slutligen att anklagas för att ha förlorat sin maskulina identitet. Deras mål var ursprungligen att förkasta det som hörde till den traditionella maskuliniteten, men då detta kom att bli en belastning blev det tillslut tvärtom. Mot slutet av 1980-talet skulle bilden av den veka, mjuka mannen tvättas bort och traditionellt manliga egenskaper lyftes upp i fokus, såsom mannens tilltänkta handlingskraft och rationalitet. Mjuka, feminina värden, omanlighet eller homosexualitet blev något man som ”riktig man” skulle undvika och i samband med pappaledighet ville män gärna framhäva traditionellt manliga intressen såsom boxning, whiskeydrickande eller pokerspelande⁶⁴.

⁶⁴ Hill 2007.

II Utveckling i det svenska samhället

För många kanske år 1990 inte känns så avlägset, men en hel del har skett sedan dess. Härnäst kommer vi att se närmare på en del av de större samhällsliga utvecklingstrenderna och politiska beslut som skett 1990-2015. Att just dessa tema är valda framom andra beror på att dessa är de trender som syns i mitt material och därmed är relevanta för den här avhandlingen. Socialpolitiska förändringarna i samhället är både ett resultat av förändrade attityder i samhället, liksom är de med och bildar ett ramverk som påverkar hur framtida normer och ideal formas. Ett exempel på det här är forskning som visar att lagförändring som tillåtit samkönat äktenskap i Europa påverkat attityder mot homosexuella i en positiv riktning.⁶⁵ Ett annat talande exempel är attitydförändringarna i samband med kriminaliseringen av köp av sexuella tjänster, som trädde i kraft år 1999. Enligt forskning hade lagen stor inverkan på attityder i samhället och hur vi förhåller oss till köp av sexuella tjänster.⁶⁶

1. Faderskap och en ny barnorienterad maskulinitet

Flera stora reformer gjordes under 1990-talet för att stimulera fäder att ta ett större ansvar över barnomsorg och hemmet. Bland annat infördes år 1994 kvotering av föräldraförsäkringen. Arbetet hade effekt. Till exempel resulterade det i ett ökat bruk av gemensam vårdnad efter skilsmässa, bland annat enligt vecka-vecka systemet där barnet bor varannan vecka med ena föräldern och varannan vecka med den andra. Allt fler pappor fortsatte att umgås med sina barn även efter skilsmässa och ett ökat antal barn bodde även med sina pappor efter skilsmässa. Fortfarande år 2005 var dock det vanligaste att barn som inte bodde med båda föräldrarna, bodde med sina mammor. Under 1990-talet började män i Sverige i allt större utsträckning ta ut föräldrapenning. År 1990 tog 7 procent ut föräldrapenning och år 2004 tog 19 procent ut föräldrapenning, vilket betyder att allt fler män stannade hemma från sina jobb och var föräldralediga. Kvoteringen av föräldrapenningen är en av de åtgärder som påverkat mäns uttag av föräldrapenningdagar allra mest. Under 1990-talet minskade också skillnaderna mellan kvinnor och män när det gällde obetalt hemarbete.⁶⁷

⁶⁵ Hooghe & Meeusen 2013.

⁶⁶ SOU 2010: 49, 123-126.

⁶⁷ SOU 2005:66, 247-287.

Att vara pappa blev trendigt i populärkulturen på 2000-talet då till exempel flera svenska pappaböcker dök upp. Thomas Johansson skriver i sin artikel "Maskuliniteter i förändring" år 2014 att pappaböcker är en relativt disparat genre som inrymmer både mer feministiskt färgade böcker som *Koka makaroner* till pappaböcker som lyfter fram en lite uppdaterad, men samtidigt relativt traditionell manlighet: "I denna flora av böcker hittar vi till exempel Dick Sundevalls pappabok (*Du ska bli pappa*) men även de mer självbiografiska böcker om faderskap som skrivits av diverse kändisar, som till exempel Martin "Robinsson" Melin, Alex Schulman, Marcus Birro med flera."⁶⁸ Även tidningen *Pappa* började ges ut i Sverige år 2011, och allt fler pappabloggar dök upp.⁶⁹

En del forskare har till och med talat om att den barnorienterade maskuliniteten kanske rentutav håller på att bli en ny hegemonisk maskulinitet. Lisbeth Bekkengen menar att den barnorienterade maskulinitet handlar om att "sätta ett högt värde på relationen till och kontakten med barn, samt att ha ett uttalat intresse för barns villkor."⁷⁰ Enligt Bekkengen finns det en stark samhällelig drivkraft att lyfta upp barnen i fokus samt förbättra barnens kontakt till pappan. Bland männen själva har den barnorienterade maskuliniteten på 2000-talet hamnat högt i hierarkin och den överordnas femininiteten, samtidigt som ändå majoriteten av män inte kan uppnå det här mansidealet utan den föräldralediga mannen existerar främst på en diskursiv nivå.⁷¹

2. Stark, osårbar och allt mer estetiserad: om manlig hälsa och kropp

Hur män förhåller sig till hälsa, kropp och utseende har förändrats under den undersökta tidsperioden. Det finns också skillnaderna i hur män och kvinnor förhåller sig till hälsa och kropp, framkommer ur den statliga utredningen *Män och jämställdhet*. Till exempel är mäns förväntade livslängd i genomsnitt 3,6 år kortare än kvinnors.⁷² Mansnormer påverkar mäns relation till vård och hälsa. Den traditionella manliga normen att vara "stark och osårbar" har bland annat som effekt att män söker vård sent, i värsta fall alltför sent, framför allt då det

⁶⁸ Johansson 2014, 372.

⁶⁹ Kolla till exempel pappabloggarna som finns listade på sidan Planetdad.se.

⁷⁰ Bekkengen 2002, 95.

⁷¹ Bekkengen 2002, 198-200.

⁷² Skillnader i förväntad livslängd hos män och kvinnor håller ändå sakta på att jämnas ut, se SOU 2014:6, 213.

gäller psykisk ohälsa.⁷³ Oviljan att söka vård leder till högre dödlighet hos män.⁷⁴ Övriga förklaringar till mäns högre dödlighet än kvinnors är bland annat att män i större utsträckning dör till följd av våld och olyckor, att risken att män dör på grund av alkohol-, tobaks- och drogrelaterade faktorer är högre än hos kvinnor och att framför allt unga män har högre risk att dö i trafikolyckor.⁷⁵

Från och med 1980-talet blev trenden i den västerländska populärkulturen att porträttera manskroppen allt mer estetiserat och erotiserat.⁷⁶ En rad forskare har konstaterat att män i allt högre grad intresserar sig för utseende, kropp, smink och kläder samt hur man genom träning och diet kan påverka sin kropp.⁷⁷ I Sverige, såväl som i många andra länder, finns bland både män och kvinnor en ökad hälsomedvetenhet och en trend där ansvaret för hälsan i högre utsträckning hamnar hos individen själv. I dagens samhälle står kroppen starkt i fokus och det leder till en ökad hälsomedvetenhet samt ökad självmedvetenhet. Enligt forskarna bakom rapporten *Män och jämställdhet* handlar en stor del av det här fokuset på kropp om att behålla eller förbättra hälsan. Paradoxalt nog, menar forskarna, leder det tyvärr i värsta fall till att män tar till ohälsosamma metoder för att förändra kroppens yttre. Intresset för kropp och hälsa påverkas av socioekonomiska faktorer och det kan finnas stora skillnader i hur viktigt det här ses beroende på ens socioekonomiska status.⁷⁸

3. Ökad invandring och ifrågasatt vit hegemoni

Vem som räknas som ”svensk man” har förändrats stort i och med en ökad invandring under den undersökta tidsperioden. Fram till 1970 var största delen av invandringen till Sverige arbetskraftsinvandring. Efter det här började invandringen så småningom ändra karaktär. Andelen personer som invandrade på grund av arbete minskade, samtidigt som andelen av personer som kom till landet som flyktingar eller via anhöriginvandring ökade. En stor del av invandrarna flydde från krig eller förtryck, bland annat från Asien och Sydamerika.⁷⁹ På åttiotalet var invandringen stor bland annat från till exempel Iran, Chile, Libanon, Polen och

⁷³ Av självmord som begås i Sverige begås 70 procent av män, dock har denna skillnad också sakta utjämnats, se SOU 2014:6, 230.

⁷⁴ SOU 2014:6, 213.

⁷⁵ Sandberg 2014, 435-436.

⁷⁶ Gill 2007, 32; 97-100.

⁷⁷ SOU 2014:6, 218; Johansson 2000, 85-96, 64-68; Jokinen 2000, 124.

⁷⁸ SOU 2014:6, 218-220.

⁷⁹ Integration - en beskrivning av läget i Sverige, 2008, 17-19.

Turkiet. Sveriges asylpolitik genomgick en rad förändringar på åttiotalet. Till exempel infördes år 1985 ett nytt system för mottagande av asylsökande där bland annat ansvaret över migrationsärenden hamnade på Statens invandrarverk, som i dag heter Migrationsverket.⁸⁰ Så småningom ökade invandringen och på 1990-talet ledde Jugoslaviens sammanbrott och de svåra konflikter som uppstod i samband med det till att många människor flydde till Sverige under 1990-talets början.⁸¹ Uppskattningsvis kom omkring 100 000 före detta jugoslaver, eller bosnier, till Sverige under den här tidpunkten.⁸² Ur den svenska Statistiska Centralbyråns rapport *Integration – en beskrivning av läget i Sverige*, publicerad år 2008, framgår att antalet invandrare har ökat med över en miljon sedan slutet av andra världskriget. ”Det är således en markant ökning under en relativt sett kort tid som har medfört att de invandrade blivit en stor grupp i samhället.”⁸³ Som en följd av ett riksdagsbeslut inrättades integrationspolitiken år 1997.⁸⁴ Vid slutet av millenniet deltog Sverige tillsammans med många länder i en gemensam aktion under UNHCR:s ledning, där 3 600 kosovoalbaner från Makedonien evakuerades till Sverige.⁸⁵ År 2007 slog invandringen till Sverige rekord, närmare 100 000 personer invandrade till Sverige.⁸⁶ Enligt Migrationsinfo.se,⁸⁷ hade omkring 1,6 miljoner av Sveriges befolkning utländsk ursprung år 2015, vilket utgjorde omkring utomlands 16 procent av befolkningen⁸⁸.

Invandringen skedde inte problemfritt. En hel del konflikter uppstod i samhället som en kombination av de stora invandrarströmmarna, ekonomisk kris i samhället och ökad arbetslöshet. Sverige hamnade i en spiral av rasistiskt våld, högerpopulistiska partier vann terräng och invandrarna fick skulden för samhällets problem.⁸⁹ Rasismen tog sig på 1980- och 1990-talet uttryck i allt mer våldsamma tecken, bland annat skedde en rad attacker mot flyktingförläggningar, personer med utländsk bakgrund attackerades och rasismen organiserade sig i organisationer, till exempel organisationen VAM, Vitt Ariskt Motstånd, Nationella Alliansen och vit makt-musikindustrin vann terräng.⁹⁰ År 1993 körde

⁸⁰ ”Om Migrationsverket: historik”, 2016.

⁸¹ *Integration - en beskrivning av läget i Sverige*, 2008, 17-19.

⁸² ”Om Migrationsverket: historik”, 2016.

⁸³ *Integration - en beskrivning av läget i Sverige*, 2008, 17-19.

⁸⁴ *Integration - en beskrivning av läget i Sverige*, 2008, 17-19.

⁸⁵ ”Om Migrationsverket: historik”, 2016.

⁸⁶ *Integration - en beskrivning av läget i Sverige*, 2008, 17-19.

⁸⁷ Migrationsinfo är en webbplats med forskning och statistik om migration och integration, som upprätthålls av Fores, www.migrationsinfo.se/migration/sverige.

⁸⁸ www.migrationsinfo.se/migration/sverige.

⁸⁹ Tamas 2016, 7-8.

⁹⁰ Löw 2015, 45-46.

kvällstidningen *Expressen* en uppmärksammas artikelserie *Svart på vitt*, vars startnummer pryddes av löpsedeln ”Kör ut dem”,⁹¹ och bland annat partiet Ny demokrati kom in i riksdagen och fick opinionssiffror på 15 procent.”⁹²

Sedan nittiotalet har Sverige kommit en lång väg vad gäller integrering, och personer med invandrabakgrund utgör i dag en stor del av befolkningen. Ändå upplever många att personer med andra etniska rötter än svenska fortfarande exkluderas socialt, och upplever ett utanförskap.⁹³ En del forskning har gjorts kring hur män inom invandrade grupper i det svenska samhället upplever sin manlighet. Forskaren Mehrdad Darvishpour skriver i sin artikel ”Jämställdhet, etnicitet och ’andra män’ – ett intersektionellt perspektiv på förändringar av maskulinitet efter migration” att den svenska jämställdhetsdebatten skapar en klyfta mellan ”svenska män” och ”invandarmän” som ”de andra”, man talar om att invandarmän ”andrafieras”. Debatten klassar lätt svenska män som jämställda och associerar bland annat hedersmord, utsatta flickor och våld med invandarmän. Många män med invandrabakgrund upplever en slags dubbeldiskriminering i det svenska samhället då de först diskrimineras utgående från ett etniskt och religiöst perspektiv, och sedan dessutom, på grund av att de är män med invandrabakgrund lätt stämplas som kvinnoförtryckare och ”icke-jämställda” även på grund av kön. Det gör att det kan kännas svårt att söka hjälp, till exempel i familjekonflikter, då det känns att myndigheterna automatiskt tar kvinnans sida och mannen blir stämplad: ”Många män med utländsk härkomst upplever att de är starkare utsatta för etnisk diskriminering än kvinnor, vilket kan innebära att de känner sig undervärderade i mötet med den etniska majoriteten och upplever ett utanförskap.”⁹⁴ Enligt Darvishpour upplever många både första och andra generationens invandrare social exkludering och utanförskap, samt diskriminering. För den andra generationens invandrare kan det kännas ännu svårare då förväntningarna är höga och man trots goda språkkunskaper, liberal attityd till det svenska samhällets normer ändå blir diskriminerad och behandlad som någon som tillhör ”de andra”. Det här kan påverka deras attityder till maskulinitet och få somliga att välja att ställa sig helt utanför både samhällets och familjens normer och bilda egna gängar. Utanförskapet kan därmed ytterligare öka marginaliseringen.⁹⁵

⁹¹ *Expressen* 6.9.1993 i Johannesson 1998, 226-233.

⁹² Tamas 2016, 7-8.

⁹³ Darvishpour 2014.

⁹⁴ Darvishpour 2014, 15-16.

⁹⁵ Darvishpour 2014, 24-26.

3. Heteronormativitet och nya HBTQI-perspektiv

Hur homosexuella män, samt män med annan sexuell läggning än den normativt heterosexuella, behandlas har förändrat sig i hög grad som en följd av jämställdhetsarbete. Jämställdhetsarbetet fokuserade till en början främst på att förbättra rättigheterna för kvinnor, men kom så småningom att innefatta också en satsning på en förbättring av rättigheter för personer med annan sexuell läggning än heterosexuell. Ett av de viktiga första stegen som togs var då kriminaliseringen av homosexualitet upphörde i Sverige år 1944,⁹⁶ men länge skilde sig rättigheterna för homosexuella jämfört med heterosexuella personer stort. Till exempel var skyddsåldern⁹⁷ för homosexuella högre än för den heterosexuella befolkningen. Anledningarna till det här var att homosexualitet länge sågs som något unga människor måste skyddas från och att man på något vis kunde bli förförd och förledd till homosexualitet. År 1979 avskaffades den här särlagen samtidigt som även Socialstyrelsens register uppdaterades och homosexualitet som en mental rubbning ströks ur sjukdomsregistret.⁹⁸ En lag mot diskriminering i arbetslivet på grund av sexuell läggning samt förbud mot trakasserier på arbetsplatsen på grund av sexuell läggning infördes år 1999.⁹⁹ Homosexuella par fick rätt att ingå registrerat partnerskap år 1995 och fick därmed samma rättigheter beträffande registrerat partnerskap som heterosexuella par, med undantag av rätt till adoption. Rätt till adoption fick homosexuella par år 2003 då lagen om registrerat partnerskap sågs över.¹⁰⁰ En ny diskrimineringslag trädde i kraft år 2008,¹⁰¹ och den ersatt den tidigare jämställdhetslagen. Samtidigt fick Sverige den nya myndigheten Diskrimineringsombudsmannen, DO, där de tidigare separata fyra olika ombudsmännen Jämställdhetsombudsmannen, Ombudsmannen mot diskriminering på grund av sexuell läggning samt handikappombudsmannen och diskrimineringsombudsmannen alla representeras.¹⁰² År 2006 blev Andreas Carlgren som sedan 1995 varit öppet homosexuell,¹⁰³ Sveriges första öppet homosexuella minister och samma år fick Sverige även sin första öppet bisexuella minister i Tobias Billström.¹⁰⁴ År 2009 ändrades äktenskapsbalken så att även två personer av samma kön fick gifta sig.¹⁰⁵

⁹⁶ Jämställ.nu: Fakta.

⁹⁷ Skyddsålder innebär förbudet att ha sex med någon som är under en viss ålder.

⁹⁸ Jämställ.nu: Fakta.

⁹⁹ SFS 1999:133.

¹⁰⁰ SFS 1994:1117.

¹⁰¹ SFS 2008:567.

¹⁰² Jämställ.nu: Fakta.

¹⁰³ TT 1995.

¹⁰⁴ Brandel 2015.

¹⁰⁵ SFS 2009:253c.

4. Digital revolution och globalisering

Något som i hög grad påverkat hur både män och kvinnor lever sin vardag är den digitala revolutionen. Ser man på det svenska samhället efter andra världskriget, och framför allt mot slutet av seklet, är en av de största utvecklingarna den digitala revolutionen.¹⁰⁶ Under 1990-talet blev datorer och annan elektronisk utrustning en konsumentprodukt som blev tillgänglig för breda kretsar. Utvecklingen accelererades i och med den snabba etableringen och spridningen av internet, samt mobiltelefonen. Efter millennieskiftet blev mobilanvändning en allt större del av vår vardag, bland annat tack vare en konvergens mellan datorer, telefoner och till exempel spelkonsoler och läsplattor. En viktig anledning till den kraftiga ökningen av mobilanvändning det senaste årtiondet var den snabba framväxten av sociala medier, såsom Facebook, Twitter, Youtube och bloggar. Den digitala revolutionen och den nya tekniken och de nya kanaler den medförde revolutionerade sättet som framför allt yngre personer integrerar med omvärlden. Medier har blivit en allt viktigare del av människors liv och bland annat mobiltelefoner och sociala medier har blivit en mycket viktig del av hur familjer och vänner kommunicerar.¹⁰⁷ År 2015 använde cirka 95 procent av svenskar i åldern 8-55 år internet och majoriteten var smarttelefonanvändare.¹⁰⁸

Ett betydande resultat av den digitala revolutionen var ökad globalisering. Den nya tekniken möjliggjorde en dramatisk sänkning av kostnader för bland annat bearbetning, lagring och överföring av information och skapade helt nya möjligheter för internationell handel, internationellt företagande och organiserandet av globala produktionssystem där många olika företag på olika håll i världen bidrar med just sin egen specialkompetens.¹⁰⁹

Informationsrevolutionen och den digitala revolutionen gjorde det samtidigt svårt att upprätthålla handelshinder och det bidrog till en stark ökning av integration i världsekonomin där handelshinder mildrades. Även Sveriges inträde i EU år 1995 bidrog till den här utvecklingen. På grund av allt det här skedde även en kulturell integration på global nivå genom att till exempel musik och underhållning, nyheter och information snabbt kunde spridas elektroniskt.¹¹⁰

¹⁰⁶ Den digitala revolutionen går även alternativt under benämningen elektronisk revolution eller IT-revolution.

¹⁰⁷ Nyberg 2014, 10-12.

¹⁰⁸ Findahl & Davidson 2015.

¹⁰⁹ Johnson 2007, 66.

¹¹⁰ Johnson 2007, 67-68.

5. Jämställdhetsdebatt och socialpolitiska förändringar

Under hela den tidsperiod som jag undersöker, det vill säga 1990-2015, har jämställdhet mellan män och kvinnor varit en viktig politisk fråga i det svenska samhället. Arbetet för jämställdhet dateras visserligen mycket längre tillbaka i tiden, men för den här avhandlingen börjar jag med år 1974, då en ny lag om föräldraförsäkring trädde i kraft. Föräldraförsäkringslagen gav föräldrar rätt att dela ledigheten vid barns födelse.¹¹¹ Under hela 1980-talet skedde en rad betydande förändringar i lagar beträffande jämställdhet mellan könen. Till exempel infördes år 1980 en lag mot könsdiskriminering i arbetslivet.¹¹² Samma år infördes även en ny läroplan där det fastställdes att skolan ska verka för jämställdhet, samt en lag om att den förstfödda dottern kan arva tronen inom den svenska monarkin, då det dittills endast gällt den förstfödde sonen.¹¹³ Under 1980-talet infördes flera lagar som krävde att olika samhällseliga institutioner började verka för jämställdhet, bland annat jämställdhetsavtal för landsting och kommuner samt för statliga sektorn i allmänhet. Även flera för kvinnor otillgängliga yrken öppnades, bland annat inom försvaret samt kyrkan.¹¹⁴

Det viktiga arbetet för jämställdheten som påbörjades fortsatte aktivt under hela 1990-talet. I början av 1990-talet gjordes stora reformer i jämställdhetspolitiken och överlag var intresset för jämställdhetsfrågor stort, bland annat tillsatte regeringen en grupp att göra en utredning om läget, vars resultat syns i regeringens proposition om ny lag: *Jämställdhetspolitiken: Delad makt - delat ansvar*, år 1994.¹¹⁵ I propositionen föreslogs bland annat att vissa företag bör se över löneskillnader mellan män och kvinnor, att satsningar skulle göras på information och opinionsbildning för att stimulera fäder att i ökad grad ta ut föräldraledighet och att Jämställdhetsombudsmannens tillsynsområde skulle utökas.¹¹⁶ Lagen trädde i kraft 1994¹¹⁷. År 1998 trädde en ny lag om våld mot kvinnor i kraft samt en skärpning av lagen vad gäller sexuella trakasserier.¹¹⁸ Därpå följande år trädde lagen om förbud av köp av sexuella tjänster

¹¹¹ ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 5-6.

¹¹² ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 5-6.

¹¹³ ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 5-6.

¹¹⁴ ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 5-6.

¹¹⁵ Proposition 1993/94, 147.

¹¹⁶ Proposition 1993/94, 147.

¹¹⁷ ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 5-6.

¹¹⁸ ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 6.

i kraft i Sverige, som första land i världen.¹¹⁹ Jämställdhetsarbetet har bland annat resulterat i att kvinnor i dag är högre utbildade än förut, att kvinnor har ökad ekonomisk självständighet samt att kvinnor har möjlighet att ta plats vid beslutsfattning.¹²⁰ Det har också resulterat i ändrade attityder, bland annat en negativ inställning gentemot köp av sexuella tjänster.¹²¹

¹¹⁹ ”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet”, 2002, 6; SFS brottsbalken kap.6 § 11.

¹²⁰ SOU 2005:66, 107-126.

¹²¹ SOU 2010: 49, 123-126.

III Mansideal och maskulina temata i *Café*

Bara genom att se på tidningen *Cafés* pärmar ser man att markanta förändringar har skett i tidningen över årens lopp. Härnäst presenteras de stora utvecklingstrenderna på ett tematiskt sätt. Bland annat sker stora förändringar i hur faderskap lyfts fram och en barnorienterad maskulinitet vinner terräng. Fokus på kropp och utseende går från omanligt till manligt, den vita hegemonin utmanas som en följd av ökad invandring, homofobi och heteronormativitet är en del av tidningen under vissa årgångar och vissa materiella saker såsom bilar och prylar förväntas intressera mannen. I slutet av varje tema kopplas förändringarna till utvecklingen i samhället.

1. Fokus på faderskap

Innan jag själv fick barn skrattade jag åt föräldrars martyriskt maniska mässande om behovet av semester efter semestern. Hur jobbigt kan det vara liksom? I dag smyggooglar jag grejer som huruvida det är straffbart att koppla barn under sju år utanför restauranger i Grekland för att få äta en saganaki i lugn och ro. Och skrattar, det gör jag numera i stället när *Cafés* krönikör och bloggare Andrev Walden (@AndrevWalden) twittrar saker som: ”Tips när du ska klä på småbarn: lägg fram alla kläder kvällen innan. I olika högar. På gatan. Utanför alla fönster du kan tänkas hoppa från.” Jag och Andrev har visserligen barn på samma förskola, så jag kanske garvar lite extra av igenkänning just därför, men jag vågar påstå att hans dräpande föräldrabeträktelser är av det universella slaget. Så om du inte redan läst Andrevs extremt populära blogginlägg ”Det jobbigaste med småbarnsåren” och ”Småbarnsårens svarta hål” tycker jag att du ska gå raka vägen in på cafe.se och göra det.¹²²

Chefredaktör Jens Stenberg skrev i sin ledare i *Cafés* julinummer år 2015 att omkring hälften av *Cafés* läsare år 2015 hade barn. Jämförande statistik saknas från tidigare år, men man kan anta att andelen av *Cafés* läsare som är pappor förblivit på rätt samma nivå från 1990-2015 eftersom tidningen riktat sig till samma målgrupp och mängden pappor i Sverige inte drastiskt ökat eller minskat. Ändå skiljer sig hur faderskap lyfts upp stort under dessa år. Från att ha varit en osynligare aspekt av maskulinitet, blir ett engagerat faderskap en allt mer betydelsefull del av maskulinitet, både i tidningen *Café* och i samhället. I dag presenterar sig många män som ges utrymme i tidningen *Café* som stolta, engagerade pappor – något som inte syns under de första undersökta årgångarna.

¹²² *Café* 7/2015, ledare av Jens Stenberg, ”Äntligen semester! Eller?”, 18.

På 1990-talet lyftes frågan om faderskap upp i några enstaka sammanhang. I det allra första numret av *Café* år 1990 fanns en krönika om den nya föräldraförsäkringslagen.¹²³ I krönikan dryftades bland annat regeringens pappapolitik och utvecklingen som enligt skribenten hade skett i snigelns fart: ”Fortfarande tar runt 70 procent av papporna inte ut en enda dag föräldraledighet. Å andra sidan för tio år sen var siffran 90 procent. För 20 år sen 100. Det var faktiskt inte länge sen en man var otänkbar i förlossningsrummet. För att inte tala om vad som hade hänt om han sagt chefen att han tänkte vara hemma med barnen några veckor; han hade solklart klassats som gravt beteendestörd.”¹²⁴ I det tredje numret av *Café* år 1990 nämndes i ett reportage om skådespelaren och politikern Arnold Schwarzenegger, född 1947, att Schwarzenegger är pappa: ”Han har gift sig in i Kennedyklanen, har en dotter och njuter av att vara pappa.”¹²⁵ I personporträttet på musikern Frank Zappa, född 1940, kom det fram att Zappa är pappa: ”Med en knappt förnimbar underton av nostalgi berättar han hur han endast ett par dagar efter deras bröllop åkte iväg på sin första Europaturné. Då hade de just flyttat in i ett litet skyffe i New Yorks slumkvarter och hon var gravid i nionde månaden”.¹²⁶ Med andra ord, att intervjuobjekten är pappor kom fram väldigt få gånger och saken behandlades inte mer än i förbifarten i någon bisats. I fallet Zappa märks att faderskap inte var en lika stor sak som det kanske i dag är för många blivande pappor: frun var gravid i nionde månaden och den blivande pappan åkte på Europaturné. Det var inte en så stor och viktig fråga att han ville vara säker på att han var på plats då barnet föddes.

År 1995-2000 fortsatte längs samma linje. En del av de intervjuade nämnde självmant frågor som familj, och några enstaka gånger fick de en fråga där det att de har familj nämndes. Som till exempel personintervjun med skådespelaren Stefan Sauk, född 1955, där reportern konstaterade: ”Du bildade familj rätt så sent och har en dotter på två år”.¹²⁷ Med andra ord handlade inte frågan om hurdan det var att vara pappa, eller vad Sauk tyckte om sin dotter eller familj. Svaret styrdes in på bakgrunden till varför Sauk hade väntat med familjebildandet: ”Jag bär på lite dåliga erfarenheter från familjelivet.”¹²⁸ Även om frågan om att vara pappa sällan var något som gavs utrymme, så kunde de intervjuade ibland nämna det i förbifarten i

¹²³ *Café* 1/1990, ”Pappa kom hem”, 19.

¹²⁴ *Café* 1/1990, ”Pappa kom hem”, 19.

¹²⁵ *Café* 3/1990, ”Muskler av guld”, 37.

¹²⁶ *Café* 5/1990, ”Retsamme Zappa”, 49.

¹²⁷ *Café* 1/1995, ”Stefan Sauk - En krigare med blanka vapen”, 60.

¹²⁸ *Café* 1/1995, ”Stefan Sauk - En krigare med blanka vapen”, 60.

någon bisats av ett svar på någon annan fråga. Till exempel ställde reportern som intervjuade affärsmannen Percy Nilsson, född 1943, frågan var han bodde då han var i Sverige: ”Jag bor hos min dotter i Höllviken... fast det ringer hela tiden folk som vill sälja mig ett slott här nere i Skåne.”¹²⁹ Ett annat exempel är intervjun år 2000 med Damon Albarn, sångaren i Blur, född 1968, där Albarn ställdes frågan om han ångrade något och han svarade så här: ”Jag har världens bästa tjej och är pappa till världens gulligaste unge. Hur skulle jag kunna ångra nåt? Alla dumheterna har ju fört mig hit, jag skulle inte vilja ha dem ogjorda för allt i världen.”¹³⁰

Det är först samma år som exemplet med Damon Albarn, det vill säga år 2000, som det blev vanligare att de intervjuade, precis som Damon Albarn, nämnde att de var pappor på ett markerat positivt sätt, men fortfarande fick de sällan frågor om det. Det verkade ändå ske en förändring i det att allt fler av de intervjuade från 2000-talet framåt tydligt verkade vara stolta över att de var pappor och självmant ville lyfta upp det, som till exempel Damon Albarn. Under 2000-talet blev det självklarare att ett engagerat faderskap gjordes till en del av mannens offentliga person. År 2000 fanns även ett personporträtt där den intervjuade, regissören Kjell Sundvall, född 1953, diskuterade familjeliv på nästan en hel sida, vilket inte hade hänt de tidigare undersökta årgångarna. Sättet det här uttrycktes på visar ändå att engagerade, stolta pappor ännu inte var normen: ”Plötsligt fann sig Kjell Sundvall därför lite överraskande vara familjefar, och ännu mer överraskande, upptäckte att han trivdes alldeles förträffligt med det.”¹³¹ Att en man kunde trivas med papparollen var inte förväntat, det var ”överraskande”. Nytt var även att frågor som delat ansvar över uppfostran åtminstone diskuterades, även om det fortfarande var en traditionell uppdelning av ansvar i hemmet artiklarna tydde på. Sundvall beklagade sig i intervjun över att frun Ann hade fått dra det största lasset hemma, men att han tyvärr hade varit tvungen att jobba. Sundvall berättade också att det varit en stor omställning i livet att gå från ungar till familjefar, då man var tvungen att börja ta hänsyn till andra. Det här stärkte intrycket av en grabbig kille som hade gillat att festa och göra som han själv ville, och plötsligt blev familjepappa och fick anpassa sig, men samtidigt ändå trivdes med rollen. År 2000 verkade vara ett brytningskede mellan olika sätt

¹²⁹ *Café* 5/1995, ”Percy och hans värld. Stöddig, skrytsam och självsäker. Enväldige MIF-bossen Percy Nilsson har inte blivit framgångsrik på att vara en hygglig kille.”, 94.

¹³⁰ *Café* 11/2000: ”Damon Albarn. Blurs sångare choockar Cafés Klas Ericsson genom att snacka om alla svenska tjejer han legat med och berätta om hur det känns att knarka”, 89.

¹³¹ *Café* 1/2000: ”Cafés Ola Liljendahl möter Kjell Sundvall i en stor intervju om hårdrock, humor och Hollywooddrömmar”, 52-61.

att se på rollen som pappa i *Café*. Ofta var det den intervjuade som stod för den modernare synen på att vara pappa.

Ett årtionde senare, år 2010, hade synen på att vara pappa förändrats ytterligare. Det framträdde tydligt i flera intervjuer, till exempel i personporträttet på Sveriges dåvarande statsminister Fredrik Reinfeldt, född 1965. Reinfeldt berättade hur han anpassade sin arbetsrytm för att hinna vara med familjen och att han gärna nattade sin dotter: ”Jag stiger upp vid halv sex och är igång och jobbar väldigt tidigt. När mina barn kom blev jag väldigt morgonpig och på något sätt har jag förstärkt det. Jag tränar på morgonen, men har också ett mediepass på en timme, då jag har fyra tidningar som ska läsas – *Dagens Nyheter*, *Svenskan*, *Dagens Industri* och *Financial Times* – samtidigt som jag följer morgontablåerna i tv och *Dagens Eko*. Sedan försöker jag vara noggrann med att bryta arbetsdagen vid 18. Det möjliggör för mig – om jag inte har något externt engagemang – att äta hemma med mina barn och finnas till stöd för läxläsning. Jag kan även natta vår dotter. Sedan har jag ett kvällspass, då det ofta handlar om förberedelser inför morgondagen.”¹³² Med andra ord anpassade statsminister Reinfeldt sin dag för att kunna prioritera familj och engagera sig i barnomsorgen, och han var dessutom mån om att lyfta upp det som en del av den offentliga bilden av honom som man. Jämfört med exemplet på Frank Zappa på 1990-talet var det här ett stort steg framåt mot en manlighet som var allt mer engagerad och jämställd då det kom till barnomsorg och hemmet.

I den sista undersökta årgången, år 2015, var frågor som faderskap vanligt förekommande och som i citatet i början av det här kapitlet visar var det något män också bloggade om och twittrade om.

Att vara en engagerad pappa som delar på uppfostringsansvaret är något som helt klart blivit normativt, åtminstone i en viss social klass. Pappors föräldraledighet ses i dag som ett ansvar och inte något man gör för sin egen skull,¹³³ men som ändå enligt viss forskning har positiva effekter på den egna hälsan, det ser till exempel ut att finns ett samband mellan bättre hälsa och längre liv och män som tar ut pappaledighet och engagerar sig i barnomsorg.¹³⁴ Det finns olika teorier på vad det här beror på, men en teori är att män med barn tenderar att satsa extra

¹³² *Café* 9/2010, ”Fredrik Reinfeldt. Statsministern är redo för slutstrid”, 52-59.

¹³³ Duvander, 2014, 401.

¹³⁴ SOU 2014, 194-195.

på sin hälsa och lider mindre risk att till exempel dö i alkoholrelaterade sjukdomar.¹³⁵ Det här med att vara en engagerad pappa har som sagt blivit en ny norm i en viss social klass, antagligen samma sociala klass som läser *Café*. Utvecklingen i *Café* följer nämligen helt utvecklingen i samhället och korrelerar till exempel med en stigande kurva av mäns uttagande av föräldrapenningdagar.¹³⁶ Pappor är på tapeten även i andra populärkulturella sammanhang i det svenska samhället från år 2000 framåt, det har getts ut en hel del pappalitteratur¹³⁷, pappabloggare skriver om pappavardagen¹³⁸ och det lanseras till och med en tidning för pappor¹³⁹. Forskaren Lisbeth Bekkengen argumenterar i sin doktorsavhandling *Man får välja – om föräldraskap och föräldradedighet i arbetsliv och familjeliv*, för att det verkar som att en ny barnorienterad maskulinitet har stigit fram, och att den kanske rentutav håller på att bli en ny hegemonisk maskulinitet.¹⁴⁰ Det här syns tydligt även i *Café*. Precis som i samhället överlag, har den aktiva, engagerade pappan blivit en mansroll som i dag är en självklar del av tidningen. Ändå saknas artiklar eller annan typ av texter som enbart handlar om faderskap i *Café*, som trots allt riktar sig också till barnlösa yngre och äldre män.

2. Utseende och hälsa spelar roll

Först och främst älskar jag er tidning. Spännande reportage och grymma tips på mode och grooming. Vill bara ge lite konstruktiv feedback angående era återkommande stiltips: en idé hade varit att sätta ihop ensembler på de kläder ni tipsar om så blir det lättare för sådana som mig att se helheten i outfiten och kombinera de olika plaggen? Fortsätt med det ni gör och ha en grym vinter!¹⁴¹

År 2015 var det en självklarhet i *Café* att män tyckte att det var viktigt att klä sig rätt och ha koll på mode och trender. Precis som exemplet ovan handlade flera insändare om mode och stil och till exempel hur man kunde kombinera kläder rätt. Utöver det var Caféläsaren intresserad av att veta de senaste tipsen inom både hudvård, dofter, styling och träning. Baserat på allt textinnehåll, både personintervjuer, modereportage, artiklar och insändare, blev Caféläsaren allt mer mån om sitt yttre och sin hälsa under den undersökta tidsperioden.

¹³⁵ SOU 2014, 194-195.

¹³⁶ Duvander 2014, 411.

¹³⁷ Johansson 2014, 372.

¹³⁸ Kolla till exempel pappabloggarna som finns listade på sidan Planetdad.se.

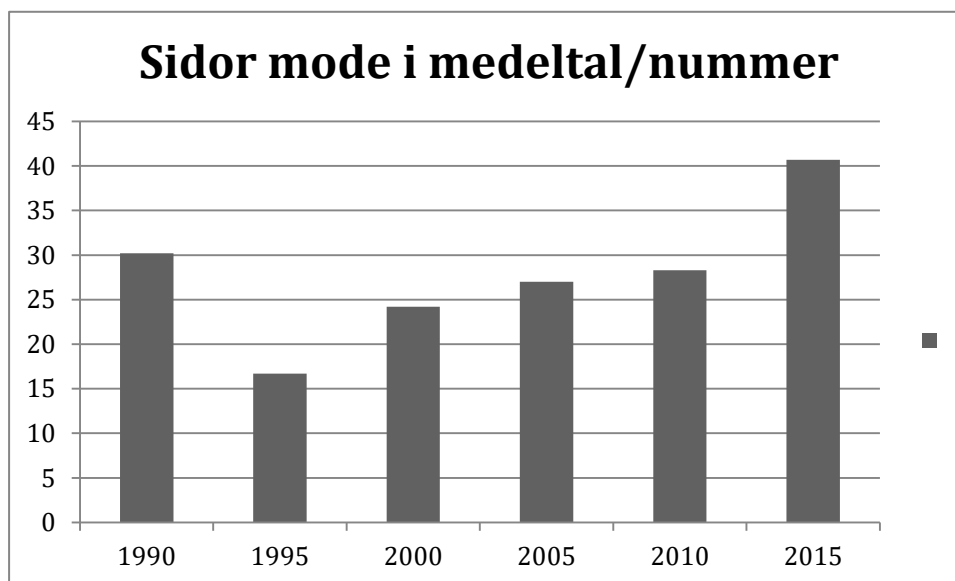
¹³⁹ Tidningen *Pappa* ges ut 2011-2013.

¹⁴⁰ Bekkengen 2002, 198-200.

¹⁴¹ *Café* 1/2015, "Hur kombinerar jag kläderna?", 20.

Härnäst presenteras tre delområden den här utvecklingen framträder tydligt på: mode, grooming¹⁴² och träning.

Café har alltid satsat på mode och stil, men proportionen av mode i tidningen har vuxit kraftigt längs med åren. I alla de årgångar av *Café* jag har studerat har mode alltid funnits med. I figuren nedan syns hur antalet sidor mode och stil varje nummer av tidningen i medeltal har först sjunker och sedan stadigt ökar.



Figur 1. Utveckling av antal sidor mode och stil varje nummer av *Café* i medeltal har per årgång 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor. Att räkna sidor ger en bättre bild, än att enbart räkna antal artiklar inom ett visst tema, men man bör beakta att på 1990-talet var artiklar överlag alltid längre, vilket påverkar resultat. Artiklarna blir kortare från millennieskiftet och framåt. Detta bör även beaktas i figur 2 och 3, t.ex årgång 1990 finns en artikel om träning, men den är 7 sidor lång, jämfört med t.ex 2010 då nästan varje nummer har en artikel om träning, men de är alla högst 2 sidor långa.

Inför lanseringen av *Café*, år 1990, ställde sig många skeptiska till hur mode skulle hitta hem hos de svenska männen. I samband med *Cafés* 10-års jubileumsnummer skrev chefredaktör Rikard Lind i sin ledare i *Café* nummer 6 år 2000 om hur dessa farhågor som fanns år 1990 inte besannades:

Schablonbilden av svenska män var ungefär densamma då som nu: nätundertröja, ena näven innanför kalsonglinningen och den andra i chipsskålen eller runt folkbärsen, sport på teven, ohämmade

¹⁴² Grooming förekommer som term i livsstilstidningar för män och syftar på skönhet för män, till exempel ämnen som hudvård, dofter, solskyddskrämer och deodoranter för män.

tordönrapar mellan varven. Mot den bakgrunden byggdes en solid skepsis gentemot Cafés framtidsutsikter. Ett intelligent och brett livsstilsmagasin med mode som bas, för killar, i lilla insnöade Sverige – hur fan skulle väl det nånsin kunna gå? Jo, tack bara bra. Det visade sig att svenska killar inte bara är intresserade av att gräva i brallan. På sig själv åtminstone. När Café lanserades var det tydligt att den stod för nåt helt nytt. Det fanns ingen tradition att luta sig mot, så inspirationen hämtades främst från England och magasin som Arena och GQ. I början kallades Café böig. Den senaste tiden har vi fått skit för att vi är dumgrabbiga och förnedrar kvinnor på nåt sätt. Samma tidning, samma filosofi och samma redaktörer nu som då, bara tiderna och kritikernas uppfinningsrikedom som ändrats. Av det kan man dra två slutsatser: Café har alltid berört och kritikerna har alltid varit illa pålästa. I dag är Café ett begrepp bland killar som är lika fascinerade av mode, trender, design och prylar som djupgående dokumentärer, stora intervjuer, vackra kvinnor och rent nonsens.¹⁴³

Att *Café* var en av pionjärerna inom genren mode och stil för män i Sverige har stor relevans och kan till och med ses som en bidragande anledning till tidningens framgång och höga ålder.¹⁴⁴ Genom att tidigt satsa på mode och stil för män etablerade sig *Café* som en stark opinionsbildare och ledstjärna på den här punkten. Satsningen på modebevakning har vuxit i spaltutrymme, men även utanför den fysiska tidningens gränser. *Café* introducerade år 2003 *Cafés Stora Modepris*, med tillhörande gala. *Cafés Stora Modepris* var av stor betydelse eftersom det var det första stora prisutdelningstillfälle för manligt mode och stil i Sverige där både välklädda män, och män som arbetar inom herrmode belönas med pris. Konceptet påminner om till exempel damtidningen *Elles* modegala *Elle Style Awards* eller modetidningen *Vogues* modegala *Vogue Fashion Awards*. Enligt nuvarande chefredaktör Jonas Terning instiftades priset för att den dåvarande redaktionsledningen på *Café* tyckte att det fanns en lucka kring det manliga modet och att det inte lyftes fram på rätt sätt. Synen på manligt mode hade genomgått en stor förändring och publiken var mer än mogen för en dylik satsning på att hylla mode för män. Enligt Terning märktes detta på hur bra *Cafés Stora Modepris* togs emot av publiken genast från start. *Cafés Stora Modepris* delas fortfarande år 2017 årligen ut på hösten. Priset är därmed både det första och det äldsta prisutdelningstillfället inom genren manligt mode.¹⁴⁵

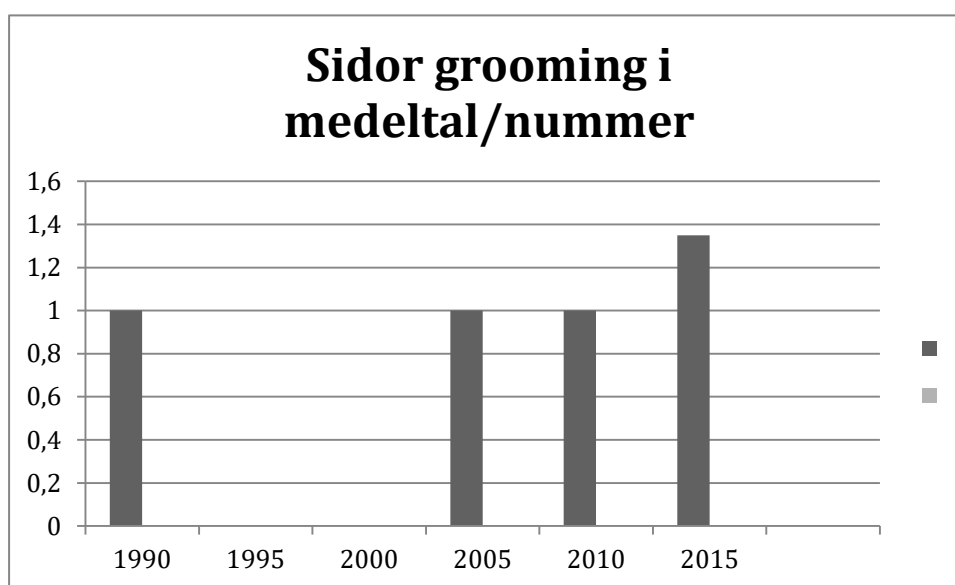
¹⁴³ *Café* 6/2000, ledare av chefredaktör Rikard Lind, ”Tio år av trams och lite annat”.

¹⁴⁴ I jämförelse med flera mer kortlivade konkurrenter inom genren livsstilstidningar för män.

¹⁴⁵ E-post korrespondens med *Cafés* chefredaktör Jonas Terning 24.2.2017.

Föregångaren till *Cafés Stora Modepris* kom redan 1991 då *Café* började sammanställa en lista över Sveriges bäst klädda män – och sämst klädda. *Café* är och var en opinionsbildare då det kommer till mode och stil och läsarna frågar regelbundet i varje nummer råd om olika saker som berör stil och mode, till exempel som läsaren i citat i början av det här kapitlet gör.

Det är inte bara mode som får mer utrymme i tidningen över åren. Även det som i dag kallas grooming i livsstilstidningar för män, växer i andel av tidningens utrymme. I figuren nedan syns hur grooming år 1990 fanns med för att därefter försvinna och sedan återvända för att bli en regelbunden del av tidningen från medlet av 2000-talet.



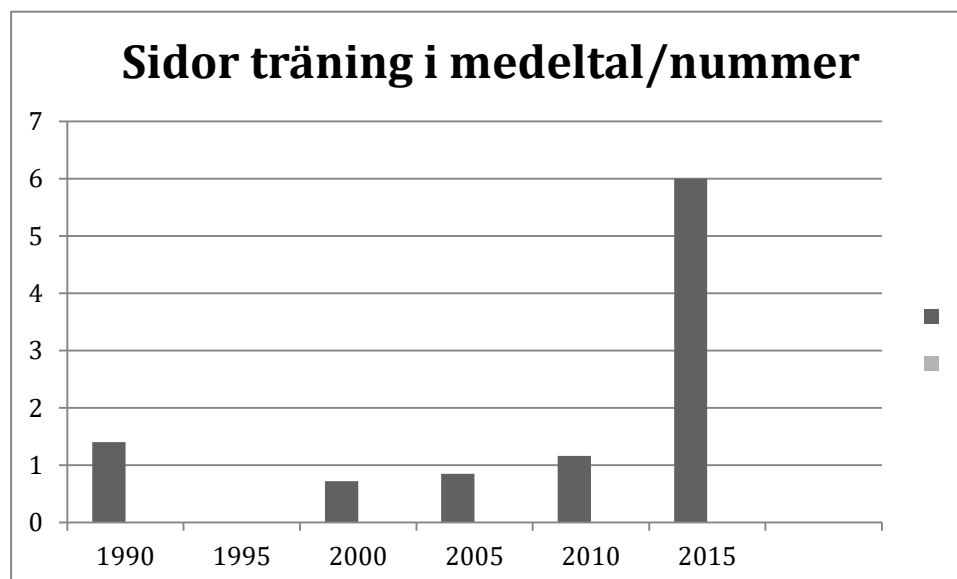
Figur 2. Utveckling av antal sidor grooming varje nummer av *Café* i medeltal har per årgång 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor.

Grooming fanns med redan år 1990 där årgången innehöll sammanlagt tre stycken artiklar inom ämnet grooming. Men efter år 1990 skedde en attitydförändring och det blev ”fjolligt” att bry sig om utseende. En annan typ av manlighet framträdde, en grabbig manlighet som vill undvika att stämplas som homosexuell och inte vill förknippas med sådant som kan stämplas som homosexuellt och därmed, enligt vissa samtida attityder, som omanligt. Artikelserien Tjejpånelen, som baserade sig på fyra kvinnors åsikter, diskuterade i varje nummer olika ämnen, ofta med anknytning till sex och ”vad kvinnor vill ha”. I marsnumret av *Café* år 2000 behandlade Tjejpånelen män och utseende: ”En kille som har en frisyr som måste fönas är tyvärr fjolligt!”¹⁴⁶ Tjejpånelen var i samma nummer överens om att det ”blir böigt om

¹⁴⁶ *Café* 3/2000, ”Tjejpånelen: sluta fjanta framför spegeln”, 153-154.

utseendefixeringen inkräktar på manligheten”. Med andra ord framträdde dikotomin manligt-bögigt på 1990-talet, vilket innebär att man inte kan vara manlig om man är bögigt, eller tvärtom. Sedan årgång 1990 var texter inom kategorin grooming frånvarande. I de undersökta numren av årgångarna 1995 och 2000 fanns inga artiklar om grooming. År 2005 fanns tre artiklar om grooming, då under namnet *Kemi*. Namnet är ett tecken för ett brytningsskede. Tidningen återintroducerade år 2005 artiklar som berörde manlig vård av utseende, men ännu några år innan hade det klassats som omanligt och ”bögigt”. Att återinföra den här sortens artiklar under ett mer stereotypiskt manligt namn, som för tankarna långt från vad det egentligen handlar om, krämer och dofter, skapade en smidig övergång och buffert mot eventuell kritik om omanlighet i tidningen så länge attityderna ännu var i förändringsprocessen. År 2010-2015 var grooming ett i varje nummer återkommande element med särskilda sidor dedikerade för ändamålet och grooming var helt klart något Caféläsaren var intresserad av. Även i samhället har attityderna då det kommer till grooming, eller manlig hudvård och skönhetsvård, förändrats. I dag ser inte svenska män på samma sätt som på till exempel 1990-talet att omsorg för utseendet och hudvård på något sätt skulle inkräkta på maskuliniteten.¹⁴⁷ 1990- och 2000-talets uppfattning om utseendefokus som något omanligt har därmed försvunnit, åtminstone bland den större allmänheten och i en viss social klass.

Den tredje aspekten där det syns att Caféläsaren förväntas bry sig allt mer om sitt yttre och sin hälsa är en allt större bevakning på träning. I figuren nedan syns hur bevakningen av träning under årgångarna 1990-2010 var rätt anspråkslös för att år 2015 skjuta i höjden.



¹⁴⁷ Mumun et al. 2006, 60-61.

Figur 3. Utveckling av antal sidor träning varje nummer av *Café* i medeltal har per årgång 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor.

Träning och fitness har synats sporadiskt i tidningen sedan början¹⁴⁸, men endast i enstaka fall och inte på regelbunden basis. Från millennieskiftet började det synas mer regelbundet då *Café* införde en träningssida där det varje månad fanns olika träningstips, till exempel hur man bygger bästa bicepsen,¹⁴⁹ och hur man blir bredaxlad på nolltid.¹⁵⁰ I *Cafés* aprilnummer år 2015 skrev chefredaktör Jens Stenberg om *Cafés* ökade träningssatsning:

Jag vet inte vad det är med mig och gym, men det är inte maximal kemi mellan oss, det är det inte. Men jag ger mig inte, 2015 ska bli året då jag hittar min träningsform. Med andra ord vill jag bli lite mer som du som läser *Café*. Jag återkommer ju ofta till att en tidning bäst görs i tät dialog med läsarna – och en av de tydligaste gemensamma nämnarna hos alla er som läser just *Café* är det växande intresset för träning. Med det vill jag hälsa dig välkommen till *Cafés* första stora träningsnummer.¹⁵¹

Under år 2015 fanns det i varje nummer minst två uppslag träning. Hand i hand med det ökade intresset för träning och hälsa syntes också ett ökat intresse för matlagning i tidningen. Fram till år 2010 syntes matlagning sporadiskt, men år 2010 införde tidningen regelbundna matsidor på minst två uppslag per nummer.

Utvecklingen i *Café* är inte unik, utan kan ses som en del av trenden med ett ökat intresse för hälsa och kroppen i både det svenska och det västerländska samhället¹⁵². Ansvaret för den egna kroppen och hälsan har i allt högre grad hamnat hos individen själv, även då det gäller män,¹⁵³ och då ter det sig naturligt att livsstilstidningarna för män innehåller gott om tips på hur läsarna kan uppnå bättre kroppslig hälsa. Trenden sedan 1980-talet har i populärkulturen varit att visa upp manskroppen allt mer estetiserat och erotiserat, till exempel med lättklädda, muskulösa manskroppar.¹⁵⁴ Det här syns i tidningens annonser och många kändisar som syns i tidningens intervjuer, så som den i *Café* intervjuade fotbollspelaren Fredrik Ljungberg, född

¹⁴⁸ Till exempel *Café* 2/1990: "Träning och motion – kom igen efter en lång lat sommar.", 122-128.

¹⁴⁹ *Café* 3/2005, "Bygg bästa bicepsen. Långsam högintensivträning ger bästa resultat", 142.

¹⁵⁰ *Café* 9/2005, "Bredaxlad på nolltid", 146.

¹⁵¹ *Café* 4/2015, "Mer än en rippad kropp", 18.

¹⁵² SOU 2014:6, 218; Johansson 2000, 85-96, 64-68; Jokinen 2000, 124.

¹⁵³ SOU 2014:6, 218-220.

¹⁵⁴ Gill 2003; Gill 2007, 32; 97-100.

1977, använder sina kroppar för att sälja olika produkter¹⁵⁵. Kanske som ett resultat av det här förväntas läsaren vilja uppnå ett liknande yttre, vilket märks i rubriker som ”Så får du Ronaldos sexpack”¹⁵⁶, ”Simma dig i form som Petter”¹⁵⁷ eller ”Träna tungt med Daniel Rahimi”.¹⁵⁸ Många av de manliga förebilder som erbjuds i tidningen *Café* år 2010-2015 är väldigt måna om sin stil och hur de presenterar sitt yttre. Attityderna till hur män och samhället i stort förhåller sig till grooming, mode och kroppen har förändrats sedan 1990-talet och i dag ses intresse för stil eller grooming inte som något som inkräktar på maskuliniteten eller som något ”fjolligt”¹⁵⁹.

3. En allt mer mångkulturell tidning

Negerslaven Badin som hämtades hit från ön St Croix i Västindien på 1750-talet, gjorde däremot succé direkt. Han höll hov för drottning Lovisa Ulrika och lär enligt samtida källor varit en ”nitisk dyrkare av det vackra könet”. Han blev en flitig gäst i förtjusta adelsfröknars sängkammare och avmålades i olja – leende – av den tidens mest berömda porträttmålare.¹⁶⁰

Så skrev chefredaktör Fredrik Helmertz i sin ledare i *Café* nummer 2 år 1994 i samband med tidningens stora temanummer *Svart kraft*. Numrets uttalade syfte var enligt ledaren att ”hylla svart kraft och stolthet” och Helmertz skrev: ”i dag är de intressantaste artisterna, snabbaste löparna och snyggaste modellerna svarta” och räknade därefter upp några exempel på mörkhyade personer som kommit till Sverige under historiens lopp, som till exempel Badin i citatet ovan. I samma nummer fanns den stora undersökningen som tidningen låtit utföra ”Så tycker vi om svarta” i samband med artikeln ”Svart och vitt – om svarta och vita”.¹⁶¹ Undersökningen lyfte fram de mest typiska rasliga stereotypierna och fördomarna, till exempel ”Skulle du acceptera att prinsessan Victoria blev ihop med en svart kille?”, ”Skulle du acceptera en svart familj som granne?” och ”Skulle du acceptera att bli opererad av en svart läkare” som svenskar hade fått svara på. Även om Helmertz i sin ledare konstaterade att det skett en stor förändring från hans barndom på 1960-talet då ordet ”neger” användes då

¹⁵⁵ *Café* 1/2010, ”Fredrik Ljungberg. Hemma hos Seattles svenska superstjärna.”, 44-52. Ljungberg arbetade bland annat med Calvin Klein och var ansiktet utåt för deras boxershorts år 2003-2007.

¹⁵⁶ *Café* 3/2010, ”Så får du Ronaldos sexpack” 154.

¹⁵⁷ *Café* 9/2015, ”Simma dig i form som Petter”, 110-116.

¹⁵⁸ *Café* 11/2015, ”Träna tungt med Daniel Rahimi”, 112-116.

¹⁵⁹ Bland annat Mumun et al. 2006, 60-61.

¹⁶⁰ *Café* 2/1994, ledare av dåvarande chefredaktör Fredrik Helmertz.

¹⁶¹ *Café* 2/1994, ”Svart på vitt – om svarta och vita”, 68-72.

personer med mörkare hudfärg avsågs,¹⁶² blir det tydligt att invandring år 1994 fortfarande var ett rätt så nytt fenomen i det svenska samhället och att man inte hade verktyg att behandla frågan på ett respektfullt sätt. Till exempel använde Helmertz ordet ”negerslav” om Badin i citatet ovan. Då *Café* publicerade temanumret *Svart kraft* med artikeln ”Svart på vitt – om svarta och vita” hade det inte hunnit gå mer än några månader sedan *Expressens* uppmärksammade och kontroversiella artikelserie *Svart på vitt* hade publicerats, med en stor undersökning om det ”svenska folkets” attityder gentemot ”invandrarna”, som resulterade i att den dåvarande chefredaktören fick sparken¹⁶³. Om valet av rubrik var ett olyckligt sammanträffande, eller ett tydligt ställningstagande framkommer inte.

År 1990 då det första numret av tidningen gavs ut framträdde svenska män med andra etniska rötter än etniskt svenska inte alls i tidningen. Under hela 1990-talet syntes personer med mörkare hudfärg knappt alls, vare sig i personporträtt, vimmelbilder, gallupar eller i annonser. Åren 1990-1995 förekom också ordet ”neger” några gånger.¹⁶⁴ På 1990-talet verkade det i tidningen finnas ett ökande intresse för människor från andra kulturer och de invandrare som bosatt sig i Sverige och blivit en del av samhället. Men fortfarande skrev man om svarta som att de är andra än tidningens läsare som förväntas vara vita svenskar. Ett talande exempel är det ovannämnda stora temanumret *Svart kraft* i det andra numret år 1994. Den här undersökningen gör det uppenbart att tidningen under den här tidpunkten inte till sin målgrupp räknade andra än etniskt svenska män. Undersökningen illustrerades dessutom med en fotoserie laddad med rasliga stereotyper: en vit kvinnlig modell, stereotypiskt svensk, blond och ljus, poserade barbröstad i olika scener tillsammans med stereotypiska afrikanska masaikrigare.

¹⁶² *Café* 2/1994, ledare av dåvarande chefredaktör Fredrik Helmertz.

¹⁶³ *Expressen* 6.9.1993 i Johannesson 1998, 226-233.

¹⁶⁴ Ordet ”neger” används till exempel i *Café* 2/1995, ”Ängeln har landat. Tre år efter succén med Himlen runt hörnet landar Lisa Nilsson nya plattan Till Morelia”: 40; samt *Café* 2/1990, ”En gudfader för år 2000”: 84 i det senare exemplet dock inom citationstecken.



Bild 1 och 2. *Café* nummer 2 år 1994. Bilderna illustrerar undersökningen ”Så tycker vi om svarta” på sidan 68 av tidningen.

På 1990-talet återspeglades den rasism och de motsättningar som fanns i det svenska samhället mellan vissa etniskt svenska grupper och vissa grupper av personer med invandrarbakgrund i

tidningen. Bland annat skrev tidningen om nynazismens frammarsch,¹⁶⁵ och man kunde läsa att det förekommit mycket våld mellan grupper av nynazister och invandrare under år 1994. I personporträtten på män syntes fortfarande inte män med annan etnisk bakgrund än etniskt svenska, men från att år 1990 ha varit så gott som osynliga började andra än etniskt svenska sporadiskt synas i tidningen, bland annat i annonser. I det redaktionella materialet på 1990-talet var det främst i negativa sammanhang män med invandrarbakgrund lyftes upp, antingen som att invandrarna förknippades med olika problem i samhället, eller så att de sågs som något främmande och de ”andrafieras”, som det ovannämnda exemplet med artikeln ”Svart på vitt om svarta och vita”. Med andra ord uttryckte och betonade texterna tydligt att läsarna tillsammans med redaktionen ingick i ett ”vi” och det blev också klart att ”svarta” inte ingick i den här gemenskapen. Ett annat exempel är reportaget ”Värstingövningen”. Så här beskrevs reportagets innehåll i ingressen:

På den ena sidan: invandrarkillarna vana vid ett tufft gängliv i Stockholmsförorter som Rinkeby, Tensta och Alby. På den andra sidan: kustjägarna som tillhör Sveriges hårdaste militära förband. Nu möts de för första gången – i en övning som gäller livet.¹⁶⁶

Reportaget Värstingövningen handlade om ett projekt i samhället, vars syfte var att unga invandrare i risk att bli utslagna bildade eget förband på kustjägarna, ett elitförband inom Sveriges marin. På så sätt skulle de tas med i gemenskapen. En delorsak till att projektet sattes i gång var att Kustjägarna KA1 hade utpekats som rasister i en dokumentärfilm i *TV3*. Projektet delade åsikter. Arne Danner, polis och rektor på Fryshusets högstadieskola, sade i reportaget att projektet var en inbjudan till det svenska samhället och att försvaret visade sin vilja att ta emot invandrare.¹⁶⁷ Ulrika Kärnborg på *Expressen*, intervjuad i reportaget, höll inte med: ”Det var det dummaste jag hört på länge. Att försöka få in invandrarkillarna in i samhället via Kustjägarna är fel.”¹⁶⁸ Sättet invandrare togs upp i det här reportaget var för det första så att invandrarna förknippades med problem, de antogs vara ”vana vid tufft gängliv i

¹⁶⁵ *Café* 4/1995, ”På turné med hatets stormtrupper. Dånande rock och hemliga konserter är nazismens nya vapen. *Café* har träffat vit makt-gruppen Pluton Svea”, 32-39.

¹⁶⁶ *Café* 3/1995, ”Värstingövningen. För första gången möts invandrarkillarna från Stockholms förorter och Sveriges hårdaste förband”, 32.

¹⁶⁷ *Café* 3/1995, ”Värstingövningen. För första gången möts invandrarkillarna från Stockholms förorter och Sveriges hårdaste förband”, 36.

¹⁶⁸ *Café* 3/1995, ”Värstingövningen. För första gången möts invandrarkillarna från Stockholms förorter och Sveriges hårdaste förband”, 36.

Stockholmsförorter”.¹⁶⁹ Redan i ingressen skrevs ”på den ena sidan invandrarkillarna” och ”på den andra sidan kustjägarna”,¹⁷⁰ och i hela reportaget blev det klart att dessa två grupper ställts emot varandra och det blev tydligt att det var den sistnämnda som stod för ”vi”, inte ”invandrarkillarna”.



Bild 3. I *Café* nummer 3 år 1995 finns reportaget Värstingövningen, där ”Kustjägarna drillar förortsgängen för livet”.

Att invandrare togs upp endast i den här typen av reportage ytterligare accentuerade ”andrafieringen”, det vill säga särkiljningen på ”vi och de”. I stället för att män med invandrarbakgrund skulle ha inkluderats och tagits upp jämlikt i tidningen, behandlades de som en annorlunda, problematisk grupp. På 1990-talet togs de upp endast som en del av diverse samhällliga problem, såsom till exempel rasism, fördomar och gängvåld. Från millennieskiftet framåt började svenskar av varierande etnicitet sakta men säkert synas på regelbunden basis i tidningen, dock i varierande sammanhang. Det blev till exempel allt vanligare med män med olika etnicitet i annonser. I *Cafés* majnummer år 2005 presenterades sångerskan Jessica Folcker som har en pappa med utländsk bakgrund i ett positivt

¹⁶⁹ *Café* 3/1995, ”Värstingövningen. För första gången möts invandrarkillarna från Stockholms förorter och Sveriges hårdaste förband”, 32.

¹⁷⁰ *Café* 3/1995, ”Värstingövningen. För första gången möts invandrarkillarna från Stockholms förorter och Sveriges hårdaste förband”, 32.

personporträtt.¹⁷¹ Samma årgång gjordes en intervju med den mörkhyade polismördaren Jackie Arklöv som hade adoptivbakgrund. Bland annat togs det i intervjun upp hur han blev mobbad på dagis på grund av sin hudfärg, och nu satt han inne på livstid på grund av polismorden i Malexander år 1999.¹⁷² Detta är åter ett exempel på hur män med invandrarbakgrund i de fall de tas upp i tidningen främst tas upp i negativa samband. Inte heller på den här punkten behandlades män och kvinnor lika i tidningen – kvinnor med invandrarbakgrund har inte på samma sätt tagits upp i negativa sammanhang, utan de togs upp på ett mer neutralt sätt och på samma sätt som de etniskt svenska kvinnorna.

År 2005 hade det hunnit ske en attitydförändring både i samhället och i *Café*. Från att ha varit uteslutande i negativa sammanhang, gick sättet att ta upp män med invandrarbakgrund mot ett allt positivare håll. I motsats till exemplet ovan med Jackie Arklöv, kunde invandrare synas i väldigt positiva sammanhang, som då Zlatan, andra generationens invandrare, med föräldrar från Bosnien och Kroatien, valdes till *Årets man alla kategorier* i januarinumret av *Café* år 2005.¹⁷³ Reportaget skapade inget intryck av ”vi och de” utan Zlatan behandlades precis som de etniskt svenska intervjuade. Zlatan presenterades som lika svensk som alla andra: ”fortfarande har ingen lyckats förklara hur Zlatan bar sig åt. Hans aviga klackspark var ren science fiction. Förmodligen det mest fantastiska en svensk landslagsspelare gjort. Men Zlatan har levererat betydligt mer än så i år. Själv har han väl alltid sagt att han är en världsklassspelare. 2004 höll alla andra med.”¹⁷⁴

Även om män med olika etnicitet syntes allt mer i både intervjuer och på bild år 2010 och 2015,¹⁷⁵ var de fortfarande i minoritet. Då de väl fick utrymme i tidningen behandlades de ändå på lika grunder som personer med etnisk svensk bakgrund.¹⁷⁶ Om *Cafés* målgrupp på 1990-talet inte verkade inkludera personer av annat etniskt ursprung än svenskt finns det inget som år 2015 längre skulle tyda på något sådant.

¹⁷¹ *Café* 5/2000, ”Guldtjejen tänder till.”, 66-72.

¹⁷² *Café* 9/2000, ”Jackies krig. Adoptivpojken Jackie Arklöv i Storum reste till forna Jugoslavien. Han återvände som Sveriges första krigsförbrytare i modern tid. Nu är han dömd till livstids fängelse för polismorden i Malexander. Cafés Johanne Hildebrandt har som enda journalist fått träffa Jackie i fängenskapen.”, 72-84.

¹⁷³ *Café* 1/2005, ”Årets man alla kategorier”, 76-77.

¹⁷⁴ *Café* 1/2005, ”Årets man alla kategorier”, 76-77.

¹⁷⁵ Kolla till exempel bildkollaget från utdelningsgalan av *Cafés stora modepris* år 2015 i *Café* 11/2015: 44-48.

¹⁷⁶ Se till exempel artikel med svensk-iranska Daniel Rahimi i *Café* 11/2015, 112-116; eller *Cafés stora modepris* år 2010 och Martin Olsson, vald till Årets bäst klädde idrottsman i *Café* 9/2010, 145.

Under de undersökta årtalen 1990-2015 ökade invandringen kraftigt i det svenska samhället¹⁷⁷. De förändringar detta medförde syntes i hög grad i tidningen *Café*. År 1990 syntes personer med andra etniska rötter än svenskar inte alls. Den vita manliga hegemonin framträdde tydligt i *Café* och mansroller som representerade annat än etniskt svenska män erbjöds inte i tidningen. Den sociala exkluderingen i samhället som forskaren Darvishpour nämner,¹⁷⁸ gick därmed igen även i tidningen där män med invandrarbakgrund exkluderades. Från medlet av 1990-talet togs män med invandrarbakgrund upp främst i negativa sammanhang. Tillslut, på 2000- och 2010-talen, blev män med olika etnicitet en självklar del av tidningen och behandlades som lika mycket svenskar som etniskt svenska svenskar. Den tänkta läsaren kan i dag vara mörkhyad, vit, ha sina rötter i Sverige eller utomlands och ändå ingå i gemenskapen ”vi”. *Café* avspeglar de förändringar som har skett i det svenska samhället. Invandringen ökade stort på 1990-talet och integreringen skedde inte problemfritt. Efter det rasistiskt problematiska nittio-talet skedde stora förändringar i samhällets attityder. Som redan nämnts fanns det i Sverige år 2015 1,6 miljoner personer med invandrarbakgrund, med andra ord 16 procent av befolkningen¹⁷⁹. Att *Café* inte utesluter dessa ur tidningen är i dag självklart och flera av de mansroller och mansideal som i dag erbjuds i tidningen har annan etnisk bakgrund än svensk.



¹⁷⁷ ”Integration - en beskrivning av läget i Sverige” 2008, 17-19.

¹⁷⁸ Darvishpour 2014, 15-16.

¹⁷⁹ www.migrationsinfo.se/migration/sverige.

Bild 4. I *Café* nummer 9 år 2010 har Martin Olsson valts till Årets bäst klädde idrottsman i *Cafés stora modepris*.



Bild 5 och 6. *Café* nummer 3 år 2015, Intervju med Jaque och modeller för modereportage. Också i modereportagen syns i dag en större variation i etniska rötter, jämfört med de enbart vithyade modellerna på 1990-talet.



Bild 7. *Café* nummer 5 år 1990. Som jämförelse, modereportage från 1990.



Bild 8. Cafés omslag september 2015, Zlatan som hittills är den som prytt flest av Cafés omslag.



Bild 9. Boxaren Badou Jack har rötter i Gambia, men är uppvuxen i Stockholm. I Café nummer 9 år 2015 är han intervjuad.

4. Heteronormativiteten luckras upp

Om fåfängan inkräktar på manligheten så blir det böigt, inte för att jag har något emot homosexuella, men jag är själv hetero så jag tänder inte på bögar.¹⁸⁰

I *Café* nummer 3 år 2000 diskuterade den återkommande Tjejpanelen män som bryr sig om sitt utseende (citat ovan). Alla panelister var helt överens om att män som är måna om sitt yttre upplevdes homosexuella och det tas upp på ett negativt sätt. Det blev tydligt av texten att detta var något oönskvärt och omanligt. Under hela 1990-talet och in på 2000-talet var heterosexualitet normen i *Café* och läsaren antogs vara heterosexuell. Andra sexuella läggningar syntes inte överhuvudtaget de första årgångarna. På 1990-talet omnämndes homosexualitet i samband med ett enda reportage, ett reportage om AIDS-epidemin och ”bögsjukdomen”.¹⁸¹ Homosexualitet och andra sexuella läggningar som avviker från det heteronormativa syntes inte alls på 1990-talet, med undantag av det ovannämnda exemplet. På 2000-talet skedde en förändring i det att homosexualitet började synas i tidningen. De enstaka gånger det här hände var det dock alltid i antingen direkt, eller indirekt negativ kontext. I stället för att använda termen homosexuell eller gay, användes ofta orden ”bög” eller ”fjolla”, som åtminstone i dag anses nedsättande och bär på negativa konnotationer. Dessa ord togs upp i sammanhang där man ville undvika att vara ”fjollig” eller ”bög”, det vill säga det blir klart att det var något negativt och oönskvärt, såsom i exemplet i början av kapitlet. I reportaget ”Upp till kamp Stålis” år 2000 ger sig Stålmannen ut på stan med sin ”hippa gaypolare Robin” för att ”hotta upp sin image”, men Stålmannen kom fram till att Robins mjuka sätt att vara inte är för honom: ”Tack Robin, men nej tack.”¹⁸² konkluderade artikeln. År 2005 och framåt användes inte ordet fjolla eller bög längre.

Intressant är att hand i hand med en allt mer sexualiserad ton i *Café* och kvinnor porträtterade objektifierat på bland annat utvikiningsidor, gick utvecklingen mot en nästan homofobisk ton i tidningen. Att undvika att bli stämplad som homosexuell verkade särskilt under åren 2000-2005 vara väldigt viktigt. Både tidningen och de intervjuade var tvungna att överemfatisera att de verkligen var heterosexuella och odla och förstärka heterosexualiteten med hjälp av

¹⁸⁰ *Café* 3/2000, ”Tjejpanelen: sluta fjanta framför spegeln.”, 153-154.

¹⁸¹ *Café* 5/1990, ”Tvekampen om AIDS-viruset”, 52-66.

¹⁸² *Café* 5/2000, ”Upp till kamp Stålis!”, 142-150.

bilder på nakna kvinnor i tidningen. Om det här kritiserades hånades man ofta, till exempel skrev signaturen Tarzan i en insändare efter ett nummer där *Café* undantagsvis haft en man på omslaget: ”Sjyst ’omslagsbrud’ på senaste numret (Lundell). Allvarligt talat ser det betydligt bättre ut så här än med avklädda bimbos på framsidan. Ofta får man skämmas om man lämnar tidningen framme och fel person får syn på den. Gärna kvinnor på omslaget, men vissa bilder har gått klart för långt, tidningen är ju trots allt på insidan jäkligt bra och seriös till största delen...”. Av redaktionen fick han i stället för ett sakligt bemötande svaret: ”Tarzan, inte likt dig att föredra killar”.¹⁸³ Indirekt insinuerade redaktionen att ”Tarzan” var homosexuell för att han kritiserade de avklädda kvinnorna på omslaget.

År 2000 fick de intervjuade ofta understryka att de inte var homosexuella. Flera journalister började ställa frågor som hade med de intervjuades sexuella läggning eller grad av heterosexualitet att göra. Dessa frågor ställdes utan något sammanhang, det vill säga själva intervjun handlade inte om saken, de intervjuade talade annars om sina karriärer. Till exempel ställde reportern i en intervju med AIK-spelaren Martin Åslund frågan ”Är det inte lite bögigt att få massage av en man som ni i AIK får?” vilket inte hade något att göra med sammanhanget,¹⁸⁴ Bruce Willis fick frågan om han inte hade någon procent i sig som var homosexuell, och svaret blev att nej, det är noll procent.¹⁸⁵ Även Fredrik Reinfeldt skulle ”dementera det bisarra bögryktet”,¹⁸⁶ och Markoolio fick frågan om han kunde ”tänka sig att suga av en kille för en miljon spänn” och svaret blev ett ”nej, aldrig, aldrig!”¹⁸⁷ Under åren 2000-2005 måste en stor del av de framgångsrika män som lyftes upp i intervjuerna bekräfta sin heterosexualitet för läsarna och dementera att de faktiskt inte var homosexuella eller ”bögar”, och det blir tydligt att de intervjuades sexuella läggning var viktig att veta.

År 2010 ville journalisterna fortfarande ställa frågor om de intervjuades sexuella läggning: ”som första svenska journalist fick han nu komma hem till Ljungberg i Seattle för att fråga ut honom om gayrykten, golddiggers och den påstådda maktkampen med nämnde Ibrahimovic.”, men det hade skett en förändring i attityder. Då reportern ställde frågan: ”Samtidigt lever gayryktet fortfarande. Det verkar inte spela någon roll hur många gånger du säger att du inte

¹⁸³ *Café* 1/2000, insändaren ”Lundell bättre än brudar”, 12.

¹⁸⁴ *Café* 5/2000, ”Martin Åslund. AIK:s hårdjobbade frilirare säger sitt om Kafka, bråket med Baxter, rapp på stjärten och Martin Dahlins tveksamma skjortor.”, 64-65.

¹⁸⁵ *Café* 5/2005, ”Bruce Willis. Actionstjärnan om lögner, könsbyten och karriärkraftverk”, 118-119.

¹⁸⁶ *Café* 7/2005, ”Sista ordet. Fredrik Reinfeldt om våld, bögryktet och drömmen om en cab”, 170

¹⁸⁷ *Café* 7/2000, ”Markoolio. Sveriges skojigaste hiphopare om samarbetet med Petter, fajten med Hellstrand och kändiskåta tjejer.”, 54-55.

är gay” svarade Ljungberg så här: ”Ja, jag har fått frågan och jag har sagt att jag inte är gay flera gånger, men folk bryr sig tydligen inte om vad jag säger. Många tycker att det är ett problem om de blir kallade gay. Att det är förolämpande, eller vad de nu tycker. Jag har aldrig förstått varför. Det är därför jag sagt att det är smickrande. De som jag känner eller har träffat som är homosexuella är fantastiska människor, som ofta dessutom är modeintresserade precis som jag.”¹⁸⁸ Här märker man som sagt av en stor attitydförändring i det att den intervjuades svar är försvarande, och det att han misstänks vara homosexuell ser han rentutav som något smickrande, jämfört med de tidigare åren 2000-2005 då den intervjuade var blixtnabb med att avfärda dylika påståenden. Även om det här var en utveckling framåt var tidningen ändå fortfarande heteronormativ, till exempel antas det att läsarna, om de har en partner, att partnern är kvinnlig, som till exempel rubriker som denna ur *Café* år 2010: ”Vill du veta vad din tjej läser – Elsas mode på en minut.”¹⁸⁹

År 2010 intervjuades den öppet homosexuella mäklaren och affärsmannen Fredrik Eklund, född 1977, utan att han fick frågor på ett nedvärderande sätt om sin sexuella läggning. Från år 2010 användes inte orden ”bög” eller ”fjolla” som har negativa konnotationer, utan det var ”gay” som var ordet som användes då homosexuella avsågs. I artikeln kom det indirekt fram att Eklund inte är heterosexuell, bland annat skrevs att han har öppnat gayklubbar, har gjort gayporr och det talades om hans partner, men frågan behandlades inte. Han porträtterades på samma sätt som alla de otaliga heterosexuella män som porträtterats i tidningen, ett bevis på en tydlig attitydförändring. Att Eklund är homosexuell var inte något som helt och hållet gjordes osynligt, som på 1990-1995-talen, det var inte heller något som beskrevs som oönskvärt som på 2000-2005-talen. I stället togs det upp neutralt och Eklund porträtterades jämlikt som alla de heterosexuella män som förekommit i tidningen. Eklund talade om hur han lyckats bli en så bra mäklare som han var och om sin framgång.¹⁹⁰

Fem år senare, år 2015, var homosexualitet fortfarande något som syntes väldigt lite i tidningen, men om det togs upp gjordes det på ett neutralt, inte negativt sätt. År 2015 talade man fortfarande oftast om ”flickvän” eller ”tjej” då man talade om partner, men år 2015 fanns även exempel på undantag då dessa ersatts med ordet ”partner”.¹⁹¹

¹⁸⁸ *Café* 1/2010, ”Fredrik Ljungberg. Hemma hos Seattles svenska superstjärna.”, 44-52.

¹⁸⁹ *Café* 1/2010, ”Sofis bästa sidor”, 24.

¹⁹⁰ *Café* 3/2010, ”Business: Fredrik Eklund. Miljardmäklaren som är kung på New Yorks bostadsmarknad.”, 100-105.

¹⁹¹ *Café* 1/2015, ”Stark och snabb. Så kommer du (och din partner) i toppform 2015.”

Under *Cafés* historia har det alltså skett en klar attitydförändring då det kommer till hur man förhåller sig till olika sexuella läggningar. Den här utvecklingen stämmer även den väl in med utvecklingen i det svenska samhället. Den hegemoniska maskuliniteten har inte av tradition inkluderat homosexuella, tvärtom har homosexualitet förut förknippats med en kvinnlig typ av manlighet som hotar patriarkatets dominans. Enligt finländska maskulinitetsforskaren Martti Grönfors är olika sexuella läggningar hierarkiserade i vårt samhälle och pojkar lär sig i en tidig ålder acceptera homofobin genom den sociala inlärningsprocessen¹⁹² Även den finländska mansforskaren Teppo Heikkinen är inne på samma spår och enligt honom är männens rädsla för typisk kvinnlighet en rädsla för att öppet bryta könsordningen.¹⁹³ Den homofobiska tonen och behovet att understryka och bekräfta sin heterosexualitet, bland annat med hjälp av objektifierat porträtterad kvinnor var starkt närvarande i både *Café* och flera andra livsstilstidningar för män åren 1995-2010. Men i takt med att förändringar skedde i samhället, förändrades även attityderna i tidningen. Framför allt under 2000-talet bäddade en hel del lagförändringar för förbättrade rättigheter för homosexuella i samhället,¹⁹⁴ och samtidigt var homosexualitet framme mer, bland annat i media. Det här påverkade attityder i samhället mot ett positivare håll vad gäller homosexualitet.¹⁹⁵ Detta återspeglades tydligt i tidningen. I dag har både den homofobiska tonen och behovet att bekräfta sin heterosexualitet försvunnit ur tidningen.

5. Bilar, prylar och riskfyllda äventyr

En av *Cafés* viktigaste uppgifter som tidning har alltid varit att väcka nya fantasier och impulser, leta upp sakerna ingen annan skriver om, göra det omöjliga möjligt, ja, kort sagt visa hur häpnadsväckande skön tillvaron faktiskt kan vara... Detta sökande efter kickar och klass går igen i det mesta här i *Café*, oavsett om vi skriver om mode, bilar eller resor. 'Café läser jag när jag vill komma bort från den smutsgrå vardagen', sa Viggo Cavling, chefredaktör på mediebranschtidningen Resumé, på denna sida för ett par månader sen. En ganska bra sammanfattning av *Cafés* ambition, får jag säga... I detta nummer hittar du därför *Cafés* lista över Världens 50 Bästa Saker Just Nu. Till exempel Europas snyggaste solresort, sportbilen som spränger drömgränsen 400 km/h, vårens cleanaste kostym, en praktisk ubåt för två, danske superdesignern Morten Voss läckra loungesoffa, Mizunos golfdriver i titan, en upphottad hyr-Boeing 747, Sveriges smartaste

¹⁹² Grönfors 1994, 67-71;.

¹⁹³ Heikkinen 1994, 81-90; 93-96.

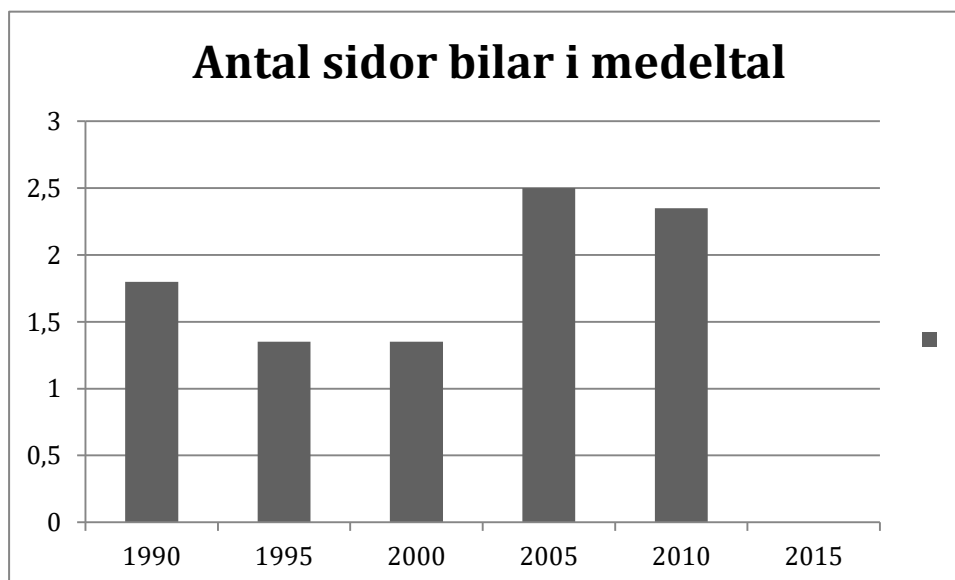
¹⁹⁴ SFS 1999:133; SFS 1994:1117; SFS 2009:253c.

¹⁹⁵ Hooghe & Meeusen 2013.

sprit, Diors Hommes nya sneakers och en seafoodrestaurang placerad precis invid ett hajtätt korallrev sex meter under havsytan utanför en maldivisk paradiso.¹⁹⁶

Så skrev chefredaktör Jens Stenberg i sin ledare av *Cafés* marsnummer år 2005. Saker, oavsett om man talar om bilar eller elektronik och spännande reportage har varit en viktig del av tidningen sedan det allra första numret. Bilar, prylar och äventyrsreportage är exempel på intressen Caféläsaren förväntades ha i varierande mängd beroende på vilken årgång man talar om.

Bilar är något som traditionellt sett förknippats med livsstilstidningar för män.¹⁹⁷ Även i *Café* var bilar en viktig del av tidningen under åren 1990-2010. Efter år 2010 försvann motorsidorna helt från tidningen. I figuren nedan syns utveckling av antal sidor motor eller bil under de olika årgångarna. År 2005 satsades det mest på bilbevakning, då tillägnades i medeltal 2,5 sidor per nummer av tidningen åt bilar. Varför bilarna försvann ur tidningen efter år 2010 skrevs inte ut.

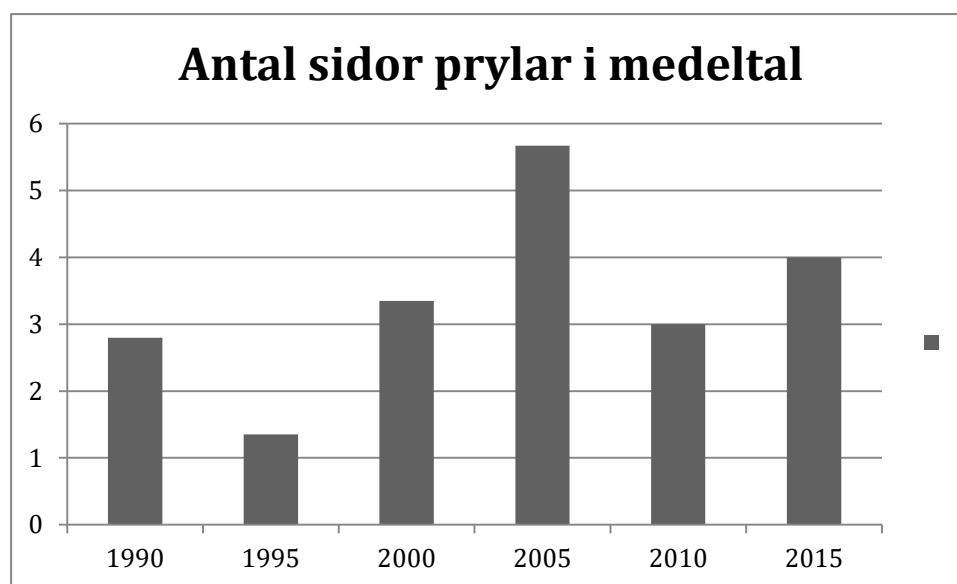


Figur 4. Utveckling av antal sidor bilar varje nummer av *Café* i medeltal har per årgång 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor.

¹⁹⁶ *Café* 3/2005, ledare av chefredaktör Jens Stenberg, "Välkommen", 14.

¹⁹⁷ Till exempel blev titeln för min kandidatavhandling *Bilar, brudar och karriär* på grund av hur viktigt det var med motorsidor i livsstilstidningen för män *Moore*.

Bilsidorna kanske försvann från tidningen, men något som har funnits med i *Café* under hela den undersökta tidsperioden är olika sidor som behandlar elektronik, mer känt i livsstilstidningar för män under begreppet prylar. Prylar såsom mobiltelefoner, datorer, läsplattor och hörlurar och stereoanläggningar är från start genomgående en viktig del, det är ett element som alltid återkommer i varje nummer. Hur mycket utrymme prylsidorna fått i tidningen varierar något. På 1990-talet var det i regel 1-2 sidor per nummer i medeltal, men medeltalet berättar i det här fallet inte hela sanningen. Prylarna var inte på 1990-talet en regelbunden del av *Café*, utan de fanns sporadiskt med i vissa nummer av tidningen, och då det var med var det fråga om flera sidors prylspecial. Mot 2000-talet och framåt blev det däremot en självklar del av tidningen. Prylsidor blev regelbundna element som återfanns i så gott som alla nummer av tidningen. Det är knappast en slump att vi ser flest sidor prylar i medeltal per nummer åren 2000-2015. Den digitala revolutionen¹⁹⁸ syns tydligt i tidningen. Från 2000-talet framåt blev bland annat bärbara datorer, mobiltelefoner, smarttelefoner, trådlös elektronik och navigationssystem vanliga. Med smarttelefonerna förändrades även mobiltelefonens användningsområden och den blev en ständigt närvarande del av vår vardag. I figur 5 syns hur bevakningen av prylar först minskade på 1990-talet, sedan ökade år 2005 och därefter minskade något.

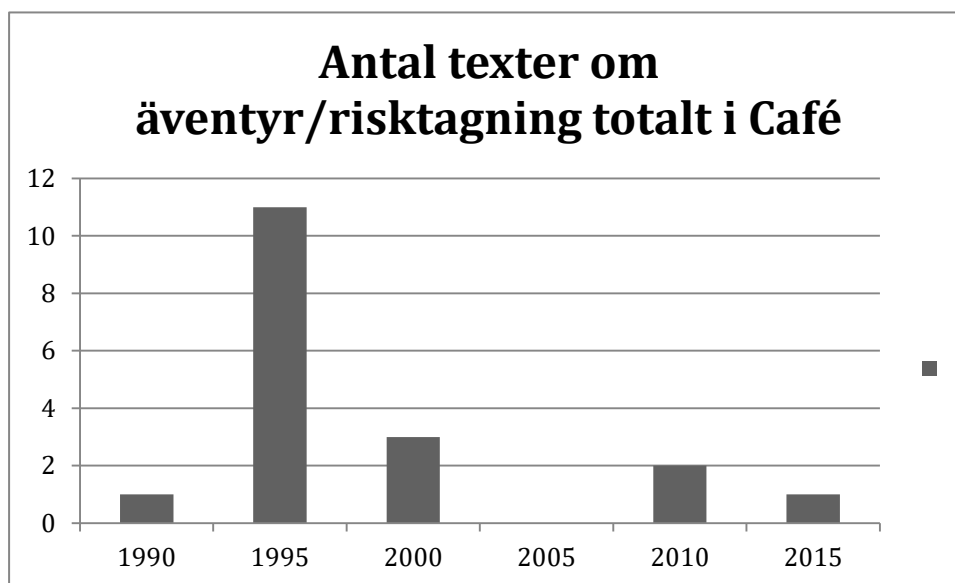


Figur 5. Utveckling av antal sidor prylar varje nummer av *Café* i medeltal per årgång 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor.

¹⁹⁸ För mer om den digitala revolutionen se bland annat Nyberg 2014, 10-12.

Det är inte bara prylarna som skvallrar om den digitala revolutionen. *Café* lanserade sin webbsida och började regelbundet skriva om internet. Under 1995 slår internet också igenom så tillvida att det blir ett återkommande element att det skrivs om internet. I flera reportage lyfts internet och andra aspekter av den digitala revolutionen fram.¹⁹⁹ Flera artiklar innehåller tips om hur man kan bli en it-miljonär²⁰⁰. Internet och det digitala är något som förväntas intressera läsaren.

Olika typ av texter som glorifierar äventyr och risktagning följer med i tidningen under hela den undersökta tidsperioden. Det finns alltid med texter som behandlar antingen äventyrande eller risktagning, eller farliga uppdrag eller kriminella världar. År 1990 skrev *Café* om maffian i olika länder och om äventyrsskidåkning.²⁰¹ Följande årgång hade andelen artiklar inom den här genren ökat stort. I medeltal fanns 2-4 artiklar eller reportage om det här temat per årgång. I figuren nedan syns utvecklingen av det totala antalet äventyrs och risktagningsreportage i *Café* under en årgång.



Figur 6. Sammanlagda antalet texter som behandlar äventyr, äventyrare eller olika typ av risktagning ihopräknat alla nummer av *Café* en viss årgång. En tidning är i medeltal 170 sidor.

¹⁹⁹ *Café* 11/2000, "IT-konfidentiellt. Handeln på internet ökar explosionsartat – och Sverige ligger i täten. Utvecklingens baksida är skattefusk, kontokortsbedrägeri och bankintrång. Cafés Christer Berglund skuggar IT-ålderns privatdeckare.", 152-156.

²⁰⁰ Till exempel *Café* 3/2000, "Så blir du IT-miljonär", 143; samt reportage om unga IT-miljonärer i *Café* 5/2000, "Miljonärer i racerfart. De är unga och de är rika. Stormrika. Aldrig förr har så många blivit miljonärer så fort som i IT-yrans Sverige. Café har träffat pojkarna som skakar världen", 98-106; samt personporträtt på IT-miljardären Christer Sturmark i *Café* 9/2000, "Christer Sturmark om sina IT-miljoner, speedkvällar med Geroge Michael och Bill Clinton", 98-99.

²⁰¹ *Café* skrev om maffian i olika länder i *Café* 2/1990, "Tema Maffia", 75-98 och om äventyrsskidåkning i *Café* 5/1990, "Hit kommer de verkliga fantasterna. De åker på egen risk", 15-17.

Att manskroppen var något som konstant måste testas och prövas och risksporter och att äventyr var viktiga delar av manligheten i början 00-talet,²⁰² syns också i tidningen *Café*. Fram till mitten av 2000-talet innehöll de flesta nummer av tidningen ett reportage om någon slags risksport eller äventyrande eller intervju med en äventyrare. Exempel på den här sortens texter är till exempel reportaget om riskfylld offpist-skidåkning i nummer 5 av *Café* årgång 1990, reportaget om skridskoåkare som tar extrema risker och åker skridskor på väldigt tunn is i *Cafés* första nummer år 1995, samt intervjun med äventyrarna Göran Kropp och Ola Skinnarmo som ska åka till Nordpolen för egen maskin i *Cafés* marsnummer år 2003.²⁰³

Den här typen av inslag syntes allt mindre i tidningen under 2000-talet, även om sådana artiklar fortfarande kan förekomma i dag, men på ett sporadiskt och icke-regelbundet sätt.

Motsättningen mellan hjältedykan, heroism, och anti-heroism, som enligt forskaren Benwell under 1990-talet och början av 2000-talet var ett typiskt inslag i livsstilstidningar för män,²⁰⁴ syntes i *Café* under åren 1995-2005. Flera av artiklarnas teman var hjältedykan med reportage om äventyrare, om personer som riskerar sina liv eller som till exempel arbetar med traditionellt manliga yrken som fotbollsspelare eller boxare. I kontrast till det här fanns den anti-heroism med dess ironiska skämtande om misslyckande att nå upp till dessa hjälteideal som forskaren Benwell pekar på,²⁰⁵ i bland annat krönikor och ledare och annat dylikt material, till exempel Jonas Crambys prisvinnande krönikor diskuterade manlighet på ett sätt som föll in under den här ironiskt skämtande stilen²⁰⁶. I ledaren för *Cafés* marsnummer år 2000 skrev chefredaktör Rikard Lind:

När jag läser om den här typen av tänja-gränserna-äventyrare reagerar jag oftast på två sätt. 1. Skaffa er ett liv. 2. Ett litet äventyr skulle kanske inte skada. Tänk efter, hur många hisnande, sinnesvidgande, omvälvande äventyrligheter har man egentligen varit med om? Bortsett från den gången man groggade på Explorer och utgången mjölk, fastnade med tungan på staketet när det var vintertrav på Romme eller firade midsommar bland 250 raggare på

²⁰² Ticknell et al. 2003, 47-62.

²⁰³ *Café* 5/1990, "Hit kommer de verkliga fantasterna. De åker på egen risk", 15-17; *Café* 1/1995, "Glidare på tunn is. Skridskornas extremåkare söker sig längst ut i havsbandet, där isen är som tunnast och kicken som störst", 62-65; *Café* 3/2000, "Kallaste killarna laddar om. Sveriges tuffaste äventyrare Göran Kropp och Ola Skinnarmo tänker ta sig till Nordpolen för egen maskin.", 64-66.

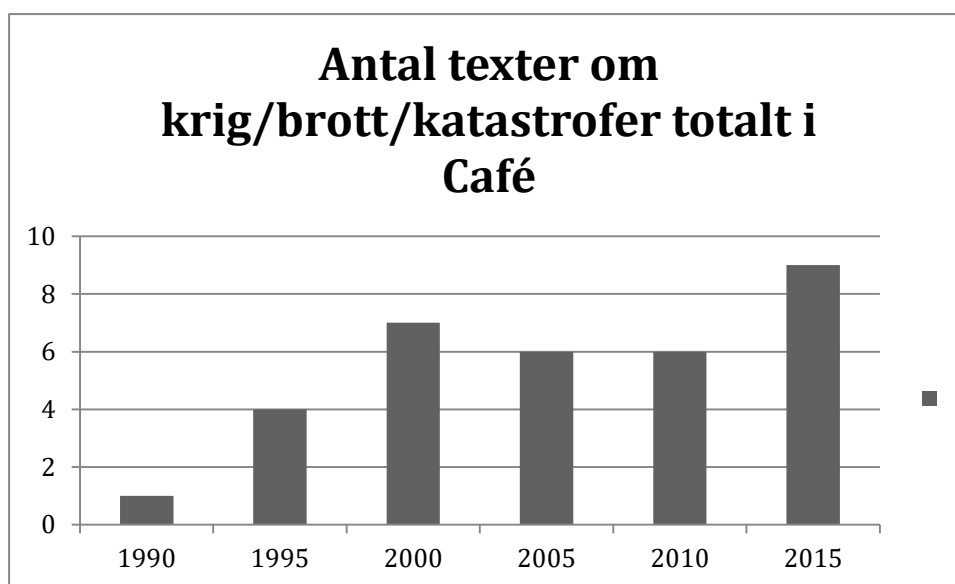
²⁰⁴ Benwell 2003, 153-162.

²⁰⁵ Benwell 2003, 153-162.

²⁰⁶ *Café* 1/2010, Krönika "Därför tänder din tjej på dåliga killar" av Jonas Cramby, 80-82.

en camping i Rättvik. En sorts dödsförakt det med. Och man lär sig nåt av allt. Till exempel att det är lite sexigare att dö på Nordpolen än i Rättvik. Och att det efteråt, om man överlever, säkert är en betydligt mer lukrativt nisch att hålla föredrag om ylande isbjörnar och 100 mil på skidor än om lågbudgetvodkans utforskade användningsområden. Men vid närmare eftertanke är jag trots allt betydligt vassare när jag får staka mig fram längs det sistnämnda spåret. Så ha det bra på tundran, killar. Både jag och min Piña Colada lovar att tänka på er från poolen i Palm Springs.²⁰⁷

Under namnet *Dokument* publicerar *Café* i nästan varje nummer av tidningen längre reportage som berör ämnen som krig, brott eller katastrofer, såsom till exempel sjukdomen Ebola, som spred sig i Västafrika år 2014. Dessa finns genomgående med i tidningen under hela den undersökta tidsperioden. Kvalitetsjournalistik och dokument och reportage gjorda på ett högkvalitativt sätt är något som *Café*läsaren förväntas vara intresserad av under hela den undersökta tidsperioden. *Café* har alltid innehållit välgjorda, analytiska och journalistiskt sett högkvalitativa reportage som de också fått pris för under olika tillfällen.²⁰⁸ I figur 7 syns utvecklingen av det totala antalet texter under namnet *Dokument* per årgång. Figuren visar att dessa från 2000-talet framåt hållits på en stabil nivå.



Figur 7. Det sammanlagda antalet texter som berör ämnen krig, brott eller katastrofer under en viss årgång av *Café* åren 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor.

²⁰⁷ *Café* 3/2000, ledare av Rikard Lind, "Tre som vågade livet", 12.

²⁰⁸ Genom åren har *Café* upprepade gånger fått olika pris. Bland annat Sveriges Tidskrifter har korat journalisterna Jan Gradvall, Christer Berglund, Niclas Hammarström och Staffan Heimerson till Årets journalist, Joel Persson till Årets Ad, Jonas Cramby till Årets krönikör.

De prisvinnande texterna och de påkostade dokumenten, ofta från exotiska platser verkar spela en betydande roll i *Cafés* framgång. Flera konkurrerande livsstilstidningar för män har lagts ner över årens lopp, men *Café* har lyckats hålla sig kvar, delvis kanske på grund av satsningen på texter av hög kvalitet: kvalitetsjournalistiken har lockat läsare, även om man inte varit överens om övrigt innehåll i tidningen (för lite bröst, för mycket, för mycket sport, för litet).

Under åren 1990-2015 skedde vissa förändringar i de intressen den typiske mannen förväntas ha. Bilbevakningen, som varit en del av tidningen sedan 1990, försvann ur tidningen (i stället vann bland annat mode terräng) och bevakningen av prylar kulminerade år 2005. Att bilarna försvann kan eventuellt ha att göra med att mansidealet i tidningen förändrades. Livsstilstidningar för män förknippades starkt med en mansroll som av en rad forskare kom att kallas den nya grabben.²⁰⁹ Den här grabbiga manligheten förknippades med traditionellt manliga intressen, såsom till exempel bilar. Den mansroll som i dag syns i tidningen är inte den grabbiga mannen och ett intresse för bilar är inte längre en lika självklar del av manlighet. Tidningens ökade fokus på bland annat mode har också krävt att tidningen avstår från utrymme, då har bland annat motorsidorna fått gå.

Mannen förväntas under hela *Cafés* utgivningshistoria intressera sig för prylar, med extrafokus på bevakningen år 2000 framåt. Det här går hand i hand med att internet slog igenom och mobilanvändningen bland allmänheten växte kraftigt och inträdet av olika sociala medier ägde rum.²¹⁰ I takt med att användningen av den här typ av prylar blev vanligare i samhället var det naturligt att tidningen bevakade dem.

Risksporter förknippades starkt med den nya grabben och till skillnad från tidningar riktade till kvinnor, där kroppen ses som något som ska vårdas och kräver konstant uppmärksamhet, gav männens tidningar från år 1990 till början av 2000-talet en bild av kroppen som något som ska testas och prövas, gärna genom någon Extremsport med stor risktagning²¹¹ Detta stämmer helt överens med *Café* där olika äventyrare lyftes upp som hjältar under dessa år. Även senare årgångar skrevs det om den här sortens ämnen, men tonen var inte längre lika

²⁰⁹ Benwell 2003, 9-14; Crewe 2003a, 92-100, 108.

²¹⁰ Nyberg 2014, 10-12.

²¹¹ Ticknell et al. 2003.

glorifierande. Däremot går fokus från att kroppen ska testas med risksporter till att kroppen ska testas med hård träning.

Under hela *Cafés* utgivningshistoria finns en stark satsning på påkostade reportage under namnet *Dokument*. Dessa berör oftast ämnen som krig, brott eller olika katastrofer. Den hegemoniska maskuliniteten har av tradition starkt förknippats med mannens förmåga att försvara sig själv och sin familj.²¹² På den här punkten verkar det inte, med *Café* som utgångspunkt, ha skett någon förändring. Den ideala mannen ska fortfarande vara intresserad av sådant som kan komma att hota honom eller hans familj.

²¹² bl.a. Jokinen 2000, 210-211.

IV Mannen i *Café* och hans syn på kvinnan

En av de faktorer som har förändrats allra mest under *Cafés* drygt 25 år långa historia är mannens syn på kvinnan. I det här kapitlet presenteras hur synen på kvinnan utvecklas stort på fyra olika delområden: kvinnor finns på tidningens omslag vissa årgångar och andra inte, på sättet männen som kommer till tals i tidningen talar om kvinnor (både redaktionella texter såsom ledare, samt män som är intervjuade i tidningen, till exempel *Killpanelen*), hur kvinnor porträtteras i personporträtt både i text och i bild, samt att utvikiningsidor förekommer åren 1995-2010. I det här kapitlet behandlas också vilken sorts män som ges utrymme i tidningen och hur det förändras under de undersökta åren på olika delområden såsom bildsättning och personporträtt. Till sist behandlas även hur tidningen fungerar som forum för diskussion kring en slags manlig identitetskris.

1. Synen på kvinnan: Sexobjekt eller osynlig?

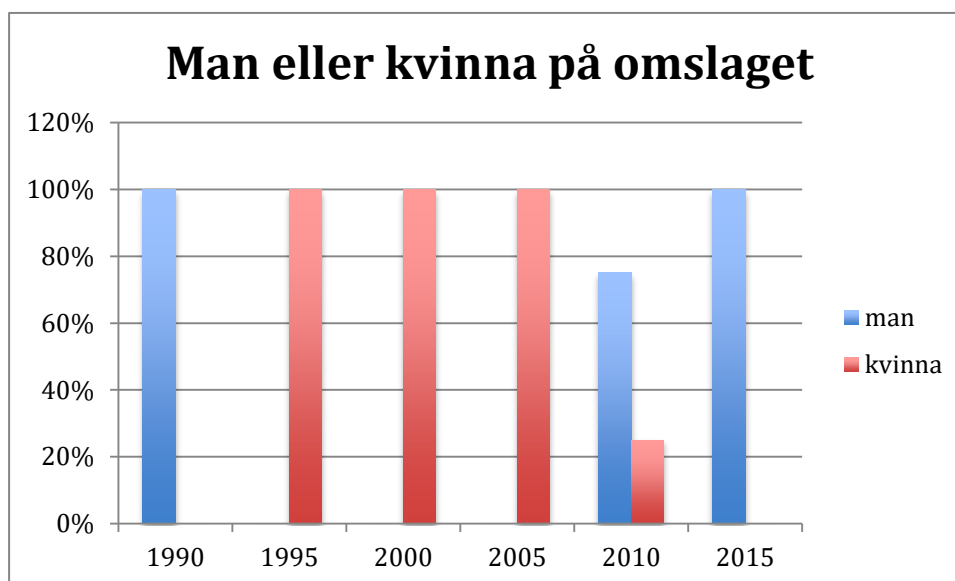
Det här var ändå bagateller i sammanhanget. Skitsaker och detaljer. Nej, och nu kommer vi till det som alla tycktes rörande eniga om: det var för lite bröst! Det tyckte Kjell Allingen i *Eldorado*. Och är Björn Vingård i *Resumé* inte ute efter samma sak när han spår *Café* en svår framtid, eftersom mäns enda gemensamma intresse här i livet är kvinnor – brudar – tjejer? Förmodligen menar även Jacob Dahlin i *Aftonbladet* samma sak när han efterlyser ”mer stake”. Eller som seriefiguren Ståkkålms-Ringo (Idag) utbrister när han läser premiärnumret av *Café*: ”Va faan ... en sjeten tutte i hela blasskann?!”. Det var inte för mycket fotboll, det var inget fel på modet, det var inte för lite kultur; det var för lite bröst. Att vi inte tänkte på det.²¹³

I det allra första numret av *Café* fanns inga utvikiningselement, men tidningen fick också snabbt feedback för det.²¹⁴ Utdraget ovan är taget ur ledaren i *Cafés* andra nummer 1990, signerad ”Redaktionen”. I den behandlas den kritik det första numret av tidningen hade fått, kritik som blev startskottet på en utveckling som gick i ett allt mer accelererat tempo fram till mitten av 2000-talet. Ett av de kanske mest synliga uttrycken för den här utvecklingen ser man då man gör en snabb överblick av samtliga omslag av *Café* över årens lopp. De första numren av *Café* har män avbildade nära inpå (tajt beskurna ansiktsporträtt), men från och med årgång 1992 fram till år 2010 är det med endast några få undantag bara kvinnor på pärmen. I figuren

²¹³ *Café* 2/1990, ledaren ”Samlade brösttoner”.

²¹⁴ Här bör även tilläggas att även om *Cafés* årgång 1990 till största del är producerad av män, har det första numret som ges ut faktiskt en kvinnlig chefredaktör, och enstaka artiklar är skrivna av kvinnliga journalister.

nedan syns hur männen år 1990 pryder *Cafés* omslag, för att därefter försvinna och sedan återvända 2010.



Figur 8. Man eller kvinna på omslaget? De blåa staplarna visar den procentuella andelen män på pärmen över åren 1990-2015, de röda staplarna visar den procentuella andelen kvinnor på pärmen.

Kvinnorna tog över pärmen helt och hållet från och med 1995 och samtidigt fick sex och nakenbilder på kvinnor en allt större roll inne i tidningen. Nakenbildernas stil utvecklades också mot ett allt mer pornografiskt håll fram till år 2005, varpå de så småningom började avta för att sedan försvinna ur tidningen helt och hållet år 2015. Från år 1995 hade tidningen som återkommande element alltid utvecklingsidor under namnet *Portfolio*. Varje nummer hade även ett större personporträtt på en kvinna, och framför allt under åren 2000-2005 bildsattes det på ett objektifierat sätt (mer om både personporträttens bildsättning och *Portfolio*-sidorna längre fram i texten). I det allra första numret av *Café* fick man inte intrycket av kvinnan som objekt för mannens njutning, även om hon visserligen fick besvara lite annorlunda frågor än männen i intervjuerna (mer om detta längre ner). Men över åren har det skett drastiska förändringar och under åren 1995-2005 var kvinnan i *Café* där i egenskap av objekt. I sin ledare i nummer 3 år 1993 skrev dåvarande chefredaktör Fredrik Helmertz så här om grunderna för att börja ranka Sveriges sexigaste kvinnor:

Okay, det är lika bra att erkänna. Vi på *Café* är inte bättre än någon annan. Vi älskar att titta på tjejer. Vi älskar att prata om tjejer. Jag önskar jag kunde säga att vi förde välavvägda samtal om lika lön för lika arbete, om begåvade yrkeskvinnor vi träffar, om drömmen att dela

våra liv jämlika, ansvarstagande kamrater – men nej, inte primärt. Primärt är det mer raka puckar. Ben, hals, ja ni förstår nivån. Man skulle kunna avfärda oss som mansgrisar, men dessvärre är vi rätt många som trängs i svinstian. Ungefär halva befolkningen. Jag är ingen beteendeforskare, men något har det med naturen att göra när min försynte kollega Lind undgår döden med en hårsman för att han vid synen av vårens första kjol paralyserad vandrar rätt ut i en kraftigt trafikerad gata. Det är förmodligen också samma naturens elaka spel som gjorde att svenska kvinnor förra året la ner 613 miljoner kronor enbart på make-up produkter. I grunden är vi alla – män som kvinnor – offer för våra instinkter och att *Café* i detta nummer stolt kan presentera Sveriges 69 sexigaste kvinnor är på sitt sätt ett uttryck för civilisationens kapitulation för naturen.²¹⁵

Helmertz sätt att resonera om biologi och naturliga instinkter är typiskt för 1990-talets diskussion om manlighet med ett nytt fokus på darwinism och stereotypa bilder av hanen som testosteronpåverkad och oförfärdig.²¹⁶ Enligt mansforskaren Thomas Johansson var det här sättet att tänka vanligt inom populärkultur på 2000-talet, bland annat uttrycktes liknande idéer som de i citatet ovan av bland annat John Gray i den populära och flitigt översatta boken *Män är från mars, Kvinnor från Venus*, som argumenterade för att män och kvinnor är som olika varelser. Boken stödde stereotypa bilder av män och kvinnor.²¹⁷ Att det inte var endast redaktionen för tidningen *Café* som hade ändrat attityd åt det mer sexistiska hållet märktes även till exempel på svaren som de heterosexuella, svenska medverkarna i *Killpanelen*,²¹⁸ gav år 1990. Lars i *Killpanelen* kommenterade år 1990 raggande: ”Man ser till att man lyssnar på henne just då, så hon känner sig intressant, man intresserar sig väldigt mycket för vad hon gör till exempel. Det kan ju vara fruktansvärt ointressant, men man är ju ute efter ragget. Man vill ju bara ha hem henne.”²¹⁹ I *Killpanelen* i samma nummer passade Göran också på att kommentera jämställdhetsdebatten: ”Bevisligen fungerar det med en kvinna som gör karriär, men det jobbiga blir när tjejerna ska imitera det vi killar av tradition har. Det är det som gör att jag tänder av. När det går över gränsen, när det blir något killigt över henne.”²²⁰

Den nya, sexistiska stilen, som introducerades i tidningen efter det allra första, mer neutrala numret av *Café*, hittade genast hem hos läsarna. Bland annat bevisades detta av en stigande

²¹⁵ *Café* 3/1993, ledare av Fredrik Helmertz.

²¹⁶ Gill 2003, 49-51.

²¹⁷ Johansson 2000, 133-137.

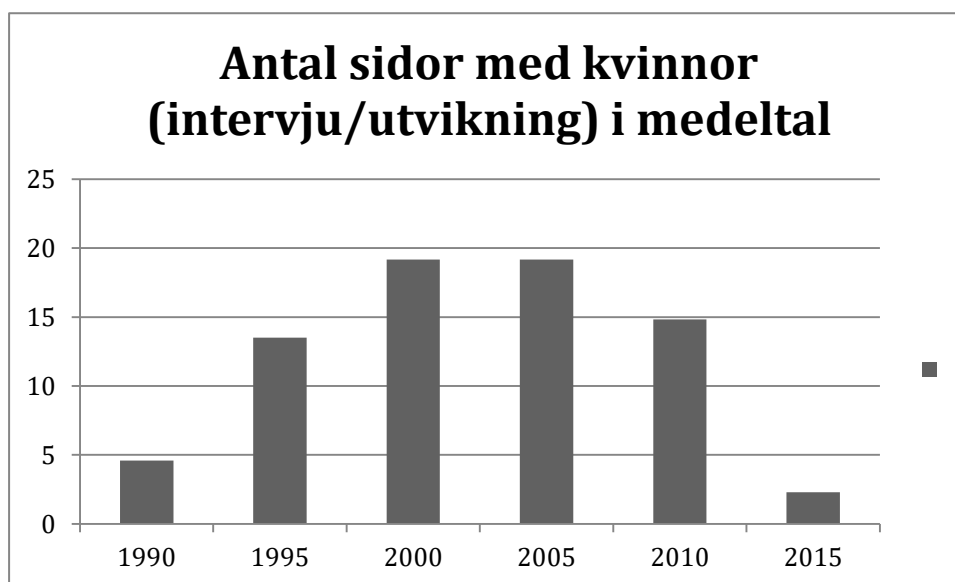
²¹⁸ Observera att år 1995 har *Killpanelen* ersatts av *Tjejpanelen* där först några anonyma kvinnor diskuterar olika tema, för att år 2000 vara personer med namn och foto.

²¹⁹ *Café* 4/1990, ”Killpanelen”, 64-71.

²²⁰ *Café* 4/1990, ”Killpanelen”, 64-71.

upplaga: *Cafés* upplaga år 1993 var 19 800 exemplar, vilket innebar en ökning på 20 procent från det första året.²²¹ Redaktionen fick också en hel del positiv feedback, till exempel för införandet av rankinglistan ”Sveriges 69 sexigaste”, och diskussionen om att titta på kvinnor för njutning fortsatte:

I förra numret av *Café* presenterade vi den första rankinglistan över Sveriges sexigaste kvinnor. Vilket gensvar vi fick! /.../ Många uttryckte också en befrielse att öppet få tala om att de gillar att titta på kvinnor – sin egen tjej, grannens fru eller Hennes & Mauritz baddräcksreklam – utan att för den skull vara snuskigbar. Om detta kan man säga mycket men låt mig sammanfatta läget så här. Svenska killar får reflexmässigt dåligt samvete när de tittar på tjejer. Ju sexigare, desto sämre samvete. Därför tiger svenska killar. Hellre det än nesan att stämplas som mansgrisar.²²²



Figur 9. Utveckling av antal sidor kvinnor, både personporträtt, övriga intervjuer och utvecklingsidor varje nummer av *Café* i medeltal per årgång 1990-2015. En tidning är i medeltal 170 sidor.

Hur mycket kvinnor lyftes upp i tidningen varierade stort. I figur 9 syns hur det särskilt åren 1995-2010 fokuserades en hel del på kvinnor, både i personporträtt och på utvecklingsidor. År 2015 hade den här siffran sjunkit drastiskt. Samtidigt som kvinnorna fick mer utrymme i tidningen utvecklades också sättet kvinnorna avbildades på mot ett allt mer objektifierande håll åren 1990-2005. Det här gällde både tidningens omslag och innehåll. Detta korrelerade med en allt större fixering kring (heterosexuellt) sex under samma tidsperiod. Rubrikerna på

²²¹ *Café* 5/1993, ledare av Fredrik Helmertz.

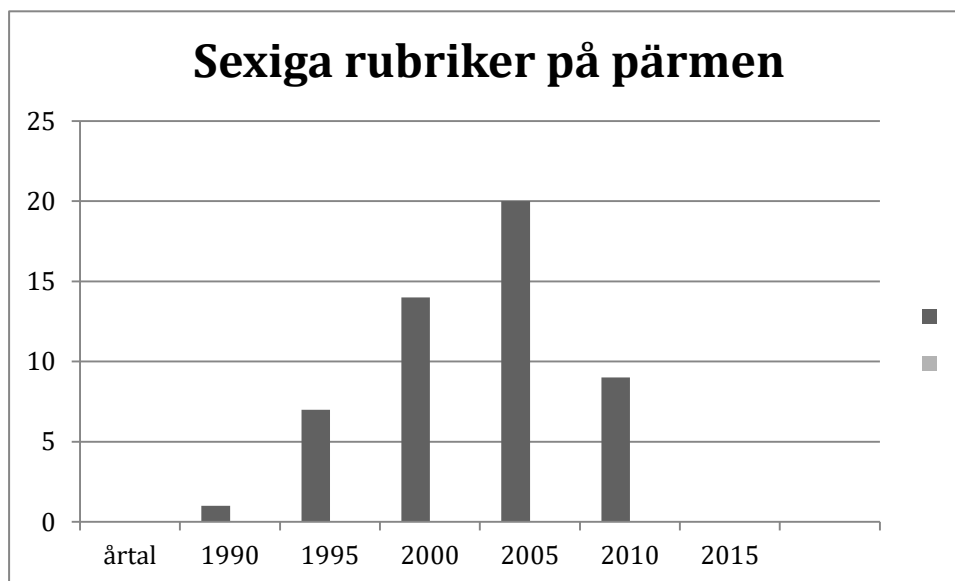
²²² *Café* 4/1993, ledare av Fredrik Helmertz.

pärmen speglade innehållet i tidningen. Under hela årgång 1990 fanns en enda rubrik med ordet sex på pärmen av *Café*, jämfört med årgång 2005 då det nämndes i 20 rubriker på pärmen av *Café*. Åren 2000-2005, särskilt år 2005 var tidningens mest sexistiska och översexualiserade år. Flera artiklar och reportage handlade om ämnen som porr, sex eller strippor, men ordet sex eller sexig klämdes också in i sammanhang som inte hade med ämnet att göra, till exempel då det talades om ”Sexiga stadsjeepar”. *Tjejpanelen* som årgångarna 1995-2005 fanns med i varje nummer diskuterade nästan utan undantag alltid sex, liksom den gallup bland svenska tjejer som finns med i tidningen under vissa av årgångarna. Ett exempel är också *Förspel*-sidorna, som innehöll bland annat recensioner, nöje och krönikor, men under de här åren även innehöll en hel del sex. Redan namnet på sidorna i sig är en anspelning på sex, men även de ämnen som valdes, till exempel att recensera, kretsade kring sex: antingen till exempel porrfilmer, dokumentärer om sex eller naket i film, eller avklädda tjejer i rapvideor.²²³ Kring 2000-talet var sexismen så etablerad att om den ifrågasattes i till exempel insändare så hånadades personen som skickat in insändaren²²⁴.

År 2010 hade den sexistiska tonen minskat drastiskt för att år 2015 vara helt borta. Å andra sidan skedde det här i samband med att kvinnan också försvann ur tidningen nästan helt och hållet. I figur 9 syns hur antalet sidor som dedikeras kvinnor växer exponentiellt fram till år 2000 för att efter år 2010 snabbt rasa. I takt med att sex i innehållet försvann, så försvann även kvinnan ur tidningen. Figur 10 visar utvecklingen av stilen för rubriksättning och hur den sexuellt mättade tonen kulminerar år 2005.

²²³ Se till exempel *Förspel* sidorna i *Café* 9/2005, 18-43.

²²⁴ Till exempel insändaren ”Lundell bättre än brudar” av signaturen Tarzan i *Café* 1/2000, 12.



Figur 10. Rubriker med sex. Tabellen visar den ihopräknade summan av rubriker med anspelning på sex (orden sex, sexig, het) för samtliga nummer av en viss årgång. Åren 2000 och 2005 är de mest översexualiserade åren där samtliga omslag har minst en rubrik av det här slaget. Se bilaga 1 för komplett lista. Observera att år 1990 och 1995 är det fråga om 5, respektive 6 nummer, och 2000-2015 är det 12 nummer.

Kvinnor i personporträtt

Personporträtten på kvinnor skiljde sig åren 1990-2010 stort från personporträtten på män i tidningen *Café*. Skillnaderna var år 2010 och 2015 inte längre så markanta. År 2015 gjordes det endast ett personporträtt på en kvinna.

Det första personporträttet på en kvinna som gjordes i *Café* 1990 ackompanjerades inte av nakenbilder eller bilder i underkläder. I *Café* nummer 1 år 1990 intervjuades skådespelaren och regissören Marika Lagercrantz, född 1954, och porträtterades påklädd med svartvita bilder, både i ett linne i en säng med vita lakan samt i ett stort fotokollage iklädd svart skjorta där hon gör olika miner med en svart bakgrund.²²⁵ Bildsättningen är mjuk och de svartvita färgerna gör att bilderna ger ett stilfullt intryck. I motsats till män som kom till tals i personporträtt behandlade intervjun med Lagercrantz mycket mera privatliv än professionell verksamhet. I stället för att fokusera på karriär, handlade intervjun om Lagercrantz mammaledighet, om blöjbyten på dottern, samt Lagercrantz utseende som av reportern beskrivs som så vackert att vacker inte är ett tillräckligt adjektiv. Dessutom, vet reportern, är hennes skönhet helt naturlig och befriad från kosmetiska attribut. Lagercrantz var aktuell som

²²⁵ *Café* 1/1990, Marika Lagercrantz – skådespelerska med lyskraft, 136-139.

skådespelare, men hennes karriär behandlades endast i ett kort stycke, några meningar.²²⁶ Det här är typiskt och återkommande genom hela *Cafés* historia. Män rör sig i större utsträckning i den offentliga sfären och kvinnor i större utsträckning i den privata. Särskilt de första undersökta årgångarna där männen sällan talade om den privata sfären, utan främst rörde sig i den offentliga och behandlade sin karriär blir kontrasten till kvinnorna stor. Till exempel behandlades ishockeyspelaren Börje Salmings karriär på fem sidor år 1990,²²⁷ och journalisten Mats Olssons karriär behandlades på 9 sidor år 1995.²²⁸ Något som fortsatte över åren är även frågan om kvinnans drömman. Till exempel fick modellen och skådespelaren Izabella Scorupco, född 1970, berätta om hurdan man hon i framtiden vill ha, och hennes karriär behandlades i ett kort stycke.²²⁹ Intervjun med skådespelaren Helena Bergström, född 1964, följde samma mönster. Bergström porträtterades dessutom i ett kök, ett område i hemmet som stereotyp och av tradition förknippats med kvinnan, och beskrev sig som en person som då hon blir arg blir ”jääävligt arg” och då hon blir förälskad: ”Visst har jag gott om förnuft, men det är alltid känslorna som styr.”²³⁰ Stereotypa könsroller förknippar av tradition kvinnan med just känslor och frågor som berör familj, och männen å andra sidan med rationella tänkandet.²³¹

²²⁶ *Café* 1/1990, Marika Lagercrantz – skådespelerska med lyskraft, 136-139.

²²⁷ *Café* 3/1990, ”Den sista hockeyhjälten. Stor intervju och porträtt av legenden Börje Salming.”, 64-74.

²²⁸ *Café* 2/1995, ”Störst, bäst, styggast. Han tog pop på allvar, införde rock’n roll i sportspalterna och i höst debuterar *Expressens* Mats Olsson som romanförfattare”, 50-59.

²²⁹ *Café* 2/1995, ”Iza Bella – Vacker som en ljus sommarnatt, stjärnmodell och skådespelerska. Nu debuterar hon som sångerska”, 102-105.

²³⁰ *Café* 3/1990, ”Film- och teateraktuell. Plötsligt syns Helena Bergström överallt”, 76-79.

²³¹ Fejes 1992, 12.



Bild 10. Skådespelerskan Monika Lagercrantz porträtteras stilfullt och svartvitt i *Café* nummer 1 år 1990.

Fem år senare, 1995, fick kvinnorna fortfarande i jämförelse med männen tala mindre om sina karriärer än männen, och en hel del mer om sitt utseende. Tonen hade ändå förändrats i det att temat sex, samt frågor om män som raggat upp en, blev allt självklarare i personporträtten på kvinnor. Till exempel fick skådespelerskan Lina Perned, född 1973, i *Café* nummer 1 år 1995 prata om drömmannen, svara på frågor som ”knullar du runt?” och om festande.²³² Sångerskan Lisa Nilsson, född 1970, blev tillfrågad om det är många som raggat på henne på krogen.²³³ Bildsättningen till personporträttet av Lisa Nilsson är gulligt, änglalikt, men ändå med en underton av något mer förföriskt. Nilsson sitter till exempel med benen lätt särat i en vit kort kjol och svarta strumpbyxor, dock med handen strategiskt placerat för att täcka så man inte ser in under kjolen.²³⁴

Ytterligare fem år framåt, år 2000 var stilen ännu mer sexfixerad, särskilt bildsättningen hade blivit allt mer utvickningsaktig. Till exempel personporträttet på modellen Cathrine Hardenborg,

²³² *Café* 1/1995, ”Lina Perned. Golvad, men inte uträknad. Skådis, kåkfarare och partytjej med smak för farliga killar. Ändå har livet bara börjat för Lina, 21”, 40-44.

²³³ *Café* 2/1995, ”Lisa Nilsson – Ängeln har landat. Tre år efter succén med *Himlen runt hörnet* landar Lisa Nilsson nya plattan *Till Morelia*”, 38-44.

²³⁴ *Café* 2/1995, ”Lisa Nilsson – Ängeln har landat. Tre år efter succén med *Himlen runt hörnet* landar Lisa Nilsson nya plattan *Till Morelia*”, 38-44.

född 1969.²³⁵ I alla bilder till personporträttet var hon mer eller mindre halvnaken. Kroppen ger nästan ett plastligt, dockaktigt intryck med oljad kropp och glansig blick. Hon beskrevs i intervjun som ett offer, då hon blivit misshandlad på en bar av en man. Precis som kvinnorna de tidigare åren fick hon många frågor om olika förhållanden hon haft med kända killar och kommentarer om sitt utseende. Reportern ville berätta att han tyckte att hon var mer vacker än porrig.²³⁶ Den mer utvikiningsaktiga stilen syntes även i personporträttet med skådespelerskan Jenny Ulving, född 1979, där hon porträtterades som en docklik varelse, i rosa och mjuk belysning och oljig och lystrig hud i en rad olika poser, ofta med benen särade, munnen lätt öppen och blickandes uppåt med förförisk blick mot kameran i något slags sovrumssaktig miljö.²³⁷ Porträtten på glamourmodellen Carolina Gynning, född 1978 är direkt pornografiska.²³⁸ Just bildsättningen skiljer sig kraftigt från hur männen porträtteras.



Bild 11 och 12. Carolina Gynning poserar vågat i *Café* nummer 11 år 2000.

²³⁵ *Café* 1/2000, "Laddad och klar. Cathrine Hardenborg laddar puffrorna och gör vinterns hetaste roll i nya Hasselfilmen.", 40-45.

²³⁶ *Café* 1/2000, "Laddad och klar. Cathrine Hardenborg laddar puffrorna och gör vinterns hetaste roll i nya Hasselfilmen.", 45.

²³⁷ *Café* 7/2000, "Jenny Ulving. Hon missade huvudrollen *Fucking Åmål* med en hårsån. Sen la Kanal 5 ner såpan *Vänner & fender*. Men skam den som ger sig – i höst filmdebuterar Jenny Ulving i Daniel Fridelis *Dubbel-8*.", 58-65.

²³⁸ *Café* 11/2000, "Folkhemmets farligaste fantasi. Från Anita Ekberg till Victoria Silverstedt, från Britt Ekland till nya modellhoppet Carolina Gynning härintill. Den svenska blondinen upphör aldrig att fascinera", 164-173.

Överlag har modeller och skådespelare varit väldigt överrepresenterade bland de intervjuade kvinnorna. En och annan sångare dyker upp i bland, men det är en väldigt snäv bild av samhällets kvinnor som presenteras i *Café*. De kvinnor som kommer till tals i intervjuer jobbar oftast med sitt utseende på något sätt. Undantag finns ändå. I takt med att allt fler liknande tidningar som *Café* anammade en allt mer sexistisk ton, blev det också vanligt att kvinnor som hade andra yrken än modell eller skådespelare tog av sig kläderna framför kameran. Det blev ett fenomen i sig att många mer eller mindre kända personer lät sig fotograferas för den här sortens tidningar mer eller mindre avklätt. Ett exempel på det här är längdhopparen Erica Johansson, född 1974, i nummer 9 år 2000.²³⁹ I pinup-stil avbildades Johansson i en urringad klänning vars fäll hissats upp för att blotta underkläder och strumpeband och Johansson poserade med en chockerad min. Den här utvecklingen syntes extratydligt kring år 2000 då dokusåporna hade slagit igenom på allvar.²⁴⁰ Viljan att posera avklätt var särskilt framträdande bland dokusåpekändisar, som syntes i *Café* otaliga gånger, särskilt under åren 2000-2005.²⁴¹ Det var inte bara bilderna som blev allt mer sexualiserade. Även rubrik- och ingressättningen gick mot ett mer sexualiserat håll. Till exempel personporträttet på sångerskan Helena Paparizou, född 1982, i *Cafés* julinummer år 2005 hade en ingress som skiljde sig markant från till exempel hur ingresser till personporträtt på män var: ”Världens skönaste svensk-grekiska är tillbaka – mer tänd än någonsin. I en sensationellt uppriktig intervju med *Café* avslöjar Helena Paparizou den nakna sanningen om sexrykten, plastikoperationer och att ha paparazzifotografer under kjolen.”²⁴² Jämfört med till exempel ingressen till personporträttet med fotbollspelaren Markus Rosenberg, född 1982, i samma nummer av *Café*: ”Hemma i Malmö har han länge gått under smeknamnet ’den nye Zlatan’. Nu börjar resten av Sverige förstå varför. *Cafés* Ola Liljendahl möter Markus Rosenberg – regerande skyttekung i allsvenskan med siktet inställt på SM-guld, proffskontrakt och en given plats i landslagets startelva.”²⁴³

²³⁹ *Café* 9/2000, ”Läckraste hoppet i OS. Erica Johansson lovar ingenting inför OS i Sydney. Hon tror knappt på medalj. Men det är just då hon lovar allt. Sveriges läckraste guldhopp älskar nämligen att slå ur underläge.”, 88-94.

²⁴⁰ Dokusåporna slår igenom på allvar i Sverige då överlevnadsprogrammet *Expedition Robinson* börjar sändas i Sveriges television år 1997.

²⁴¹ Bland annat deltagare i både *Paradise hotel*, till exempel *Café* 3/2005 och *Expedition Robinson*, till exempel *Café* 11/2005, porträtteras i *Café*. Som en parentes kan här tilläggas att bland de kändaste exemplen finns *Paradise hotel*-deltagaren Sofia Hellqvist, numera prinsessa, som poserar för *Cafés* konkurrent *Slitz* mer eller mindre naken.

²⁴² *Café* 7/2005, ”Helena Paparizou. Världens mysigaste svensk-grekiska om sexryktena, nya skivan och att paparazzifotograferas under kjolen”, 68-74.

²⁴³ *Café* 7/2005, ”Nästa stora grej”, 76.

År 2010 hade en förändring skett och både bildsättning och rubriker var aningen mindre sexualiserade än år 2000 och 2005, också innehållet i intervjuerna hade gått mot en lite annorlunda stil där det inte längre var självklart att fråga kvinnorna om de blir uppraggade på krogen och ute på gatan, hurdan sexliv de har eller hurdan deras drömmar är. Till exempel skådespelaren Helena Mattson, född 1984, intervjuas om sin karriär i större utsträckningen än kvinnorna de tidigare årgångarna och även bildsättningen skiljer sig stort.²⁴⁴



Bild 15. Helena Mattson poserar i *Café* nummer 9 år 2010.

År 2015 var det enda personporträttet på en kvinna på musikern Tove Lo, född 1987, och i ljuset av det här personporträttet hade skillnaden på hur män och kvinnor porträtteras jämnats ut rätt mycket.²⁴⁵ Tove Lo fick inte frågor om sitt utseende, utan hon fick tala om sin karriär. Bildsättningen var neutral. Utöver intervjun med Tove Lo dök kvinnor upp endast i några enstaka sammanhang under år 2015, till exempel var det två gånger en kvinna i serien ”Sista ordet”, en kort intervju på en sida med standardiserade frågor på tidningens sista sida. Förutom det här hade kvinnorna, som i så många år hade en så stor roll i tidningen, totalt försvunnit ur *Café*.

²⁴⁴ *Café* 9/2010, ”Helena Mattsson. Äntligen blommar hon ut”, 60-66.

²⁴⁵ *Café* 7/2015, ”Tove Lo. Årets artist är redo för mer.”, 82-86.

Även ett annat stort sammanhang där kvinnor förekom i *Café*, det vill säga *Portfolio*-sidorna, försvann helt efter slutet av 2010. Dessa sidor hade varit ett återkommande element i *Café* sedan cirka 1995. År 2010 hade kvinnorna också flyttat bort från pärmen. Även insändarna verkade dessutom helt sluta handla om naket, år 2010 skrev ingen sin åsikt om vem som var sexigaste kvinnan och man tackade inte längre för härliga bilder på någon ”skönhet”. I stället handlade insändarna om till exempel mode och stil eller om intressanta personporträtt på framgångsrika män.

Mannens syn på kvinnan i *Café* förändras radikalt under de undersökta åren. Forskning om livsstilstidningar för män visar att den sexistiska tonen under 1990-2010 inte är unik för *Café*. Till tidningarnas stil hörde att kvinnan och hennes kropp konstant porträtteras objektifierat.²⁴⁶ Utöver den direkta, tydliga sexismen innehöll tidningarna också en hel del dold sexism, som endast framträdde med hjälp av djupanalys av texter.²⁴⁷ Med tidningen *Loadeds* genombrott, föddes begreppet den nya grabben för att beskriva den nya manligheten. Den nya grabben var full av libido, hedonistisk, artikulerad och intelligent. Han struntade i indelning i samhällsklasser, kände till feministernas kritik, men bad inte om ursäkt för sin konsumtion av pornografi eller sina sexuella behov, något som fångades bra i *Loadeds* slogan ”För män som borde veta bättre”.²⁴⁸ Den här grabbiga manligheten var väldigt framträdande i *Café* under åren 1990-2010, och särskilt så åren 1995-2005. Den grabbiga manligheten var inte heller enbart något som fanns i livsstilstidningar för män, utan den spred sig snabbt över andra medier och populärkultur. Det grundades radiokanaler med grabbiga programledare, nya teveshower, till och med vissa tabloidtidningar, som *Daily Star* tog modell av formatet.²⁴⁹

En teori till varför den sexistiska tonen fick en sådan genomslagskraft är att det hade med manlighetens kris att göra. Då den manliga dominansen verkade allt mer instabil ledde det till att en del män nostalgiskt såg tillbaka på hur könsförhållandena var förut. Feminister och profeministiska män beskylldes för att skuldbelägga män bara för att de ägnade sig åt så kallade manliga aktiviteter. Enligt Johansson försökte flera chefredaktörer för livsstilstidningar för män, däribland just *Café* och *Slitz*, påvisa det harmlösa i klassiska manliga ritualer och genom skuldbelägningsargument och ironi återritualisera den klassiska formen av dominant

²⁴⁶ Ticknell et al. 2003; Gill 2007, 214-215.

²⁴⁷ Taylor & Sunderland 2003, 182.

²⁴⁸ Crewe 2003b, 123-131.

²⁴⁹ Gill 2007, 210; Crewe 2003a, 96.

maskulinitet.²⁵⁰ Den nya grabben sågs också som ett uttryck för en förvirrad manlighet som försökte välja mellan att skapa en stark maskulinitet och kraven på ökad jämlikhet mellan könen.²⁵¹ En del såg den nya grabben som en attack mot feminismen och de förändringar i könsrelationer den gett upphov till, en slags nostalgisk återgång till patriarkala förhållanden och manlig makt. All kritik som riktades mot tidningarna avfärdas som jobbigt gnäll.²⁵²

Då bröst och nakna brudar togs med i tidningen som ett ständigt inslag i början av 1990-talet skrevs det flera ledare om saken, redaktionen verkar nästan stolt över att de vågar vara de män de verkligen är, utan att be om förlåtelse.²⁵³ Men då den porriga profilen föll bort var det nästan som om det vore ett tabu att skiva om saken. Inte med en rad behandlades saken i ledare eller artiklar. Därför kan man inte på samma sätt pejla anledningarna till varför de försvinner som då bröstet gjorde entré på tidningens sidor. Då skrevs det uttryckligen ut att responsen från läsarna var den att de ville ha mer bröst och att svenska män gillar att se på snygga kvinnor. Men då kvinnorna flyttade ut skedde det utan förklaring. Varför det verkar vara ett tabu framgår inte, men attitydförändringen i samhället kan nog tänkas ligga bakom förändringen. Flera lagförändringar i samhället, bland annat lagen om förbud mot köp av sexuella tjänster görs vid millennieskiftet och dessa påverkar attityderna i samhället.²⁵⁴ Den grabbiga manligheten som hade präglat livsstilstidningarna för män hade försvunnit. Enligt genusforskaren Marie Nordberg, intervjuad i *Dagens nyheter* var det just jämställdhetsutvecklingen som hade gått in och påverkat samhällsnormer. Enligt Nordberg ses den grabbiga maskuliniteten i dag som suspekt, och den generation av män som nu växer upp vet att det sexistiska sättet att betrakta kvinnor på inte är acceptabelt. Svenska män i dag är enligt henne mer intresserade av att läsa om mode och stil och har inte längre samma behov av att odla sin manlighet med hjälp av nakna brudar i tidskrifter.²⁵⁵

²⁵⁰ Johansson 2000, 42-44.

²⁵¹ Benwell 2003, 162.

²⁵² Whelehan 2000.

²⁵³ Se till exempel *Café* 4/1993, ledare av Fredrik Helmertz.

²⁵⁴ SOU 2010: 49, 123-126.

²⁵⁵ Ullberg 2007.

2. Vem är den typiske mannen i *Café*?

Den ”typiska mannen” i *Café* varierar stort, framförallt på vissa punkter, under den undersökta tidsperioden 1990-2015. Som diskuterats är mannen i *Café* sällan annat än etniskt svensk, åtminstone fram till 2000. Han är sällan annat än heterosexuell och framför allt under de första årgångarna på 1990-talet skrevs det ofta ut att han är en man som kan förföra kvinnor. Han ville fram till år 2010 gärna framhäva sin heterosexualitet med att föra fram sitt intresse för kvinnan som objekt, bland annat med hjälp av nakenbilder på henne. Han förflyttar sig allt längre in i den privata sfären över årens lopp och han börjar intressera sig för sitt yttre och sin hälsa allt mer. I det här kapitlet behandlas hur mannen presenteras i personporträtten, vilka män som överhuvudtaget har platsat i personporträtt, hur mannen avbildas på bild och hur dessa aspekter förändras över tidsperioden.

Vita, heterosexuella och framgångsrika – männen i personporträtten

De yrken de intervjuade männen har förändrades inte lika radikalt som vissa av de tidigare behandlade exemplen (till exempel hur män förhåller sig till utseende eller homosexualitet), men en viss förändring syns ändå. På 1990-talet var det främst skådespelare, toppidrottare, musiker, politiker och regissörer som syntes i personporträtten. Av de intervjuade svenska männen var alla vita, heterosexuella män med karriärmässig makt eller framgång. Även om fotbollsspelare och toppidrottare fortfarande var överrepresenterade år 2010-2015, syntes också män med andra yrken, som till exempel manliga supermodeller, kläddesigners, stjärnor från sociala medier, programledare, affärsmän och kändiskockar. Några personer med annat än heterosexuell läggning samt varierande hudfärg syntes. Överlag syntes en utveckling mot en allt mer inkluderande manlighet, som redan framgår av de tidigare kapitlen. År 2015 gjordes till exempel en artikelhelhet om vinnare med sex olika personer. Flera av männen i artikelhelheten faller inte in under de mansroller som på 1990-talet dominerade sidorna, med är till exempel en person med funktionsnedsättning.²⁵⁶

Idrottsmän är överrepresenterade i personporträtten, och de märks att idrottsman är en mansroll som rankas högt. Det finns ändå en tydlig hierarki bland olika grenar. Den allra högst rankade grenen är utan tvekan fotboll. Både spelare och tränare intervjuas, man skriver om

²⁵⁶ *Café* 5/2015, ”Träning. Sex svenska vinnarskallar om konsten att spränga sina gränser.”, 96-101.

bästa chipsen inför fotbolls-VM och spelarna och matcherna behandlas till och med på ledarplats. Även hockey, golf och boxning är vara högt uppskattade grenar. Travkusk däremot, är inte lika högt i hierarkin utan man anar att reportern har fördomar gällande ridning: ”Var det du och tjejerna som gick till stallet efter skolan?”, frågas travkusken Björn Goop år 2005.²⁵⁷

Att mannen ska vara framgångsrik och ha karriär är helt klart normen i *Café*. Den traditionella bilden av mannen som försörjare var starkt närvarande, framför allt under 1990-2005. Strävan efter att bli rik är något som redaktionen förväntar sig att förenar läsarna och ofta lyfts epitet som miljonär upp i ingress och rubrik. Att männen inte rör sig i privata sfären i samma utsträckning som kvinnorna gör också att de naturligt rör sig mer i den offentliga. Även detta stärker intrycket av framgång, karriär och mannen som försörjare som viktiga för mannen. Till exempel journalisten Mats Olsson, född 1949, fick behandla sin karriär på nio sidor år 1995.²⁵⁸

Männen i personporträtten talade under 2000-talet i allt högre grad om sina privatliv. På 1990-talet var det vanligt att personporträtten kortfattat behandlade männens svåra barndomar som lett till att de blivit de hårda, tuffa personer de är i dag. I personporträttet på hockeyspelaren Börje Salming, född 1951, möter vi till exempel väldigt traditionell typ av manlighet. Reportern beskriver Salmings yttre bland annat med att ”kläderna hotar att spricka av svällande muskler” och berättar att ishockeyspelaren, i likhet med många av de övriga männen i personporträtten på 1990-talet, hade genomgått en tuff barndom. Börje Salming är inte enligt intervjun den som räds att ta till hårdhandskarna: ”Den andre killen kom lite före och jag kunde inte motstå frestelsen att tackla till honom. Jag tryckte upp honom mot planket, rätt hårt faktiskt, och killen blev vansinnig och började mucka. Jag blev naturligtvis sur på det så jag tog av mig handskarna och slog till honom...”²⁵⁹ Salming var inte den enda intervjuade mannen på 1990-talet som talade om att vara våldsam.²⁶⁰ Till exempel i intervjun med skådespelaren Stefan Sauk, född 1955, kom det fram att Sauk fick jobba hårt med att behärska

²⁵⁷ *Café* 3/2005, ”Björn Goop. Superkusken om dödsolyckor, travgroupies och töntiga hästnamn.”

²⁵⁸ *Café* 2/1995, ”Störst, bäst, styggast. Han tog pop på allvar, införde rock’n roll i sportpalterna och i höst debuterar *Expressens* Mats Olsson som romanförfattare”, 50-59.

²⁵⁹ *Café* 3/1990, ”Den sista hockeyhjälten. Stor intervju och porträtt av legenden Börje Salming.”, 64-74.

²⁶⁰ Till exempel personporträtt på James Woods, *Café* 1/1990, ”Den gode, den onde, den fule: Snacka kan han den mångsidige och mångbegåvade skådespelaren James Woods” samt personporträtt på Sean Connery *Café* 2/1990, ”Livet efter Bond”, 61-65.

sin underliggande vrede, ändå var han känd för att ofta skrämman upp journalister.²⁶¹ Precis som för de flesta andra som beskrevs som aggressiva antydde eller skrevs det rakt ut att den jobbiga barndomen var orsaken bakom. Samtidigt antydde man att den aggressiva attityden varit en bidragande faktor till männens framgång. Till exempel affärsmannen Percy Nilsson, född 1943, beskrevs inte som någon trevlig man: ”Kaxig, ångvält, Big Boss, självgod, busfräck, stöddig. Kärt barn har många namn. Kanske är han Sveriges mest utskällda och misstänkliggjorde idrottsledare genom tiderna. En lömsk beräknande ulv som köper till sig framgångar inom idrottens värld, och som dessutom inte skäms det minsta, vilket givetvis gör honom fullkomligt oemotståndlig för media. Med andra ord, han passar in i en värld som fortfarande är maximalt grabbig. Ett hockey-VM för damer är här ett riktigt gott skämt.”. Men hans stenhårda, traditionellt manliga attityd hade hjälpt honom upp till toppen: ”Percy Nilsson har inte blivit framgångsrik på att vara en hyggelig kille”.²⁶²

Som redan tidigare behandlats var det mycket fokus på heterosexuellt sex i *Café* särskilt från 1990-2005. Ofta då manliga musiker intervjuades ställde intervjuaren frågor om både droger, alkohol och festande, samt om musikern legat med många brudar. Till exempel i personporträttet på musikern Damon Albarn, född 1968, kom det fram att Albarn inte minns hur många svenska tjejer han legat med efter att ha gett en inblick i livet som stjärna: ”Tänk dig själv, du är lite över tjugo och får all dricka och alla droger du vill ha. Livet är ett enda stort party och så kommer du till Stockholm eller en liten stad i Småland där alla tjejer är skitsnygga och dessutom vill ha sex med dig!”²⁶³ Även hockeyspelaren Anders Hedberg, född 1951, var populär bland kvinnorna, enligt personporträttet på honom år 2000: ”vakter kallades in för att skydda honom från alltför närgångna kvinnliga beundrare efter några succématcher”²⁶⁴. Även den gifta skådespelaren Sean Connery, född 1930, kommenterade: ”I love all women”.²⁶⁵

²⁶¹ *Café* 1/1995, ”Stefan Sauk - en krigare med blanka vapen. Jan Guillou har alltid betraktat Stefan Sauk som den verkliga Carl Hamilton. Och nu är Sauk över oss.”, 52-60.

²⁶² *Café* 5/1995, ”Percy och hans värld. Stöddig, skrytsam och självsäker. Enväldige MIF-bossen Percy Nilsson har inte blivit framgångsrik på att vara en hyggelig kille.”, 88-96.

²⁶³ *Café* 11/2000, ”Damon Albarn. Blurs sångare chockar *Cafés* Klas Ericsson genom att snacka om alla svenska tjejer han legat med och berätta om hur det känns att knarka.”, 88-89.

²⁶⁴ *Café* 11/2000, ”Med NHL-legenden Anders Hedberg som ny general manager ska det bli ett slut på pinsamma Tre Kronor-fiaskon. Vi undersöker vilka torpeder general Hedberg satsar på i sin nya hockeyarsenal.”, 108-116.

²⁶⁵ *Café* 2/1990, ”Livet efter Bond. Hans namn är Connery. Sean Connery”, 64.

År 2010-2015 fanns det inte längre en lika uttalat klar ideal-man, utan allt fler olika typer av män syntes, både vad gäller yrken, familj, sexualitet och hälsa. Det aggressiva, hårda idealet syntes inte i samma utsträckning i tidningen och i stället hade nya värden gjort entré, bland annat att man kan tala om psykisk hälsa och att man går i terapi som programledaren Kalle Zackari Wahlström, född 1981: ”Käkade antidepressiva ett tag. Jag har haft ganska mycket stresskänslor och tänker att det hänger ihop med det. Nu går jag i vanlig terapi i stället och det funkar bra. Jag har gått en gång i veckan i två år. Som att gå till en PT fast för huvudet.”²⁶⁶ Att vara mån om sitt yttre hade blivit en del av den moderna manligheten i *Café*, till exempel komikern David Hellenius, född 1974, som intervjuades i *Café* år 2015 berättade hur han: ”Tränar hårt, använder antirynekkräm, kör privat yoga, dricker smoothies och besöker regelbundet en livscoach för att boosta sin usla självkänsla”.²⁶⁷ Många snackade öppet om att gå i terapi och hur bra det var och att de talade om sina känslor och mentala problem.²⁶⁸ Det här förekommer inte de tidigare undersökta årgångarna.

Männen på bild

Hur männen porträtterades på bild skiljde sig markant från hur kvinnor porträtterades på bild under hela den undersökta tidsperioden och särskilt i de sexfokuserade årgångarna 1995-2005. På 1990-talet var det vanligt med mycket tajt beskurna ansiktsporträtt tagna väldigt nära inpå. Män fotograferades i svartvitt i större utsträckning än kvinnor, och den svartvita trenden var väldigt närvarande fram till cirka år 2005. Under 2000-talet spexade man ofta till det på bild, till exempel porträtterades fotbollslandslagets tränare Erik Hamrén, född 1957, som något slags gud, med personporträttet rubricerat med ”Den allsmäktige”.²⁶⁹ Bilderna förmedlade ofta en väldigt traditionell bild av manlighet. Tidigare statsministern Carl Bildt, född 1949, porträtterades till exempel gigantisk, fotograferad nerifrån och uppåt.²⁷⁰ Ofta fotograferades männen nerifrån och uppåt, då kvinnan fotograferades uppifrån neråt, vilket är ett klassiskt fotografiskt knep att antingen förstora eller förminska personer.

²⁶⁶ Till exempel personporträtt på Kalle Zackari Wahlström i *Café* 1/2015, ”På omslaget: Så blev Kalle Zackari Wahlström svenska mäns nya hälsoguru.”, 44-54.

²⁶⁷ *Café* 3/2015, På omslaget: David Hellenius mörka sidor, 50-58.

²⁶⁸ Till exempel David Hellenius i *Café* 3/2015 och Alesso i *Café* 5/2015.

²⁶⁹ *Café* 3/2010, ”Erik den allsmäktige”, 48-56.

²⁷⁰ *Café* 3/1995, ”Den flygande hallänningen”, 54-60.



Bild 16 och 17. Ishockeyspelaren Börje Salming porträtterad år 1990 i *Café* nummer 3 år 1990.



Bild 18 och 19. Politikern Carl Bildt porträtterad 1995, *Café* nummer 3 år 1995.



Bild 20. Sveriges basketbollslandslag år 2000, *Café* nummer 11 år 2000.



Bild 21. Fotbollsspelaren Markus Rosenberg "Den nye Zlatan" i *Café* 2005 nummer 7.



HELDI STATION

Det tröstar ju att jag inte kunde någon alls. Utspelt spelarna var domstol, väldigt kunniga och inte särskilt kompetenta. Det gick inte att få några svar där.

Jag skulle svara på frågor väldigt dåligt. Vackrigt dåligt. Jag längade hem och tänkte vad ska jag göra om en annan dag när jag ska ha det så som vanligt. Det var ju mitt mål att spela och jag skulle inte vilja spela för någon annan. Erik Hamrén bodde också i stan. Det var ju ett stort ställe för mig.

Men det är en viktig detalj att ha spelat i A-laget. Får du Zlatan till och med?

Ja, för det blev ju mycket. Någon på bilden hans. Både i serien och i fotbolls. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Ängre du dig?

Nej, det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Zlatan passerade dig i sin tid på väg till fotbollslandslaget. Gick länga vägen med ryggsäcken?

Ja, det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Har du varit i Café, Ingrid och de andra superhjältarna?

Ja, det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

De är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

De är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

De är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

"Mitt mål är att spela i en så bra klubb som möjligt. Men det är mycket jag inte kan styra över, inte minst pengar mellan klubbarna."

LÄMST BAR ISAGET

Andreas Isaksson är en av de mest talangerade spelarna i svensk fotboll. Han har varit med i flera landslag och har gjort många mål. Han är en av de mest kända spelarna i svensk fotboll.

Bild 22. Andreas Isaksson, fotbollsmålvakt i *Café* nummer 11 år 2005.



"Jag betar mig ibland som en idiot i omklädningsrummet. Det är för att få fram känslorna och adrenalinerna som behövs i fotboll."

Behöver du att betala mer för att få fram känslorna och adrenalinerna som behövs i fotboll?

Nej, det är ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Är det som att du funderade på att hoppa av efter första dagen som fotbollslandslags tränare?

Nej, det är ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Vilgar du skänkta i förhållningen?

Ja, det är ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Det är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Det är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Det är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Röster om Erik Hamrén

Marcus A
"Erik Hamrén är en av de mest kända tränarna i svensk fotboll. Han har varit med i flera landslag och har gjort många mål. Han är en av de mest kända tränarna i svensk fotboll."

Du känner du brittiska spelare?

Nej, det är ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Är det som att du funderade på att hoppa av efter första dagen som fotbollslandslags tränare?

Nej, det är ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Vilgar du skänkta i förhållningen?

Ja, det är ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Det är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Det är ju inte samma alltså. Vi är ju helt annat än de andra superhjältarna. Men jag var ju i Café. Det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig. Men det var ju ett stort ställe för mig.

Bild 23. Sveriges fotbollslandslags tränare Erik Hamrén i *Café* nummer 3 år 2010.

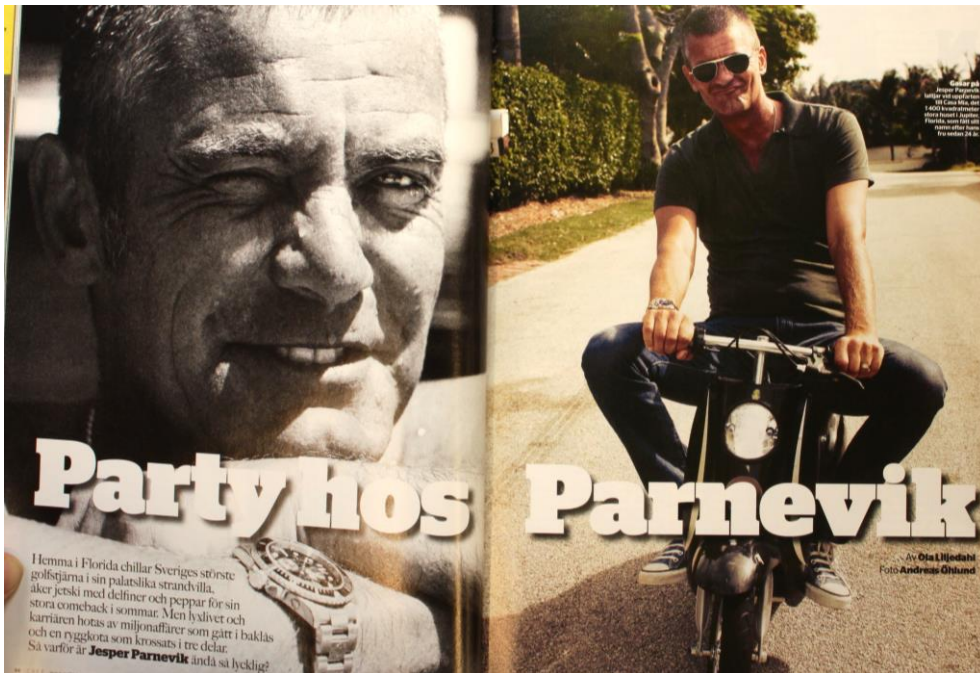


Bild 24. Golfspelaren Jesper Parnevik, *Café* nummer 7 år 2010.



Bild 25. The fat jew, instagram stjärna *Café* nummer 1 år 2015.



Bild 26. Musikern Asap Rock i *Café* nummer 5 år 2015.

Från den nya grabben till en mjukare manlighet

De mansroller vi ser i *Café* representerar fram till 2010-talet en mycket traditionell typ av maskulinitet. Arto Jokinen definierade den hegemoniska maskuliniteten på 2000-talet efter följande kriterier: han är fysiskt stark, en framgångsrik försörjare, politiskt och socialt framgångsrik, stabil till lynnet, rationell, kan försvara sig och är en heterosexuell skicklig älskare.²⁷¹ I *Café* syntes rikligt med personporträtt på fysiskt starka män, framgångsrika män och framförallt under åren 1995-2005 var det viktigt att lyfta upp att de var heterosexuella och populära bland kvinnor. Mansforskning under 1990-talet kunde bland annat visa på att män som syntes i media hade makt, var framgångsrika, hade höga poster i arbetsvärlden, var aktiva och mer intresserade av materiella saker, i motsats till kvinnor som porträtterades i samband med känslor och frågor som berörde familjen.²⁷² Den typiska mannen som syntes i media var

²⁷¹ Jokinen 2000, 210-211, 213-217.

²⁷² Fejes 1992, 12.

också vit, hörde till medelklassen och var heterosexuell.²⁷³ Även detta stämmer väl överens med det vi ser i *Café* fram till år 2010.

Enligt flera forskare är manlighet något som aldrig är säkert, utan manligheten är något som kontinuerligt måste bekräftas för omvärlden.²⁷⁴ Den man som misslyckas med att bevisa eller prestera manlighet riskerar att bli förkastad och marginaliserad.²⁷⁵ Särskilt kring millennieskiftet fick de män som lyftes upp i personporträtten bekräfta sin manlighet genom att dementera att det inte är homosexuella, som under den här tiden sågs som något omanligt. Fram till år 2005 var det också tydligt att manlighet och våld hörde ihop. Flera av de intervjuade männen fick berätta om hur de slagit någon på käften, eller tala om sin aggressiva, våldsbenägna sida. Enligt bland annat mansforskaren Matti Grönfors som år 1994 skrivit om manlighet och våld, är våld en del av manligt handlande och ett sätt att förstärka den manliga dominansen. På den tiden sågs våld som en del av manlighet och patriarkatet och även som ett verktyg med vilken en man kan uppnå hegemonisk maskulinitet.²⁷⁶ Enligt mansideal på 1990-talet och kring millennieskiftet skulle en ”riktig” man tåla att få på käften och låta såren läkas i tystnad utan att visa det utåt.²⁷⁷ I dag har den här synen ifrågasatts, och det är mer accepterat att en man visar sina känslor och sina svagheter. Män har i högre grad börjat söka hjälp och skillnader mellan män och kvinnor, till exempel då det kommer till förväntad livslängd eller benägenhet att begå självmord har jämnats ut.²⁷⁸ Det här syns tydligt i *Café*, bland annat i det att det i dag är vanligt att männen som intervjuas talar om sina psykiska svårigheter eller rädslor.

Den hegemoniska maskuliniteten innefattande inte utseendefokuserade män. Det här har förändrats både i samhället och i *Café* och det verkar som att en ny typ av hegemonisk maskulinitet är lika med en man som fysiskt är vältränad, har skött om sin hälsa, även genom att använda till exempel hudkrämer och presenterar sig på ett välgenomtänkt sätt, bland annat har han koll på de senaste trenderna inom mode.

²⁷³ Fejes 1992: 12.

²⁷⁴ Lorentzen & Ekenstam 2006, 9-47.

²⁷⁵ Kimmel 1996, 6-7.

²⁷⁶ Grönfors 1994, 63-74.

²⁷⁷ Jokinen 2000, 29-35; Grönfors 1994, 71-74.

²⁷⁸ SOU 2014:6, 213 och SOU 2014:6, 230.

Under åren 1990-2005 var de män som lyftes upp starkt representativa för den nya grabben. Det lyftes ofta fram att männen var heterosexuella, direkt eller indirekt, och de fick ofta tala om hur kvinnor gillade dem, eller svara på frågor med anknytning till hur många de legat med. De hade en hedonistisk livsstil där alkohol och ibland till och med droger förekom. Men synen på manlighet har förändrats i samhället och det som är den hegemoniska maskuliniteten har ifrågasatts. Jämställdhetsutvecklingen som inte enbart gällt kvinnans ställning utan även till exempel personer med olika funktionsnedsättningar, personer av annan sexuell läggning och personer med utländskt ursprung, har påverkat attityderna i samhället, och allt det här syns kraftigt i *Café*. I dag är den mansroll som syns i tidningen mycket bredare och inkluderande än den var fram till 2010.

3. Manlighetens kris: tidningen som forum för diskussion om manlighet

Manlighetens kris, som flera genusforskare talat om,²⁷⁹ syns starkt i *Café*, särskilt åren 1995-2005. Att bilden av idealmannen verkar breddas och förändras under 1990-2015 syns i att frågor som vad den moderna mannen är diskuteras flitigt, både i ledare, artiklar, krönikor och insändare. Till exempel skrev chefredaktör Jens Stenberg i sin ledare i *Cafés* decembernummer år 2005 om att han hade blivit bjuden till en tv-debatt om uppluckrandet av mansrollen i det svenska samhället:

Hur maskulina är vi jämfört med våra farsor? Finns det en ny typ av manlighet? Påverkas den i så fall av vårt stil- och modeintresse? Är vi rentutav uppluckrade män? Vi enades snabbt om att de flesta snubbar vi känner numera vågar använda tvål och fuktighetsbevarande ansiktskräm utan rädsla att uppfattas som transvestiter – men meningarna gick isär något om huruvida det var acceptabelt att en av *Cafés* redaktörer stack från jobbet en timme tidigare för att hinna tvätta sina skosnören (jo, det är sant!) inför vår modefest härom månaden. Diskussionen om vilka mjuka, moderna metromän vi nog ändå är kom emellertid till ett abrupt slut när en av oss avslöjade att hans sambo färdigställt sina testamenten och adderat varsin ”worst case scenario” – klausul. - Om hela vår familj – jag tjejen och barnen – skulle gå bort samtidigt och våra föräldrar inte längre är i livet så har min tjej valt att skänka alla sina tillhörigheter till Barncancerfonden och Astrid Lindgrens barnsjukhus, berättade han. Vi andra tappade förstås hakan över den djupt empatiska eftertanke och generositet – och frågade genast vår käre kollega till vilket välgörande ändamål hans egna besparingar skulle gå. Märkbart stolt, och inte vidare

²⁷⁹ Bland annat Johansson 2000; Gill 2007, 32, 97-100.

uppluckrad alls, svarade han kort – AIK Fotboll. Vi nickade mot varandra i tyst samförstånd, varpå jag ringde och tackade nej till tv-debatten.²⁸⁰

Frågor om manlighet och vad mannens roll var i jämställdhetsutvecklingen diskuterades flitigt i *Café*, till exempel i reportaget ”Upp till kamp Stålis” om hur svenska män har det svårt då kvinnor plötsligt ”klarar sig själva”: ”Till och med Superman har det motigt i dag. Plötsligt klarar kvinnorna sig bäst själv och urmanliga egenskaper som muskler och röntgenblick viftas bort. Nånting måste göras! Exklusivt för *Café* gav sig Stålis ut på stan med Batmans hipa gaypolare Robin för att hotta upp sin image och bana väg för oss andra.”. I reportaget beklagade sig Stålmannen över diverse problem han fått stöta på då jämställdhetsrevolutionen skakat om de traditionella rollerna. Bland annat då han skulle dra ut stolen: ”Försöker charma några unga tjejer inne på ett fik, men går på pumpen. Min metod –att dra ut stolen, som jag alltid gör - uppfattas som ett hån mot den kvinnliga självständigheten. När och hur blev det så?”.²⁸¹ Efter en hel dag av att med hjälp av Robin ha försökt ändra sin image mot ett mer mjukt håll kom Stålmannen tillslut fram till att nej, han ville vara som han var: ”Stålis kommer att fortsätta vara Stålis, och om 00-talets kvinnor inte är redo för det så tänker jag vänta in dem. Tack Robin, men nej tack.”

Ett annat uttryck för manlighetens kris, som syns både i *Café* och i andra livsstilstidningar för män, är en slags tudelning mellan dyrkan av traditionella manligheter, såsom fotbollsspelare och skämtande om den verkliga mannen som inte når upp till dessa, bland annat i krönikor.²⁸²

Under slutet av 1980-talet skulle bilden av den veka, mjuka mannen tvättas bort och traditionellt manliga egenskaper lyftes upp i fokus, såsom mannens tilltänkta handlingskraft och rationalitet. Mjuka, feminina värden, omanlighet eller homosexualitet blev något man som ”riktig man” skulle undvika²⁸³. Från och med 1990-talet skulle mannen vara grabbig och se på kvinnan på ett objektifierat sätt. Därefter blev attityden i samhället negativ gentemot den här typ av manlighet. Teorin om manlighetens kris syftar på att män saknar realistiska manliga förebilder och känner sig allmänt desorienterade.²⁸⁴ *Café* har för många män fungerat som ett

²⁸⁰ *Café* 12/2005, ledare av Jens Stenberg, ”Den nye mannen”, 16.

²⁸¹ *Café* 5/2000, ”Upp till kamp Stålis!”, 142-150.

²⁸² Benwell 2003, 153-162.

²⁸³ Hill 2007.

²⁸⁴ Johansson 2000, 115.

välbehövt forum att diskutera de här förändringarna i, som skett under en relativt kort tid. Under 1990-2000 fanns olika internetforum och sociala medier inte på det sätt de finns i dag och på 1990-talet var olika tidningars insändarspalter viktiga forum att uttrycka sig på. Både det rikliga antal insändare om manlighet, samt diskussioner på ledarplats och i krönikor, samt till exempel det faktum att Jonas Crambys krönikor om manlighet vann pris, och reportage och artiklar om ämnet manlighet, verkar tyda på att *Café* har varit ett viktigt forum för både diskussion kring, samt analys kring utvecklingen av mansrollen i det svenska samhället.

V Avslutning

Syftet med den här avhandlingen var att undersöka vilka mansroller och mansideal den svenska livsstilstidningen *Café* erbjuder, vad mannen förväntas intressera sig av och hur dessa förändrats under åren 1990-2015. Syftet var även att se om förändringar i samhället syns i tidningen och hur de påverkar mansidealet.

Denna undersökning tyder på en markant förändring i den manlighet och de mansideal som porträtteras i tidningen *Café* under åren 1990–2015. Den mansroll *Café*läsaren erbjöds var till en början väldigt snäv för att därefter gradvis utvecklas mot en mer mångfacetterad bild av manlighet. De områden där de största förändringarna syns är faderskap, kropp och utseende, heteronormativitet och vit hegemoni, samt mannens syn på kvinnan.

De män som kommer till tals i tidningen betonar inte frågor som engagerat faderskap och delat ansvar för barnomsorg årgångarna 1990–2000. Efter det här framträder en barnorienterad maskulinitet och flera av de intervjuade vill gärna lyfta fram att de är engagerade, barnorienterade pappor. Utvecklingen i *Café* följer helt utvecklingen i samhället och korrelerar till exempel med en stigande kurva av mäns uttagande av föräldrapenningdagar samt ett ökat fokus bland annat inom populärkulturen på faderskap.

Den andra aspekten där en markant skillnad märks är hur frågor om männens fokus på utseende, träning och hälsa lyfts upp i tidningen. Mode har alltid varit en del av tidningens bevakningsområde, men hur mycket utrymme det ges i tidningen ökar kraftigt över åren 1990–2015. Att sköta om sitt yttre är något som i tidningen lyfts fram som omanligt och homosexuellt årgångarna 2000–2005. Från år 2005 tas artiklar inom temat grooming med i tidningen som återkommande och från årgång 2010 finns även träning med som en självklar del av tidningen och tips på hur man kan uppnå en likadan kropp som idealmännen i tidningen förekommer. I dag behandlas inte ett intresse för stil, utseende och den egna kroppen som något som inkräktar på manligheten i tidningen. Utvecklingen i *Café* är inte unik, utan kan ses som en del av trenden med ett ökat intresse för hälsa och kroppen i både det svenska och det västerländska samhället.

Hur personer med annan än heterosexuell läggning lyfts upp är den tredje aspekten som varierar märkbart i tidningen. Årgångarna 1990–1995 är frågor om homosexualitet helt

frånvarande och inga av de män som intervjuas är uttalat homosexuella. Årgångarna 1995–2005 blir tidningarna allt mer sexualiserade med ett ökat fokus på heterosexuellt sex och avklädda kvinnor på bild på utvecklingsidor. I samband med det här blir tonen i tidningen stundvis homofobisk, och det blir klart att homosexualitet under den här tidpunkten förknippas med något omanligt. Flera av de intervjuade får antingen själva understryka hur heterosexuella de är, eller så lyfter reportern upp till exempel hur populär den intervjuade är bland kvinnor. Årgångarna 2010–2015 har attityderna förändrats kraftigt. Öppet homosexuella män i personporträtten förekommer, ord med negativa konnotationer såsom ”bög” och ”fjolla” används inte längre och ibland ersätts heteronormativa rubriker som innehåller ord som ”flickvän” eller ”din tjej” med mer neutrala ord som ”partner”. Det här går hand i hand med en utveckling i samhället med allt positivare attityder gentemot personer med annan än heterosexuell läggning och en rad lagförändringar för att förbättra HBTQI-personers rättigheter.

Attityder till personer med utländska rötter är den fjärde aspekten som förändras kraftigt. På 1990-talet märks det av att personer som är annat än etnisk svenska inte räknas till det ”vi” tidningens redaktion och läsarna antas utgöra. På 1990-talet lyfts män med invandrabakgrund upp främst i negativa sammanhang. Från årgång 2005 har en stor förändring skett och män med invandrabakgrund lyfts ofta upp i tidningen i positiva sammanhang, vilket korrelerar med en satsning på integrationspolitik i samhället samt en allt större andel personer med invandrabakgrund i landet. I dag särskiljs inte personer som ”vi” och ”de” på basen av hudfärg i tidningen.

Den femte aspekten där en märkbar förändring syns är mannens syn på kvinnan. Kvinnor finns på tidningens omslag vissa årgångar och andra inte, utvecklingsidor förekommer som ett återkommande element åren 1995-2010 och kvinnan porträtteras i samband med personporträtt objektifierat under en stor del av tidningens utgivningshistoria, särskilt årgångarna 1995-2005. Männens sätt att tala om kvinnor förändras också från att 1995-2005 se på kvinnan på ett sexuellt objektifierat sätt mot ett mer jämställt håll årgång 2010-2015. Kvinnan försvinner ändå nästan helt från tidningen årgång 2015. Det här går igen även i samhället där jämställdhetsarbetet i hög grad påverkat attityder och en objektifierad porträttering av kvinnan inte längre (åtminstone offentligt) ses som gångbart.

Åren 1990–2010 är den typ av manlighet som inom mansforskning kallats den nya grabben väldigt framträdande. Då den grabbiga manligheten framträder förknippas manlighet med våldsbeteende såsom slagsmål och problem med att behärska en aggressiv sida. Den grabbiga manligheten förknippades även starkt med den ovannämnda synen på kvinnan, där hon finns med i egenskap av sexuellt objekt. Manlighet förknippas med våld och slagsmål. Men årgångarna 2010-2015 har den grabbiga manligheten ersatts av en mer jämställdhetsmedveten, mjukare manlighet. Den här nya mansrollen kan tala om både psykiska svårigheter och rädslor och håller med jämställdhetsidealen. Att manlighet är något som förändras och ifrågasätts syns i tidningen. Uttryck för det som inom mansforskning benämns manlighetens kris syns tydligt i tidningen, bland annat i det att frågor om vad manlighet är, hur maskulin dagens man är och hur jämställdhetsdebatten påverkar mannens roll diskuteras i tidningen. Tidningen är ett viktigt forum för diskussion kring dessa frågor.

Resultatet av min undersökning bygger på en kombination av både en kvalitativ och en kvantitativ metod. Det här fungerade utmärkt, eftersom det gav dels siffror att jämföra med, dels gav utrymme att tolka och se helheter och beakta kontext. Att bara använda sig av en kvantitativ metod hade kunnat ge ett missvisande resultat på grund av den rikliga användningen av ironi i tidningen. Däremot hade en undersökning som endast bygger på en kvalitativ metod lämnat bort möjligheten till jämförelse över åren. Nu framkom flera förändringar över åren på ett intressant sätt, bland annat hur mycket bevakningen av mode, träning och grooming faktiskt ökat, eller hur mycket man faktiskt gav utrymme åt kvinnor (både personintervjuer och utvikning) under vissa årtionden jämfört med andra.

Det här sättet att se på mansroller och mansideal över ett längre tidsperspektiv i samma tidning och i ljuset av samhälleliga förändringar gav talande resultat. Därför vore det intressant att på samma sätt studera manlighet i någon annan tidning, eller en annan populärkulturell kanal, som i ett teveprogram som sänts under en längre tidsperiod.

Källor och forskningslitteratur

Källor

- Brandel 2015
T. Brandel, ”Ursäkta Kanada, Sverige var först”, *Svenska Dagbladet*, 10.11.2015 (senast sedd 3.3.2017).
<https://www.svd.se/ursakta-kanada-sverige-var-faktiskt-forst#sida-2>
- Drenzel 2011
S. Drenzel, ”Moores nye chefredaktör”, *Dagens Media*, 16.3.2011 (senast sedd 3.3.2017):
<http://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/moores-nye-chefredaktor-6143710>
- Findahl & Davidson 2015
O. Findahl & P. Davidson, ”Svenskarna och internet 2015. En årlig studie av svenska folkets internetvanor”, 2015 (senast sedd 23.2.2017).
<http://www.soi2015.se/sammanfattning/>
- Gottzén 2014
L.Gottzén, Konferensen Jämställdhet 2.0 vid Konferenscentrum i Wallenberg Göteborg, november 2014. Tillgänglig elektroniskt på video (senast sedd 3.3.2017):
<https://urskola.se/Produkter/186469-UR-Samtiden-Jamstalldhet-2.0-En-mer-mansklig-maskulinitet>
- ”Integration – en beskrivning av läget” 2008
Statistiska centralbyrån, ”Integration - en beskrivning av läget i Sverige”, 2008 (senast sedd 3.3.2017).
http://www.scb.se/statistik/publikationer/LE0105_2008A01_BR_BE57BR0801.pdf
- Jämställ.nu: Fakta
<http://www.jamstall.nu/fakta/viktiga-artal/>
- Migrationsinfo
”Migrationsinfo”, Migrationsverket, Sverige,
www.migrationsinfo.se/migration/sverige

”Om Migrationsverket: historik, 2016”	”Om migrationsverket: historik”, Migrationsverket, 23.6.2016, (senast sedd 3.3.2017) http://www.migrationsverket.se/Om-Migrationsverket/Fakta-om-migration/Historik.html
Planet Dad	Planet Dad, webbsida med bloggarlistor, http://www.planetdad.se/pappabloggar.html
Proposition 1993/94:147	Regeringens proposition 1993/94:147, <i>Jämställdhetspolitiken: Delad makt – delat ansvar</i> , Stockholm 1993.
”På tal om kvinnor och män” 2002	”På tal om kvinnor och män. En lathund om jämställdhet.”, 2002, SCB, (senast sedd 3.3.2017). http://www.scb.se/statistik/LE/LE0201/2003/M00/X10ST0201_02.pdf
SOU 2005:66	Statens Offentliga Utredningar, SOU 2005: 66, <i>Makt att forma samhället och sitt eget liv – jämställdhetspolitiken mot nya mål</i> , Stockholm 2005.
SOU 2010: 49	Statens Offentliga Utredningar, SOU 2010: 49, <i>Förbud mot köp av sexuella tjänster. En utvärdering 1999-2008</i> , Stockholm 2010.
SOU 2014: 6	Statens Offentliga Utredningar, SOU 2014:6, <i>Män och jämställdhet</i> , Stockholm 2014.
TT 1995	TT, ”Carlgren öppet homosexuell”, Dagens Nyheter 28.3.1995 (senast sedd 3.3.2017). http://www.dn.se/arkiv/politik/carl-gren-oppet-homosexuell/
Ullberg 2007	S. Ullberg, ”Grabbtidningarna har blivit smartare”, Dagens Nyheter, 16.9.2007 (senast sedd 3.3.2017). http://www.dn.se/kultur-noje/grabbtidningarna-har-blivit-smartare/
Lagar	Svensk Författningssamling, SFS, Lag om förbud mot köp av sexuella tjänster.

- SFS 1999:133 Svensk författningssamling, SFS, Lag om förbud mot diskriminering i arbetslivet på grund av sexuell läggning.
- SFS 1994:1117 Svensk författningssamling, SFS, Lag om registrerat partnerskap.
- SFS 2008:567 Svensk författningssamling, SFS, Diskrimineringslag.
- SFS 2009:253c Svensk författningssamling, SFS, Lag om ändring i äktenskapsbalken.

Tidningar

Café 1990-2015

E-postkorrespondens

Jonas Terning, e-postmeddelande till skribenten, 24.2.2017

Litteratur

- Bekkengen 2002 L. Bekkengen, *Man får välja – om föräldraskap och föräldraledighet i arbetsliv och familjeliv*, Malmö 2002.
- Benwell 2003 B. Benwell "Ambiguous masculinities: heroism and anti-heroism in men's lifestyle magazines", B. Benwell (red.), *Masculinity and men's lifestyle magazines*, Oxford 2003.
- Connell 1995 R.W. Connell, *Masculinities*, Berkeley 1995.
- Craig 1992 S. Craig, *Men, masculinity and the media*, Newbury Park, California 1992.
- Crewe 2003a B. Crewe, "Class masculinity and editorial identity in the reformation of the UK men's press", B. Benwell (red.), *Masculinity and men's lifestyle magazines*, Oxford 2003, 91-111.
- Crewe 2003b B. Crewe, *Representing men. Cultural production and producers in the men's magazine market*, Oxford 2003.

- Darvishpour 2014 M. Darvishpour, "Jämställdhet, etnicitet och 'andra män' – ett intersektionellt perspektiv på förändringar av maskulinitet efter migration", bilaga 13 i *SOU 2014:6*, Stockholm 2014, 1-35.
- Duvander 2014 A-Z. Duvander, "Män, föräldraledighet och föräldraförsäkringen", bilaga 5 i *SOU 2014:6*, Stockholm 2014, 399-430.
- Fejes 1992 J. F. Fejes, "Masculinity as Fact: A review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity", S. Craig (red.), *Men, masculinity and the media*, Newbury Park, California 1992, 9-22.
- Gill 2003 R. Gill, "Power and the production of subjects: a genealogy of the New Man and the New Lad", B. Benwell (red.), *Masculinity and men's lifestyle magazines*, Oxford 2003, 34.
- Gill 2007 R. Gill, *Gender and the media*, Cambridge 2007.
- Grönroos 1994 M. Grönfors, "Miehinen kulttuuri ja väkivalta", J. Sipilä & A. Tiihonen (red.), *Miestä rakennetaan, maskuliinisuuksia puretaan*, Tammerfors 1994, 63-76.
- Hill 2007 H. Hill, *Befria mannen! Idéer om förtryck, frigörelse och förändring hos en svensk mansrörelse under 1970- och tidigt 1980-tal*, Umeå 2007.
- Heikkinen 1994 T. Heikkinen, "Heteroseksismi ja homojen marginaalistaminen", J. Sipilä & A. Tiihonen (red.), *Miestä rakennetaan, maskuliinisuuksia puretaan*, Tammerfors 1994, 81-101.
- Hooghe & Meeusen 2013 M. Hooghe & C. Meeusen, "Is Same-Sex Marriage Legislation Related to Attitudes Toward Homosexuality" i *Sexuality Research and Social Policy*, vol. 10, nmr 4, New York 2013, 258-268.
- Johannesson 1998 K. Johannesson, *Retorik, eller konsten att övertyga*, Andra upplagan, Stockholm 1998.
- Johansson 2000 T. Johansson, *Det första könet? Mansforskning som reflexivt projekt*, Lund 2000.
- Johansson 2014 T. Johansson, "Maskuliniteter i förändring", bilaga 3 i *SOU 2014:6*, Stockholm 2014, 347-382.

- Johnson 2007 A. Johnson, *Globaliseringens tre vågor: Sveriges internationalisering under 150 år*, Västerås 2007.
- Jokinen 2000 A. Jokinen, *Panssaroitu maskuliinisuus: mies väkivalta ja kulttuuri*, Tampere 2000.
- Kimmel 1996 M. S. Kimmel, *Manhood in America: a Cultural History*, Oxford 1996.
- Kimmel, Hearn & Connell 2005 M. S. Kimmel, J. Hearn & R. W. Connell, *Handbook of studies on men & masculinities*, Thousand Oaks California 2005.
- Kleberg 2006 M. Kleberg, *Genusperspektiv på medie- och kommunikationsvetenskap*, Stockholm 2006.
- Lorentzen & Ekenstam 2006 J. Lorentzen, C. Ekenstam, *Män i Norden: Manlighet och modernitet 1840-1940*, Riga 2006.
- Lööw 2015 H. Lööw, *Nazismen i Sverige 2000-2014*, Falun 2015.
- Mäklin 2005 M. Mäklin, *Hurdan är Cosmotjejen? En undersökning av kvinnobilden i amerikanska, brittiska och svenska Cosmopolitan*, kandidatavhandling i journalistik, Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2005.
- Mumun et al. 2006 S. Mumun, C. Olsson & S. Ström, *Att vårda sitt yttre. En studie av yngre mäns attityder till groomingprodukter*, Magisteruppsats, Ekonomihögskolan, Lunds universitet, Lund 2006. Tillgänglig digitalt (senast sedd 11.4.2017): <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1348350&fileId=2434221>
- Nyberg 2014 K. Nyberg, "Den digitala revolutionen: från stordatorer till sociala medier", K. Nyberg & J. Parland von Essen (red.), *Historia i en digital värld*, 2014, 10-15. Tillgänglig digitalt (senast sedd 3.3.2017): https://digihist.files.wordpress.com/2014/05/hdv_v1_0_1.pdf
- Nyman 2011 J. Nyman, *Bilar brudar och karriär – En studie av Mooregrabben och kvinnorna i hans liv*, kandidatavhandling i journalistik, Svenska Social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2011.

- Osgerby 2003 B. Osgerby, "A pedigree of the consuming male: masculinity, consumption and the American 'Leisure Class', B. Benwell (red.), *Masculinity and Men's Lifestyle Magazines*, Oxford 2003, 57-85.
- Punkka 2004 P. Punkka, *Rohkea roturakastaja, epävarma artisti ja syyskuun söpöliini. Maskuliinisuuden representaatiot Cosmopolitanissa*, avhandling pro gradu i kommunikationslära vid Tammerfors universitet, Tammerfors 2004.
- Sandberg 2014 L. Sandberg, "Män, kropp och hälsa", bilaga 6 i SOU 2014:6, Stockholm 2014, 431-464.
- Stevenson et al. 2003 N. Stevenson, P. Jackson & K. Brooks, "Reading Men's Lifestyle magazines: cultural power of the information society", B. Benwell (red.), *Masculinity and Men's Lifestyle Magazines*, Oxford 2003, 112-131.
- Tamas 2016 G. Tamas, *Lasermannen: En berättelse om Sverige*, Stockholm 2016. Första upplagan år 2002.
- Taylor & Sunderland 2003 Y. Taylor & J. Sunderland, "'I've always loved women': the representation of the male sex worker in Maxim", B. Benwell (red.), *Masculinity and men's lifestyle magazines*, Oxford 2003.
- Ticknell et al. 2003 E. Ticknell, D. Chambers, J. Van Loon & N. Hudson, "Begging for it: 'New femininities', Social Agency and Moral Discourse in Contemporary Teenage and Men's Magazines", i *Feminist Media Studies*, vol 3, nmr 1, 2003, 47-62. Tillgänglig digitalt (senast sedd 9.4.2017): <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1468077032000080121?journalCode=rfms20>
- Whelehan 2000 I. Whelehan, *Overloaded. Popular culture and the future of feminism*, London 2000.

Elektroniska källor

Tidningen Moore på webben: www.moore.se

Tidningen Cosmopolitan på webben: www.cosmopolitan.se

Tidningen Café på webben: www.cafe.se

www.saol.se

Bilaga

TS Upplaga

Café 1995-2015 (uppgifter från 1990-1995 saknas)

1995	40 400
1996	43 400
1997	45 900
1998	46 100
1999	42 200
2000	42 200
2001	43 400
2002	41 100
2003	41 000
2004	42 600
2005	35 600
2006	33 300
2007	28 700
2008	29 900
2009	29 500
2010	29 400
2011	29 800
2012	23 000
2013	23 000
2014	20 800
2015	26 200

Källa: TS Upplaga. Uppgifterna om *Cafés* upplaga hämtade 15.8.2016, av Peter Hedén, Analys/Revision.