



LUNDS
UNIVERSITET

Den ultimata mannen

en undersökning av hur män porträtteras i populärkulturell media

Niklas Hebrand och Marcus Fredriksson

Kurs: MKVA21:4, B-uppsats, 7.5 p
Handledare: Veselinka Möllerström
Examinator: Sara von Platen
Tobias Linné

Abstract

| | |
|-----------------------|--|
| Titel: | Den ultimata mannen - en undersökning av mäns porträttering i populärkulturell media |
| Författare: | Niklas Hebrand och Marcus Fredriksson |
| Enhet: | Medie- och kommunikationsvetenskap |
| Universitet: | Lunds universitet |
| Kurs: | MKV21:4, B-uppsats, 7.5 poäng |
| Termin och år: | VT 2010 |
| Institution: | Språk- och litteraturcentrum (SOL) |
| Handledare: | Veselinka Möllerström |
| Examinator: | Sara von Platen och Tobias Linné |
| Nyckelord: | Medieforskning, Medieprogrammet, Mediekommunikation, Genusforskning |

Sammanfattning

Problem: Vår undersökning rör sig inom genusforskningen med inriktning på det maskulina könet. Hur porträtteras män och det manliga idealet i populärkulturell media. Utifrån två konkreta exempel bestående av två Amerikanska dramakomediserier, *Entourage* och *Two and a half men*, har vi undersökt dagens maskulina ideal, dess framställning och vilka normer som förväntas följas för att uppfattas som typiskt manlig. Vi har även studerat kvinnans roll i dessa serier, deras framställning och deras porträttering.

Syfte: Vårt syfte är att studera hur det maskulina könet porträtteras i dagens media. Hur ser relationen mellan könen ut i dessa serier och vilka ideal skapas bland könen i serier som riktar sig till den manliga publiken.

Metod: Vi har gjort en kvalitativ textanalys av serierna med grunderna i hermeneutiken. Vi har även studerat teman rörande genus och framställningen av de olika könen.

Resultat och Slutsatser:

1. I dessa serier finner vi typiska hegemoniska maskulinitetskaraktärer som alla följer de grundläggande normerna som behövs för att uppfattas som typisk manlig. Vi finner därmed en hierarki bland könen där maskuliniteten står överordnande det feminina könet och dess normer. Vi har däremot kommit fram till att det inte finns en entydig bild av maskuliniteten. Vi har funnit olika typer av hierarkiskt dominerande maskuliniteter. Detta kan vara ett tecken på att idealet hos maskuliniteten håller på att förändras.

2. Vi anser att mottagarna med all säkerhet tar åt sig av det media sänder ut i tv. Vi ställer oss dock inte till fullo på en enda teoris sida utan ser istället en blandning av teorierna vi använt oss av. Att produktplaceringar, verbala yttranden och maskulinitetsframställningar av hövlighetsnormer influerar oss allt mer ser vi starka tendenser till. Den frågan vi ställer oss frågan är om serier som dessa istället inte blir ett steg tillbaka i kampen för jämställdhet mellan könen.

Innehållsförteckning

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Inledning | 5 |
| 2 | Syfte och relevans | 6 |
| 2.1 | Frågeställning | 6 |
| 2.2 | Bakgrund | 7 |
| 3 | Teori | 7 |
| 3.1 | Genus | 8 |
| 3.2 | Frankfurtskolan | 9 |
| 3.3 | Kultiveringsteorin | 10 |
| 3.4 | Maskulinitet – patriarkat och hegemoni | 10 |
| 3.5 | Homosocialitet | 12 |
| 4 | Metod | 12 |
| 4.1 | Textanalys | 13 |
| 4.2 | Hermeneutik | 15 |
| 4.3 | Semiotik | 15 |
| 4.4 | Retorikanalys | 16 |
| 4.5 | Samtalsanalys | 17 |
| 4.6 | Urval | 17 |
| 5 | Analys | 18 |
| 5.1 | Om Entourage | 18 |
| 5.2 | Om Two and a half men | 18 |
| 5.3 | Analys | 19 |
| 6 | Slutdiskussion | 26 |
| 7 | Referenser | 28 |

Bilagor

| | |
|----------|--|
| Bilaga 1 | Analysmaterial från Entourage |
| Bilaga 2 | Analysmaterial från Two and a half men |

1 Inledning

Med dagens växande medieutbud är det många som intresserar sig för hur mediernas uppmålade världsbild påverkar den verkliga värld vi lever i. Det finns många olika aspekter att studera när det gäller mediernas påverkan och ett flertal tidigare studier har redan visat att vi faktiskt påverkas, i många fall mer än vad vi själva tror. Många av dessa studier och teorier härstammar från den socialvetenskapliga Frankfurtskolan som grundades runt år 1930 i Tyskland. Frankfurtskolan teorier antyder att populärkultur är en slags eskapism och kapitalistisk indoktrinering. Publiken är fördummad och passiv, vi kan själva inte bestämma vad vi tar in utan påverkas hela tiden av massan och är därav en homogen grupp (Gripsrud, 2002).

Att kritiskt granska populärkulturen utifrån medias genusframställningar är något som ständigt är aktuellt. Flertalet av studierna som gjorts har riktat in sig på hur kvinnor framställs och hur kvinnor påverkas av medias konstruerade idealbild av vad som anses vara kvinnligt beteende och utseende. Det väcks mycket uppmärksamhet och debatter kring vilken stereotypisk roll kvinnan har fått i populärkulturell media. Detta är självklart en viktig forskningsfråga men vi anser att även det manliga könet har fått en minst lika tydlig idealbild om vad som anses och förväntas vara ett typiskt manligt beteende. Medierna ska spegla vår verklighet, även vid framställningen av vad som är ”manligt” respektive ”kvinnligt”. Men allt för ofta blir det istället medierna som skapar vår verklighetsbild i dessa framställningar. Vi har därför valt att som Jarlbro (2002) skriver, ta på oss våra genusglasögon för att urskilja framställningen av kvinnligt men framförallt av manligt i populärkulturella tv-produktioner som riktar sig till den manliga publiken.

Den gamla föreställningen av typiskt manligt beteende som hård, aggressiv och känslökall har fått utså både kritik och hån i media. Trots att vi fortfarande kan tycka oss se denna bild, är det nya skepnader av manligt beteende som har börjat framställas allt oftare i dagens mediasammanhang. Genusforskare anser att maskuliniteten gått igenom stora förändring på grund av feminismens intåg de senaste årtionden. Innebörden av att vara man och vad som anses vara typiskt manligt omprövas och dess konventionella ideal omvandlas (Johansson, 2000).

Som forskningsmaterial har vi valt att utgå ifrån två konkreta exempel. Materialet består utav två populärkulturella tv-serier som båda riktar sig till den manliga publiken. De två tv-serierna

vi valt att studera är båda skapade och producerade i USA och heter ”Entourage” respektive ”Two and a half men”. Varför vi valt dessa tv-serier är för att de båda innehåller vad vi anser är framställningen av typisk ”manliga” karaktärer. Detta vill vi undersöka med denna utredning och förhoppningsvis komma fram till vad som karaktäriserar seriernas manliga karaktärer till just män och vad som idag anses vara typiskt manligt beteende.

2 Syfte och relevans

Syftet till ämnesvalet är det typiska grabbiga beteende som blivit allt vanligare i dagens tv-serier. Serierna vi valt att fördjupa oss i är långt ifrån ensamma om att innehålla denna typiska manskaraktär. Eftersom att flertalet av tidigare liknande studier har fokuserat på mediernas stereotypa framställande bild av det kvinnor tyckte vi att det vore intressant att belysa medias framställning av män. Genom att forska utifrån medietexter hoppas vi kunna erhålla kunskap om den kultur som medierna skapat av maskuliniteten och därmed få ökad förståelse om kön och genus i dagens kultursamhälle. Det finns givetvis flera bilder av mannen i media och det manliga idealen kan därför vara svåra att helt fastställa på ett generellt plan. Beroende på kontexten och i vilket medium bilderna förekommer kan samma bild förete sig annorlunda, det kan därför ses som en omöjlighet att ge en entydig generaliserande bild av vad som egentligen är ren maskulinitet.

För att utforma en framställning av vad som anses som typiskt manligt kommer vi även utforma framställningen av typiskt icke manligt beteende. Den icke manliga utformningen kommer även behandla skildringen mellan den ideala mannen den hans förhållning till det motsatta könet. Dessa frågor anser vi vara relevanta och intressanta eftersom vi anser att mannen påverkas minst lika mycket som kvinnan påstås göra av vad vi ser i media, nu för tiden kanske mer än någonsin.

2.1 Frågeställning

Vår huvudfråga är ”Hur skildras den maskulina genusframställningen i dagens populär-kulturella media?”. Det finns många olika teorier om hur dagens media skulle kunna påverka mottagaren, vilka konsekvenser det kan få och dess inverkan på vårt agerande. Vi vill även analysera vilken inverkan dessa tv-produktioner får på vår verklighetsuppfattning. Med utgångspunkt i dessa frågor kommer vi gå vidare och titta på medias framställning av genus

med inriktning på det manliga könet. Hur ser framställningen av manligt i serier som Entourage och Two and a half men ut. Med fakta i ryggen ska vi sedan presentera två konkreta exempel och titta på framställningen av män i serier som riktar sig till män, för att försöka urskilja seriernas syn på den typiska mannen och dess påverkan på den vardagliga mannen. Vad gör män, enligt medias framställning, till den ”ultimata” mannen?

2.2 Bakgrund

Serierna är producerade år 2003 och 2004 och har gjort stor succé i såväl USA som i Sverige. Vi har båda tidigare sett tv-serierna och har därmed säkert skapat oss en förutfattad mening om seriernas karaktärer. Detta kan delvis påverka och säkerligen vara bidragande till våra tolkningsprocesser av medietexterna. Man måste även ta hänsyn till att båda serierna är producerade och skapade i USA. Olika kulturer bidrar till olika tolkningsprocesser och därmed olika uppfattningar, men vi anser att detta inte är något problem då större delen av serieutbudet som visas i svensk tv kommer ifrån USA. Vi är så väl förtrogna med det engelska språket och den amerikanska kulturen anser vi snarlik eller åtminstone relativt snarlik den svenska kulturen. Vi anser därför inte kulturskillnaderna som ett större problem för oss att kunna tolka medietexterna, men vi poängtera ändå att vi studerar serierna utifrån en svensk kontext.

Idag finns det mängder med tv-serier som riktar sig på den manliga publiken. De två tv-serierna vi valt att fördjupa oss i är båda tydligt inriktade till män. Mångfalden av de manliga karaktärerna i dessa två serier har ett levnadsätt, ett utseende och ett beteende som vi förknippas med ett typiskt manligt ideal. Det är en av anledningarna till varför vi valt just dessa serier.

3 Teori

I denna del av arbetet kommer vi att gå igenom relevanta teorier angående maskulinitetens framställande. Vi kommer att gå igenom viktiga begrepp och teorier som används i samband med maskulinitetsforskning för att senare kunna analysera mäns framställning i dagens media och i synnerhet då det två serier vi valt att fördjupa vår forskning i. Vi kommer även ta upp teorier gällande genus och se hur förhållningssätten mellan manligt och kvinnligt skiljer sig.

3.1 Genus

Vid tal om genus anser Jarlbro (2002) med flera att genus är samhällets konstruerade könsroller. Med detta menar hon att det inte är det specifika könet som påverkar hur vi är, utan själva samhället. Det är alltså de kulturella och sociala aspekterna som påverkar vårt beteende. Den franska filosofen Simone de Beauvoir beskriver exempelvis kvinnan som "det andra könet", i bemärkelsen att kvinnor många gånger kommer i andra hand och med Beauvoir citat, "Man föds inte till kvinna, man blir det" känns Jarlbros påstående tillförlitlig (Beauvoir, 2002).

Det är alltså föreställningar av maskulint och feminint får konsekvenser för hur vi lever våra liv. Men hur framställs då genus i media och populärkultur? Och framförallt i populärkulturella tv-serier? Enligt David Gauntlett (2008) var det förr väldigt tydliga och stereotypa roller. Männerna hade en dominerande karaktärer och var högt uppsatta beslutsfattare, medan de kvinnliga rollerna oftast var gifta hemmafruar. Männerna var äventyrliga och aktiva medan kvinnorna var svaga och sågs som offer. År 1972 genomförde Natan Katzman en studie om vilka ämnen manliga respektive kvinnliga tv-karaktärer oftast samtalade om. Kvinnliga karaktärer samtalade oftast om romantik, familjen och hälsa medan manliga karaktärer samtalade om sport och arbetsrelaterade ämnen (Tannis M. Williams, 1986). Gauntlett (2008) understryker dock att det under de senaste decennierna har börjat ske många förändringar i genusordningen. Under 90-talet började rollerna bli mer jämställda och mindre stereotypa än förr. Men trots förbättringar tenderar gamla vanor att leva kvar. Kvinnan och mannen framställs i populärkulturell media fortfarande som symboler. Typiska kvinnliga symboler är fortfarande rollen som hemmafru eller sekreterare medan typiska manliga symboler oftast är rollen som skurk eller chef.

Men det är inte enbart vårt kön som skapar våra uppfattningar av populärkulturens medieframställningar. Våra olika sociala och kulturella värderingar spelar roll, såsom vilken utbildning och bakgrund vi har. Pierre Bourdieu beskriver detta utifrån ett teoretiskt ramverk bestående av habitus, fält, praktik och smak. Habitus omvandlar egenskaper i ens specifika position till en enhetlig livsstil, detta innefattar de sociala rum eller fält vi växer upp i samt de grupper vi senare väljer eller söker oss till. Detta påverkar vår syn på omvärlden. Habitus skapar i sin tur olika livsstilar vilket leder till reproduktion av kulturella praktiker som exempelvis utbildningspraktik, här har livsstilen och smaken en viktig roll. Smak är ett uttryck för olika sociala grupper livsstilar. Smaken är en klassificerande funktion som samlar

likasinnade. Bourdieu undviker att tala som samhället utan talar istället om olika fält. Fält kan bestå av exempelvis utbildningskretsar eller grupper utifrån ens smak. En del av ens sociala rum utifrån vilket vi kan urskilja personens sociala position. Inom fälten strävar vi enligt Bourdieu hela tiden efter att nå högre social status, vi har ett ständigt dominansförhållande. Praktiken är till för att förstå eller förutse mänskligt handlande. Förmodligen är exempelvis en elev som läst medie- och kommunikationsvetenskap mer kritisk till medias utbud än en person som inte läser samma ämne (Fagerström och Nilson, 2008).

3.2 Frankfurtskolan

Det finns många olika skolor och studier som tyder på att vi människor påverkas av det medierna förmedlar. Många av dessa studier och teorier härstammar från 1930-talet och Frankfurtskolan. Frankfurtskolan antyder att populärkultur är en slags eskapism och kapitalistisk indoktrinering. Publiken är fördummad och passiv, vi kan själva inte bestämma vad vi tar in utan påverkas hela tiden av massan och är en homogen grupp. Frankfurtskolan tar upp forskningsteorier som *injektionsnålsteorin*. Teori innebär att budskapet går direkt från avsändaren till mottagaren, den information som vi konsumerar påverkar oss väldigt mycket, liksom en injektion från en spruta, därav namnet. Medias budskap påverkar vår syn på hur verkligheten egentligen ser ut. Ser vi på tv hur manliga karaktärer agerar, kan mottagare påverkas av den fiktiva karaktären genom att i verkligheten försöka efterlikna hans agerande i en snarlik situation, om mottagaren kan relatera sig med tv-karaktären (Strinati, 2004). Frankfurtskolan antyder även att populärkulturens syfte i övervägande fall är att tjäna pengar. Genom maximering av publiken skapas möjligheten att nå ekonomisk vinst. Filosofer från Frankfurtskolan anser att de som betalar dyrt för att se exempelvis en biofilm egentligen inte bryr sig så mycket om själva filmen, utan njuter utav det faktum att de vet hur mycket biljetten kostar (Strinati, 2004). Populärkulturella medieföretag har många metoder för att försöka gå med ekonomisk vinst. Produktplacering är något som har förekommit inom filmvärlden i flera år och blir allt vanligare. I tv-serier för män är vanliga produktplaceringar ofta exklusiva bilar, spritsorter och cigaretter. Produkter som alla är förknippade med typiska ”manliga” beteenden, så som framgång, fest och ett ohälsosamt levnadssätt. Frankfurtskolan hävdar att det finns två värden på den produkt vi konsumerar. Det priset vi är villig att betala på marknaden och produktens praktiska användbara värde. Enligt Frankfurtskolan och teoretikernas marxistiska tankar kommer marknads värde alltid att dominera över det praktiska värdet och detta är kapitalism (Gripsrud, 2002). I ett kapitalistiskt samhälle lever vi

inte efter det behov som vi själva har skapat, utan marknaden har skapat våra behov i syfte att tjäna pengar. Vi är alltså inte fria trots valmöjligheten bland ett stort utbud kanaler, kulturindustrin har redan bestämt vårt utbud åt oss och i det finns ingen frihet (Gripsrud, 2002). Men Frankfurtskolan har även fått mycket kritik för sina radikala åsikter. Kritiker hävdar dock att Frankfurtskolan inte har någon empirisk fakta som stödjer påståendena och att teoretikerna använder ett nervärderande språk. Alla behov behöver inte nödvändigtvis vara ”falska”, som liknelse gör exempelvis en tvättmaskin faktiskt hushållsarbetet betydligt enklare (Strinati, 2004). Vi kanske rentav behöver eskapism i dagens samhälle för att varva ner och drömma oss bort till en annan ”behagligare” och mer ”önskvärd” verklighet än den vi redan lever i.

3.3 Kultiveringsteorin

Kultiveringsteorin innebär att publiken får en samhällssyn utefter media, alltså stora delar av vår verklighetsuppfattning kommer från det vi intar från den media vi konsumerar. Desto mer vi ser på tv, desto mer tror vi att tv speglar verkligheten. Verklighetsförståelsen påverkas på lång sikt genom stora mängder mediekonsumtion. Våldsrelaterad mediekonsumtion bidrar enligt kultiveringsteorin inte till att mottagaren nödvändigtvis blir mer våldsam, istället syftar teorin på att mottagaren blir mer rädd för att utsättas för våld eftersom det förekommer så frekvent i tv (David Gauntlett, 2008).

3.4 Maskulinitet – patriarkat och hegemoni

Maskulinitet kan tolkas som en internaliserad könsroll som är en produkt av inläring och socialisation. Idén om att maskulinitet är en internaliserad könsroll, som möjliggör social förändring genom sociala processer. Maskulinitetens definitioner är djupt insnärjda i institutionernas och de ekonomiska strukturernas historia. Maskulinitet är alltså inte enbart en idé som skapas i männens hjärnor eller personliga identiteter. Psykologiskt sett är maskulinitet ett försvar mot identifikation med modern (Connell, 1996). För att förstå maskulinitet måste vi studera hur de sociala relationerna har förändrats. Maskuliniteten har påverkats mycket av den globala expansionen och den europeiska maktsfären. Ekman (1995) har definierat typiska hegemoniska kopplingar som har sträckt sig från äktenskapet via våldet till sporten. Även andra typiska rent enskilda egenskaper som fysisk styrka, aggressiv, effektiv och

tävlingsinriktad förknippas med manligt beteende. Barn tar till sig de hegemoniska grunderna i ett väldigt tidigt stadium, Connell (1996) kallar stadiet för bindingsstadiet och kan exempelvis bevitnas i klassiska barnlekar som ”mamma, pappa, barn” där flickan ofta lagar mat eller städar medan pojken gör andra mer maskulint präglade sysslor. Connell (1996) skriver att de män som drar sig åt det feminina hållet där med exkluderas från den maskulina hierarkin eftersom det är motsatsen till den hegemoniska filosofin. Detta blir tydligt vid studier av skällsord som tillägnas män som inte faller inom det eftersträvande idealet, dessa personer blir då ofta morsgrisar, töntar, bögar och liknande. Uttryck som samtliga inte faller inom ramen för vad som anses vara typiskt maskulina. En idealmaskulinitet skapades som kulturell form genom makt och social kamp. Maskulinitet konstrueras i vardagslivet där även de ekonomiska och institutionella strukturerna har stor betydelse. Inom den moderna genussociologin säger teoretiker att genus konstrueras genom social interaktion. Maskulinitet skapas och omgestaltas alltså inom den sociala praktiken, genom att vi samtalar med andra. Det finns olika sorters maskulinitet som skapas på olika platser (Connell, 1996).

Maskulinitet påverkas även av etnisk tillhörighet och klasstillhörighet, liksom sexualitet och ålder. Uppfattningen om vad som är den ideala maskuliniteten skiftar. Olika maskuliniteter hyllas genom historien och genom samhällen. Detta förändras genom kulturell dynamik i samhället (Connell, 1996). Inom sociologin och antropologi pratas det om patriarkat, en samhällsordning där äldre män tenderar att ha mer makt än exempelvis kvinnor och yngre män. Här är svaret på maskuliniteten mer en fråga om makt (Connell, 1996). Den hegemoniska maskuliniteten är den sorts maskulinitet som för tillfället anses som den mest ideala. Connell skriver att hegemoniska maskuliniteten innehåller en ”allmänt accepterade strategi” (1996:101). Men denna maskulinitet är egentligen väldigt få som lever upp till. Ofta är det istället fiktiva eller halvt verkliga karaktärer som ger den hegemoniska maskuliniteten en personlig bild. Ett exempel på dagens hegemoniska maskulinitet är skådespelaren Brad Pitt som ofta spelar heroiska roller med ett lyckligt familjeliv och har en vacker partner även privat. Han är framgångsrik, omtyckt och uppfattas av många som attraktiv. Alltså är den hegemoniska maskuliniteten vit, rik, medelålders och heterosexuell. Den hegemoniska maskuliniteten är alltså den allmänt accepterade och önskvärda sortens maskulinitet. Vidare skriver Connell att då vi pratar om hegemoniska maskuliniteter så existerar en tydlig koppling mellan kulturella ideal och institutionell makt. Män förväntas sedan leva efter detta ideal och kvinnor förväntas söka sig till dem som lever upp till dessa ideal. Den hegemoniska

maskuliniteten är dock ombytbar, vilket innebär att den kan förändras. Däremot har den hegemoniska maskuliniteten alltid varit överordnad gentemot kvinna. Det är inte förrän denna maskulinitet inte längre upplevs som överordnade gentemot kvinnor som den börjar ifrågasättas av andra maskuliniteter, och inte fören då kan det hegemoniska idealet förändras (Connell, 1996).

3.5 Homosocialitet

Den homosociala relationen beskrivs som en karaktär av ickesexuella handlingar mellan människor av samma kön. På grund av mäns patriarkala exkluderande anses den manliga homosocialiteten vara starkare än den kvinnliga. Johansson (2000) beskriver mäns homosocialitet som ett försök att sluta samman sig. Detta bidrar till att män kan bibehålla sin makt. Genom maskulin homosocialitet är upprätthållandet av den hegemoniska maskuliniteten möjligt. Samtidigt existerar det flera sidor av detta fenomen. Inom sportvärden är det vanligt att män kan visa intima känslor mot varandra och även känslor vid vinster samt förluster. Inom sportens ramar är det allmänt accepterat för män att visa dessa känslor gentemot varandra, något som utanför hade uppfattats som olämpligt beteende (Johansson, 2000). Det är alltså inte enbart ett sätt för män att upprätthålla sin makt utan även ett sätt för dem att visa känslor gentemot varandra.

4 Metod

I denna del kommer vi gå igenom de metoder vi har använt oss av för att utföra analysen och förstå dess innehåll angående analysresultatet av tv-serierna. Vilken metod som är mest korrekt att använda i en analys av en tv-serie är inte helt lättdefinierat. För att kortfattat förklara den kvalitativa metod vi har använt oss av kan man säga att den kvalitativa metoden bygger på en öppen och mångtydlig empiri, där vi utgår ifrån studiesubjektets perspektiv (Alvesson & Skoldberg, 1994). I vissa fall benämner forskare den kvalitativa metodens empiri för ”mjuk-data” då analysresultatet av somliga forskare anses vara mindre reliabelt än resultatet från en kvantitativ analys.

Om undersökningen gäller en utredning, en utvärdering eller ett forskningsprojekt blir det avgörande valet utav forskningsmetod. Syftet med undersökningen blir därmed avgörande för vilken metod som är mest lämplig att använda sig av (Trost, 2008). Alvesson och Skoldberg (1994) skriver att det är näst intill omöjligt att enbart utgå utifrån en av metoderna, trots att

det ibland kan kännas betryggande att hålla sig till en förutbestämd metod. Att analysera en medietext utifrån en kvalitativ metod anser vi lämpar vår medieundersökning bättre, med tanke på den frågeställning vi valt att analysera.

4.1 Textanalyser

I en studie av kvalitativ metod har vi valt att analysera serierna utifrån en textanalys. En textanalys tenderar att fungera effektivast för analyser av kortare sekvenser som ger klara instruktioner till varför analysen är genomförd (Baker, 2003). Den enklaste kommunikationsmodellen är modellen för avsändare, budskap och mottagare. Denna modell jämför kommunikation av ljud, skrift och bild. Men inom massmedia är budskapet inte alltid så enkelt. Massmedias budskap är sällan entydiga och budskapet kan förändras beroende på exempelvis vilket slags ljud en bild visas upp med. Små skillnader kan få budskapets grundläggande innebörd att skifta beroende på hur mottagarna tolkar budskapet (Gripsrud, 2002).

När vi ser ett tv-program eller en film tar det oss inte lång tid innan vi har skapat en förutfattad mening om vad programmet handlar om. Små pusselbitar som vi känner igen kopplas direkt samman i våra huvud. Vi gör alltså en snabb analys av textens (ljud och bild) innebörd utifrån det vi ser och utifrån förutfattade situationer vi känner igen. Varje gång vi så kallat ”zappar” igenom kanalerna på tv:n gör vi blixtnabba minianalyser av det vi ser på tv-rutan. Kommer vi till en kanal som visar ett bergigt landskap med ett ånglok farande och en filmrubrik med typisk Amerikanskvästern typsnitt kopplar våra hjärnor direkt ihop dessa små enskilda symboler till en stor förutfattad mening, att filmen är en cowboyfilm. Dessa förutbestämda symboler kallas för konventioner och finns bland oss överallt. En simpel konvention är exempelvis en ring med flera streck runt om ringen, vilket är en enkel symbol av en sol. Trots att den verkliga solen inte ser ut så utan för att konventionen säger att detta är en sol. Denna konvention har funnits så pass länge att den antagligen aldrig kommer att kunna förknippas med något annat. I tv-världen är dessa konventioner dock svårare att tyda då det visuella presenterandet blir mer bestämt. Men med lite träning blir vi snabbt mästare på att tyda dessa konventioner blixtnabbt. Genom att koppla ihop ett par mindre pusselbitar får vi snabbt förutfattade tankar om programmets helhet (Gripsrud, 2002).

Det vi ser brukar sedan delas upp i två olika begrepp, denotation och konnotation. Det vi ser kallas för denotation, det vi sedan kopplar denotationen till kallas för konnotation. Ser vi

exempelvis en svensk flagga kan alla säga att det är den svenska flaggan, alltså denotation men vad vi sedan konnoterar till är individuellt. Vissa konnoterar exempelvis den svenska flaggan till något man är stolt över, sitt hemland, historia och kultur. Medan andra konnotera samma svenska flagga som en rasistisk symbol (Gripsrud, 2002). Det är dock viktigt att poängtera att konnotationer och associationer inte är samma sak. Konnotationer rör en större grupp människor och är ofta kulturellt etablerat medan associationer är individers helt individuella kopplingar. Tycker jag exempelvis att den svenska flaggan påminner mig om mitt hus är det en association och inte en koppling jag förmodligen delar med någon annan. Gripsrud (2002) poängterar alltså att individuella tolkningar inte får kallas för konnotationer utan dessa är associationer.

Viktigt när vi gör en textanalys är det grundläggande intresset hos oss som utför analysen. Som vi nämnt är det viktigt att ha kunskap om ämnet vi forskar om. Vi skulle kunna genomföra en textanalys som en dialog. Analytikern ställer relevanta frågor till texten som han/hon försöker besvara, med texten och dess olika perspektiv som underlag. Det handlar alltså om att plocka isär texten bit för bit, men det handlar även om att pussla ihop den igen på ett sätt som ökar förståelsen för både läsaren och vi som analyserar (Östbye, 2008). Litteraturvetaren Atle Kittang skiljer mellan tre olika huvudmetoder för att tolka texten: *sympatisk-*, *objektiverande-* och *symtomatisk-läsart*. Den sympatiska läsningen bygger på att hitta upphovsmannens intentioner. Teorin tyder på att skaparen är central för verkets innebörd vilket kommer att avspeglas i textens innehåll. Den objektiverande läsarten innebär att mottagaren försöker tolka texten utan att blanda in avsändaren och den sociala kontexten. Här ligger fokus fullt ut på textens faktiska innebörd och den dominerande metoden är närläsning. Denna metod går även under namnet formalistisk läsning. Den tredje och sista metoden, symtomatiska läsarten ser texternas faktiska uttryck som underliggande eller dolda betydelser. Uttrycket tyder på att texterna är förmedlare av innebörder, som skaparen inte är medveten om. Alltså tvärt om från den sympatiska läsarten. Det kan vara föreställningar som är så självklara att det för många uppfattas som naturliga. Texterna kan även vara bärare av mindre självklara delar, som sociala motsättningar och konflikter som vid första skedet inte är synliga på textens yta. Syftet är att lyfta fram motsättningarna och diskutera dem (Östbye, 2008)

4.2 Hermeneutik

Hermeneutik betyder *tolkningslära* och lägger fokus på relationen mellan text och analys. Det är viktigt att även ta med kulturella och historiska erfarenheter när analysen utförs. Dessa erfarenheter kallas för fördomar och är en del av helheten, därför är det svårt att vara helt objektiv i sin analys. Det är vid mötet av våra fördomar och textens mening som vi kan tolka textens helhet. Detta ger enligt hermeneutiken ökad självinsikt och personlig tillväxt. Sammanfattningsvis kan vi säga att det handlar om att placera in sig själv i ett större sammanhang både socialt, kulturellt och historiskt (Östbye, 2008). Så för att kunna tillämpa hermeneutiken måste forskningsobjektet anses vara eller kunna vara meningsfullt. För att kunna förstå om objektet vi valt är meningsfullt att forska kring måste vi först göra en tolka av objektets innehåll (Gilje och Grimen, 1992).

Becker tar i sin bok upp ett problem som skulle kunna uppstå när vi tolkar seriernas innehåll. Problemet innebär att iakttagelserna vi gör av innehållet begränsas på grund av de begrepp och idéer vi har. Thomas Kuhn nämner i Beckers bok att våra iakttagelser inte är ”rena”. Har vi inte förståelse eller vetskap om något, kan vi heller inte analysera det. Kuhn citeras, ”*Vi ser vad vi har idéer om och kan inte se vad vi inte har ord och idéer för*” (Becker, 2008:29). Men bara för att vi inte ser eller har kunskap om det betyder det inte att analysen blir feltolkad. Enligt huvuddragen i den kulturella traditionen bli meddelande aldrig feltolkat. Medieforskaren Stuart Hall tyder på att det är mottagarens egen tolkning av meddelandet som är huvudsaken, oavsett vilket budskap avsändaren ursprungliga ville förmedla. Halls teorier underminerar alltså den förenklade linjära kommunikationsmodellen med avsändare, budskap och mottagare (Hall, 1980).

4.3 Semiotik

Något som är väsentligt vid användningen av kvalitativa metoder som innebär en tolkningsprocess av bilder är *teckenläran*. Läran om tecken och deras innebörd sammanfattas i meningen av ordet semiotik. Teoretikern som skapat den tes, som ligger till grund för textbegreppet heter Ferdinand de Saussure (Gripsrud, 2002). Han menade att alla kommunikation försiggår med hjälp av tecken. Teckenbegreppet delade Saussure upp med hjälp av två aspekter, en uttrycksaspekt och en innehållsaspekt. Här är uttrycket den fysiska materiella sidan medan innehållet är tecknets innebörd. Efter att Saussure myntade sitt teckensystem kom det en rad olika alternativ och påbyggnader. Från 1960-talet uppkom det

specialemiotiska fält bland annat bildsemiotik, filmsemiotik och gesternas semiotik. Gemensamt för alla är att analysobjekten kan ses som texter. En annan teoretiker som influerade och influerades av semiotiken var Charles S. Peirce. Peirce skiljer mellan tre slags tecken på grundval av deras relation till verkligheten. Dessa tecken är symbol, index och ikon. En symbol är konventionell. Det gäller språket men också saker som vi ser och tar in i verkligheten, trafikljusens tre färger är ett exempel på en symbol. Det är inget som ligger i vår natur att veta vad de olika färgerna betyder, det är något vi själva har kommit på och lärt oss. Indexikaliska tecken är ett indicium för något som beskriver ett spår efter något annat. Rök är exempelvis ett indicium på eld. Det ikoniska tecknet kännetecknas av att uttrycket och innehållet erhåller gemensamma egenskaper, vilket vi tydligast finner i bilder (Östbye, 2008).

4.4 Retorikanalys

Att använda sig utav retorik som kritisk vetenskap syftar till att analysera kommunikation som påverkar mottagaren. Kommunikation behöver dock inte enbart bestå utav kommunikation i form av tal, utan kan även bestå utav bilder och andra icke-verbala budskap som exempelvis känslor. Metoden kallas för retorikanalys och är ett effektivt redskap vid analys av exempelvis film och tv-produktioner. Retoriken som vetenskap ser sitt objekt antingen i ett helhetsperspektiv eller som en teoretisk bas där kommunikationen ses som en samhällsrelaterad påverkande faktor. En retorikanalys ska inte enbart analysera och beskriva texternas struktur eller form utan även säga något om deras effektivitet. Lyckas avsändaren påverka och föra fram sitt budskap till mottagaren? Viktigt att tänka på i en retorikanalys är att retoriken alltid har en helhetssyn på kommunikationen. Alla moment i den kommunikativa handlingen ska analyseras, även de som vädjar till våra sinnen och känslor (Ekström & Larsson, 2000). Varför gör vi då en retorikanalys? Eftersom meningen är med i sammanhanget innebär det att den ska leverera ett budskap. Ett retoriskt objekt är ur denna synvinkel alltid persuasivt, vilket innebär att budskapet har en avsikt, ett syfte. Utifrån denna teori finns det alltså alltid en mening med budskapet. Budskapet är en liten pusselbit som passas, utifrån en tv-series synvinkel, in i avsnittet och skapar avsnittets helhet (Ekström & Larsson, 2000).

4.5 Samtalsanalys

Vi kommer även att studera kommunikationen utifrån vad vi valt att kalla en samtalsanalys. Trots att en sådan analys snarare hör till språkvetenskapen än samhällsvetenskapen tycker vi teorin är väsentlig för att analysera olika verbala konversationer i serierna. Den grundläggande tanken bakom en samtalsanalys är att iaktta och tolka ett vanligt samtal. Ett samtal i betydelsen när två eller flera personer samtalar med varandra. I detta sammanhang används samtalsbegreppet för att beteckna social interaktion, ett gemensamt utbyte av språk. Språk och samtal inte används på samma sätt i alla sammanhang. Samma samtal beroende på situation, om det är med familjen, med kompisar eller på arbetet kan skilja sig väldigt mycket. Situationen bestämmer dels vad som sägs och hur det framförs. Det blir därför viktigt i våra studier av tv-serierna att notera språkets förändring beroende på karaktärernas situation och den omgivning de befinner sig i. Vad samtalas det om, vem pratar karaktärerna med i olika sammanhang och hur utförs dialogerna? Intressant att studera är även vad som händer när karaktärer av olika statusskildringar möts. Olika interaktioner som till exempel mötet i serierna mellan en karaktär som spelar skådespelare och en som spelar civil eller mötet med en manlig och en omanlig karaktär (Ekström & Larsson, 2000).

4.6 Urval

Sedan måste en begränsning av analysmaterialet ske. Samtliga av seriernas avsnitt kan inte analyseras. Det slutgiltiga resultatet hade om möjligen fått större tillförlitlighet om detta varit möjligt, men ett sådant arbete hade varit allt för tidskrävande och det slutgiltiga resultatet hade förmodligen inte förbättrats avsevärt mycket. Ett urval måste alltså ske eftersom vi inte hinner analysera alla de avsnitt serierna innehåller. Men urvalet måste trots det vara representativt för den helhet vi vill få fram i analysen. Vi behöver se den övergripande helheten för att övertyga läsaren. Det är i alla fall visionen för metaforen *synekdoke*, en retorisk figur i vilken vi använder en del av något för att hänvisa läsaren till den helhet som den tillhör. Vi skulle kunna säga att urvalet är en synekdoke där vi vill att den del av urvalet vi tagit ska uppfattas som representativ för den helhet den tagits från (Becker, 2008). För en kvalitativ undersökning anser vi att seriernas tio första avsnitt är de avsnitt som förmodligen kommer vara mest informationsrika och för oss relevanta. Vi anser att seriernas tio första avsnitt främst kommer att belysa karaktärernas personlighet, bygger upp seriens story och ska ge publiken framtida förväntningar.

5 Analys

5.1 Om Entourage

Entourage började sändas i SVT hösten 2006 och hade då redan gjort stor succé i USA. Denna komedidramaserie handlar om en skådespelarens (Vince) liv i Hollywood tillsammans med hans gäng bestående av stjärnans tre bästa barndomsvänner (Eric, Drama och Turtle). Serien utspelar sig i en exklusiv miljö där karaktärerna ständigt rör sig i ett liv av lyx, unga vackra flickor och massor utav fester med stora mängder alkohol och droger. Här lever karaktärerna ungarliv och tar var dag som den kommer. Andra inblandade karaktärer i serien är skådespelarens agent (Ari), agentens assistent (Emelie) som senare ersätts av den homosexuella assistenten (Lloyd) och den kvinnliga publicisten (Shauna). Serien lyfter fram ett nytt sätt att porträttera manlig vänskap och hur stark relationen till kompisarna kan och kanske ska vara. Kärleken till kompisarna är både större och viktigare än ens karriär eller ens relationen med eventuella flickvänner (www.hbo.com/entourage).

5.2 Om Two and a half men

Den andra serien heter *Two and a half men*. Denna sitcom handlar om två bröder och den ena broderns son som på ett humoristiskt sätt tar sig igenom vardagen på minst sagt olika sätt. Den äldre brodern (Charlie) lever ett simpelt liv med en slapp attityd med framgångar i både sitt yrkesliv och privatliv. Hans privatliv framställs i alla fall som lyckat utifrån hans synvinkel då det mest rör sig om så kallade "one night stands" med yngre damer. Den yngre brodern (Allan) har en mer motig vardag. Efter att ha blivit utslängd av hustrun flyttar han in hos brodern i Malibu för att försöka lappa ihop sitt miserabla liv. Med ett arbete han inte gillar, en krävande son (Jake) och ständiga motgångar med både damer och ekonomin framställs han som oerhört misslyckad. Den yngre brodern har även ett ganska feminint sätt att agera. Motsatsen till sin äldre bror som agerar självsäkert, avslappnat och vad som säkert vill framställas som typiskt manligt. I denna serie finns även karaktärer som den grova men plikttrogna hushållerskan (Berta), hopplöst förälskade granntjejen (Rose) och den bitchiga modern till de två bröderna (Evelyn). (http://www.cbs.com/primetime/two_and_a_half_men).

5.3 **Analys**

I båda serier kan vi tydligt se gemensamma drag. Båda serierna har influenser från teorin om den hegemoniska maskuliniteten. De innehåller båda den framgångsrika vita mannen som med en slapp, charmig attityd lever ett liv i lyx blandat med alkohol, droger och yngre damer. Redan i det första avsnittet av serien *Two and a half men* framställs ena karaktären som typisk manlig med tydliga maskulina drag. Den yngre brodern Allan har blivit utslängd av sin fru och har tagit sig till broderns exklusiva hus för att få tillbringa natten. Allan är lite pratsjuk eftersom han inte pratat med sin bror på länge och är nyfiken på hur han har det. Äldre brodern Charlie har dambesök och vill därför hellre återgå till sängen än att prata med sin misslyckade bror. Charlie förklarar sin vardag kort och koncist för Allan.

- En vanlig dag? Låt mig se. Jag tjänar mycket pengar på att göra så lite som möjligt och umgås med yngre tjejer som inte pratar om sina känslor. Jag kör en Jaguar, bor i ett stort hus vid stranden och ibland gillar jag att göra mig en massa Margaritas för att senare somna på soldäcket. (Two and A half men, Säsong 01, Avsnitt 01)

När Allan får höra detta säger han snabbt god natt och det känns som att han ångrar att han ställt frågan. Det märks att Allans vardag ser helt annorlunda ut. I detta citat märkt det tydligt av vad som anses vara typiskt manligt beteende. Trots att detta levnadssätt inte är någon majoritet bland män är det i alla fall en vardag många män kanske skulle fantisera om.

I båda serierna har vi kunnat konstatera att det finns två olika slag av maskulina karaktärstyper. Det rör sig fortfarande om de hegemoniska dragen men personerna och deras agerande skiftar. Den ena karaktärstypen har vi valt att kalla för livsnjutaren av den anledningen att livsfilosofin tycks vara att ta livet lite som de kommer. Karaktäristiska drag hos livsnjutaren är en avslappnad attityd, ett charmigt agerande och är en sann kvinnotjusare. Livet är ohälsosamt med mycket fest där droger är allmänt accepterat. Han har oftast skapat sin karriär utan utbildning, helt baserad på sina naturbegåvningar där utseendet har haft en viktig betydelse för framgången som exempelvis skådespelare som Vince eller låtskrivare som Charlie. Denna karaktär tar sin vardag och sitt arbete med en klackspark med filosofin att ”det alltid löser sig”, vilket det oftast gör. Även yttre faktorer som klädstilen och prylar skiljer sig en aning. Klädstilen är avslappnad, ungdomlig och bekväm. Prylarna är ofta sportrelaterade eller så är dem mer statusrelaterade än praktiska. Prylens användningsområde är inte det väsentliga, utan prylen ska istället skapa känslan av status för allmänheten.

Den andra karaktärstypen vi har kunnat urskilja i serierna som skiljer sig ifrån livsnjutaren har vi valt att kalla karriärstypen. Denna karaktär har fortfarande det hegemoniska grunddrag. Karaktären är engagerad, målinriktad och ständigt upptagen med arbetet. Agenten Ari i *Entourages* är en typisk karriärstyp. Karaktären lever ett hälsosamt och aktivt liv där familjen allt som oftast kommer i andrahand på grund av ett krävande arbetet. Hälsosamt på det sättet att han ofta sportar och sällan dricker på grund av att ständigt kunna hålla fokus på arbetet. Karaktären har skapat sin framgång genom en bra utbildning och hårt arbete, något som han inte skäms för att berätta. Hans agerande är kaxigt, dominant och effektivt, här finns det inget utrymme för känslor. Klädstilen är ofta proper och affärsinriktad.

Gemensamma drag karaktärerna emellan är således framgången, makten och självsäkerheten. Framgången genom att de är väldigt bra på vad de gör och därav tjänar mycket pengar. Pengar definieras som lite av grunden i samtliga av dessa tre karaktärsdrag, kanske även orsaken till dem. Ett stadigt kapital är tydligen viktigt för att karaktärerna ska kunna skapa sig självsäkerheten, framgången men framförallt makten. Pengar blir därmed förenat med ett typisk maskulint ideal. Makten genom pengar kommer av att karaktärerna kan göra lite vad de vill. Att kunna leva ett spontant, festfyllt och produktkonsumerande liv är inte helt enkelt utan pengar. Makten kommer även genom ett stort kontaktnät där många vet vem karaktären är och ser upp till dem. För karaktären att ständigt ha personer att rådfråga och ständigt bli uppmärksammas för det karaktären är bra på förbättrar med all säkerhet självsäkerhet. Självsäkerheten kommer även genom att det alltid vet bäst, att vara ångerfull eller tveksam inför ett beslut är inget som karaktärerna känns vid. Att följa sina egna principer är viktigare än att göra andra tillfredställda. Självsäkerheten ligger även i karaktärens verbala konversationsförmågor. Karaktärerna säger vad de vill och vad de tycker, ofta med en aggressiv, grov och överlägsen framtoning.

Som en kontrast kan vi se att delar av dessa grundläggande faktorer saknas oftast hos karaktären som framställs som typiskt omanliga. Allan saknar självförtroendefaktorn, han har en tillbakadagen och mesig framtoning, detta sänker även hans maktfaktor samtidigt som han ständigt kämpar med sin ekonomi. I Entourage finner vi Aris assistent Lloyd som trots hårt arbete och tämligen god ekonomi saknar den grundläggande maktfaktorn. Dels på grund av hans underordnande arbetsposition som assistent dels på grund av hans sexuella läggning. Vad vi kan analysera utifrån dessa gemensamma dragen hos seriernas manliga karaktärer är alltså att dessa grundläggande faktorerna. Faktorer som tydligen förväntas existera för att en manlig karaktär ska uppfattas som typiskt maskulin. Dessa faktorer går även att jämföra med

kvinnligt ideal. Uppfyller en kvinnlig karaktär dessa kriterier uppfattas hon inte längre som typiskt kvinnlig. Vi återkommer mer om detta längre ner i analysen.

Enligt Connell (2008) är ett bevis på mäns överordnande gentemot kvinnan den hierarkiska positionen som homosexuella har i ett hegemoniskt samhälle. På grund av sin feminina framtoning och då främst det feminina beteendet som mesig, töntig, fjollig eller klantig sjunker homosexuellas status gentemot övriga heterosexuella män. Att vara homosexuell är i den patriarkaliska ideologin en förvaringsplats för allt som symboliskt har utestängts från den hegemoniska maskuliniteten.

Skillnader hos livsnjutaren och karriärstypen finner vi även i kärlekslivet. Livsnjutarens kärlek är ofta större till kompisarna och i många fall även kärleken till sig själv är oftast viktigare än ett kärleksfullt förhållande med en kvinna. Detta blir tydligt med ett citat från *Entourage* som lyder, ”*Bros before hoes*” (*Entourage*, S02A01). Kompisarna ska alltid komma i förstahand gentemot flickvännen. Vi märker av detta i en scen där Eric pratar med Vince om hans nya flickvän. Scenen utspelar sig i baren på en restaurang.

Eric - Du är en sådan jävla toffel. Det är ju sant! Hon bestämmer vad du ska äta, vilka bilder du ska vara med på och vilka manus du ska läsa, kom igen! Vart är din jävla stake?

Vince - Okej, Eric. Bli inte arg nu. Men jag tror jag älskar denna tjej. Jag vill gifta mig med henne ... Haha, jag jävlas bara med dig.

Eric – Det var inte kul!

Vince - Lugna dig! Hon åker till Indien på fredag och är borta i fyra månader, men jag vet hon är lite knäpp.

Eric – Så hon ska åka till Indien, i så fall älskar jag henne! (Entourage, S01A05)

Vi märker tydligt av det hårda språket emellan kompisarna att Eric är sur på Vince - för att han tycker tjejen bossar för mycket över honom. När Vince skämtar om att han är kär och vill gifta sig faller Eric nästan av stolen. Vince antyder istället att när tjejen drar till Indien är det slut på deras relation och ett givet tillfälle för honom att kunna börja träffa andra tjejer igen. Men trots ett grovt språk och ständiga nedvärderande pikar gentemot varandra signalerar deras relation till varandra att kompisarna är de viktigaste. Vi märker här av den homosociala relationen mellan karaktärerna. Kompisarna är närmaste familjen och intim kontakt i form av

kramar förekommer i flera scener. Ett av Entourage kändaste citat lyder till och med ”*Let's hug it out, bitch*” (Entourage, S01A02) som syftar till att en kram ska befria alla de negativa känslor man har gentemot den man kramar. Även i *Two and a half men* visar Charlie känslor. Han hjälper sin bror och brorsonen Jack som går honom på nerverna till en början men som senare blir en del av Charlies egen lilla ”familj”. Karriärstypen skiljer sig här från livsnjutaren genom att oftast ha ett stadigt äktenskap som ofta inkluderar barn. Karaktärstypen har ett stort hjärta för hans familj men trots hjärtat kommer plikten och karriären många gånger före. Inte för än frun sätter ner foten blir familjen förstahands prioriterade. När frun säger till blir karaktärens annars så dominanta agerande på arbetet ofta givmild och känslofullt. Utifrån denna karaktär är det alltså oftast karaktärens fru som vinner dispyterna, något som väldigt sällan uppstår med livsnjutaren och hans kvinnor. Det klassiska citatet från författaren Henrik Tikkanen passar bra in på båda karaktärstyperna, ”*Bakom varje stor man, står en kvinna. Framför varje stor kvinna står en man*” citatet menar på att männen behöver en kvinna för att kunna lyckas men när en kvinna kan lyckas ställer sig mannen i vägen för deras framgång. Detta stämmer bra överens utifrån de iakttagelser vi gjort från serierna. När väl kvinnan blir framgångsrik framställs den kvinnliga karaktären som nästan mer manlig än männen. Som vi nämnde tidigare i analysen framställs kvinnor plötsligt inte så kvinnliga längre när vissa hegemoniska grundfaktorer uppfylls. Shauna är i Entourage är en framgångsrik publicist och har en väldigt hård och bestämd framtoning. Hon svär mycket och är inte rädd för att ta diskussioner. I *Two and a half men* är motsvarigheten Charlie och Allans mamma Evelyn som trots sin ålder fortfarande jobbar som en framgångsrik mäklare. Även Evelyn har en bitchig, dominant, ganska rå framtoning och är inte rädd för att säga vad hon tycker. Karaktärerna blir direkt fråntagna rollen som en potentiellt bra mamma eller middagslagande hustru och tilldelas istället rollen som den dominanta businessbitchen. Vad framställningen i serierna tyder på är att kvinnorna behöver vara orädda, hårda och dominanta för att ha en chans till framgång i yrkeslivet. Men när väl framgången, självsäkerheten och makten uppfyllts försvinner den kvinnliga femininiteten.

Alkohol har en tydlig maskulin statuscharm och har i flertal av fallen en tydlig funktion, som en tröstande vän. Konsumtion av alkohol förekommer oftast när killarna stöter på problem, något som med största sannolikhet inte hade förekommit vid samma situation för en kvinnlig karaktär. Vi använder ordet charm för att alkoholen i dessa serier har blivit allmänt accepterat. I västerländska länder är alkoholism ett stort problem men för Charlie är det inget problem att börja dagen med en öl eller en skvätt whisky i kaffet och sen dagen efteråt har

minnesluckor på grund av för stor alkoholkonsumtion dagen före. Detta framställs som komiskt och har blivit något publiken skrattar åt och förväntas skratta åt. Vi kan konstatera att skaparna av *Two and a half men* har förutfattade förväntningar på publikens reaktioner, då serien innehåller konstruerade publikskratt på förutbestämda scenhändelser för den verkliga publiken att skratta med i. Ett samhällsproblem som det alltså görs narr åt och som på grund av sin framställning anses som en komisk mansföreteelse. Toleransnivå, konsumtions mängd och alkoholstyrka är även det avgörande för att anses vara man. Detta blir tydligt i en scen där Charlie och Allan befinner sig i en bar. Allan blir berusad betydligt fortare än Charlie efter att han blivit dirigerad av Charlie att dricka whisky istället för sitt egna drinkval bestående av vitt vin med soda, eftersom ett sådant dryckesval inte ansågs vara tillräckligt manligt (*Two and a half men* S01A03). Ett ohälsosamt liv genom att tänja på gränserna utan att det går överstyr definierar uttrycket "bad boy", som oftast karaktäriseras som farlig och en chanstagare med ett oförutsägbart handlande. Ett uttryck som karaktären Charlie ett flertal gånger blir kallad och utav många säkert konnoteras till. Något som inom mansidealet anses som positivt och ett uttryck många män eftersträva. Men enligt en undersökning gjord på elitidrottsmän i USA av Michael Messner kan press av ständig prestationsångest och förväntningar tvinga idrottarna till att behandla sina kroppar som "maskiner", vilket ibland leder till att kroppen istället blir ett "vapen". En kropp som vapen vänder sig förr eller senare till våld mot sig själv för att undgå pressade situationer. Alkohol, droger och andra fysiska kroppsskador blir då vanligt för att "bota" ångesten och dämpa stressen (Connell, 2006).

Vi märker att den hegemoniska maskuliniteten är väldigt försiktig med att framhäva något som kan uppfattas som feminint. Ur ett maskulint perspektiv anses det exempelvis som mer positivt att vara farlig och känslökall än trogen och omtänksam. I karaktärernas levnadssätt är det väldigt viktigt att bete som manligt i alla situationer för att inte få glojord efter sig. Vi märker tydligt av det i båda serier vi har studerat. I ett Entourage poängterar agenten Ari för Vinces nya veganflickvän att han inte kan äta bönor utan behöver riktigt mansprotein som kommer från ett slaktat djur (Entourage, S01A05). När Eric börjar dejta assistenten Emilie och är gullig mot henne över telefonen får han glojorden "bög" och "fjolla" kommenterat av kompisarna. Även i *Two and a half men* betonas omanligheten när Allan gråter över sin sons döda hamster och när han försöker ordna upp sitt förhållande med sin fru säger Charlies till honom, *"du är som du är för att din fru har doppat dig i messås, vilket har gjort dig till den människotillfredsställande människa du är"* (*Two and a half men*, S01A03).

Som vi nämnde tidigare framställs i många fall förhållanden och faderskap som något negativt, ifall man refererar till livsnjutaretypen. Flickvän och barn blir som hinder för att kunna festa och leva ut sin manlighet. Även typiska samhällstabun som otrohet och konsumtion av droger samt stora mängder alkohol framställs som en manlig naturlighet. Konsumtion av droger och otrohet förekommer frekvent i båda serierna. Droger i form av marijuana förekommer ofta i Entourage. Detta kan säkert bero på den mildare synen många har av marijuana i Amerikas delstater i väst. I Kalifornien där båda serierna utspelar sig blev marijuana lagligt av medicinska skäl år 1996 och var därmed Amerikas första av numera 14 delstater att tillåta marijuana i medicinska skäl. Enligt en undersökning utförd på Amerikanarnas syn på marijuana av medicinskt syfte, framgår det att 74 % av Amerikas befolkning tror att marijuana kan bidra med hälsofördelar för några personer (<http://www.drugnews.nu/article.asp?id=5918>). Detta bidrar med all säkerhet till acceptansen av droger i serierna. Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att marijuana fortfarande är olagligt i samtliga av Amerikas delstater. Karaktärernas droganvändning skickar därmed ut en signal till mottagaren att det är okej att vara lite olaglig, det kanske till och med höjer ens så kallade "bad boy-status".

Även otroheten sänds ut som något farligt, något man inte borde göra men man gör det i alla fall. Ur en scen i Entourage när Eric varit otrogen säger Drama till honom: "*Deny until you die*" (Entourage, S02A02). I meningen att han ska förneka till flickvännen att han någonsin varit otrogen. Kompisarna säger även till Eric att det är okej att vara otrogen en gång, om man inte tänker göra det igen. Även i Two and a half men förekommer otrohet flertal gånger och Charlie tycks umgås med en ny tjej i nästan varje avsnitt. En intressant fråga är vilken verklighetsuppfattning som tv-serier av denna karaktär skapar. Är det mer acceptabelt för en typisk hegemonisk personlighet som Brad Pitt att vara otrogen än för någon som faller utanför det hegemoniska idealet som exempelvis Tiger Woods, på grund av de mansideal som populärkulturell media sänder ut? Troligen är det säkert så, tyvärr. Eftersom de förväntningar media har skapat för allmänheten utsänder att det ligger i Brads natur att kunna vara otrogen. Detta blir konsekvensen av kultiveringsteorin. Mottagaren föreställer sig att verkligheten ser likadan ut som det gör i de fiktiva medieproduktioner vi konsumerar eftersom det förekommer så frekvent i dem. Bilden av Brads personlighet förknippas därav med karaktärerna vi ser i serier som Entourage och Two and a half men där otrohet och droger regelbundet förekommer. I denna bild passar inte personligheter så som Tiger Woods in, något som kan ha bidragit till mångas förvåning när otrohetsskandalen om honom läckte ut vintern år 2009.

Troligen hade inte samma mediestormning skett om det istället varit Brad som varit otrogen eller åkt fast för ett droginnehav.

De första tv-serierna som riktade sig till målgruppen män följde alla då som nu de aktuella manliga idealen, som idealkaraktärer som exempelvis cowboys och senare ”Miami Vice” som var väldigt populära. Det har alla spelat på dåtidens trender och skapat ideal för vad som då ansågs som manligt. Cowboys och filmstjärnor som rökte både på film och i reklam påverkade säkert en större del av den manliga publiken att testa på rökning (Falk, 2010). Detta var givetvis en effekt cigarettillverkaren ville åstadkomma som betalar filmproducenterna för att den tuffa cowboyen skulle röka i filmen. Detta kallas för produktplacering och är idag väldigt vanligt i alla tv-sammanhang. I vissa fall kan hela avsnitt och även hela serier vara sponsrade av ett och samma märke i syfte att väcka intresse och produktuppmärksamhet. Produktplacering är sammankopplat med vår uppfattning om vad som senare kommer att påminna oss om en speciell karaktärstyp. Typiska produkter som förekommer i dessa serier är oftast antingen sport- eller statusrelaterade. Golfklubbor av ett exklusivt märke, sportbilar, och spritsorter är typiska produkter som ständigt förekommer i båda serierna. Produkterna som används av typiskt manliga karaktärer i serierna kommer med största sannolikhet uppfattas som typiskt manliga produkter för publiken som tittar på serierna. I Entourage skaffar killarna sig en Rottweiler, en hundras som för många framställs som en typisk manlig (Entourage S01A01). Det hade exempelvis inte varit manligt om killarna istället skaffade sig en feminintklassad hundras som en Chiwawa. På så vis får produktplacering en effektiv och betydelsefull påverkan på vårt skapande av den typiska manliga rollen och de produkter som finns i dagens samhälle.

En annan aspekt att ta hänsyn till i analys av dessa serier är vem som är skaparna av dem. I båda serierna är det övervägande män i produktionen. Detta får med största sannolikhet konsekvenser på hur de manliga karaktärerna framställs i serierna. Produktionsteamet får alltså chansen att kunna skapa de ideal som senare kommer anses vara manligt respektive omanligt beteende.

Men det är inte enbart manligt ideal som påverkas av serier som dessa, även kvinnligt ideal påverkas. Kvinnliga karaktärer framställs på ett sätt som sedan män i verkligheten med största sannolikhet kommer förhålla sig till. Framställningar som att kvinnor ska vara yngre, inte för närgångna och egentligen spelar det inte så stor roll vem man får med sig hem, bara man får någon. Kvinnliga karaktärer framställs som objekt gentemot mannen, någon som ska finnas

till för att behaga. Kvinnliga karaktärer har även vissa speciella roller, oftast underordnande männen som exempelvis assistent, hemmafru eller älskarinna. När väl en kvinna har en ledande roll som publicisten Shauna i *Entourage* eller Evelyn i *Two and a half men* som nämndes tidigare blir framställningen av karaktärerna ofta bitchiga och väldigt dominerande, med andra ord inte speciellt kvinnliga. När kvinnor får för stor kontroll börjar männen att reagera, detta ser vi inte minst i citatet där Eric pratar med Vince om hans flickvän (s.22). Kanske är detta agerande kvinnornas ända chans att kunna klättra inom ett företag och den annars så mansdominerade hierarkin.

6 Slutdiskussion

Hur mycket påverkas då mäns bild av den typiska mannen respektive kvinnan genom populärkulturella tv-serier som dessa? Vi tror att vi med stor sannolikhet påverkas, det är även de flesta forskare idag överens om. Genom tiderna har flera olika teorier om detta område lagts fram och än flera olika åsikter. Vi påverkas säkert omedvetet mer än vad vi själva tror. Vi ställer oss inte till fullo på en enda teoris sida, snarare ser vi inslag från olika forskare stämma överens med hur vi påverkas av media. De kulturella studierna belyser att sociala och kulturella värderingar påverkar huruvida vi påverkas av media vilket i sin tur också påverkar konstruktionen av könen. På så sätt kan vi dra slutsatsen att om dessa faktorer påverkar hur vi tar till oss media, så påverkar också populärkulturella serier vad som anses vara manligt och kvinnligt. Vidare tror vi även på teorier från Frankfurtskolan att populärkulturella medier är en slags eskapism, en verklighetsflykt i vardagen. För den manliga publiken är det säkert tillfredställande att kunna drömma sig bort från verkligheten till en mans idealvärld, trots att den för många enbart blir just en dröm. Men när då väl publiken tar till sig dessa populärkulturella serier som en slags verklighetsflykt kan det resultera i skeva bilder av hur verkligheten egentligen ser ut.

Bilden av män som visas i serier som *Entourage* och *Two and a half men* går i linje med den hegemoniska maskuliniteten, bilden av mansidealet som vit, rik, heterosexuell och framgångsrik med kvinnor. I serien *Two and a half men* framställs brodern Allan som lite av motsatsen till Charlie som har många av de karaktäristiska inslagen av vad som anses vara omanligt. Detta signalerar till manliga tittarna att det är såhär du ska leva för att bli lycklig och för att anses leva ett lyckat liv. Karaktärerna i dessa serier omges ständigt av vackra, unga kvinnor och detta blir också bilden av hur kvinnor ska se ut och vara för att godkännas av

grabbgänget. Vi tror att populärkulturella tv-serier som dessa två påverkar männens bild av män och kvinnor på ett negativt sätt. Det bidrar till att klara ideal skapas för båda könen. I serier riktade till män förekommer kvinnor ofta som objekt. Objekt som enbart finns där för mannens behag och när de är med är det oftast i sällskap av männen och porträtteras sällan som självständiga och starka individer. Men när de väl blir självständiga blir deras roll istället negativ. Detta tror vi starkt kan påverka mäns bild av relationen mellan män och kvinnor. Männen dominerar kvinnorna och detta blir med serierna ”okej”. Konsekvenserna med den fiktiva framställning av detta liv som ”lyckligt” är att män som följer dessa serier senare i verkligheten kommer föröka förhålla sig till vad de sett i serien. Framställningen som förmedlas blir att du ska inneha en framgångsrik karriär, ser bra ut och inneha ett aktivt sexliv för att vara lycklig. Dessa "manliga" serier tror vi kan skapa en större ojämlikhet mellan könen då de sänder ut fel budskap till både män och kvinnor. Detta påverkar med all säkerhet männens syn negativt vad gäller jämställdhet i samhället och försvårar ifrågasättandet av männens dominans som är ett måste för fullständig jämvikt. I det moderna samhälle vi lever i frågar vi oss ifall serier som dessa som fokuseras på mannen är ett steg tillbaka i kampen för jämlikhet mellan könen.

7 Referenser

Litteratur

Alvesson, Mats & Sköldbörg, Kaj (1994). *Tolkning och reflektion; vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur

Beauvoir, Simone (2002). *Det andra könet*. Stockholm: Nordstedts

Becker, Howard S (1998). *Tricks of the trade; How to think about your research while you're doing it*. Chicago: University of Chicago Press

Bourdieu, Pierre (1993). *Kultursociologiska texter*. Stockholm: Symposion

Connel, R.W (2003). *Maskuliniteter*. 2:a uppl. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB

Ekman Daniel (1995). *En mans bok*, Stockholm: Natur och kultur.

Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur

Fagerström, L. Nilson, M (2008). *Genus, medier och masskultur*. Malmö: Gleerups Utbildning AB

Gauntlett, David (2008). *Media, Gender and Identity An Introduction*. 2 Ed. London: Routledge

Gilje Nils och Grimen Harald (1992). *Samhällsvetenskapens förutsättningar*, Göteborg: Daidalos.

Gripsrud, Jostein (2002). *Mediekultur mediesamhälle*. 2 uppl. Göteborg: Daidalos

Hall, Stuart (1980). *Culture, media, language*. London: Hutchinson

Jarlbö, Gunilla (2006). *Medier, Genus och Makt*. Lund: Studentlitteratur

Johansson, Thomas (2000). *Det första könet? Mansforskning som reflexivt projekt*. Lund: Studentlitteratur.

MacBeath Willson, Tannis (1986). *The impact of television*. Florida: Academic press inc.

Strinati, Dominic (2004). *An introduction to theories of popular culture*. 2 Ed. London: Routledge

Trost, Jan och Oscar Hultåker (2007). *Enkätboken*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur

Östbye, H.& Knapskog, K. & Helland, K. & Larsen, Leif Ove (2004). *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber ekonomi

WWW-dokument

CBS. (reviderad version 2010) *About Two and a half men*. (Elektronisk)
Tillgänglig: < http://www.cbs.com/primetime/two_and_a_half_men/> /about. (2003)

Drognews/SL. (2010) *Majoritet i USA emot leigal marijuana*. (Elektronisk).
Tillgänglig:< <http://www.drugnews.nu/article.asp?id=5918> > /article. (2010-04-20)

HBO. (reviderad version 2010) *About the show*. (Elektronisk)
Tillgänglig:< <http://www.hbo.com/entourage/index.html>> /entourage/about. (2004)

Tidskriftsartiklar

Falk, Mattias, (2010) Dödligt snyggt: historien om tidernas dödligaste accessoar. *King magazine*, vol. 4, ss. 77-82.

Bilaga 1

Entourage, totalt 10 avsnitt, 8 avsnitt från säsong 1 och 2 avsnitt från säsong 2

Avsnitt 1, Pilot

- Snygga kvinnor i en exklusiv miljö.
- Stort kontaktnät med många personer – inte minst när det gäller kvinnorna.
- Dyra, stora och manliga bilar.
- Får gratis produkter för att skriva autografer.
- Kompisen (Drama) menar att det är tjejen som ska gå fram och hälsa på honom eftersom han är ”känd”.
- Firar kompisen (Eric) för att han har gjort slut med sin flickvän, som inte kompisarna inte gillar. Detta firas genom att gå ut och festa.
- Huvudpersonen (Vince) har huvudrollen i en mycket stor Hollywood-film.
- Ständigt trendiga krogar och nattklubbar.
- Sex är härligt, främst ”one night stands”. Vem man får är inte viktigt - så länge hon är snygg.
- Alla har barnasinnat kvar.
- De har tjänstemän som sköter om alla hushållssysslor.
- Alla har bestämda platser i gruppen. Till exempel så kör nästan alltid Turtel.
- En kock, en fixare och en maneger.
- Samtliga i kompisgänget har en avslappnad klädstil.
- Kompisgänget skaffar sig en Rottweiler – manlig accessoar.
- En kvinnlig pr-anställd framställs som manlig, dominerande och känslolös.
- Chefen är väldigt upptagen, men har alltid tid för de viktiga personerna.
- Nyttig mat är inget för kompisgänget, dock är det viktigt att se bra ut på utsidan.
- Skämtar om att vara kär och att gifta sig.
- Uppväxta i Queens och hade en jobbig barndom. Skilda föräldrar som fick jobba mycket för att kunna försörja familjen.
- Kändisar kommer undan poliser.
- Killarna gillar inte hälsoshots.
- Kortvariga förhållanden är bra.
- Spelar golf, röker på och dricker öl på samma gång.
- Många olika sportartiklar i hemmet – golf, fotboll, basketboll och biljard. Återkopplas till barnasinnat.

Avsnitt 2, The Review

- Glider tillsammans in på kontoret som kungar svepandes genom korridorerna.
- Chefen (Ari) en bra utbildning som han skryter om, utbildning är viktigt.
- Det finns två olika typer av manlighet: den första typen har en slapp attityd, är charmig och har ett stort självförtroende. Han har gjort sin karriär på sitt utseende, eller något som han är naturligt begåvad med – t.ex. skådespelare. Tar jobbet med en klackspark och fungerar som en kvinnomagnet. Bra på att festa, röka och spendera pengar. Vännerna är familjen.

- Den andra typen: Är engagerad, högt uppsatt, upptagen och karriärinriktad. Han har en gedigen utbildning och en vacker fru. Hans familj betyder väldigt mycket. Han är alltid strikt affärsklädd – alltså kostym.
- Ari säger: *Let's hug it out, bitch!* Till Eric efter att de har diskuterat Vince framtid.
- Det är inte manligt att vara ekonomisk. Man spenderar pengar för att det är roligt.
- Festerna har oändliga mängder med sprit och vackra kvinnor.

Avsnitt 3, Talk Show

- Går på events som vardagsaktiviteter: boxning, basketboll, konserter. Kompisgänget har alltid de bästa platserna.
- Det figurerar en ”rå” jargong – men det avspeglas att de älskar varandra innerst inne.

Avsnitt 4, Date Night

- Tjejer ska vara snälla och inte för närgångna.
- En tjej som är oskuld säger till Vince: *”Tror jag vill att du ska bli min första, men då får du jobba för det”*. Vince svarar: *”Jasså? Jag började i den här branschen för att slippa jobba”*.

Avsnitt 5, The script and the sherpa

- Yoga är omanligt, ska man träna så ska man göra det så att man skaffar sig stora muskler.
- Ytligheten: Det litar inte på den nya tjejen – trots att hon har en snygg rumpa.
- Det är viktigt med kontakter.
- Pratar om att skaffa droger (ingen ovanlighet).
- Att konsumera pengar är makt.
- Läser herrtidning, GQ Magazine.
- Att vara vegan är omanligt och det är något som chefen (Ari) poängterar genom att narra.
- Turtel tycker inte heller om det.

Turtel: Vart är min stek?

Vince: Hon är vegan.

Turtel: Vad fan betyder det?

Vince: Att hon följer en slaktfri diet.

Turtel: Det är slakt på att kasta 65\$ stek.

- Kompisarna har en öppen och avslappnad samtalsdialog om sex, fest och droger. Inga kostigheter.
- Sex går före det mesta, speciellt jobb. Det är tjejen som förslår när det ska ha sex.
- Det är omanligt att vara gullig och omtänksam mot sin tjej i ett nystartat förhållande. Eric är detta och då blir han kallad för böj och fjolla av Drama och Turtel.
- Uppmärksamheten som kommer till följd av Vince kändisskap – skapar inte bara självförtroende hos Vince, utan även hans kompisar: Eric, Turtel och Drama.
- Vince ligger slapp ner i Aris soffa medans de pratar seriösa framtidsplaner. Eric och Ari sitter ordentligt.
- Eric blir orolig när Vince nya tjej bestämmer för mycket:

Eric: *Du är en jävla toffel! Det är ju sant! Hon bestämmer vad du ska äta, vilka bilder du ska vara med på, och vilka manus du ska läsa – kom igen, vart är din jävla stake!*

Vince: *Okej Eric, bli inte arg nu – men jag tror att jag älskar den här tjejen och jag vill gifta mig med henne... Haha, jag bara jävlas med dig!*

Eric: *Det var inte roligt!*

Vince: *Lugna dig! Hon åker till Indien på fredag och är borta i fyra månader. Men jag vet, hon är lite knäpp.*

Eric: *Så hon ska till Indien, i så fall älskar jag henne!*

Avsnitt 6, Busey and the beach

- Vince får mycket stort bemötande när filmen blir en succé.
- Drama blir sur, när han agent säger att han är för gammal för att vara med på tv.
- Shauna blir sur när vännerna inte kan uppföra sig på konstutställningen.
- Är på hemmafest på stranden och har vattenkrig. Förmedlar ett avslappnat och lite galet intryck.
- Ari har ett stort hjärta för familjen, trots att jobbet är hans liv och han jobbar 24/7 bryr han sig mycket om familjen och frun vinner de flesta bråken.
- Ari förnedrar en agent (som vill ta över Vince som klient) framför hans kompisar. Agenten som blir förnedrad framställs lite och mesig.

Avsnitt 7, The Scene

- Ari svara i telefonen när han är intim med sin fru – jobbet går för allt. Medans Vince låter sex gå före jobbet, låter Ari jobbet gå före sex.
- Shauna skäller ut Eric när det går rykten om att Vince ska spela homosexuell i en kommande film. Ryktena visade sig dock bara vara ett test från regissören - där han ville se om Vince verkligen ville spela rollen.

Avsnitt 8, New York

- Kompisarna fixar en ”Bye Bye fest” för Vince, när Shauna ser inbjudningarna skäller hon ut Eric.
- Eric vill bli maneger något Ari skämtar bort eftersom Eric inte har en ordentlig utbildning och har jobbat som restaurangchef för en pizzeria i New York.

Ari: *Jag trodde du redan var maneger, för tro mig. Jag hade inte stått ut med så här mycket skit från någon som inte var det.*

Eric: *Jag vill göra det på riktigt Ari.*

Ari: *Så här gör du, du hanterar talang så samma sätt som du hanterar kvinnor. Du måste få dem att tro att du behöver dem mer än dem behöver dig. Men Vince behöver inte dig, för du är helt jävla värdelös – men det hör inte hit. Hur hanterade de dig på Pizzerian?*

- Eric och Vince börjar småbråkar när Eric försöker vara allvarlig.
- Eric vill inte följa med till New York men blir övertalad av Vince i sista sekund och följer med.

Säsong 2, Avsnitt 1, The Boys Are Back

- När Eric inte har sex med sin flickvän pga. menstruation blir han retad av kompisarna som tycker att hon skulle kunnat ta hand om honom.
- Ari har skaffat en ny sekreterare Lloyd som är homosexuell - vilket Ari gillar att driva med.
- Drama gillar inte Lloyd eftersom att Lloyd är homosexuell.
- Drama säger till Eric: "Brose before hoes".
- Ari gör narr av Lloyd till Eric och skämtar om att han också är homosexuell.
- Vince påminner Eric och Ari om att han hade en taskig barndom. Han bryr sig inte om hur mycket pengar han får – hans egna principer är viktigare än pengarna.

Säsong 2, Avsnitt 1, My Maserati dose 185

- Eric får en ny sportbil – en mycket exklusiv Maserati.
- De går på NBA-match och har det bästa platserna.
- Eric är otrogen mot sin flickvän och vill berätta det, men det vill inte vännerna.
- Drama är osäker med sin kropp, vilket de andra tycker är mycket löjligt.
- Killarna tycker det är mycket bra att Eric gjort slut med sin flickvän.
- Vännerna åker till Las Vegas för att fira och festa.

Bilaga 2

Two and a half men, totalt 10 avsnitt, samtliga från säsong 1

Avsnitt 1, Pilot

- Charlie är skämtsam med sitt ragg och uppskattar kommentaren ”badboy” – Det är alltså positivt att vara lite farlig och oförutsägbar.
- Allan blir utslängd av sin fru.
- Charlie dricker whisky sent på kvällen för att stilla ångesten över att hans bror är där.
- Charlie är motsatsen till diskret när han pratar om fylla, sex och kvinnor.
- Allan framställs som mesig och svag eftersom han blev utslängd av sin fru.
- Allan har barn, vilket är något som Charlie inte förstår sig på.
- Charlie har ett mycket stort och exklusivt hus, vilket framställer honom som framgångsrik och lyckad.
- Charlie bryr sig inte så mycket om Allans bekymmer, utan tänker mer på att han vill ha sex.
- Charlie beskriver sitt liv för Allan: *tjänar mycket på att göra lite och umgås med yngre tjejer som inte pratar om känslor. Jag kör en jaguar och bor i ett stort hus vid stranden och ibland gillar jag att göra en massa margaritas till mig själv och somna på soldäcket.*
- Charlie är bakis och han försöker inte dölja det. Ger intrycket av att det är en naturlig del.
- Charlie dricker öl till frukost.
- Charlie pratar om att han inte har någon relation med sina föräldrar.
- Allan klär sig preppy, medan Charlie klär sig slappt och ungdomligt.
- Charlie gillar inte att ha sin bror och hans son i huset – de är bara ivägen.
- Yngre tjejer raggar bara på Charlie och inte på Allan.
- Charlie har en staker, som är lite galen.
- Charlie står inte så nära sin mamma. De har ett hårt språk emot varandra.
- Mamman är bitchig och framgångsrik. Dock har hon inte varit så bra på att hålla ihop med män – varit gift tre gånger.
- Allan säger till sin mamma att han älskar henne, medans Charlie drar ut på det så länge han bara kan.
- Charlie lär sin brorson att spela poker, vilket fadern Allan inte uppskattar då han menar att det är en dålig uppfostran.
- Charlie har en slapp attityd till det mesta.
- Charlie pratar inte känslor och han har en komisk jargong med problemen.
- Sonen tycker Charlie är coolare än sin egen pappa.
- Charlie älskar sig själv mer än något annat, men visar ändå känslor när det verkligen behövs speciellt till sonen.
- När en kvinna i mataffären trodde att Allan och Charlie var ett par, blev Charlie illa till mods och uppskattade inte situationen.

Avsnitt 2, Big flappy bastards

- Charlie tvättar inte och kan inte sätta på kaffekokaren själv – det kan där emot Allan.
- Allan försöker disciplinera sin son eftersom han inte har varit snäll, men Charlie bryr sig inte om att disciplinera.

- Allan fixar med hushållet. Något som Charlie aldrig har gjort.
- Charlie uppfostrar på ett med ungdomligt sätt, medan Allan uppfostrar på ett pedagogiskt och ”gammalmodigt” sätt.
- Allan försöker tillfredställa alla. Charlie bryr sig bara om sig själv och undviker på så vis problem med andra.
- Allan lyssnar på Charlie när det gäller att vara mindre toffel.
- Charlie visar lite känslor, men det är sällsynt och de ligger djupt rotat inom honom.

Avsnitt 3, Go East On Sunset Until You Reach The Gates of Hell

- Charlie är inte barnkär.
- Mamman är hård mot Charlie.
- Allan gråter över det döda marsvinet, något som Charlie aldrig hade gjort. Män gråter nämligen inte.
- Allan är mer lättpåverkad av alkohol än Charlie.
- Charlie beskriver Allan: du är som du är för att din fru doppade dig i messås vilket har gjort dig till den mäniskotillfredställande människa du är.

Avsnitt 4, If I Can't Write My Chocolate Song I'm Going To Take A Nap

- Charlie har städerska, som gör det mesta i huset utan att synas.
- Allan gör hushållet när städerskan slutar och Charlie bara slappar.
- När de ska få tillbaka städerskan som har slutat, tycker Charlie det är jobbigt, men nödvändigt. Allan försöker fjäska in sig hos städerskan, så att hon ska komma tillbaka.
- Charlie tycker att alkohol löser alla problem och känslor!

Avsnitt 5, The Last Thing You Want Is To Wind Up With A Hump

- Charlie kommer spontant hem bakfull från Las Vegas.
- Charlie uppfattas som en kvinnotjusare.
- Man uppfattar att Charlie inte gillar barn, men han förstår att barn fungerar som en kvinnomagnet.
- Allan blir nervös i kvinnors sällskap och det blir inget sex, trots att han gärna skulle vilja ha det. Det avslutas ofta med att Allan blir förnedrad eller gör illa sig.
- Charlie där emot har regelbundet sex med olika kvinnor.

Avsnitt 6, Did You Check With The Captain of The Flying Monkeys?

- Charlie börjar umgås med Evelyns nya mans dotter, men dumpar henne senare för en annan kvinna.
- Båda tjejerna blir sura när de fått reda på att Charlie umgicks med båda samtidigt, men han klarar sig efter att ha tagit ett långt samtal med båda.

Avsnitt 7, If They Do Go Either Way, They're Usually Fake

- Charlie har skaffat sig ännu en kvinna, som brorsonen (Jake) blir förälskad i.

- När Judith pratar med henne om Jake blir dem kompisar något som inte kommer sluta bra för Allan...
- Charlie lär brorsonen Jake att se om en kvinna har bröstimplantat eller inte.
- Jake kan inte sluta jämföra tjejers bröst något Judith inte gillar och därefter skäller på Allan.

Avsnitt 8, Twenty-Five Little Pre-pubers Without A Snootful

- Allan lurar Charlie att gå på Jakes skoluppträdande. Han gör det alltså inte frivilligt.
- Charlie gillar inte barn. Men när det kommer fram hos barnen att han skrivit massa kända reklamlåtar, så gillar han dem helt plötsligt.
- Judith vill skilja sig.

Avsnitt 9, Phase One, Complete

- Charlie har åter igen en ny tjej som Jake har börjat bli kompis med.
- Rose försöker bli kompis med Allan, för att komma närmare Charlie.
- När Charlie gör sluta med tjejen blir Jake sur, men det är inte Charlies problem.

Avsnitt 10, Merry Thanksgiving

- För att imponera på en ny kvinna bjuder Charlie hela familjen på Thanksgivingmiddag.
- Det uppstår gräl och Evelyn försöker göra bort sin son.
- Kvinnan genomskådar Charlie men tycker han är söt för att ha försökt.