



**LUNDS UNIVERSITET**

Institutionen för kommunikation och medier

# Statusjakt och offentlig självpresentation

Om förutsättningar för respektabilitet i de  
sociala mediernas tidevarv

Mathias Kristiansson Hemmel

MKVK04:3

Handledare: Fredrik Miegel

Examinator: Tina Askanius

## Abstract

Den nya mediemiljön med sociala medier gör det möjligt att konstruera och styra mediebilderna av sig själv, men ett ständigt informationsflöde bidrar till en kamp om uppmärksamheten. Det finns flertalet exempel på personer som ständigt figurerar i medierna och som spelar spelet om respekt i offentligheten, men vissa frotterar sig i finrummen medan andra inte gör det. Hur kommer detta sig? Studiens mål och syfte är att undersöka offentliga personer som har gjort, eller försökt göra, en statusförflyttning i den mediala offentligheten och att förstå betydelsen av kön och klass i förhållande till respektabilitet och mediebild. Uppsatsen är en deskriptiv, kvalitativt inriktad fallstudie där fallen illustrerar den process som blir allt viktigare för ett ökande antal människor i den moderna mediemiljön, d v s jakten på respektabilitet i offentligheten. Fyra fall, bestående av fem offentliga personer, ligger till grund för analysen och för att få en helhetsbild av fallens medieexponering har data samlats in genom artikelsökningar på internet, främst i Sveriges dags- och kvällstidningar, kontinuerliga besök på exempelpersonernas bloggar och instagramkonto samt konsumtion av podcasts och tv-program där fallen figurerat. Analysen i studien bygger framför allt på Pierre Bourdieus teorier om kapital och maktkamper samt Beverly Skeggs analyser av klass, kön och människors olika förutsättningar i såväl arbets- som privatlivet. Olika sorters kapital, respektabilitet, statusförflyttning och mediebild korrelerar och är beroende sinsemellan och individens klassbakgrund och könstillhörighet har betydelse för i vilken mån respektabilitet och statusförflyttning möjliggörs. Kapital genererar respektabilitet som i sin tur leder till statusförflyttning. Exempelpersonerna med medelklassbakgrund har ett större ärvt kapital och därför tillgång till de arenor och statusnivåer som är nödvändiga för att få även nyvunnet kapital verifierat. Även subjektspositionen - att vara den skapande och definierande - ökar möjligheten till statusförflyttning och denna position har främst varit förbehållen män och personer från högre klasser. Numera använder sig både offentliga och icke-offentliga personer av samma sociala medier för att skapa sina självpresentationer och genom att studera de utvalda kändisarna går det att använda de analytiska resonemangen generaliserande för folk i allmänhet.

Nyckelord: *respektabilitet, klass, kön, vulgaritet, sociala medier, habitus, kapital, mediebild.*

## Innehållsförteckning

1. Inledning	s 4
1.1 Syfte och frågeställning	s 5
1.2 Tidigare forskning	s 5
2. Metod	s 7
2.1 Presentation av fallen	s 8
3. Teoretiska perspektiv på respektabilitet och kulturellt kapital	s 10
3.1 Kön, föräldraskap och respektabilitet	s 13
3.1.1 Yttre attribut och intellektuellt innehåll	s 13
3.1.2 Äktenskap och privatliv	s 14
3.1.3 Föräldraskap	s 15
3.2 Klass, habitus och respektabilitet	s 17
3.2.1 Arvet	s 17
3.3.2 Femininiteten i klassamhället	s 18
3.3 Från vulgaritet till respektabilitet	s 20
3.3.1 Person och presentation	s 20
3.3.2 Att födas på nytt	s 22
3.3.3 Att investera	s 24
3.3.4 Ny arena, nytt motstånd	s 26
4. Diskussion och konklusion	s 29
4.1 Vidare forskning	s 31

## 1. Inledning

”Syns du inte så finns du inte” är en välkänd fras för att beskriva människors självexponering i medier, främst på nätet (Wiklund, 2010), men det är avgörande för mediebildens på vilket sätt exponeringen sker; i vilket sammanhang. Den nya mediemiljön med sociala medier gör det möjligt att profilera sig på flera olika sätt; att konstruera och styra mediebildens av sig själv. Det finns flera exempel på personer som ständigt figurerar i medierna, individer som spelar spelet om respekt i offentligheten, men vissa frotterar sig i finrummen medan andra inte gör det. Hur kommer detta sig? Är det för att somliga redan från början vet hur de ska uppnå respektabilitet och vad består då denna av?

Strävan efter att lyckas är inte ny, men numera är medlen annorlunda. Idag profilerar sig många genom de nya sociala medierna, vilket innebär en möjlighet att påverka andras uppfattning av en själv. I det ständiga informationsflödet är det dock en kamp om uppmärksamheten. Det ligger i de sociala mediernas konstruktion att främja självhävdelse och jakten på bekräftelse ökar då användarna uppmuntras att ”gilla” varandras uttryck. Den som fått ett nytt jobb skriver t ex en statusrad om det på Facebook, med förhoppning att imponera på andra. Vilken bild individen skapar av sig själv har betydelse för i vilken mån respektabilitet och kapital i olika former kan genereras. Skillnaden mellan verklighet och konstruktion blir mindre när individen tillåts skapa bilden av sig själv. En lyckad självpresentation på nätet kan ge sken av en lyckad person i verkligheten och antalet ”gilla” och ”vänner” på forumen blir avgörande för hur lyckat ens sociala liv framstår, även offline.

Denna studie analyserar kända personer som försöker nå respektabilitet i den mediala offentligheten: Alex Schulman, Carolina Gynning, Filip Hammar & Fredrik Wikingsson samt Linda Thelenius (f d Rosing). Dessa personer har i någon form försökt göra en statusförflyttning, men med olika framgång. Med hjälp av nya sociala medier påverkar de bilderna av sig själva. Dessa sociala medier är samma som gemene man använder och därför är det intressant att studera denna jakt på respektabilitet där vi alla nu spelar på en ny arena – nätet.

Det finns olika typer av kändisskap och det som avses här är när en person eller företeelse blivit

en nyhet i medierna och när denna börjar generera nyheter själv. Det är inte individen i sig som kändisskapet handlar om utan mediebilderna av den (Kotler, Rein & Stoller, 1987; Holmes & Redmond, 2010). Uppsatsen handlar alltså om mediebilderna av exempelpersonerna med fokus på deras sökande av respektabilitet.

Respektabilitet är något som både går att ärva och vinna. Respektabilitet är anseendet inom och mellan olika grupper. En person kan ha hög respektabilitet inom en viss grupp, utan att det nödvändigtvis betyder att denna har det i samhället i stort. Avgörande faktorer för respektabilitet är hur stort ekonomiskt, kulturellt eller socialt kapital en person har och de tecken, gester och uttryck som denna omger sig med. Kunskapen om vad som är gångbart i olika sammanhang och miljöer avgör om personen blir accepterad eller inte och attributen bedöms och värderas olika beroende på sammanhang. En ökad respektabilitet ger möjlighet att klättra på samhällsstegen (Skeggs: 1999). I denna uppsats kommer begreppet att användas i denna betydelse och ordet respekt används synonymt med ordet respektabel.

Som Pierre Bourdieu (1994) och Beverly Skeggs (1999) visat, med sina teorier om kapital respektive respektabilitet i förhållande till klass, är detta generella processer som pågår i det sociala rummet. Dessa processer sker numera i allt större utsträckning i medierad form till allmänt beskådande i offentligheten. Medan Bourdieu och Skeggs talar om förflyttningar i det sociala rummet, studerar jag dem i det mediala rummet.

## **1.2 Syfte och frågeställning**

Studiens mål är att undersöka offentliga personer som har gjort, eller försökt göra, en statusförflyttning i den mediala offentligheten. Fokus ligger på betydelsen av kön och klass för att genomföra en sådan förflyttning och uppnå respektabilitet.

Studiens syfte är att öka förståelsen för vilka förutsättningar som krävs för att vinna respektabilitet och göra statusförflyttningar i det mediala rummet.

## **1.3 Tidigare forskning**

Att studera kändisar har länge varit förknippat med låg status, även i den akademiska världen. Su

Holmes och Sean Redmond, som startat den vetenskapliga tidskriften *A Journal of Celebrity Studies* (2010-2013), menar att den akademiska världen har blivit beskylld för att förslappas till följd av att forskning om kändisar börjat bedrivas på universitet. Det var först med Richard Dyers verk *Stars* (1979) som fältet långsamt började få bättre rykte. I Storbritannien kämpar forskare inom fältet fortfarande med att legitimera sina studier, till följd av att nya kurser på området skämtsamt kallats t ex ”academic courses on subjects such as the life of David Beckham” tillkommit (Holmes & Redmond, 2010: 4). De har ansetts oseriösa och beskyllts för att ha flyttat fokus från ”viktigare” ämnen att studera. Det är stämpeln, som innebär att kändisstudierna enbart skulle vara för nöjes skull, som de verksamma forskarna nu vill tvätta bort (Holmes & Redmond, 2010). *A Journal of Celebrity Studies* ger en bra beskrivning och överblick över fältet. Med tidskriften vill grundarna därmed bevisa motsatsen till det dåliga rykte fältet dras med. Till skillnad från den kändisbevakning som nyhetsmedierna bedriver, som enbart bygger på efterfrågan och försäljning av lösnummer, erbjuder och uppmuntrar tidskriftens grundare skribenter att göra fler djupdykningar i kändisskap och hur det påverkar och driver samhället framåt. I och med att kändisskap har ett så stort inflytande på samhället blir det också viktigt att studera, menar Holmes och Redmond (2010). I Sverige är fältet fortfarande relativt outforskat; därför finns det en poäng med att göra en studie som behandlar detta i relation till respektabilitet, i en svensk kontext. Fältet har länge ansetts vulgärt, men genomgår en förflyttning mot att bli respektabelt.

## 2. Metod

Denna uppsats är en kvalitativt inriktad fallstudie, vilket enligt Sharan B Merriam är en ”metod som kan utnyttjas för att systematiskt studera en företeelse” (1994: 21). Fallstudier utförs i syfte att kunna dra generella slutsatser genom att närgranska en specifik företeelse. Fallen i denna uppsats illustrerar den process som blir mer och mer relevant för allt fler människor i den moderna mediemiljön, d v s jakten på respektabilitet i offentligheten. En fallstudies styrka är att det går att använda många typer av material i analysen och få en helhetsbild av fallet som studeras. Studien är deskriptiv, vilket innebär att det inte går att påverka variablerna som studeras. Företeelser studeras utifrån vissa angivna förutsättningar och studien är till för att läsaren ska få en större insikt i en händelse eller ett fenomen. En kvalitativ studie bygger på att återge empiriskt material och resultat i litterära meningar med detaljerade exempel, istället för att enbart redovisa siffror. Analysen är induktiv och öppnar därför upp för tolkning, vilket är skillnaden mellan kvalitativa studier och kvantitativa, där det sistnämnda istället bygger på att det finns en absolut sanning. Utgångspunkten i kvalitativa studier är att det finns många verkligheter som ses ur subjektiva perspektiv. Fallstudier går ut på att pröva den tes som uppsatsen utgår ifrån och att få förståelse för processer snarare än att jaga resultat. Uppsatsen syftar till att öka läsarens förståelse för den företeelse som studeras. Personerna som studeras i denna uppsats valdes för att öka förståelse för hur respektabilitetskamper utspelar sig i medierad form. Läsaren bör ta hänsyn till de faktorer som påverkar en fallstudie, t ex att den är av partikularistisk natur med risk för att författarens egna värderingar påverkar resultatet. Studiematerialet kommer från flera olika källor och hänsyn bör tas till huruvida det är en artikel ur en dagstidning eller en vetenskaplig tidskrift. Uppsatsen innehåller också s k ”levande” material som citat, intervjuer och tidningsartiklar. Valet av metod motiveras med att läsaren ska få förståelse för studerade fenomen (Merriam, 1994: 27f). Uppsatsen har skrivits med en strävan att ge en holistisk bild av exempelpersonerna, vilket innebär att man inte enbart kan se till individerna utan också den grupp de tillhör (Ibid: 9ff).

Teman för uppsatsen är kön, klass och respektabilitet, där uppsatsen argumenterar för hur dessa hänger ihop och knyts samman. Urvalet av exempelpersonerna kan motiveras genom att 1) de började alla sina karriärer i vad som anses vara vulgära sammanhang (trashkultur), 2) alla är exempel på att ha gjort försök till statusförflyttning, 3) de kommer alla från samma generation

(födda på 70-talet), 4) det är en jämn fördelning mellan kvinnor och män 5) Thelenius inte har gjort samma förflyttning som de övriga. Hon får spegla svårigheterna.

Exempelpersonerna är fall i förändring. För att få en helhetsbild av deras medieexponering har data samlats in genom artikelsökningar på internet, främst i Sveriges dags- och kvällstidningar, kontinuerliga besök på exempelpersonernas bloggar och instagramkonto, konsumtion av podcasts (samtliga avsnitt av *Alex & Siggas podcast* samt *Filip och Fredriks podcast* sedan mars 2013 och även lyssnat på pilotavsnitten) och konsumtion av tv-program – både av dem och om dem.

Urvalet av artiklar har genomförts med utgångspunkt i att de ska ha relevans för uppsatsens syfte och frågeställning. Att hitta material om exempelpersonerna har varit lätt då det skrivs flitigt om dem i medierna. Under skrivandet av uppsatsen har uppmärksammade händelser i exempelpersonernas karriärer skett. Några exempel är Schulmans medverkande i *Skavlan*, hans nedläggning av inne-ute-listan som han drivit i flera år och nyheten att Filip Hammar ska bli pappa, samt att både Hammar och Carolina Gynning är sommarpratarna i P1 2013.

Valet av metod i uppsatsen gjorde det möjligt att få en överblick av exempelpersonernas mediebild. Genom vald metod kan analytiska, allmängiltiga slutsatser dras. Fallstudien underlättar för att bättre förstå de processer som äger rum. Trovärdigheten i resultatet riskerar dock att påverkas av författarens förförståelse, d v s den världsbild och erfarenhet som författaren har (Lundman & Graneheim, 2008: 169). Exempelpersonerna var inte okända för författaren från början och det fanns redan en bild av dem som kan ha påverkat analysen. Författaren är dessutom bekant med två av exempelpersonerna vilket sänker trovärdigheten. För att komma till rätta med detta har författaren kontinuerligt resonerat kring analysen med andra sakkunniga inom ämnet; både handledare och doktorander inom medie- och kommunikationsvetenskap. Resultatets giltighet, d v s hur väl de lyfter fram representativa karaktäristika, ökas genom en noggrann beskrivning av urval och analysarbete. Det är sedan upp till läsaren att bedöma studiens giltighet och därför är denna redovisning viktig. Även tillförlitligheten, hur noggranna ställningstaganden under forskningsprocessen övervägts, är beroende därav (Ibid).

## 2.1 Presentation av fallen

Carolina Gynning – började sin karriär i den mediala offentligheten med att delta i *Big Brother*



2004, har därefter varit programledare för storsatsningar i TV4 som *Idol*, publicerat två självbiografier och två romaner samt haft flera framgångsrika vernissager försäljningsmässigt.

Filip Hammar & Fredrik Wikingsson – började sina karriärer i den mediala offentligheten med tv-programmet *Ursäktad röran, vi bygger om* (2001), har sedan dess förlöpande lett program för kanal 5 där de själva är värdar ofta med tillhörande akademiker- och expertpanel. Har även fått prestigefyllda uppdrag som att leda amerikanska valvakan samt deltagit i frågesportprogram som *På spåret*.

Alex Schulman – inledde sin karriär i den mediala offentligheten genom sin roll som chefredaktör för tidningen *Stureplan* med tillhörande blogg. Han har därefter fortsatt driva bloggar i olika format på bl a *Aftonbladet*, jobbat med webb-tv (*Schulman show*, som även sändes i kanal 5) samt publicerat böcker som *Skynda att älska* (2009). Han är nu aktuell med sin enmans-show *Älska mig*.

Linda Thelenius – började sin karriär i den mediala offentligheten med att delta i *Big Brother* 2003, har därefter publicerat en självbiografi, startat ett politiskt parti samt deltagit i flera dokusåpaproduktioner – nu senast i *Kändishoppet* (2013).

Exempelpersonernas öppna instagramkonto eller privata bloggar är tydliga exempel på hur olika männen respektive kvinnorna profilerar sig (instagram: ”alexschulman”, ”fwikingsson”, ”larsfiliphammar” och ”misscarolinagynning”<sup>1</sup>). För männen är det intellektuella i fokus när de framställer sig själva medan det för kvinnorna är det utseendemässiga. Männen har ofta bilder med en skämtsam eller ironisk ton med tillhörande syrlig bildtext. Som när Schulman lägger upp ett foto av sig själv på instagram inför sin show *Älska mig* – hukandes framför toalettstolen, redo att kasta upp, med bildtexten ”Sista förberedelserna inför kvällens föreställning. Kommer bli en kanonkväll, detta!” (instagram: alexschulman tillgänglig: 2013-06-04). Eller så gör de reklamer för sina tv-program och podradiosändningar. Kvinnorna visar upp sina kroppar – de nya klädinköpen eller träningsbilder från gymmet.

---

<sup>1</sup> <http://lindathelenius.se/jag-ska-byta-harfarg-igen/>

### 3. Teoretiska perspektiv på respektabilitet och kulturellt kapital

Analysen i studien bygger framför allt på Pierre Bourdieus (1994) teorier om kapital och maktkamper samt Beverly Skeggs (1999) analyser av klasskategorier och människors olika förutsättningar i såväl arbets- som privatlivet. Skeggs teorier utgår från Bourdieus tidigare nämnda om kapital, men har ett tydligare genusperspektiv. Då högt kapital (främst kulturellt, socialt och symboliskt) är förknippat med respektabilitet kompletterar dessa teorier varandra på ett bra sätt för att besvara frågeställningen och problemformuleringen i denna uppsats.

Nyckelbegrepp i uppsatsen är respektabilitet och vulgaritet. Kopplat till Bourdieus teorier om kapital blir respektabilitet lika med högt kulturellt kapital och vulgaritet lågt kulturellt kapital.

Habitus är ett nedärvt, naturligt förhållningssätt, ett omedvetet sätt att tänka och vara som har sin grund i individens historia. En individs eller en grups vanor och beteendemönster präglas av de enskilda gruppmedlemmarnas habitus och i synnerhet gruppens dominerande. Den omedvetna förmågan att känna igen vad som anses vara god smak och lämpligt agerande inom det egna fältet är en del av habitusbegreppet (Bourdieu, 1994).

Trots att en individs habitus är nedärvt är det inte nödvändigtvis statiskt och det både produceras och reproduceras. Det nedärvda tankemönstret och världsbilden gör att individen beter sig på ett visst sätt, men eftersom t ex förutsättningar och omständigheter aldrig ser helt likadana ut kan habitus förändras och produceras snarare än reproduceras. En persons habitus kan ge kapital, eftersom det reproducerar de vanor som är befästa inom det fält individen agerar. Ens habitus kan också förändras med olika typer av kapital genom produktion av habitus (Bourdieu, 1994).

Habitus är präglad av både klass och kön. Bourdieu beskriver könshabitus som kvinnors nedärvda och omedvetna tankemönster och föreställning om att vara underordnade som därför reproducera denna underordning. På samma sätt reproducera också män sin egen överordning (Bourdieu, 1999: 47f).

Skeggs (1999) har genomfört en undersökning av kvinnor i Storbritannien och deras jakt på respektabilitet, vilket hon menar är en av de grundläggande faktorer som styr klasstillhörigheten.

Med sin studie vill hon belysa att det är genom att bli respektabel som många nya dörrar öppnas, men hon menar att denna möjlighet inte existerar för alla. Detta leder till att alla inte har förutsättningar och möjlighet att uppnå vissa ekonomiska samhällsställningar (Skeggs, 1999: 25ff). Det finns flera dimensioner av begreppet respekt. Att behandla varandra med ömsesidig respekt innebär att använda sig av de gester och uttryck, av samhället skapade, som anses vara acceptabelt. Respektabiliteten är avgörande för hur en person bemöts – hierarki och status spelar roll (Sennett, 2003: 207f). En person som anses respektabel kan också koderna för att uppföra sig och se ut enligt normen för att accepteras. Personen kan anpassa sig efter olika miljöer där det förekommer olika hierarkier; alltså styra och manipulera dessa koder för att kamouflera sin bakgrund (Ibid: 223). Begreppet status hänger ibland ihop med respektabilitet; det är först när andra accepterar en persons kompetens som den blir berättigad och vinner status. De som redan har hög status måste alltså erkänna ens meriter för att de ska räknas (Sennett, 2006: 190).

Skeggs (1999) hänvisar till Bourdieu som menar att det finns fyra kapitalformer: ekonomiskt, kulturellt, socialt och symboliskt. Ju högre kapital en person besitter desto mer makt erhåller denna inom aktuellt område. Detta gäller såväl i yrket/professionen och privatlivet, som i det sociala umgänget. Alla former av kapital hänger ihop i det mediala rummet, men det ena behöver inte vara beroende av det andra likväl som de inte heller behöver utesluta varandra. Högt ekonomiskt kapital, med höga inkomster och stor förmögenhet, behöver inte vara direkt förknippat med hög kulturell status. Olika kapital innehåller också olika värde beroende på fält eller arena. De kulturella attributen kan ha tilldelats redan från början; genom att t ex vara vacker och attraktiv (s.k kroppsprivilegium), komma från en familj med gott anseende i kulturella kretsar. Det går också att vinna detta kapital genom utbildning eller investering i sitt utseende och framträdande – med hjälp av t ex kläder och smink. Att följa mode har varit ett sätt för arbetarklassen att försöka höja sitt kulturella kapital (Skeggs, 1999: 20f; Bourdieu, 1994). Skeggs berättar i sin analys att många kvinnor investerar i feminitet p g a bristen på andra sätt att skaffa kulturella eller ekonomiska resurser (Skeggs, 1999: 186). Socialt kapital innebär det skyddsnet och nätverk som omgärdar en. Det rör sig om relations- och äktenskapsmarknaden, vilken också går att investera i för att vinna nytt kapital. Att slå sig ihop eller gifta sig med en person med högt kapital ökar det egna kapitalet. Med ökat kapital ökar också makten och detta ger möjlighet att avancera och vinna nytt kapital. Men allt kapital måste legitimeras, d v s godkännas av någon på

motsvarande nivå eller över. Först då blir det symboliskt kapital, vilket leder till att respektabiliteten ökar (Skeggs, 1999: 20f).

Skeggs menar att klassbegreppet tidigare användes för att tydligt särskilja människor åt och att framhäva vissa framför andra men idag är klassamhället så pass institutionaliserat att de som ingår i de högre samhällsklasserna inte längre vill låtas om klasskillnaderna. Vidare menar Skeggs att det är som en dold överenskommelse att inte diskutera klass. Klasstillhörighet utmärks främst genom levnadssätt och tillgång till resurser; olika typer av kapital. Klassbegreppet ger möjlighet till problemformulering kring olika grupper i samhället. Det är också givet att det är materiella förutsättningar, olika ekonomiska och kulturella utgångspunkter samt ett sätt att referera till tillvaron, som skiljer sig beroende på klass och detta påverkar den egna jaguppfattningen. Klassbegreppet fungerar som en organiserande diskurs, i förlängningen äter sig klasstillhörigheten in i en persons innersta och definierar därmed personen. Det habitus som personen har formas alltså efter klasstillhörigheten, att se sig själv på olika sätt beroende på om ursprunget är en utbildad familj i medelklassen eller en arbetarklassfamilj (Skeggs, 1999: 16). Med andra ord, kapital, skyddsnet och självsäkerhet gör att det går snabbare och lättare komma in i finrummen eller bli accepterad; det ger respektabilitet.

Enligt en av skribenterna i *A Journal of Celebrity Studies*, P. David Marshall (2010), presenterar vi oss på nya sätt med hjälp av nätet. En kändis presentation kan delas upp på tre sätt: det första och mest formella kallas *the public self*, vilket innebär en kontrollerad version av självpresentationen, uttryckt via exempelvis officiella hemsidor eller annan PR som ofta sköts av en manager eller assistent till kändisen. Det andra, *the public private self*, innebär att kändisen i viss mån själv har inflytande över sin presentation, genom t ex egen blogg eller twitterkonto där de själva skriver (eller åtminstone uppger sig för att vara skribenten). På så vis kringgås det filter som produktionsbolag, förlag eller andra typer av organisationer står för, i syfte att inte kändisar ska säga något olämpligt eller ogenomtänkt utan upprätthåller sin respektabla bild utåt). Det tredje är *the transgressive intimate self*, vilket uppenbaras då kändisar reagerar känslomässigt i offentligheten genom att t ex själva kommentera en händelse eller något som skrivits i medierna via de egna kanalerna (som twitter, bloggar o s v). Det är i detta tredje steg som grodorna ibland förekommer, de snedsteg som nyhetsmedierna snabbt plockar upp. Då helhetsbilden numera ofta

är viktigare än kändisarnas prestation och verk, öppnar detta dock upp för en mer mångfacetterad bild av personerna (Marshall, 2010).

Exempelpersonerna i denna uppsats har gjort sig kända för att just ligga på gränsen till vad som anses vara respektabelt och inte. De har redan från start arbetat med en ny typ av transparens. Den äldre generationen kändisar har varit vana vid paparazzis och skvallerpress, men inte interagerat med sin publik på samma sätt som idag. En ny typ av exponering har uppkommit i medierna där de offentliga personerna själva till viss mån har möjlighet att kommentera sin mediebild. Därför blir det intressant att belysa denna nya typ av kändisar som inte längre verkar under så kontrollerade former som förr, då kommunikationen mellan kändisen och fansen/följarna skedde via pressmeddelande, galapremiärer eller tv- och tidningsintervjuer. Idag publicerar dagligen kändisarna egna tweets och blogginlägg med, åtminstone till synes, personliga åsikter (Marshall, 2010).

### **3.1 Kön, föräldraskap och respektabilitet**

Avsnittet behandlar relationerna mellan kön, föräldraskap och respektabilitet.

*3.1.1 Yttre attribut kontra intellektuellt innehåll.* Goffman (2009) har skrivit om statusklättring och att vårt beteende, sättet vi agerar på i olika situationer och miljöer, är något vi lär oss. Redan från födseln lär sig personen att visa var den kommer ifrån och att känna igen mönster och koder från olika samhällsstrukturer. Där ingår förstås agerandet utifrån kön. Varje generation reproducerar sitt arv och återupprepar de moraliska värden som samhället och respektive klass är uppbyggt av. Det finns en strävan att försöka klättra uppåt mot de högre klasserna då dessa ses som ideal. Den här strävan ser oftast olika ut för män och kvinnor. Klättringen möjliggörs genom att försköna sin självpresentation och detta görs främst med hjälp av statussymboler som exklusiva kläder, ett rikt kulturellt liv eller annat som signalerar god smak och ekonomisk möjlighet att konsumera (Goffman, 2009: 39f). Symbolerna fungerar som bevis på en inneboende förmåga och kunskap om vad ett respektabelt framträdande är. Alex Schulman, Filip Hammar och Fredrik Wikingsson läser litteratur erkänd av kultureliten, refererar till tv-program med hög status på grund av sitt intellektuella innehåll och kommenterar samhällsdebatter som förs i medierna (gärna politiska, men utan att direkt göra ett ställningstagande). Carolina Gynning och Linda

Thelenius å sin sida uppvisar snarare vilka nya kläder de inhandlat, eller nya hårfärgen.

Det är anmärkningsvärt att det i mycket större utsträckning skrivs om kvinnornas kroppar och deras historia. De är objekt snarare än subjekt som presterar. Historiskt sett har den allmänna bilden varit att de som avviker från normen är ”de andra” och därmed har de också objektifierats: ”Det var endast subjekt som kunde veta; objekt visste man något om.”, (Skeggs, 1999: 35). Vita män ansågs besitta kunskapen om kvinnor: vita medelklasskvinnor var kunskapsobjekt med respektabel femininitet, medan svarta och vita arbetarklasskvinnor sågs som uttryck för sexualitet – något vulgärt. Kunskapen hos objekten framtogs dem då den inte ansågs vara av vikt. Genom objekten blev ”vetare” (männen) till subjekt – de erövrade makten (Ibid: 35f). Enligt Erving Goffman (2009) förväntas det att män och kvinnor framställer sig på olika sätt och dessa könsroller är en social konstruktion.

*3.1.2 Äktenskap och privatliv.* Enligt Skeggs (1999) ses det fortfarande som ett misslyckande att som kvinna inte vara gift. Därför investerar många kvinnor i män för att få bekräftelse.

Äktenskap kan innebära en klassresa med större ekonomiskt kapital och det är främst godkännandet utifrån, från högre klasser, som är av betydelse. ”Det vita bröllopet” ses som den ultimata femininitetsmarkören för heterosexuella kvinnor (Skeggs, 1999: 182-185). Linda Thelenius har försökt nå socialt kapital genom att kopplas ihop med den omskrivna Stureplansprofilen Fadde Darwich, dåvarande dörrvakt på Spy bar. Carolina Gynning har också kopplats ihop med Stureplansprofiler som dokusåpadeltagaren Olivier de Paris, men även män med högt ekonomiskt eller kulturellt kapital som entreprenören Mattias Trotzig och musikern och producenten Andreas Kleerup (Johansson & Kvarnkullen, 2004; Berggren, 2010; Wieslander, 2008).

När de Paris friade till Gynning i *Big Brother* eller då Thelenius förlovade sig med Darwich talade de båda flitigt om sina relationer i medierna (Kristensen & Jönsson, 2004; Bohman, 2007). Medierna visade en bild av stormiga förhållanden för båda paren och hängde ihärdigt i under tiden. Förhållande och relationer kan enligt Goffman (2009: 184) ses som enheter, eller att bli en del av ett team. När negativa situationer, såsom konflikter, inom denna enhet sipprar ut i offentligheten ifrågasätts ofta människornas trovärdighet. Bråket sker inför publik och leder till att åskådarna genast blir skeptiska till personernas framträdande och uppförande (Ibid).

Medierna har publicerat otaliga sådana berättelser om exempelpersonerna och har ofta hävdat en sak medan paret i fråga hävdat något annat. Vid sökning av artiklar om exempelpersonerna framkommer att denna exponering främst varit vardag för kvinnorna, Gynning och Thelenius. När deras trovärdighet ifrågasätts riskerar de att inte få sitt kapital verifierat och att deras respektabilitet minskar.

*3.1.3 Föräldraskap.* Det är viktigt för offentliga personer att tänka på vad de säger och gör även utanför sina yrkesverksamheter; att visa upp att de är ansvarstagande, tränar eller konsumerar populärkultur som är rätt i tiden. Om de skulle bli påkomna med annat kanske deras följare börjar ifrågasätta trovärdigheten – huruvida de verkligen är de som de uppger sig för att vara (Goffman, 2009). Mediebilderna blir dessa personers identitet och de är medvetna om hur de presenteras i olika medier; både i nyhets- och nöjessammanhang.

Skeggs (1999: 69f) beskriver att familjeidealen, ett fungerande hem, och att ha det största ansvaret i grund och botten kan ses som begränsningar för kvinnan. Samtidigt ökar respektabiliteten om kvinnan lyckas få ihop livspusslet. Här har en tydlig skiljelinje genom tiderna dragits bland klasserna, då det varit lättare för de med högt kapital (främst kulturellt och ekonomiskt) att utföra denna typ av omvårdnad och lägga över det på andra, t ex ”nannys”. Att bli mamma och ha fungerande familj och hem är faktorer som får kvinnan att gå från objekt- till subjektposition (Skeggs 1999: 69f).

Gynning har fått arbeta med att ses som en ansvarsfull förälder. I samband med premiären och marknadsföringen av filmen *Blondie* (2012), där Gynning spelade en av huvudrollerna, understryker hon att barn är prio 1 och att hon sätter sin dotter i första rummet, framför både gala och jobb (Peterson, 2012). Mediebilderna av Gynning blir således att hon är en ansvarstagande mamma och att hon har en kärnfamilj förstärker denna bild. Detta ger respektabilitet.

Thelenius har i familjefrågor framställts i en annan dager jämfört med Gynning och övriga exempelpersoner. Hon hade redan barn då hon trädde in i offentligheten genom sitt deltagande i *Big Brother*, vilket ledde till kritik snarare än respektabilitet och många hävdade att barnen för illa

av hennes mediebild och medverkan i tv. I synnerhet exponeringen med fylla och sex i tv-programmet upprörde många. Thelenius och hennes barn blev utsatta av medierna för det Goffman (2009: 182f) kallar olägligt intrång. Thelenius lyckades inte med den s.k intrycksstyrningen, vilket handlar om att kunna påverka andras intryck av en, att inte tappa ansiktet utan kunna styra situationer till sin fördel.

Medierna är snabba på att plocka upp mindre smickrande händelser i offentliga personers liv för att göra en bra story och när Thelenius flera gånger talat ut om hur hon försummat barnen (Herngren, 2008; Lindgren, 2005; Amster, 2009) är frågan om dessa bekännelser varit till Thelenius fördel. Kanhända vinner hon folkets sympatier, men det kan också få motsatt effekt och hon kan stigmatiseras. När Thelenius erkänner att hon stundtals varit en dålig mamma ger moderskapet henne inte den respektabilitet i medierna som Gynning får. Gynning har å andra sidan verkligen medialt arbetat för att framställa sin modersroll i positiv dager.

Föräldraskapet är något Schulman, Gynning, Hammar och Wikingsson kunnat använda sig av för att öka sitt symboliska kapital och sin respektabilitet. Gynning har haft möjlighet att gå från objekt till subjekt genom att visa upp en stabil familjetillvaro. För männen har fördelarna dock varit tydligast, då det redan förutsätts av kvinnor att ta ansvar för hem och familj (Skeggs, 1999: 69-89). Wikingsson och Hammar byggde nyligen ett helt podcast-avsnitt på att Hammar fått veta att han ska bli pappa (Filip och Fredriks podcast avsnitt 140. *Pappa Filip*). Schulman har flera gånger haft med sina barn vid intervjuer och vinner respektabilitet för det. När han medverkade tillsammans med sin fru Amanda Schulman i tv-programmet *Skavlan* bekräftade hon honom – den mognadsprocess och förändring han genomgått – med exemplet att han nu är pappa (sändes 5/4-2013<sup>2</sup>). De visar, i enlighet med sina habitus, upp att de är välrenommerade familjer med snygg fasad.

Enligt Skeggs (1999) har männen inte samma krav på sig att ha ett lyckat äktenskap och blir inte lika utsatta i medierna, deras privatliv blir inte lika exponerat och deras förhållande bedömda i samma negativa ordalag. Trots att kvinnorna försöker leva upp till äktenskapsnormen får de utstå en hård behandling. Kvinnorna har således en svårare situation i att upprätthålla en respektabel

---

<sup>2</sup> <http://www.svt.se/skavlan/schulmans-nikolaj-coster-waldau-och-vladislav-savic-i-veckans-skavlan>



mediebild.

### 3.2 Klass, habitus och respektabilitet

Avsnittet behandlar relationerna mellan klass, habitus och respektabilitet.

3.2.1 *Arvet*. ”De som bryr sig om respektabilitet är oftast de som inte anses vara respektabla”, skriver Skeggs (1999: 9). Att uppfattas som respektabel är något som inte är självklart i alla samhällsskikt – för människor som tillhör arbetarklassen är respektabilitet svårare att uppnå: ”Respektabiliteten har alltid varit en klassmarkör och en klassbörda, ett riktmärke att sträva mot /.../ Att inte vara respektabel är att ha lågt socialt värde och svag legitimitet.”, (Ibid: 12). Det kan vara så att denna gamla struktur fortfarande påverkar möjligheten att uppnå vissa maktpositioner och social status. ”Osynliggörandet av klass representerar ett historiskt stadium där medelklassens identitet garanteras.”, (Ibid: 19).

Schulman, Gynning, Hammar och Wikingsson har alla en bakgrund i övre medelklassen. Schulman har själv presenterat sig och sin kollega Sigge Eklund på instagram som ”två vita mediemän i medelklassen” (*Alex och Siggas podcast avsnitt 50*, instagram: ”alexschulman”). Samtliga har tillgång till etablerade nätverk och otaliga medelklasshabitus – vad som anses vara god smak och vilka koder som bör användas för att passa in i olika sammanhang, för att upplevas som respektabel. De är medvetna om distinktionerna gällande vad som är god smak och inte, de har blivit lärda vikten av högt kapital av olika slag och framför allt hur detta ska användas på den arena de spelar på; de har tillgång till statusmarkörer. Thelenius, vars mamma jobbade på Systembolaget och pappa körde plogbil för kommunen, har däremot en annan utgångspunkt med sin bakgrund i arbetarklassen (Linderborg, 2007; Lerner, 2009). Det är intressant att samtliga exempelpersoner började i trashkulturella sammanhang. För alla utom Thelenius var det att tydligt frånga sina habitus.

Schulman har påstått att hans dröm alltid har varit att göra sitt namn odödligt (Lindh, 2013). Han kommer från en litterär familj och miljö, detta habitus är också något han numer inlärt och omedvetet orienterar sig mot. Pappa Allan Schulman – framgångsrik tv-producent för bl a storsatsningar som *Hylands Hörna* – och morfar Sven Stolpe, en av Sveriges mest publicerade

författare, har varit stora förebilder för Schulman (Ibid). Han har dessutom ett par Nobelpristagare, om än i naturvetenskap, i släktleden. Schulman hade alltså redan från början ett försprång i kulturellt kapital då han inledde sin karriär inom media och hans namn betydde förmodligen mycket även då, men det är först på senare år som han också börjat leva upp till och mäta sig med sitt kulturella arv. Ursprunget i trashkulturen kanske kom sig av att han ville bli känd snabbt oavsett pris, men väl etablerad och exponerad har Schulman kämpat för att själv kunna bidra till konstruktionen av sin mediebild; att göra den mer respektabel. Publicering av romaner och ny inriktning på hans blogg har gett honom ökat kulturellt kapital. Detta återkommer vi till senare.

*3.2.2 Femininiteten i klassamhället.* Carolina Gynning har också använt sig av olika strategier för att påverka sin mediebild. Innan hennes medverkan i tv-programmet *Big Brother* 2004 hade hon jobbat som modell i flera år och bl a bott i Paris under en längre tid. Efter vinsten slog hon sig ihop med Carina Berg, som just blivit mycket uppmärksammas och vunnit kulturellt kapital efter en delad programledarroll för *Godnatt, Sverige* (2005) tillsammans med Kristian Luuk. Gynning och Berg ledde programmet *Förkväll* och senare storsatsningen *Idol* vilka båda sändes i TV4. År 2008 var Gynnings blogg dessutom Sveriges mest lästa (sedan Schulman lagt ned sin). Som ett led i Gynnings förvandling och arenabytte lät hon operera bort sina bröstimplantat och färga sitt blonda hår - typiska markörer som anses vulgära. Gynning har satsat på att öka sitt kulturella kapital genom att dessutom låta ingreppet bli en del av konstvärlden då hon lät den etablerade fotografen Elisabeth Ohlson Wallin, som fått stor uppmärksamhet för bl a utställningen *Ecce Homo* från år 1998, skapa ett konstverk av processen. Implantaten auktionerades senare ut på Ebay och pengarna skänktes bort till välgörenhet, vilket ytterligare ökade på hennes status – genom att visa att hon inte är girig (Amster, 2010).

Linda Thelenius deltog senast i *Kändishoppet* (2013); ett tv-program som liknar det *Big Brother* (2004) där hon en gång startade sitt liv i offentligheten. *Kändishoppet* (originaltitel *Splash!*, 2013) är en av de senaste och mest omtalade dokusåporna i Storbritannien. Men det har nästan enbart fått negativ kritik i medierna, trots att tittarsiffrorna varit höga (Dowell, 2013). Vissa skulle t o m kalla det ”förnedringstv”. Den svenska versionen av programmet hade premiär i mars 2013, också med höga tittarsiffror initialt, men som dock dalade mot slutet av serien: ”Finalen av

”Kändishoppet” i TV3 blev en bottennotering för programserien” (Preutz, 2013). Thelenius har gjort utvik i herrtidningar, skrivit en självbiografi och gjort investeringar i sitt utseende. Några månader efter Gynning bröstförminskning valde Thelenius att förstora sina bröst och därigenom ökade istället hennes vulgaritet (Strömberg, 2007).

Skeggs (1999: 157-185) beskriver att kroppen och dess attribut är det som mest avslöjar klasstillhörigheten. Femininitetens uttryck skiljer sig mellan klasser och arbetarklassens femininitet är ofta vulgär, genom framför allt sexuella attribut. För att bli respektabel bör kvinnorna alltså frånsäga sig vulgariteten i möjligaste mån och istället visa upp en femininitet i utseende och beteende där försiktighet snarare är kodordet. Gynning försöker frångå vulgaritet då hon väljer att avlägsna sina bröstimplantat. Hon strävar efter att bli mer respektabel. Thelenius däremot förstorar sina bröst, vilket kan anses öka vulgariteten. Båda har gjort en form av investering i sina kroppar, men på olika sätt. Begreppet femininitet kan med andra ord betyda och används olika beroende på klasstillhörighet; typen av femininitet avslöjar den klass personen tillhör. Femininiteten kan innebära att såväl visa upp som att maskera sig (Skeggs, 1999: 157-185).

Tsëelon (1998: 115) beskriver att avvikande personer ofta stigmatiseras. Om en person frångår normen eller samhällets ideal kraftigt så kommer denna förmodligen att särbehandlas. Avvikandet kan gälla både utseende och beteende. Gynning vill inte längre sticka ut på det sätt hon gjorde i början av sin karriär, med vulgaritetens attribut, utan anpassar sig till högre klassers normer. Thelenius verkar söka en annan typ av uppmärksamhet, en mer uppseendeväckande sådan, då hon ökar på de sexuella attributen ännu mer med hjälp av plastikkirurgi. Detta kanske för att det är det alternativ som står arbetarklassen till buds. Följden för en offentlig person riskerar då också bli att medierna porträtterar på ett mer sensationellt sätt; i detta fall visar upp henne som annorlunda vilket i sin tur späder på bilden av henne som icke-respektabel – vulgär.

Trots de många gemensamma nämnare hos exempelkvinnorna; de var med i *Big Brother* (2004 respektive 2003), de hade båda sex i tv och hade tidigare poserat i herrtidningar, så uppmärksammades skillnaderna mellan Gynnings och Thelenius premisser tidigt av journalisten Åsa Linderborg. Hon menade att Thelenius redan från början var utdömd i medierna på sin bakgrund, medan Gynning hade alla förutsättningar att lyckas bli framgångsrik – både genom

andras hjälp och att hennes självförtroende var högre (hon hade ett helt annat skyddsnät) (Linderborg, 2007).

Thelenius har lyckats hålla sig kvar i mediasammanhang som gäst, men inte som Gynning fått en programledarroll trots liknande mediehistoria. Hennes grundpremiss, ursprunget i arbetarklassen, var kanske redan från start avgörande för hur den fortlöpande karriären skulle bli. Då symboliskt kapital uppkommer först när ens kapital legitimeras av de som har makten, så hamnar Thelenius i en svår situation. Hon har inte tillgång till samma nätverk som övriga exempelpersoner, har inte samma sociala kapital och härrör inte från och får inte tillträde till samma kretsar, därmed kan eventuellt vunnet kapital inte vidimeras (Skeggs, 1999: 140). Trots att Thelenius har försökt skaffa sig kulturellt kapital genom investeringar i sitt utseende, gjort utveckling i modemagasin/herrtidningar och publicerat självbiografi, precis på samma sätt som Gynning, så har Thelenius inte fått samma respektabilitet.

### 3.3 Från vulgaritet till respektabilitet

Avsnittet behandlar resan från vulgaritet till respektabilitet.

*3.3.1 Person och prestation.* Vissa personer tenderar att lyftas upp och idoliseras, och då inte enbart på grund av deras konkreta skapande. Bourdieu beskriver grunden till detta på följande vis:

*/---/ konstnärslivet, van Goghs avskurna öra och Modiglianis självmord, utgör en del av dessa konstnärers verk i samma utsträckning som deras dukar vilka härigenom får en del av sitt värde. Ingen skulle komma på tanken att reducera en profets verk till de sentenser han formulerat och de liknelser han berättat och lämna åt sidan de prövningar han genomgått och de underverk han gjort, (Bourdieu, 1994: 133).*

Bilden av personen påverkas av mer än de enskilda verk som skapats av vederbörande. Det är hela personen, eller mediebildens av den, som blir intressant att följa. Några av exempelpersonerna var tidiga med att använda sig av trendiga medier och uttryckssätt. De kunde förutse vad som skulle locka allmänhetens intresse och använde sig av specifika kanaler för att nå ut med sina budskap. För några år sedan tillkom bloggen och nu senast podcasten. Det är viktigt för personerna att konsumera saker som av samhället anses vara rätt, vilket kan vara svårtillgängligt för de som inte har ekonomin eller kunskapen att göra dessa distinktioner. Det kan röra sig om kläder, populärkultur eller mat – det viktiga är att veta vad som är ”inne” och framför allt särskilja sig, att väcka uppmärksamhet, fascination eller avund istället för skam

(Bourdieu, 1994: 247ff).

I detta nya klimat väcks frågan om ”all publicitet är bra publicitet”. Nyhets- och nöjesmedier har makt att utöva s k symboliskt våld (Bourdieu, 1999: 47ff), de kan göra distinktioner mellan vad som utmärker klasstillhörighet, vad femininitet är och framför allt vad ett respektabelt framträdande innebär. Dessa begrepp blir ständigt förtydligade och de upprepas så många gånger att de blir en sanning. Kampen om värdet av olika kapital på de fält och arenor som spelas på är det som utgör vad respektabilitet är. Att höja upp vissa och sänka andra, förbjuda tillträde till specifika områden och begränsa rörligheten och möjligheten att förflytta sig, både i fysiskt tillträde och i en form av positionering i det s k sociala rummet (där våra livsbanor – habitus – skillnader i tycke och smak, klass och framför allt sättet att avgränsa sig från andra äger rum), är en del av spelet om respektabilitet (Skeggs, 1999; Bourdieu, 1994).

Producenter som söker profiler till programledarroller letar efter människor med potential, en person som utvecklas av rätt valt projekt (Rågsjö Thorell, 2013). Tvärt om fungerar en dokusåpa-casting. Där söks människor som är karaktäristiska eller sticker ut, men då i syfte att öka chansen att de gör oförutsedda saker som ska leda till underhållning – t ex göra bort sig – snarare än för att de har kompetensen att presentera och leda andra i ett program och vara ansiktet utåt för tv-kanalen. Dokusåpa-deltagarna utsätts för hårda prövningar, som i *Big Brother* där de är inlåsta i ett hus i 100 dagar (där både sprit och sex har förekommit genom säsongerna) eller i *Expedition Robinson* där deltagarna bor på en tropisk ö där psykiska och fysiska prestationstävlingar ska utföras i syfte att få deltagarna att göra dessa oförutsedda saker. Deltagandet handlar om att vinna pengar eller medieutrymme och de får då också en stämpel av att inte bry sig om hantverket (Liljestrand, 2011). Det kan sägas att dokusåpa-deltagare är objekt medan programledare är subjekt. Sennett (2006) beskriver att den gamla tidens hantverkare hade tid att bli riktigt skickliga inom sitt gebit och förut fanns det heller ingen möjlighet att ta sig in och samtidigt bli erkänd i offentligheten utan denna skicklighet. Idag är det inte nödvändigtvis med hantverket individer konkurrerar utan det krävs andra komponenter för att sticka ut. Exempelpersonerna blev inte kända för att de var skickliga på sina hantverk utan för att de syntes och väckte uppståndelse, men nu försöker flera av dem få sina hantverk erkända och det blir därför viktigt för dem att hoppa på rätt projekt. Hantverksskickligheten är knuten till kulturellt kapital – ju bättre en person

bemästrar sin roll desto mer kulturellt kapital tillskansas den (Sennett, 2006: 194ff).

Då fallen varit i offentligheten i ca tio år har flera av dem haft chansen att förfina sina hantverk. Schulman skrev sin roman *Älska mig* (2009) vid sidan av bloggande, krönikor och tv-program, Gynning odlade bilden av sig själv som konstnär bredvid programledarrollerna och Hammar och Wikingsson lyckades hitta sin gemensamma nisch i tv-branschen med hjälp av att föra in akademisk folkbildning i humorprogram som till exempel i *Boston Tea Party* (2007).

*3.3.2 Att födas på nytt.* För några år sedan låg Thelenius i hårdträning med önskan att få vara med i herrtidningen *Playboy*. En dröm som gick i kras, med hån av magasinets grundare Hugh Hefner (Axelsson, 2005; Bergfeldt, 2006). Thelenius bakgrund präglas av lågt kapital respektive låg respektabilitet. Hon har inte haft varken kapital eller respektabilitet till skänks från födseln, då hon vuxit upp under enkla förhållanden i ”byhålor” utanför Västerås, med högsta drömmen att bli kändis (Linderborg, 2007). Därmed har hon haft svårare grundpremissar för att accepteras in i finrummen och bli respektabel. Hon lärde sig inte koderna från början och kunde inte använda sitt habitus på samma sätt som övriga exempelpersoner. Klart är att Thelenius söker medieutrymme, en stadig plattform i rampljuset med ett sökande av respektabilitet. Hon gifte om sig 2010 med en medlem i 90-tals kultbandet *Basic Element*, Peter Thelenius, och tog då hans efternamn (Bergqvist, 2010). Nymnbytet kan tolkas som en nystart; ett försök att frångå det som tidigare varit. Zygmunt Bauman (2008) beskriver att strävan efter att starta på nytt blir allt vanligare för människor i allmänhet. Skeggs (1999: 140) förklarar att för arbetarklassen har investeringar i utseende, och femininitet, varit ett sätt att öka sin framgång på äktenskapsmarknaden. Klassresan sker genom äktenskap och kan eventuellt leda till ett bättre liv i förlängningen. Det andra alternativet för att möjliggöra klassresa är utbildning och därigenom omvandla det kapital som uppnås genom studierna till ekonomiskt kapital (Ibid).

Även Hammar och Wikingsson började sina karriärer i trash-tv. Deras första stora program *Ursäkta röran, vi bygger om* (2002) sändes i TV4 och blev både anmält till och fällt av granskningsnämnden flera gånger (Johansson, 2002). Programmet förde tankarna till en svensk variant av MTV-succén *Jackass*, som var väldigt populärt vid den tiden. Meningen var att chockera, att synas precis som Thelenius, Gynning och Schulman gjorde. Programmet gav

Hammar och Wikingsson exponering, även om många såg det nya radarparet som pajaser (Dagens Nyheter, 2009). Från detta har Hammar och Wikingsson anammat ett mer dokumentärt berättande i program som *High Chaparall*, där de i bl a USA mött och intervjuat avdankade kändisar (Forsling, 2004). På senare tid har det tagit ytterligare ett steg och medverkat i tv-programmet *På spåret*, ett program som ger hög status enbart genom deltagandet som symboliserar intellektuell folklighet. Hammars stundande sommarprat i Sveriges Radio P1 fortsätter trenden. Hammar och Wikingsson har båda den sociala kompetens och medvetenhet om hur de ska öka den egna statusen och det ena jobbet genererar det andra, med mycket uppmärksamhet därtill.

I Schulmans och Gynnings fall är det tydligt att de försöker frångå något de tidigare varit förknippade med. Schulman; den elake som drev en omdiskuterad blogg, Gynning; bimbon med silikonbröst som hade sex i tv. Med en avbön lades Schulmans blogg *Att vara Alex Schulman* ned 2007 (publicerad i *Aftonbladet*). Det blev hans sätt att bevisa att han nu tog avstånd från det som varit. Bloggen hade blivit ett monster, skrev han. Samma sak var det när Gynning lät avlägsna sina silikonimplantat, hon ville bevisa att hon nu tog steget in i något nytt. Bauman (2008) berättar att det existerar en förändringshets, en önskan om att ständigt börja om och bli pånyttfödd. Det handlar om att göra sig kvitt sitt förflutna och greppet det har om en, för att istället uppnå nya nivåer och utforska ny mark – utan något som jagar en från tidigare erfarenheter – eller misstag. Bauman jämför det med plastikkirurgi; en anpassning till nya normer, men också ett kortsiktigt tänkande. För det kommer ständigt nya anledningar att starta på nytt, att putsa och fila mer på sin presentation, skillnaden mellan nu och då är att pånyttfödslarna sker i snabbare takt och framför allt i offentligheten. Detta menar Bauman ingår i den konsumistiska kulturen (2008: 114f).

Framför allt var det när Schulman släppte sin första roman, *Skynda att älska* (2009), som han vann kulturellt kapital och anseende även hos kritikerna. Schulman drev tidigare Sveriges största blogg, där han enligt egen utsago varit elak och blivit utskälld. Nu hade han skrivit en ömsint roman som handlade om uppväxten med en gammal far och romanen innehöll såväl glädje och humor som sorg och vemod. Det blev en tydlig milstolpe i hans karriär (Lindh, 2013). Medierna har i efterhand beskrivit tiden kring debutromanen på ett relativt enhetligt sätt: ”Med sin

självbiografiska debut ”Skynda att älska” bleknade bilden av den förnedrande bloggaren som gjort avbön – och fram trädde en författare som fick beröm för skildringen av sin faderssorg.”, (Torén Björling, 2011). Han har också beskrivits som den onde som blivit god:

”Före. Efter. Från sagan till skvallerpressen löper drömmen om den totala förvandlingen. Den fattige blir rik. Drinkaren blir nykter. Den elake blir snäll. När Alex Schulman hade lagt ner bloggen och två år senare kom ut med *Skynda att älska*, en gripande och självbiografisk berättelse om uppväxten med pappan Allan Schulman, skrevs han av många medier in i just den mallen.”, (Lindh, 2013).

I programmet *Babel* dubbades Schulman till författare (Torén Björling, 2011) och sedan dess har han publicerat ytterligare ett par böcker. Våren 2013 var han aktuell med sin enmans-show *Älska mig* som spelades på Maximteatern i Stockholm – en arena med högt anseende och ytterligare ett tecken på Schulmans förflyttning. Showen har gått så pass bra att Schulman hösten 2013 kommer åka på turné över hela Sverige. Kanske är det för att Schulman skriver och uttrycker sig på ett lättbegripligt sätt som gör att många kan ta till sig hans ord:

Han berättar att han matade in det första kapitlet av sin bok i ett textanalysprogram på internet, som bedömde textens svårhetsgrad. Hans var i nivå med en barnbok – knappast någon Proust. – Först blev jag deppig, men när jag matade in Tomas Tranströmer var hans text också på en barnboks nivå (Torén Björling, 2011).

Att ställa sig själv i nivå med Nobelpristagaren i litteratur, Tranströmer, är verkligen att ha tilldelat sig stor kulturell status. Det säger något om Schulmans självbild och vilket rum han helst vill flytta in i.

Gynnings bröstoperation blev exceptionell och hon lyckades göra något som främst är förknippat med vulgaritet – silikonimplantat – till både konst och välgörenhet. Det hela fick ett symboliskt värde och hon visade att allt kan bli konst, dessutom med en stor kontrast i processen. Hon ökar sin goodwill genom välgörenhetsidén och det kulturella kapitalet genom konstprojektet. Schulman fick i *Skavlan* delvis bekräftat sitt eget bidrag till konstscenen med frågan om han ser hela sitt liv som ett konstprojekt. Han sken upp – att få en kvittens på att hans vardagliga sysslor, i allt vad det innebär, har blivit konst tycktes ses som en vinst i hans strävan efter respektabilitet.

**3.3.3 Att investera.** Bourdieu beskriver att en kort produktionscykel av en produkt ofta får lägre kulturellt kapital. Varan är mer kommersiell (som är motpolen till kulturell) och får en annan tillgänglighet (den fyller små, redan på förhand medvetna, behov). En lång produktionscykel



kräver mer arbete och kostar därmed mer pengar. En större satsning med ett större risktagande gör varan exklusiv (Bourdieu, 1993: 199). Schulman använder sig av både korta och långa skrivprocesser. Han har förlag och sponsorer som backar upp honom. Krönikorna (*Aftonbladet*); de snabba uttrycken i podcasten (*If skadeförsäkring*), de stundtals provokativa instagambilderna med syrlig bildtext är lättillgängliga och gör inte samma anspråk på finkultur, medan romanerna (*Bokförlaget Forum, Piratförlaget, Damm förlag* etc) är ett steg in i de kulturella/litterära finrummen genom goda recensioner i flera av Sveriges största morgon- och kvällstidningar (Montelius, 2009; Rabe, 2009).

Schulman får från kultureliten inte samma respons på sina korta inlägg som sina romaner. Det är samma författare, men olika uttryckssätt och investering i produkten. Många blev förvånade över att han skrivit så självutlämnande och ömsint men fortfarande behållit sin karaktäristiska stil, ”den vassa pennan”, nu dessutom i längre format än tidigare.

”Skaparens” makt är ingenting annat än förmågan att mobilisera den symboliska energi, som produceras av alla de agenter som är engagerade i fältets funktion, journalister som objektivt sett fått i uppdrag att höja värdet på ”skaparnas” värdehöjande operationer, (Bourdieu, 1994: 124).

Möjligheten till egen förändring inom det fält individerna verkar sträcker sig bara till en styrning av den bild andra har av denna. Lyckas individerna med styrningen så har denna dock möjlighet att vinna nytt kapital. För att få en respektabel mediebild är publiken avgörande. Den publik en offentlig person vänder sig till är också den som definierar personen och fansens konsumtion av det som produceras reproducerar mediebilderna i en självgenererande process (Bourdieu, 1994: 125f). Det är agenterna – de som konsumerar och tar del av mediefenomenet – som också konstruerar det (Bourdieu, 1994: 248).

Gynning, Hammar, Schulman och Wikingsson har lyckats ta sig ur trashkulturen och istället figurerat som programledare för, eller medverkat som gäster i, storsatsningar som visats på bästa sändningstid i tv. Trash-tv har länge förknippats med vulgära attribut i medierna – exponering av lättklädda deltagare i dokusåpor med spritfester och sex. Denna vulgaritet är något de nyss nämnda personerna lyckats göra sig av med när de tagit klivet till den nya nivån, men de kämpar fortfarande för att vinna ytterligare respektabilitet.

3.3.4 *Ny arena, nytt motstånd.* Schulman har i en intervju i tidningen *Vi* beskrivit ”bekräftelsesjukan”, som han menar genomsyrar vårt samhälle: ”Den är en farsot /.../ Vår tids cancer. Hela samtiden är nedsänkt i en kicksökande jakt på bevis att vi är älskade” (Lindh, 2013). För exempelpersonerna, likväl som för många andra, handlar det om ett ständigt sökande av bekräftelse, men också respektabilitet. Den gemensamma nämnaren är en vilja att framstå som rätt – att få ett godkännande.

För såväl Schulman som Gynning har försöket att byta publik också varit att ge sig ut på djupt vatten, Schulman i att vara författare och Gynning med att etablera sig som konstnär. På flera av hennes vernissager har hon sålt samtliga utställda verk, något som genererat stora summor, men konsteliten fortsätter att ignorera henne (Berggren, 2013). I medievärlden i stort står inga recensioner av hennes utställningar att finna.

Schulmans medverkande i *Skavlan* har blivit mycket omskrivet. Syrliga kommentarer och hård kritik riktas åter mot honom, men denna gång inte på grund av att Schulman har varit elak eller använt sig av påhopp, utan snarare för sin självupptagenhet där hans kapital ifrågasätts. Flera offentliga personer har kommenterat det och i *Expressen* skriver Leif GW Persson, som också varit gäst i samma program, om medverkandet på följande vis:

”Två personer i den yngre medelåldern som var gifta med varandra och tydligen uteslutande levde för, och försörjde sig genom, att berätta om sig själva för andra. De bloggade och twittrade, skrev böcker och kolumner, gjorde ståuppkomik, ledde tv- och radioprogram och verkade till och med villiga att visa både Råttan och Peter Niklas om betraktaren så krävde.”, (GW Persson, 2013).

Schulman har till följd av sitt medverkande i *Skavlan* fått en ny form av motstånd. Hans medverkande har lett till två saker: dels kan medverkandet ses som ett uttryck för att Schulman blivit folklig då han bjudits in till ett av Sveriges mest sedda tv-program, dels har det ifrågasatts av GW Persson, som har högt kapital och hög respektabilitet. Bauman (2008) beskriver en typ av fasader i personligheter som framför allt utspelar sig på nätet, så kallade ”karnivaliska identiteter”. Där det möjliggörs att raljera, experimentera med nya jag och inta en annan roll. Eller uppge sig för att vara något man inte är (Bauman, 2008: 129f). GW Persson verkar uppfatta att Schulman inte lever upp till förväntningarna som krävs för att få sitta i intervjuposition i *Skavlan*, att han inte har att göra på det fält GW Persson befinner sig. GW Persson förtydligar skillnaderna mellan sig

själv och paret Schulman då han inte ens vill uttala deras namn. Med den avslutande raden i citatet ovan tycks GW Persson mena att paret Schulman är villiga att göra vad som helst för uppmärksamhet. Han placerar Schulman på samma nivå och i samma skikt som Schulman en gång började. Det vill säga den nivå som medierna anser att Thelenius fortfarande befinner sig på. Att fläka ut sig som GW Persson menar att Schulman gör blir liktydigt med sättet Thelenius porträtteras och visar upp sig på. Han verkar inte göra skillnad i om det är själsligt eller kroppsligt. GW Persson ifrågasätter Schulmans kulturella och sociala kapital, och huruvida det överhuvudtaget finns ett intresse för hans person. De som sitter säkert på sitt kapital, vilket GW Persson gör, är också de som har möjlighet att ifrågasätta andras kapital (Bourdieu, 1994).

Författaren och filosofen Roland Poirier Martinsson berättar att han ”ser en medieepok gå i graven” i samband med Schulmans medverkande i *Skavlan* och skriver följande om honom:

”Nu försvinner Alex Schulman. Eller så sprayar han kroppen blå och serverar drinkar på Stadshotellet i Härnösand. Eller så hittar han något annat. Den möjligheten finns, han har haft en talang som jag inte nämnt: att göra sig till kändis. Jag tror att han har något slags känsla för det, som transcenderar elakheterna och bilderna av sig själv på toaletten. Är den genuin? Eller blir han Robinson-Robban? Jag vågar inte tippa. Risken för fade out and away är överhängande.”, (Poirier Martinsson, 2013).

Poirier Martinsson jämför Schulman med Robinson-Robban, dokusåpa-kändisen som i medierna utmålats som en pajas (Kadhammar, 2005). Han menar att Schulmans dagar i rampljuset är räknade och ifrågasätter hans respektabilitet och därmed också hans långvarighet.

Gynning stötte på liknande kritik då hon fick rollen som programledare i *Förkväll*. Dåvarande nyhetsreportern Jonas Gummesson på TV4 kallade henne och de andra programledarna för ”hårdspacklade skrikhalsar”. När Gynning skickades ut för att intervjua världens då mest uppmärksammade fotbollsstjärna Ronaldinho reagerade sportjournalisten Patrick Ekwall, också han på TV4, genom att påpeka att det var orättvist att en inom detta gebit så oerfaren person fick mer tid med fotbollsproffset än de ”vanliga” journalisterna (Esbjörnsson, 2006).

Schulman och Gynning håller på att ta sig in på en ny arena; därtill uppkommer detta nya motstånd, med ny maktkamp. Klarar de inte av att hantera motståndet blir det märkbart att de ännu inte har nått dit de vill. Om de däremot tar sig igenom denna nya form av motstånd kommer de att bli ännu mer bekräftade. Kritiken får inte nödvändigtvis odelat negativa konsekvenser. För

dem gäller det kanske att all publicitet är god publicitet.

Schulman fortsätter att varje vecka tilldelas stort medieutrymme och kommentarerna om hans person använder han som stoff till sin podcast. Att han har tillgång till flera kanaler ger honom möjlighet att kommentera andras kritik. Schulman är i podcasten dessutom uppbackad av kollegan Sigge Eklund när han blir attackerad. Eklund har stort kulturellt kapital och respektabilitet i mediebranschen bl a genom att han är son till den respekterade ekonomen Klas Eklund. De positiva texterna om Schulman ökar hans respektabilitet, men det kan även de negativa göra – beroende på vem det är som uttalar sig, på vilket sätt och i vilket forum. Att han slagit sig ihop med Eklund i podcasten ökar hans sociala kapital. Han kanske uppnår en ny form av kapital – en blandning mellan kredibilitet (trovärdighet) och respektabilitet. Samma dag som Poirier Martinssons text gick att läsa i *Expressen* (11/4-13) publicerades en insändare i tidningen *City* som berömmar Schulman för att han lagt ned sin inne/utelista, en spalt som han skrivit under många år i *Aftonbladet*. Kortfattat; en ris-och-ros-lista där han beskrivit vilka personer han tycker är intressanta och inte. När Schulman var gäst i ett program tillsammans med en annan offentlig person, som figurerat på ute-listan, blev han konfronterad med detta. Först då menar Schulman att han insåg att människor faktiskt blev ledsna och illa berörda av det han skrev. Han offentliggjorde nedläggningen av Inne/utelistan i flera olika kanaler: podcasten, krönikor, *Skavlan*, han fick dessutom uppmärksamhet i bl a *Svenska Dagbladet* och i nyss nämnda insändare av en privatperson till följd av det (Amster, 2013). Med nedläggningen tycks han ha tagit ytterligare ett steg i att gå från ond till god, han får ännu en nystart. Offentliggörandet är ett sätt att visa att han vill komma bort från den vulgaritet som är respektabilitetens andra. Det återstår att se om Schulmans och övriga exempelpersoners strategier lyckas. Jakten på respektabilitet i offentligheten fortsätter.

#### 4. Diskussion och konklusion

Från skvallerpress till erkänd författare

Från sex i tv till storsäljande konstnär

Från ”jackasses” till intellektuella folkbildare

Från *Big Brother* till *Kändishoppet*

Det är av vikt på vilket sätt exponeringen av exempelpersonerna sker eftersom mediebilderna ofta är avgörande för att vinna respektabilitet. Deras image, vad de konsumerar och vilka de rör sig omkring socialt är av betydelse. Gemensamt för alla exempelpersonerna är att de har lyckats göra sig till kändisar, det vill säga personer vars offentliga identiteter en gång skapats i medierna för att sedan på egen hand fortsätta generera nyheter (Kotler, Rein & Stoller, 1987; Holmes & Redmond, 2010), men en av dem har inte nått samma framgång som de övriga. De började alla i lågstatusens trashkultur som innehåller flera uttryck för vad som av allmänheten och medierna anses vara icke-respektabelt – det vulgära. Exempelpersonerna har försökt frångå vulgariteten och bli mer respektabla, men alla har inte lyckats.

Enligt analysen följer samtliga exempelpersoner sina habitus. Schulman, Gynning, Hammar och Wikingsson har orienterat sig mot yrken och inriktningar som anses vara finkultur för att få möjlighet att komma in i finrummen: Schulman valde litteraturen, Gynning konsten och Hammar och Wikingsson akademisk folkbildning. Schulman har ärvt ett kulturellt kapital bl a från sin morfar Sven Stolpe, Gynnings mamma Agneta Gynning är konstnär och Hammars föräldrar är båda lärare. Thelenius däremot är fortfarande kvar på den nivå hon en gång började sin karriär i den mediala offentligheten och hon porträtteras inte på samma vis i medierna som de övriga - hon har blivit ökad istället för erkänd. Thelenius har med sin arbetarklassbakgrund inte samma försprång i form av ett ärvt kulturellt och socialt kapital och har därmed inte heller fått koderna för vad som uppfattas som respektabelt eller ett skyddsnät tillskänks från början. Hon är kvar på objekts- snarare än subjektsnivå och både arbetarklassbakgrunden och det kvinnliga könet har försvårat övergången däremellan.

Att Thelenius arbetarklassbakgrund skulle påverka mediebilderna av henne skrev Åsa Linderborg

om i en tidningsartikel för flera år sedan. Trots att Gynning och Thelenius gjort avstamp i samma tv-program menade Linderborg att Gynning hade ett stort försprång med många förutsättningar, medan Thelenius istället redan var begränsad. Emellertid har både Thelenius och Gynning tydligt objektifierats under sina karriärer och inte blivit tagna på allvar på samma sätt som de manliga exempelpersonerna, som varit subjekt redan från början. Männerna har blivit bedömda efter sin prestation snarare än sitt utseende. Thelenius och Gynning har inte blivit inbjudna till tv-program som *På spåret* och *Babel*, där expertis och kunskap är nyckeln. Det har däremot både Wikingsson, Hammar och Schulman blivit.

För Gynning har föräldraskapet till viss del betytt att hon tagit ett steg mot subjektpositionen medan det för Thelenius, som hade barn redan innan sitt intåg i rampljuset och saknade en stabil familjetillvaro, inte gjort det. Förväntningarna på kvinnorna som mammor har inte gått att ta miste på. Liknande förväntningar finns däremot inte i samma utsträckning på männen utan de får mer uppmärksamhet och uppskattning när de är familjeorienterade vilket ger dem respektabilitet. Exponeringen av människans privatliv har också skiljt sig från kvinnornas och för männen visas privatlivet mer upp på deras egna villkor.

Marshall (2010) beskriver att en offentlig person kan delas upp på tre sätt: *the public self*, *the public private self* och *the transgressive self*. Begreppen hänger nära ihop med de nya medierna där offentliga personer redogör för sina vardagar. Vad som är vardag och privatliv blandas lätt ihop. Beroende på mottagare och sättet det presenteras på så får det olika innebörd. Inläggen ska ske snabbt, underhålla och dessutom leverera på flera olika plan och kanaler. Detta ökar risken för att negativa saker kommer ut – *the transgressive self* bryter igenom. Framför allt har Thelenius råkat ut för detta. Exempel är publiceringen kring att hon skulle vara misslyckad som mamma och hennes turbulenta kärleksaffärer. I viss mån gäller det också Gynning, medan de manliga exempelpersonerna har klarat sig relativt bra. Frågan är utifrån detta om kön ändå kan ses som en starkare bestämmelse av habitus än klass. Eller handlar det istället om skickligheten i att hantera *the public private self*, genom att besitta en hantverksskicklighet i att hantera olika mediekkanaler. För om det kan ses som ett hantverk så är det framför allt Schulman, Wikingsson och Hammar som vet och kan använda sig av alla de nya elektroniska medierna, är förtrogna med tekniken och med vad som krävs för att synas och höras i internetbruset.

Då exempelpersonerna bloggar eller talar i podcasts är de kontrollerade av sponsorer, de måste med andra ord ta hänsyn till vad de väljer att skriva om och säga och på vilket sätt de gör det. Däremot är gränsen ibland hårfin och inläggen publiceras i allt snabbare takt för att anpassa sig till medieklimatet. Ibland är det svårt att förutse vilka konsekvenserna av ett inlägg blir. Ett exempel är då Schulman i sin inne/ute-lista skrev nedsättande om en offentlig person. När han senare konfronteras av denna person insåg han att det han skrev faktiskt påverkar andra människor och beslutade sig därmed att lägga ned inne/ute-listan, kanske för att inte förlora respektabilitet.

Vi spelar alla på en arena; offentligheten. Gemene man använder sig av samma kanaler som de fall som studeras i denna uppsats, gemene man söker numera också respektabilitet offentligt. På samma sätt som kapital behöver verifieras för att ge innehavaren tillträde till högre nivåer så används de sociala medierna numera på liknande sätt. När någon berättar om en livshändelse på tex Facebook bestäms vikten av denna händelse genom antalet som tryckt på knappen ”gilla”, vilka som gjort det och liksom med verifieringen av kapital är det de med hög respektabilitet som väger tyngst. Uppsatsen är därmed ett kunskapsbidrag för att öka förståelsen för denna strävan.

Olika sorters kapital, respektabilitet, statusförflyttning och mediebild korrelerar och är beroende sinsemellan. Kapital genererar respektabilitet vilket leder till statusförflyttning och mediebilden av en offentlig person är avhängig var på statusstegen denna befinner sig. Samtidigt bidrar kapitalet till att positionera en individ på statusstegen. Exempelpersonerna med medelklassbakgrund har ett större ärvt kapital än de med arbetarklassbakgrund och har därför tillgång till de arenor och de statusnivåer som är nödvändiga för att få även nyvunnet kapital verifierat – att omvandla det till symboliskt kapital. Därigenom vinnas respektabilitet och en statusförflyttning möjliggörs. Subjektspositionen - att vara den skapande och definierande - ökar också denna möjlighet och positionen har varit förbehållen i synnerhet män och personer från högre klasser.

#### **4.1 Vidare forskning**

Hade förflyttningarna från vulgaritet till respektabilitet (i det mediala rummet) varit möjliga utan de sociala medierna? Vad spelar de sociala medierna för roll i kändisarnas liv och hur påverkar de

mediebilden av dem? Hur påverkar användningen av sociala medier, och självpresentationen däri, icke-offentliga personers nätverk, karriär, civilstatus o s v? Dessa frågor öppnar upp för vidare forskning.



## Referenser

Amster, H. (2007). Till minne av ett par bröst. *Svenska Dagbladet*.

[http://www.svd.se/kultur/till-minne-av-ett-par-bröst\\_199803.svd](http://www.svd.se/kultur/till-minne-av-ett-par-bröst_199803.svd) - Tillgänglig: 2013-05-14

Amster, H. (2009). Linda Rosing räds inte medierna. *Svenska Dagbladet*.

[http://www.svd.se/kultur/linda-rosing-rads-inte-medierna\\_2511705.svd](http://www.svd.se/kultur/linda-rosing-rads-inte-medierna_2511705.svd) - Tillgänglig: 2013-08-03

Amster, H. (2013). Schulman lägger ner inne/ute-listan. *Svenska Dagbladet*.

<http://blog.svd.se/kultur/2013/03/22/schulman-lagger-ner-inneute-listan/> - Tillgänglig: 2013-05-14

Axelsson, J. (2005). Inget Playboy-utvik för Linda Rosing. *Expressen*.

<http://www.expressen.se/noje/inget-playboy-utvik-for-linda-rosing/> - Tillgänglig: 2013-08-03

Bauman, Z. (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos

Bergfeldt, C. (2006). Hugh Hefner dissas Linda Rosing. *Aftonbladet*.

<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/tv/article10985178.ab> – Tillgänglig: 2013-08-03

Bergqvist, M. (2010). Linda Rosing och Peter Thelenius har gift sig. *Expressen*.

<http://www.expressen.se/noje/extra/linda-rosing-och-peter-thelenius-har-gift-sig/> - Tillgänglig: 2013-05-14

Berggren, O. (2013). Gynning: Plötsligt har ansiktena fått kroppar. *Expressen*.

<http://www.expressen.se/kvp/gynning-plotsligt-har-ansiktena-fatt-kroppar/> - Tillgänglig: 2013-05-14

Bohman, E. (2007). Nu gifter sig Linda och Fadde. *Aftonbladet*.

<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/klick/article10918790.ab> – Tillgänglig: 2013-05-14

Bourdieu, P. & Östling, B (red.) (1994). *Kultursociologiska texter*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposium

Bourdieu, P. (1996). *Homo Academicus*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposium

Bourdieu, P. (1999). *Den manliga dominansen*. Göteborg: Daidalos

Coman, M (2011). Michael Jackson's 1992 concert in Bucharest: transforming a star into a saint. A journal in 'Celebrity Studies', *Celebrity Studies*, 2, 3, pp. 277-291

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19392397.2011.609334#.UZ00HqKGGSo>

Tillgänglig: 2013-05-22

Dagens Nyheter, (2009). 00-talets mest pinsamma TV-serier. *Dagens Nyheter*.

<http://www.dn.se/livsstil/trend/00-talets-mest-pinsamma-tv-serier> – Tillgänglig: 2013-08-03

Dowell, B. (2013). Splash! Some TV is so bad it's good. *The Guardian*.

<http://www.guardian.co.uk/tv-and-radio/tvandradioblog/2013/jan/07/splash-tv-so-bad-good> –

Tillgänglig: 2013-05-14

Esbjörnsson, E. (2006). Mer kritik mot Gynning – från Ekwall. *Resumé*.

<http://www.resume.se/nyheter/2006/10/17/ekwall-kritiserar-gynning/?ar=true> – Tillgänglig: 2013-

05-14

Forsling, J. (2004). De har utsetts till Sveriges hetaste tv-par. *Aftonbladet*.

<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/tv/article10466929.ab?dxwIndex=3> Tillgänglig – 2013-08-

03

Goffman, E. (2009). *Jaget och maskerna*. Stockholm: Norstedts

Graneheim, U.H., Lundman, B. (2008). *Kvalitativ innehållsanalys*. I: Granskär, M., Höglund-

Nielsen, B (red). *Tillämpad kvalitativ forskning inom hälso- och sjukvård*. Lund: Studentlitteratur

Guba EG, Lincoln YS, (2005). Paradigmatic controversies, contradictions and emerging confluences. In Denzin N K, Lincoln YS, ed. 2005. *The SAGE Handbook of Qualitative Research 3 edition*. Thousand Oaks California. SAGE publications inc

Holmes, S, & Redmond, S 2010, 'A journal in Celebrity Studies', *Celebrity Studies*, 1, 1, pp. 1-10, SocINDEX with Full Text, EBSCOhost, viewed 6 May 2013.

<http://ludwig.lub.lu.se/login?url=http://search.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=50218736&site=eds-live&scope=site>

Herngren, M. (2008). Linda Rosing: ”Jag var ifrån min dotter i tre år”. *Mama*.

<http://www.mama.nu/Artiklar/omslagsmama-22780/Linda-Rosing-Jag-var-ifran-min-dotter-i-tre-ar> – Tillgänglig: 2013-08-03

Johansson, A (2002). Ursakta röran fällt för nazistintervju. *Resumé*.

<http://www.resume.se/nyheter/2002/09/18/ursakta-roran-fallt-for-naz/> - Tillgänglig: 2013-05-16

Kadhammar, P. (2005). Så skapas en tv-pajas. *Aftonbladet*.

<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article10569666.ab> – Tillgänglig: 2013-05-14

Kotler, P., Rein, I., and Stoller M., 1987. *High visibility: the making and marketing of professionals into celebrities*. McGraw-Hill Contemporary.

Kristensen, J. Jönsson, E. (2004). Carolina Gynning vann Big Brother. *Aftonbladet*.

<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/tv/dokusapa/bigbrother/article10455649.ab> – Tillgänglig: 2013-05-14

Lerner, T (2009). Vad gör kändisen till kändis. *Dagens Nyheter*.

<http://www.dn.se/insidan/insidan-hem/vad-gor-kandisen-till-kandis> - Tillgänglig: 2013-05-15

Liljestrand, J. (2011). Att sluta såpacirkeln. *Sydsvenskan*. <http://www.sydsvenskan.se/kultur--nojen/att-sluta-sapacirkeln/> - Tillgänglig: 2013-08-03

Lindh, K. (2013). "Alex Schulman – bekräftelseknarkare". *AB Tidningen Vi*. <http://www.vi-tidningen.se/2013/01/alex-schulman-bekraftelseknarkare/> - Tillgänglig: 2013-03-22

Linderborg, Å. (2007). Rosing & Gynning – kvinnor med klass. *Aftonbladet*.  
<http://www.aftonbladet.se/kultur/article11308804.ab> – Tillgänglig: 2013-05-14

Lindgren, L. (2005). Linda Rosing: Därför övergav jag min dotter. *Expressen*.  
<http://www.expressen.se/noje/tv/linda-roosing-darfor-overgav-jag-min-dotter/> - Tillgänglig: 2013-08-03

Marshall, P.D. (2010). The promotion and presentation of the self: celebrity as marker of presentational media. 'A journal in Celebrity Studies', *Celebrity Studies*, 1, 1, pp. 35-48.  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19392390903519057#.UZH6gJVWRI1> -  
Tillgänglig: 2013-05-14

Merriam, S.B. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund: Studentlitteratur

Montelius, M. (2009). Alex Schulman / Skynda att älska. *Expressen*.  
<http://www.expressen.se/kultur/bocker/alex-schulman--skynda-att-alska/> Tillgänglig: 2013-08-03

*Nationalencyklopedin* (2013). NE Nationalencyklopedin AB.  
<http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/alex-schulman> - Tillgänglig: 2013-03-22

Peterson, J. (2012). Gynning – ett galaproffs. *Aftonbladet*.  
<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/film/article15348380.ab> – Tillgänglig: 2013-05-14

Persson, Leif. GW. (2013). De är som två blåbär. *Expressen*.  
<http://www.expressen.se/kronikorer/leif-gw-persson/gw-om-schulmans-de-ar-som-tva-blabar/> -

Tillgänglig: 2013-05-14

Poirier Martinsson, R. (2013). Exit Schulman. *Expressen*.

<http://www.expressen.se/kultur/exit-schulman/> - Tillgänglig: 2013-05-14

Rabe, A. (2009). ”En skuggfigur av sin älskade pappa”. *Svenska Dagbladet*.

[http://www.svd.se/kultur/litteratur/en-skuggfigur-av-sin-alskade-pappa\\_2732977.svd](http://www.svd.se/kultur/litteratur/en-skuggfigur-av-sin-alskade-pappa_2732977.svd) –

Tillgänglig: 2013-08-03

Ransheim, M. (2009). Kändiskarusellen snurrar allt snabbare. *Helsingborgs Dagblad*.

<http://hd.se/noje/2009/11/20/kaendiskarusellen-snurrar-allt/> - Tillgänglig: 2013-05-22

Rågsjö Thorell, A. (2013). Lennart Ekdal till Aftonbladet. *Resumé*.

<http://www.resume.se/nyheter/tv/2013/03/25/lennart-ekdal-till-aftonbladet/> - Tillgänglig: 2013-08-03

Schulman, A. (2007). ”Att vara Alex Schulman”. *Aftonbladet*. <http://blogg.aftonbladet.se/14002/> -

Tillgänglig: 2013-03-22

Sennett, R. (2003). *Respect in a World of Inequality*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.

Sennett, R. (2006). *The Culture of the New Capitalism*. New Haven & London: Yale University Press

Skeggs, B. (1999). *Att bli respektabel. Konstruktioner av klass och kön*. Göteborg: Daidalos

Strömberg, N. (2007). Bröstet sprack. *Aftonbladet*.

<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/klick/article10915470.ab> – Tillgänglig: 2013-05-14

Torén-Björling, S. (2011). Kultursöndag: Alex Schulman. *Dagens Nyheter*.

<http://www.dn.se/kultur-noje/kultursondag-alex-schulman> – Tillgänglig: 2013-05-16

Tseëlon, E. (1998). *Kvinnan och maskerna*. Lund: Studentlitteratur

Turner, G. (2010). Approaching celebrity studies. A journal in *Celebrity Studies*', *Celebrity Studies*, 1, 1, pp. 11-20.

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19392390903519024#.UZ0PxKKGGS0>

Tillgänglig: 2013-05-22

Wiklund, L. (2010). Synd du inte så finns du inte. *Dagens Nyheter*. Bonnier AB

<http://www.dn.se/insidan/insidan-hem/synd-du-inte-sa-finns-du-inte> - Tillgänglig: 2013-05-14

Williamson, M (2010). Female celebrities and the media: the gendered denigration of the 'ordinary' celebrity. A journal in *Celebrity Studies*', *Celebrity Studies*, 1, 1, pp. 118-120

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19392390903519149#tabModule>

Tillgänglig: 2013-05-14