

Kurskod: SKOK11  
Termin: Vårterminen 2019  
Handledare: Agneta Moulettes  
Examinator: Henrik Merkelsen

# **Kungen av Instagram**

## **En kvalitativ studie om hur den traditionella bilden av maskulinitet reproduceras via Instagram**

**ANJA TUUNANEN & LINN DANIELSEN**

---

Lunds universitet  
Institutionen för strategisk kommunikation  
Examensarbete för kandidatexamen



*Ett stort tack till vår handledare Agneta Moulettes som på allra bästa sätt guidat oss genom uppsatsen. Även ett stort tack till nära och kära för deras tålamod de senaste månaderna.*

*Vi vill understryka att arbetet till lika stora delar utförts av båda författarna.*

# Abstract

---

Cultivation theory is a well-established theory within the field of mass communication. Its initial objective was to explain if and how television viewing, could influence its viewers perspective of reality and thereby also the culture in which they live. New media and more specifically social media has taken over the role of television in that it has become the main everyday source of information for most people in the western world.

Since social media then, has the ability to influence our perception of reality, our aim with the study was to explore what motivated male users of Instagram to follow the account of Dan Bilzerian, who in our opinion, is an example of someone representative of male hegemony and how this account can play a part in reproducing certain ideals of masculinity.

The results we found from our interviews with the male followers, showed that the male interviewees main reason for following Bilzerian on Instagram was idle pleasure, entertainment and that they found his account to be inspirational. The participants themselves did not define Bilzerian or the pictures he published as particularly masculine. However, we interpret the fact that interviewees found Bilzerian's account as inspirational, as them being participants to the masculine hegemony represented in the account. Therefore they participated in reproducing the same masculine ideals.

Numbers of characters including spaces: 87 989

*Keywords:* Cultivation theory, media influence, media and masculinity, masculine hegemony, media and social construct of reality, objectification

# Sammanfattning

---

Kultivationsteorin är en väletablerad teori inom forskningsfältet för masskommunikation. Teorin strävar efter att förklara huruvida Tv-tittande kan påverka sina mottagares verklighetsbild och därmed den kultur de lever i. Nya medier, såsom sociala medier, har tagit över Tv-tittandets roll i den bemärkelsen att den numera har blivit den huvudsakliga dagliga informationskällan för många i västvärlden.

Eftersom sociala medier har möjligheten att kunna påverka vår uppfattning om verkligheten, var syftet med vår studie att undersöka vad som motiverade manliga kontoinnehavare på Instagram att följa Dan Bilzerian, som enligt vår uppfattning, är ett exempel på någon som förkroppsligar den maskulina hegemonin samt hur detta konto kan reproducera ideal om hegemonisk maskulinitet.

De resultat vi fann från våra intervjuer med de manliga följarna visade att den huvudsakliga anledningen till att de följer Bilzerian på Instagram är på grund av tidsfördriv, underhållning och att de tyckte att kontot var inspirerande. Intervjupersonerna ansåg dock inte att Bilzerian eller de bilder som han publicerade var särskilt maskulina.

Vi tolkar dock det faktum att intervjupersonerna ansåg Bilzerians konto som inspirerande, som att de därmed gör sig delaktiga till den maskulina hegemonin som representeras i kontot. På så sätt medverkar de i att reproducera samma maskulina ideal.

Antal tecken inklusive mellanslag: 87 989

*Nyckelord:* kultivationsteori, medieinflytande, media och maskulinitet, maskulin hegemoni, media och socialkonstruktion av verkligheten, objektifiering



# Innehållsförteckning

---

<b>1. Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1. Syfte och frågeställningar.....	3
1.2. Avgränsningar.....	3
<b>2. Tidigare forskning.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Teoretiskt ramverk.....</b>	<b>5</b>
3.1. Media och dess effekt på kultur.....	6
3.2. Den konstruerade verkligheten.....	8
3.3. Genus och socialkonstruktivism.....	9
3.4. Maskulinitet och maskulin hegemoni.....	11
3.5. Media och maskulinitet.....	13
<b>4. Metodologisk förankring och undersökningsteknik.....</b>	<b>15</b>
4.1. Utgångspunkter.....	15
4.2. Genomförande.....	15
4.2.1. Visuell analys.....	16
4.2.2. Kvalitativa intervjuer.....	17
<b>5. Analys.....</b>	<b>20</b>
5.1. Inspiration.....	21
5.2. Den maskulina hårdheten.....	21
5.2.1. Maskulin hårdhet och vapen.....	22
5.2.2. Maskulin hårdhet och kroppen.....	24
5.3. Tolkning om maskulinitet.....	24
5.3.1. Den delaktiga manligheten.....	27
5.4. Objektivisering av kvinnor.....	30
<b>6. Slutsats.....</b>	<b>36</b>
6.1. Förslag till vidare forskning.....	40
<b>7. Referenser.....</b>	<b>41</b>
7.1. Bilaga.....	44

# 1. Inledning

---

Hur påverkade blir vi av medier? Denna fråga fick ett uppsving inom det kommunikativa forskningsfältet under 50-talet i samband med att Tv:n började bli en självklarhet i många hushåll. Forskare spekulerade kring att denna typ av media på något sätt kunde ha potential att influera det sätt som människorna såg världen på. Vid sidan om skola, kyrka och bekantskapskrets var Tv:n numera en av den största källan för informationsspridning, i synnerhet vad gäller masskommunikation (Morgan, 2012).

Under lång tid har traditionell media såsom TV och radio varit de främsta kommunikationskanalerna. I takt med internets utveckling har de traditionella medierna fått ge plats åt en ny sort av medier, nämligen de digitala och sociala medierna. Web 2.0's uppkomst har onekligen påverkat samhället på ett flertal sätt och inte minst ur ett kommunikationsperspektiv. Förenklat kan man säga att traditionella medier som TV och radio präglades av envägskommunikation med en tydlig sändare och mottagare. Dagens medier har däremot oändligt många sändare och mottagare. Relationen mellan dessa är idag mer dynamisk, det vill säga att en användare kan inneha båda rollerna samtidigt. På internetbaserade plattformar har alla användare möjlighet att göra sin röst hörd eftersom allt som publiceras är offentligt för andra internetanvändare. Till skillnad från traditionell media finns det nästintill ingen kontroll över det som publiceras i sociala medier. Denna utveckling av nya medier har underlättat för informationsspridning världen över, oavsett om informationen är sann eller inte. Statistik visar att användandet av sociala medier fortsätter att öka med nya användare årligen. Instagram är ett av de medier som växer snabbast och har ökat markant sedan det lanserades år 2010. Idag har de över 500 miljoner aktiva användare per dag (Staunstrup, 2019). Instagram är huvudsakligen ett medium som möjliggör för dess användare att på ett snabbt och enkelt sätt att publicera bilder samt videoklipp med eller utan tillhörande text, via mobiltelefoner till sina följare. Med hjälp av bland annat hashtags, likes och utforska-applikationer sprids dessa uppladdningar viralt. Genom att följa konton på Instagram får man tillgång till kontoinnehavarens uppdateringar och kan se detta i sitt flöde.

Trots att det är ett av de snabbast växande sociala medier har det forskats tämligen lite gällande hur Instagram kan påverka och influera sin publik. Tidigare studier som genomförts är bland

annat år 2015 och berör fältet psykologi, där Tiggemann & Zaccardo undersökte effekten av att kvinnor blir utsatta för så kallad "fitinspiration", *fitness inspiration*, på Instagram. Goodwill, Anyiwo, Williams, Johnson, Mattis & Watkins (2018), undersökte hur bilden av maskulinitet konstrueras bland unga afroamerikanska män i USA genom populärkultur och media.

Användarna av Instagram varierar och det är såväl privatpersoner som kändisar världen över som använder sig av mediet, varav vissa användare har större genomslag och fler följare än andra. Det finns även en möjlighet att bli känd via Instagram och ha flera miljoner följare, vilket ger titeln "insta-kändis" eller "influencer" och därmed ha en stor förmåga att influera. Bland de uppladdningar som dagligen publiceras förekommer det bland annat bilder på vältränade män och avklädda kvinnor med oftast en påkostad livsstil, vilket kan påverka de manliga och kvinnliga idealen negativt.

Sverige har, i förhållande till många andra länder, kommit längre vad gäller medvetenhet på det sätt som män och kvinnor porträtteras i media och den betydelse det kan ha för jämlikhet i samhället. Trots att det svenska samhället har utvecklats i en riktning där det tas mer avstånd från vad som ansågs och alltjämt anses vara normen för manligt och kvinnligt, ser det däremot inte likadant ut i resten av världen. I den digitala världen finns inga geografiska gränser och därav rymmer den flera kulturer vilka med lätthet blir tillgängliga för oss. Vad som också tycks präglade den digitala världen, är att den stereotypa synen på män och kvinnor fortfarande finns kvar och sprids via sociala medier. Enligt Gripsrud (2000) har medier stor påverkan på människan och är med och förmedlar idéer och tankar om vad som är rätt eller fel, manligt eller kvinnligt, naturligt eller onaturligt. Vi har blivit så vana vid mediernas ständiga närvaro i vårt vardagliga liv att vi inte alltid reflekterar över det vi ser och hör utan accepterar det och ser det som en avspeglning av verkligheten. Av den anledningen kan medier påverka våra värderingar och attityder och få oss att medvetet, eller omedvetet, eftersträva vissa ideal. I ett samhälle där hälften av populationen består av män räcker det inte att enbart kvinnorna eftersträvar och arbetar för ett mer jämlikt samhälle. Männens värderingar och ideal spelar en betydande roll i det fortsatta arbetet mot jämlikhet, därför anser vi att bilden av män som porträtteras i sociala medier bör ifrågasättas och analyseras utifrån dess manliga följare. Eftersom Instagram är ett medie som möjliggör för dess användare att följa samt ta del av olika kontoanvändares innehåll är det intressant att undersöka vad som lockar manliga kontoinnehavare till att följa på Instagram och om detta kan säga något om de rådande maskulina ideal som finns i samhället idag.



## 1.2 Syfte och frågeställningar

Genom en kvalitativ undersökning vill vi undersöka vad som får manliga kontoinnehavare att följa en känd profil på Instagram samt på vilket sätt som mediet kan bidra till att påverka manliga följarnas föreställningar kring maskulinitet. För att uppnå studiens syfte avser vi besvara följande frågeställningar:

- Vad är det som får manliga kontoinnehavare att följa en profil på Instagram som sänder ut en våldsamt bild av maskulinitet?
- På vilket sätt kan Instagram bidra till att påverka de manliga följarnas föreställningar kring maskulinitet?

## 1.3 Avgränsningar

Vi har valt att göra en kvalitativ studie där vi har valt att fokusera på en specifik person vid namn Dan Bilzerian. Anledningen till varför vi har valt att koncentrera oss på honom är för att han har en populär profil på Instagram bland män. Bilzerian brukar i media benämnas som “kungen av Instagram” och “Instagram-stjärnan” och har idag 28 miljoner följare (Aftonbladet, 2019). Bilzerian är främst känd för bilder han publicerar med vapen, högar av pengar, kraschade lyxbilar, lättklädda kvinnor och droger. Utöver vad som kan anses som provokativa bilder på vapen och på halvnakna till helnakna kvinnor har Bilzerian även gjort sig känd genom att ha anmälts för våld mot kvinnor. Bland annat har han kastat en ung tjej från ett tak in i en pool där hon bröt foten och även blivit filmad på en nattklubb där han sparkade en tjej i ansiktet. Trots detta våld och objektifiering av kvinnor på bild, fortsatte hans följarskara att öka med några miljoner om året (GQ, 2019).

Bilzerian står i kontrast till mycket av det som kan anses socialt accepterat och han förkroppsligar på olika sätt en viss typ av machoideal som vi upplever inte är förenligt med den vision av ett jämlikt samhälle som många eftersträvar idag. Av den anledningen och på grund av kontots växande popularitet bland män har vi valt att avgränsa oss och studera detta fenomen.

## 2. Tidigare forskning

---

Flera författare och forskare är eniga om att medier kan spela en avgörande roll för konstruktionen av genus i ett samhälle (Popa & Gavriľiu, 2014; Jarlbro, 2006; Goodwill et al., 2018; Pang & Hill, 2018; Gauntlett, 2010; Tiggemann & Zaccardo's 2015)

En av de studier som utgår från ett konstruktivistiskt perspektiv är Goodwill et al. (2018). De undersöker hur bilden av maskulinitet konstrueras bland unga afroamerikanska män i USA genom att ta del av männens egna reflektioner om populärkulturens samt medias roll och hur det definierar deras syn på maskulinitet. De fann att kända manliga förebilder inom populärkulturen påverkade deras uppfattning om maskulinitet. Även Pang och Hill (2018) har undersökt ungdomar i USA, men till skillnad från Goodwill et al. så har de fokuserat på kinesiska ungdomar och hur de representeras i förhållande till deras etnicitet. Enligt författarna fungerar sociala medier som inflytelserika sociokulturella krafter i samhället vars budskap bland annat påverkar vår uppfattning om genus och om oss själva. Författarna argumenterar för att i kontexten för den digitala eran, är sociala medier ett system av representation för identitet, kultur och gemenskap. I Tiggemann & Zaccardo's studie (2015) ligger fokus på att undersöka effekten av att kvinnor blir utsatta för så kallad "fitinspiration", *fitness inspiration*, på Instagram och jämföra det med hur de påverkas av att bli utsatta för bilder på resor. I denna kvantitativa studie talar de för att kvinnor blir negativt påverkade av att se dessa inspirationsbilder och får sämre självkänsla samt blir mindre nöjda över hur deras kropp ser ut eftersom de jämför sig istället för att motiveras utav bildernas innehåll.

I en studie av Rodriguez & Hernandez (2018) undersöker författarna en Instagram-profil som är riktad till medlemmar i studentföreningar i USA, där medlemmar kan betygsätta och kommentera olika kvinnliga studenters utseende. Syftet med studien var att undersöka hur bilderna och kommentarerna till dessa fungerade som ett sätt att upprätthålla maskulin hegemoni. En bildanalys visade att kvinnorna porträtteras i sexuella positioner, lättklädda och ofta storbystade. I studien genomfördes även en diskursanalys av texten vilket avslöjade kommentarer som tydligt objektifierade kvinnorna och som till och med kunde anses som misogyna. Den interaktion som möjliggjordes på mediet med kommentarer, dialoger och taggningar menar författarna på inte bara fostrade och reproducerade en maskulin hegemoni

som var full av objektifiering av kvinnor. Med hjälp av stöd från andra följare legitimerades även den maskulina hegemonin.

Även Gibbs, Intravia, Paez & Wolff (2017) kommer fram till att medier har förmågan att påverka vår uppfattning om verkligheten. Författarna undersökte huruvida konsumtion av olika sorts media kan relateras till rädsla hos en individ, i detta fall unga vuxna. Dessa medier delades i tre kategorier; övergripande sociala medier, allmänna nyheter och brottsrelaterat innehåll. De talar för att sociala medier är det nya och moderna sättet att samla, sprida och tolka information samt att det är ett unikt media med tanke på dess multifunktionella egenskaper. De anser att det är av högsta relevans att undersöka sociala medier då det möjligen är en oidentifierad källa till uppbyggnad av rädsla för brott bland samhällsinvånare. En slutsats som de kommer fram till är att oavsett om det är en minoritet som faktiskt har blivit utsatta för brott, direkt eller indirekt, så är det ett högt antal som uttrycker stark oro gällande brottslighet. Denna oro förstärks genom sociala medier eftersom det kan öppna upp för möjligheten för mottagarna att diskutera brott och söka ytterligare information om brottsrelaterade händelser.

Tyngdpunkten i den tidigare forskningen ligger på de mer traditionella massmedierna som sprids via Tv:n, så som nyheter, film och reklam. Detta har ett inflytande på vår kultur och uppfattning av verkligheten (Popa & Gavrilu, 2014). Forskningen om digitala- och sociala mediars inflytande kring genus och mer specifikt, maskulinitet, upplever vi inte vara lika utforskat. Detta märker vi dels genom att den forskning som behandlar ämnet är starkt begränsad och dels därför att de flesta studier är relativt nyligen publicerade.

Eftersom medielandskapet har genomgått en stor förändring där digitala- och sociala medier numera utgör en stor del av vår dagliga mediekonsumtion, är det relevant att undersöka den påverkan som dessa medier kan ha på vår uppfattning om maskulinitet. Vi hoppas med vår studie kunna bidra till mer kunskap och fler insikter till detta "nygamla" forskningsfält.

## 3. Teoretiskt ramverk

---

*I det här kapitlet kommer studiens teoretiska ramverk att presenteras. Teorierna syftar till att ge underlag för vår analys av mediers påverkan på konstruktionen av maskulinitet. Nedan kommer vi att redogöra för kultivationsteorin som förklaring till hur medier påverkar vår kultur och därmed vår uppfattning om verkligheten. Vi kommer även att redogöra för konstruktionen av genus och könsidentitet och slutligen hur medier kan bidra till att konstruera föreställningar om maskulinitet.*

### 3.1 Media och dess effekt på kultur

“If a man were permitted to write all the ballads, he need not care who should make the laws of the nation” (Andrew Fletcher citerad i Morgan 2012:1)

Detta talesätt citerades ofta av författaren och kommunikationsforskaren George Gerbner. Hans teorier var att ballader, eller rättare sagt de historier som på olika sätt reproduceras i en kultur, gav liv åt våra drömmar och våra idéer om verkligheten och kunde därmed ha makt att påverka våra tankar och handlingar.

Gerbner är grundaren till en av de mest välkända teorierna inom masskommunikation nämligen Cultivation theory, eller på svenska, *kultivationsteori*. Kultivationsteori handlar om att förstå de kulturella och sociala effekterna av media, hur människor formar sin verklighet och sin syn på världen utifrån medias representation av denna och hur det i sin tur påverkar och formar människors tankar, idéer och värderingar (Morgan, Shanahan & Signorielli, 2015). Han bedrev sin forskning om masskommunikation från 50-talet och framåt och intresserade sig huvudsakligen för Tv:n och dess inverkan på kultur eftersom TV var dåtidens främsta mediasändare. Enligt Gerbner hade dess explosivitet överskridit historiska barriärer och blivit den främsta källan till vardaglig information och socialisering (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli 1986; Morgan, 2012).

Han kunde vid flera tillfällen genom sin forskning, påvisa att de som ideligen tittade på TV hade en annan uppfattning om verkligheten jämfört med dem som inte tittade på TV lika ofta,

oberoende av både kön och utbildningsnivå. Bland annat visade det sig att de som ofta tittade på TV och program som innehöll våld överskattade antalet våldsbrott i samhället samt upplevde en högre risk att själva bli utsatta för brott (Morgan, 2012). Likaså fann Gerbner att Tv-tittande hade en koppling till människors sannolikhet att ge medhåll för ett sexistiska synsätt. TV-programmen hade nämligen under den tiden som forskningen bedrevs, inte följt med i samhällets sociopolitiska svängar och porträtterade därmed en något mer förlegad bild. Fler studier har sedan dess kunnat styrka de resultat som Gerbner funnit i sin forskning. Bland annat genomförde Kaveh och Alitavoli (2018) en liknande undersökning om det fanns ett samband mellan konsumtion av Tv-nyheter och rädsla att bli utsatt för brott. Resultaten visade att de som ofta tittade på nyheter överskattade risken att bli utsatta för brott jämfört med gruppen som inte såg på Tv-nyheter lika ofta. En stor del av det vi vet, eller det som vi tror vi vet, är enligt Gerbner inte baserat på faktiska personliga erfarenheter, utan mycket av det vi vet är baserat på de historier vi hört (Morgan, 2012). Gerbner's forskning påvisar alltså att media har förmågan att påverka vår bild av verkligheten.

Gerbner's definition av kommunikation är: *interaktion genom meddelanden*. Meddelanden är de budskap som vi uppfattar i ett givet kommunikationssammanhang, det vill säga själva innehållet i kommunikationen. Deras produktion, distribution och konsekvenser är det som borde utgöra kärnan för kommunikationsforskning enligt Gerbner (Morgan, 2012).

De meddelanden och bilder som omger oss formar nämligen en symbolisk miljö som både reflekterar och reproducerar det sätt som vi ser på världen. Den symboliska miljön avslöjar i sin tur sociala och institutionella förhållanden eftersom meddelandena antyder påståenden, antaganden och synpunkter som endast är begripliga i den kontext och de sociala relationer där de är producerade (Morgan, 2012). En analys av dessa meddelanden i ett visst kommunikationssammanhang kan ge forskaren insikt i att förstå de underliggande relationerna och avslöja något om det system och de strukturerna vilka producerade dem, på ett sätt som deras publik eller avsändare inte alltid är medvetna om eller kan urskilja (Morgan, 2012). Enligt Gerbner är syftet med att analysera meddelanden att förstå större sociala och kulturella mönster och de underliggande institutionella dynamikerna som producerar dem. Det är viktigt eftersom meddelanden reflekterar inte enbart utan reproducerar, legitimerar och rekonstruerar dessa relationer och sammanhang.

Forskning inom kommunikation bör ägna sig åt att undersöka de mål, intressen och antaganden som inte ifrågasätts och analysera rollen av mediekommunikation inom ett visst socialt system. Den kritiska forskning ska försöka förstå de normativa aspekterna av olika kommunikationssammanhang.

“We may study a series of whiskey advertisements, not to determine their effect on sales, or on ideas about whiskey, but to make some inferences about more subtle social relationships recorded and reflected in them. Such as the frequency with which their image of “the good life” involves the services of negro waiters or philipino busboys”.

(Gerbner i Morgan, 2012:21)

Enligt Morgan (2012) bör forskaren ägna sig åt att hitta de gömda men återkommande budskapen i de meddelanden och de mönster som vanligtvis “flyr från vår medvetenhet och granskning”, eftersom dessa reflekterar kulturens och i de flesta fall publikens antaganden, idéer, värderingar och förutfattade meningar (Morgan, 2012). Syftet med den kritiska kommunikationsforskningen är inte enbart att exponera den ideologiska världssynen och dess skapare, utan framförallt att avslöja de konkreta strukturer, relationer och bestämmande faktorer som producerar och ger liv åt dessa (Morgan, 2012).

Enligt Gerbner så fastställer och upprättar olika meddelandesystem den gemensamma kulturen. Meddelanden kultiverar de villkor på vilka de är fastställda, oberoende på om vi håller med budskapet i meddelandet eller. Med andra ord har det inget betydelse ifall vi är väl medvetna om att det vi betraktar på olika medier är en påhittad historia, det förser oss ändå med fakta och intryck om livet och världen, vilket påverkar vår bild av verkligheten och därmed vad vi antar som sanning. Gerbner argumenterade inte för att meddelanden determinerar och är orsak till våra tankar och handlingar, utan snarare att de förstärker och informerar oss om meningen av det vi redan tycker, tänker, säger och gör. Meddelanden i en kultur skapas nämligen inte ur tomma intet utan konstrueras från tidigare beständiga kulturella uppfattningar och bilder som redan finns tillgängliga.

### **3.2 Den konstruerade verkligheten**

Kaveh och Alitavoli (2018) hävdar att den sociala verkligheten skapas utifrån fyra olika kunskapskällor. Dessa kunskapskällor är personliga upplevelser, viktiga personer i sin närhet såsom vänner och familj, andra sociala grupper såsom skola och slutligen media. Utifrån dessa kunskapskällor skapas tre olika verkligheter som är *upplevd verklighet*, *symbolisk verklighet* och *socialt konstruerad verklighet*. Upplevd verklighet är skapad utifrån den vardag vi genomgår varje dag och vår interaktion med andra människor och institutioner såsom skola,

medan symbolisk verklighet främst är skapad av populärkultur och media. Den socialt konstruerade verkligheten är skapad utifrån en mix av den upplevda och den symboliska verkligheten. Den består av ting som möjligtvis inte har blivit personligt bevittnade men som är saker man tror är sanna eller som har hänt. Den socialt konstruerade verkligheten är alltså den totala verkligheten och kunskapen som bidrar till att vi känner att vi har ett grepp om verkligheten och kan relatera till saker som sker (Kaveh & Alitavoli, 2018). Därav uppfattar och bildar alla sin egen uppfattning om verkligheten eftersom den baseras på erfarenheter och den symboliska verklighet som vi utsätts för. Det finns alltså en koppling mellan socialkonstruktivism och kultivationsteori då kultivationsteorin kan inbegripa både den symboliska verkligheten genom media men även den upplevda verkligheten eftersom media i sin tur också påverkar de personer och till viss del även de institutioner som vi interagerar med dagligen, såsom vänner, familj och skola, vilka påverkar vår upplevda verklighet. Idag lever vi dessutom i ett samhälle där majoriteten av alla i västvärlden använder sig utav olika medier i större utsträckning än någonsin tidigare. Vår symboliska verklighet har därmed blivit större.

### **3.3 Genus och socialkonstruktivism**

I de allra flesta kulturer tillskrivs män och kvinnor olika könsidentiteter, det vill säga olika ideal, beteenden och karaktärsdrag som anses lämpliga och normativa för deras respektive kön. Även om samhällsvetare anser att det finns signifikanta likheter mellan kulturer så hävdar MacKinnon, (2003) att dessa ideal och identiteter förändrar sig över tid och skiljer sig mellan kulturer.

Idén om att dessa ideal och normer är föränderliga över tid är något som präglade det feministiska forskningsfältet under 70-talet och det är denna teori som har kommit att förändra det sätt som vi numera vanligtvis betraktar manliga och kvinnliga könsidentiteter på. Det feministiska forskningsfältet var först med att särskilja kön från genus, där kön betecknar det biologiska könet och genus betecknar det sociala könet, det vill säga de föreställningar och tankar om könsidentitet som en kultur enas kring och på olika sätt upprätthåller (Jarlbro, 2006). Utifrån detta har vi numera frångått att betrakta könsidentiteter som något vi föds med, till hur vår sociala omgivning och kultur formar och konstruerar dessa (Jarlbro, 2006; Popa & Gavrilu, 2014)

Den svenske antropologen Kulick (1987) tolkar genus på följande sätt:

Genus baseras på en kulturell tolkning av de biologiska skillnaderna mellan män och kvinnor. Det är viktigt att framhålla att det inte är de biologiska skillnaderna i sig som utgör genus, utan tolkningen av dessa. Det betyder att biologi alltid upplevs genom kultur, genom "översättning" i termer av symboler och idéer som vi använder oss av i vårt vardagliga liv. Biologi "talar" inte för sig själv. Den måste tolkas så att den stämmer överens med andra kulturella föreställningar som vi har så att den framstår som "naturlig".

(Kulick, 1987; i Jarlbro, 2006)

Ytterligare en definition av genus är denna från Connell (2003):

"Ett sätt att se på rollbegreppet inom genus, innebär att kvinnor och män följer en allmän uppsättning förväntningar som är knutna till deras kön- det vill säga könsroller. Enligt detta synsätt finns det alltid två könsroller inom alla kulturella miljöer, en manlig och en kvinnlig. Maskulinitet och femininitet kan tämligen lätt tolkas som internaliserade könsroller, det vill säga produkter av inläring och socialisation."

(Connell, 2003 s. 39)

Denna distinktion mellan kön och genus kom att bli väldigt betydelsefull för den forskning och de teorier om maskulinitet som vi känner till idag. Idén är att både maskulinitet och femininitet är socialt inlärdade roller och eftersom rollerna är socialt konstruerade så kan de också förändras genom sociala processer (Connell, 2003). Majoriteten av de moderna teorier som handlar om maskulinitet har på grund av feminismen ett socialkonstruktionistiskt perspektiv. (Johansson 2000; Jarlbro, 2003; Connell, 2003; MacKinnon, 2003). Motsatsen till det socialkonstruktivistiska perspektivet skulle vara att istället utgå ifrån att vårt medfödda kön är det som bestämmer våra könsroller. Det vill säga att biologin föregår den sociala och kulturella miljön. Detta synsätt brukar benämnas som det traditionella synsättet eftersom det var just denna syn som präglade mycket av den tidigare forskning och teorier om könsidentiteter (Jarlbro, 2006).



Eftersom maskulinitet utgick enligt det traditionella synsättet, från männens kroppar och att dessa var naturliga bärare av maskulinitet, ansågs maskuliniteten under lång tid ha en biologisk förklaring. Även efter etableringen av begreppet genus, eftersom detta till sin början ansågs vara något som berörde kvinnor (MacKinnon, 2003; Jarlbro, 2006). Med hjälp av hormoner och anatomi försökte den biologiska teorin att rättfärdiga vissa beteenden som ansågs typiskt maskulina, såsom aggressivitet, promiskuitet, tävlingslust, hierarki och som Connell (2003) lite skämtsamt uttrycker det, "lusten att bilda herrklubbar" (Connell, 2003; MacKinnon, 2003). Evolutionsbiologer som anser att sexualitet har sin koppling till biologin brukar ofta göra direkta jämförelser mellan människor och djur. Våldtäkt har i denna bemärkelse kunnat förklaras i termer av en manlig sexdrift, vilken antas vara naturlig och till och med ostopptbar (MacKinnon, 2003).

Än idag är det flera kulturer som fortfarande omfamnar idén om att könsroller är något medfött och därmed biologiskt kopplat. (Jarlbro, 2006; MacKinnon, 2003) Vi är införstådda med att det inte helt går att utesluta att biologin och att det till viss del kan påverka aspekter som rör könsidentitet. Men vi anser ändå att en stor del av föreställningar kring genus och beteende, med stöd i teorin, är bäst förklarade i relation till det sociala.

### **3.4 Maskulinitet och maskulin hegemoni**

Sedan Freud och psykoanalysens början har man försökt att förstå och förklara koncepten kring maskulinitet och femininitet (MacKinnon, 2003; Connell). Redan då konstaterade Freud att maskulinitet och femininitet tillhörde de mest förvirrade begrepp som presenterats inom vetenskapen och om vi försöker undersöka dessa begrepp på ett logiskt sätt, då "irrar de omkring" och visar sig vara både svårfångade och besvärliga att definiera (Connell, 2003).

Trots det så bygger vi en hel del av våra handlingar på just dessa begrepp.

Enligt psykoanalysen kan maskulinitet delvis förstås i kontrast till det som det exkluderar, nämligen det feminina (Connell, 2003). Enligt denna uppfattning bygger maskulinitet och femininitet på relationer och de får således mening i relation och i kontrast till varandra. Johansson (2000) menar att det ändå finns en klassisk eller generell identitetsformel som kan appliceras på män, nämligen: *sport, snabba bilar* och *snygga brudar*. Denna formel går att urskilja både i reklamvärlden och inte minst populärkulturen. Tävlingslust, militär träning, hårt fysiskt arbete och vikten av att visa upp och upprätthålla det "hårda" är sådant som Johansson (2000) också menar ses som typiskt manligt. Precis som psykoanalysens definition

så står dessa attribut i kontrast till det kvinnliga som istället uppfattas som mjukt och känslösamt. Konsekvensen av detta enligt Johansson (2000) är att det banar väg för en kultur där männens känslor förnekas eller förkastas. Känslor blir på så sätt inte en del av den maskulina normen. Snabba bilar kan ses som ett tecken på mannens vilja att våga ta risker men det kan även ses som ett tecken på ekonomisk status. Enligt MacKinnon (2003) uppfattas inte maskulin styrka enbart genom dennes fysik utan även genom rikedomar och yrkesmässig framgång. Han förklarar myten om maskulin självsäkerhet som att den är förkroppsligad i "inspirerande uppvisningar av självförtroende och framgång".

Enligt MacKinnon (2003) kan de rådande maskulina idealen inom en viss kultur summeras i termen av maskulin hegemoni. Maskulin hegemoni kan även definieras som den genuspraktik som för tillfället håller det accepterade svaret på manlig legitimitet (Connell, 2003). Begreppet hegemoni härstammar från Granskis (1992) tidigare analyser av klassrelationer och syftade till den kulturella dynamik som möjliggjorde att en viss grupp kan hävda och upprätthålla en dominant position över andra i samhället (Connell, 2003). Begreppet hegemoni inbegriper med andra ord att det finns en viss ordning eller hierarki i samhället. Det handlar bland annat om kvinnors underordning till den hegemoniska manliga positionen, men även hierarkier män emellan. Hierarkin bland män utgörs enligt Connell (2003) av följande positioner: *hegemonisk dominant*, *delaktig* och *underordnad*. Den "*hegemoniska dominant*" positionen, är det kulturella idealet av maskulinitet. Denna behöver inte vara den form av maskulinitet som faktiskt praktiseras, utan de faktiska personligheterna bland männen i ett samhälle kan ofta visa lite överensstämmelse med de kulturella idealen av maskulinitet. Det kan till och med vara så att hegemonisk maskulinitet behöver fantasifigurer för att förkroppsliga den särskilda sortens maskulinitet som är idealet. Ofta används exempelvis superhjältar eller sportstjärnor som ett sätt att förkroppsliga den maskulina hegemonin. (MacKinnon, 2003; Connell, 2003). Verkliga eller inte så menar Connell (2003) att dessa kan ha ett starkt inflytande över vilka värden som upphöjs till normativa och eftersträvaransvärda.

Majoriteten av männen i ett samhälle lever inte upp till den hegemoniska dominant positionen utan har enligt Connell (2003), ett mer komplicerat förhållande till den. Vad han benämner som den "*delaktiga manligheten*" är komplext därför att den präglas både av en närhet till den hegemoniska positionen, i form av allians eller medlöperi- och ständiga kompromisser och förhandlingar med de kvinnor som dessa män delar sitt vardagliga liv med (Connell, 2000). Trots att denna förhandling i privatlivet har förmågan att förändra konstruktionen och deras uppfattning om manlighet så menar Johansson (2000) att det är lätt för män att falla tillbaka till den hegemoniska maskuliniteten. Även om dessa män inte följer

det hegemoniska mönstret så drar de ändå fördel av den genom att tillgodogöra sig den "patriarkaliska utdelningen", det vill säga de fördelar män vinner av kvinnornas underordnade ställning, utan bli utsatta för de spänningar och risker det innebär att befinna sig i frontlinjen. Det är frestande att se dem som en svagare version av den hegemoniska maskuliniteten, exempelvis skillnaden mellan dem som hejar på fotbollsmatcher och de som faktiskt spelar (betraktare vs. agerare). Det går att dra paralleller mellan den delaktiga manligheten och det som Jarlbro (2006) benämner som genusslentrism, det vill säga vanemässiga, omedvetna, oflekterade och upprepade skildringar av manlighet och kvinnlighet. Detta slentrismmässiga sätt att skildra genus beror inte på någon konspiration utan är just omedvetet och upprätthålls av både män och kvinnor, eftersom män såväl som kvinnor kan vara delaktiga i att upprätthålla den maskulina hegemonin (Connell, 2003). Genom en omedveten delaktig ställning kan de därför enligt Connell (2003) lätt övertyga sig själva om att samhället har uppnått en jämlikhet och att feminismen därför är något överflödigt och överdrivet.

En fortsatt strävan efter jämlikhet leder i bästa fall till att motverka traditionella könsroller. Men Johansson (2000) menar på att risken finns att det upplevda hotet mot den trygghet som tidigare förknippats med fasta roller och en klar arbetsfördelning också kan bidra till att förstärka den så kallade köns polariseringen. Detta kan bland annat ske i form av vad han benämner som reritualiseringar av det manliga och "gamla", beprövade. Olika ritualer återanvänds för att stärka den manliga dominansen. Den mest primitiva varianten av detta tar sig uttryck i sexuellt våld och i ett förringande av kvinnor (Johansson, 2000).

### **3.5 Media och maskulinitet**

Enligt bland annat Kaveh och Alitavoli (2018) samt Jarlbro (2006), fungerar medierna som en del av vår symboliska omgivning och erbjuder oss dagligen återkommande referensramar och förutfattade uppfattningar om världen som kan påverka våra personliga och kulturella ideal. Det sätt som maskulinitet framställs på i media har alltså förmågan att påverka vår uppfattning och definiera vad dessa maskulina ideal är.

Enligt Ekman (1998) är media inte en blank yta som enbart speglar attityder i samhället utan har också makten att skapa dem. Den bild som media förmedlar av män och kvinnor behöver likt den hegemoniskt dominant positionen, inte heller ha någon verklig motsvarighet. Däremot har dess budskap makten att påverka oss när det gäller hur vi borde vara. När medier dagligen

presenterar samma version av en verklighet för sina följare, menar Ekman (1998) att det är klart att det till slut påverkar vår uppfattning om vad som vi tror är verkligt och sant.

Liksom alla sociala konstruktioner så är maskulinitet och maskulin hegemoni beroende av sociala överenskommelser som behöver etableras och reproduceras för att kunna befastas i vårt medvetande. Enligt MacKinnon (2003) är populärkultur och media i hög grad delaktiga i att forma olika typer av maskulin hegemoni. Populärkultur och media har den funktionen att den kan skapa och stödja publikens och allmänhetens uppfattning om vad som anses som "sunt förnuft" och därmed förmågan att framställa vissa sociala konventioner som normala och naturliga. Media har även den funktionen att den kan få vissa viktiga politiska och samhällliga frågor att försvinna i vad Ekman (1998) kallar mediesmeten, eftersom att det "ursäktas" som underhållning. Förutom att innehållet ofta handlar om jakt, motorsport och bystiga kvinnor som belyses ur olika perspektiv har Gauntlett (2008) i sin forskning av manliga veckotidningar noterat att dessa innehåller mycket ironi och har en skämtsam ton om viktiga samhällsfrågor. Denna skämtsamhet och ironi har just den funktionen att underhålla läsaren samtidigt som ämnen som sexism kan ursäktas därför att det är förklätt som ett skämt. På så sätt bygger avsändaren upp ett slags skydd mot yttre attacker på grund av principen att; "de som saknar humor kommer ändå inte att förstå" (Gauntlett, 2008). Denna metod bidrar på så sätt till att fortsatt underhålla och normalisera den maskulina hegemonin eftersom det är svårare att argumentera mot ett skämt. Enligt Ekman (1998) är det lätt att se dessa veckotidningar som ett oviktigt tidsfördriv. Men hon menar på att det är farligt att underskatta mediernas genomslagskraft och att man framförallt måste vara uppmärksam på vilket budskap de förmedlar. Exempelvis menar Ekman (1998) på att kvinnor tidigt genom media lär sig att bygga upp sin självbild utifrån en manlig norm och att därmed se sig själv som ett objekt. I en manlig heterosexuell sexualitet är det alltid kvinnan som är objektet och eftersom sexualitet flitigt används i bland annat reklamsammanhang så resulterar det i en rad objektifierande stereotyper. Detta påverkar i sin tur samhällets syn på kvinnan och därmed jämlikheten mellan könen (Ibid) Sammanfattningsvis verkar det som om det existerar en beständig kulturell uppfattning om att det råder en nästintill oföränderlig relation mellan män och våld och att detta är en naturlig och genetisk komponent i maskuliniteten. (MacKinnon, 2003). Inte minst kommer detta till uttryck i sportsammanhang, i film och TV. Även om det finns många som motsätter sig denna idé är dessa föreställningar svåra att bryta sig loss ifrån eftersom de kontinuerligt blir bekräftade just genom media och populärkultur. Enligt MacKinnon (2003) kan våldet också ha den funktionen att den tillåter männen att visa upp sina kroppar, vilken ofta är förknippad med deras fysiska styrka, utan att riskera att bli objektifierade.

# 4. Metodologisk förankring och undersökningsteknik

---

*I detta kapitel kommer vi att presentera utgångspunkter och genomförande samt analysmodell som använts i studien.*

## 4.1 Utgångspunkter

I denna uppsats utgår vi från ett socialkonstruktivistiskt perspektiv vilket innebär att vi delar Berger och Luckman's (1966) antagande om att vår bild av verkligheten är skapad mot bakgrund av den kultur och det sociala sammanhang vi befinner oss i. Eftersom människans kunskap om verkligheten utvecklas, överförs och underhålls i sociala situationer är det forskarens uppgift att försöka förstå de processer som omvandlar denna kunskap till verklighet och på så sätt etablerar vad som är sant och inte inom en specifik kontext (Ibid). Eftersom analysen i vårt fall bygger på uttalanden från ett begränsat antal personer så kan vi inte dra några generella slutsatser. Det som är verkligt och sant är med andra ord begränsat av intervjupersonernas kunskap och det sammanhang som vår studie utförts i.

I denna uppsats utgår vi från och behandlar ämnet maskulinitet som en social konstruktion genom att studera hur maskulin hegemoni överförs och underhålls i sociala medier.

## 4.2 Genomförande

Vi har valt att använda oss av en kvalitativ metod som grund för vårt arbete där begreppet tolkning är centralt eftersom kvalitativ forskning är tolkande forskning (Alvehus, 2013). En god tolkning bidrar till att människor får tänka till - och tänka om. Tolkningen ska i viss mening bekräfta och bygga på människors föreställningar men också utmana och problematisera dem. Tolkning belyser i sin tur det intressanta som finns i varje särskilda fenomen. (Alvesson & Sköldberg, 2008)

Övergripande handlar kvalitativa metoder om att tolka och förstå den sociala världen och kommer bäst till användning i de fall man vill uppnå djupare förståelse för olika fenomen och

den variation som ryms i dessa (Bryman, 2018; Ekström & Larsson, 2010). Syftet med denna metod är inte att komma fram till en generaliserbar sanning, utan snarare att undersöka hur vi betraktar vår omvärld samt att bidra till en mer nyanserad förståelse av den. Kvalitativ metod intresserar sig för mening och komplexitet till skillnad från kvantitativ metod som snarare fokuserar på pröva att statistiskt verifierbara samband (Alvehus, 2013). Anledningen att vi valde en kvalitativ metod var att vi var intresserade av att undersöka varför olika individer väljer att följa specifika individer på Instagram och hur de påverkas av deras bilder på kontot. För att få svar på våra frågeställningar behövde vi en metod där vi kan tolka vad personerna berättar för oss istället för en metod som söker efter statistiska samband. Med anledning av detta lämpar sig inte en kvantitativ metod för vår studie. Värt att nämnas är att kvantitet kan ha en viktig roll för studien i det kvalitativa arbetet. Det kan ha betydelse för huruvida ett fenomen är återkommande eller inte. Exempelvis ifall ett flertal intervjupersoner talar om vissa begrepp eller teman under intervjutillfället så är detta av intresse eftersom det pekar på att det inte är en engångsföreteelse. Även en avsaknad av vissa begrepp eller teman är av intresse då dess frånvaro också kan ha en betydelse (Alvehus, 2013).

För att besvara våra frågeställningar valde vi att använda oss utav undersökningsmetoder vilka är vanligt förekommande för kvalitativa studier, nämligen intervjuer samt visuella metoder i form av en bildanalys. Nedan kommer vi att redogöra mer ingående för dessa metoder.

#### ***4.2.1 Visuell analys***

Eftersom vi valde att besvara våra frågeställningar med hjälp av Instagram föll det sig naturligt att en del av vår insamlingsmetod utgjordes av en visuell analys av de bilder som Instagramprofilen valt att publicera på sitt konto. Bilzerians Instagram-konto blev föremål för vårt empiriska underlag eftersom hans konto representerar något som många män verkar gilla och gärna vill följa samt se mer av. Att kontot har 28 miljoner följare är av relevans då det tyder på att hans budskap sprids med stor omfattning och når ut till många människor världen över. Bilder är intressanta att studera därför att de ger oss information som kräver lite av oss att processa, tills skillnad från om vi hade läst en text.

Trots att vi idag lever i ett samhälle där nya medier till stor del är bildbaserade och ger oss möjligheten att både skapa och dela bilder med varandra har visuella metoder inom samhällsvetenskapen och strategisk kommunikation varit begränsade (Eksell och Thelander, 2014)

För att kunna arbeta med bilder i en studie behövs emellertid strategier för detta. Thelander (Eksell & Thelander, 2014) tar upp fyra olika strategier utvecklade av Petersen & Östergaard (2015), som behandlar olika sätt att arbeta med bilder; *dokumentation*, *bildanalys*, *elicitering* samt *deltagande visuell metod* - vilka kan delas in i två dimensioner. Den första dimensionen skiljer mellan forskare som studerar bilder som en symbol där bilden utgör det empiriska materialet och bilder som används som empiriskt hjälpmedel vid intervjuer. Den andra dimensionen gör skillnad mellan bilder som producerats av intervjupersonen eller bilder som producerats av forskaren eller en annan part och som redan existerar och finns tillgängliga. (Eksell & Thelander, 2014) I vårt arbete har vi använt oss av redan existerande bilder vilka publicerats av Instagram-profilen Dan Bilzerian och vi har även använt oss utav bilder som empiriskt hjälpmedel för intervjun där vi valde ut fyra bilder vilka vi ansåg vara representativa för de mest återkommande kategorier av bilder på Instagram-kontot. Eftersom bilderna användes som hjälpmedel för intervjuerna samt att dessa redan fanns publicerade faller vår visuella analys under strategin för *elicitering*. Syftet med strategin är att analysera intervjupersonernas berättelse och respons på bilderna och det är deras tolkning som står i fokus. Enligt Thelander (Eksell & Thelander, 2014), kan intervjuer med hjälp av fotografier bidra till en ökad kunskap om det fenomen som ska studeras och det kan göra det lättare att tala om obekanta fenomen samtidigt som det också underlättar att tala om bekanta, vardagliga och för-givet-tagna fenomen. En annan fördel med att använda bilder som hjälpmedel under intervjun är att om ämnet är känsligt så möjliggör det för intervjupersonen att tala genom bilden snarare än om bilden.

Den kritik som har riktats till metoden är att valet av bilderna från forskaren kan styra intervjun och den kunskap som genereras, samt skapa hinder för intervjupersonen att ge uttryck för sina intryck och uppfattningar (Eksell & Thelander, 2014). Valet av bilder kan få stor betydelse för vad som blir möjligt att diskutera under intervjun och valet kräver därför stor omsorg. Dock menar Thelander (Ibid), att om syftet är att förstå hur olika individer tolkar och skapar mening kring vissa bilder eller kategorier av bilder så uppstår inte samma problem.

Eftersom Bilzerian's Instagram-konto innehåller över 1000 publicerade bilder började vi med att kategorisera bilderna utifrån vilka vi ansåg var de mest återkommande och därmed mest representativa för kontot i helhet och som vi kunde visa upp för intervjupersonerna. Vi kom fram till att kategorierna vapen, objektifiering av kvinnan och träning var de teman och typer av bilder vilka förekom mest.

#### **4.2.2 Kvalitativa intervjuer**

Syftet med en kvalitativ intervju är att få insikt i intervjupersonernas tankar och erfarenheter genom dialog och på så sätt skapa en gemensam förståelse. (Ekström & Larsson, 2010). Anledningen till att vi valde att göra kvalitativa intervjuer är att vi i vårt samtal med intervjupersonerna kan få ta del av deras tankar och erfarenheter. I redogörelsen av kvalitativa intervjuer förklarar Eksell & Thelander (2014) att om man applicerar intervjuer på rätt sätt så kan intervjuer möjliggöra för forskaren att se världen ur en annan människas perspektiv och på så sätt bidra med djup, detalj och förståelse för det fenomen vi vill veta mer om.

För att besvara vår frågeställning intervjuade vi sex stycken manliga följare till Instagram-profilen Dan Bilzerian. Antalet intervjupersoner övervägdes med hänsyn till tidsbristen. Vi valde våra intervjupersoner baserat på vilka som fanns tillgängliga för oss, ett så kallat bekvämlighetsurval (Alvehus, 2013). Urvalet bestod således av våra Instagram-vänner som vi tog kontakt med via Instagram och frågade om de var villiga att ställa upp på en intervju. Vi skrev en detaljerad presentation om intervjuens syfte och försäkrade dem om att de skulle vara anonyma och att endast ålder kommer att uppges. Kvale & Brinkmann (2017) talar för att finns det etiska aspekter som är viktiga att ta hänsyn till vid intervjuer, varav informerat samtycke och konfidentialitet är två av dem som vi uppfyller.

Intervjupersonerna är sex stycken män som är mellan åldrarna 18-40 år och de valdes som intervjupersoner till vår studie endast på grund av att de är män som till vår kännedom följer Dan Bilzerian på Instagram. När det stod klart vem och vilka som skulle intervjuas utformade vi en *intervjumanual* som är en slags guide inför intervjun (se bilaga 1). Denna är uppbyggd utifrån ett antal teman och dessa teman utgör varsitt frågeområde (Ekström & Larsson, 2010). Vid formuleringen av frågorna i intervjumanualen använde vi oss i stor mån av det Häger (2007) kallar öppna frågor. Han menar att öppna frågor är motsatsen till slutna frågor eftersom slutna frågor kräver att den intervjuade enbart svarar ja eller nej. De öppna frågorna ger däremot möjlighet till mer utvecklade och förklarande svar (Häger, 2007). Vi bestämde oss för att vi ville genomföra det Ekström och Larsson (2010) kallar semistrukturerade intervjuer, vilket innebär att intervjun är temamässigt upplagd och baseras på de frågeställningar som rapporten utgår ifrån. Detta kan ställas i kontrast mot exempelvis öppna intervjuer där man ställer ett fåtal mycket breda frågor eller strukturerade intervjuer där frågorna istället är väldigt snäva. Den semistrukturerade formen som vi använt är ett slags mellanting som ger en större svarsfrihet men samtidigt också en mer fokuserad dialog. Vid semistrukturerade intervjuer är det viktigt



att tänka på att frågorna kan komma i en annan ordningsföljd än planerat beroende på hur samtalet utvecklar sig (Kvale & Brinkman, 2009). Det krävs flexibilitet från intervjuarens sida för att kunna ta in nya impulser under hela forskningsprocessen. Det är alltså av betydelse att vara mottaglig för information som man inte förväntat sig samt att tänka på att anpassa sig till varje intervjusituation för att inte riskera att gå miste om relevant information (Ekström & Larsson, 2010). Intervjuerna tog ungefär 40 minuter var och spelades in via en applikation på vår telefon. Generellt gick intervjuerna bra och inspelningarna likaså, bortsett från en intervju där mycket bakgrundsljud gjorde det svårt att höra vissa delar vid transkriberingen. Vi upplevde inte att intervjupersonerna var hämmade under intervjuerna utan talade fritt kring ämnet. Detta kan bero på att de var förberedda på vad intervjun skulle handla om eftersom vi hade varit noga om att informera dem vid förfrågningstillfället. När vi var färdiga med alla intervjuer transkriberade vi dem och färgkodade utifrån återkommande svar men också utifrån avvikande svar. Efter att vi färgkodat fick vi en överblick på vårt material som vi sedan skulle analysera. Vi sorterade bort det som vi inte ansåg skulle vara relevant för vår studie och fördjupade oss i materialet som vi ansåg kunde kopplas till teorierna och skapa en god analys. Vid transkribering har namnen på intervjupersonerna ändrats och övrig information har förvarats diskret. Vi kommer att presentera analysen utifrån de återkommande teman som vi tyckte framkom under intervjuerna. Dessa teman var inspiration, den maskulina hårdheten, tolkning om manlighet och objektifiering av kvinnor. Vi kommer även att analysera och använda oss av de 4 bilder som valdes ut för intervjun i analysen för att skapa stöd för läsaren.

Avslutningsvis vill vi påpeka att alla metoder för vetenskapliga undersökningar kommer med för- och nackdelar. Alvesson (2011, i Jörgen & Thelander, 2014), riktar kritik mot intervjumetoden och menar på att intervjuer är godtyckliga eftersom yttre faktorer såsom ålder, utseende, etnicitet och kön påverkar den sociala interaktionen och kan leda till att intervjun blir en arena för så kallat identitetsarbete, det vill säga att intervjupersonen av olika anledningar kan välja att framhålla en viss identitet i förhållande till forskaren och frågornas karaktär. Detta i sin tur kan påverka svaren vilket påverkar studiens resultat. Vi är i vårt fall väl medvetna om att vår position som kvinnor kan ha påverkat de manliga intervjupersonernas svar kring frågor om bland annat maskulinitet och objektifiering av kvinnan. Det faktum att intervjupersonen och intervjuaren kände till varandra sedan tidigare kan i detta fallet vara till en fördel eftersom det kan ha minskat risken för identitetsarbete eftersom identiteterna redan var kända bland de närvarande.

## 5. Analys

---

### 5.1 Inspiration

Det är ju alla modeller han hänger med varenda dag [...] han är så jävla rik att han hittar på en massa skit som man aldrig själv hade kunnat göra. Hans hus är hur jäkla stort som helst och han hittar ju på en massa, varenda dag är han på en yacht eller någonting och sedan har en massa brudar. Det är det de flesta fantiserar om, skulle jag själv vilja påstå

- Intervjuperson E

Det som inspirerar intervjupersonerna var framförallt det faktum att de såg Bilzerian som en framgångsrik person. Det handlar om att han har gott om pengar, ett stort påkostat hus, möjlighet till att göra vad han vill och är omgiven av vackra kvinnor. Dessa “inspirerande uppvisningar av självförtroende och framgång” är enligt MacKinnon (2003) ett uttryck för den maskulina hegemonin att framhäva den maskulina styrkan utöver kroppslig fysik.

Han ser väldigt framgångsrik ut i hans bilder, han har ju det många män i en ung ålder hade velat ha liksom, pengar, status och vackra kvinnor i sin omgivning

- Intervjuperson B

På grund av sin stora följarskara av män och det faktum att Bilzerian inom olika media benämns som “kungen av Instagram”, kan vi inom ramen för hierarki av maskulin hegemoni benämna Bilzerian som ett exempel på någon som befinner sig i en *hegemoniskt dominant* position (Connell, 2003). Det vill säga att han på olika sätt representerar kulturella och eftersträvansvärda ideal av något som är lockande för andra män. Av våra intervjuer framkom

det att en av de största anledningarna till att intervjupersonerna följde Bilzerian var att de såg honom som en inspiration, samt att kontot var ett underhållande tidsfördriv.

## 5.2 Den maskulina hårdheten

### 5.2.1 Maskulin hårdhet och vapen



Alltså många killar hade tyckt det var ballt att skjuta med vapen [...] Jag tror inte att hans syfte är att döda någon bara för att han skjuter med vapen. Det är bara jäkligt coolt att se något explodera. Det är adrenalin som pumpas ut när man gör det. Det handlar mer om att visa upp något som är ballt. Han visar upp coola saker liksom

- Intervjuperson E

På denna bilden ser vi Bilzerian skjuta med ett vapen på en militärbas i Azerbajdzjan eftersom det uppvisade vapnet är illegalt i USA. På bilden ser man endast män som står med Bilzerian och tittar på när han avfyrar vapnet. Man ser även två män i bakgrunden som fotograferar

Bilzerian vilket kan ge uppfattningen om att vill dokumentera situationen. Vapen och militär träning används som ett sätt att upprätthålla bilden av det "hårda" manliga och är en del av den maskulina hegemonin i flera kulturer (Johansson, 2000; MacKinnon, 2003). Frågan återstår ändå varför maskulinitet och vapen, träning och upprätthållandet av det hårda besitter ett så starkt samband. Är män genetiskt predisponerade eller programmerade att gilla vapen och adrenalin? Utifrån ett socialkonstruktivistiskt perspektiv kan denna samband tolkas som en produkt av social inläring. När denna föreställning om maskulinitet sedan blir etablerad på ett sätt som gör att den tas för givet och som sanning så reproduceras den genom bland annat media och populärkultur. Våra intervjupersoner drog själva inga paralleller mellan vapen och maskulinitet, denna föreställning undslipper därmed en djupare tolkning av dess betraktare eftersom den antas som något naturligt och därmed med enkelhet kan internaliseras och accepteras av männen i ett samhälle eftersom dessa ideal eller föreställningar av maskulinitet varit och är en del av deras symboliska omgivning.

### ***5.2.2 Maskulin hårdhet och kroppen***

[...] han vill se så manlig som möjligt ut i alla sina bilder det är tydligt och här visar han att han är manlig och kan försvara sig

- Intervjuperson C



Ovanstående bild påminner om den föregående bilden med vapnet på det sätt att den också representerar typiska attribut förknippat med manlig hårdhet och styrka. Bilzerian utövar Thaiboxning vilket kan kopplas till fysiskt våld, hans muskler och fysik är det mest framträdande i bilden. Enligt Johansson (2000) kan just utövandet av våld vara ett sätt för män att visa upp sina kroppar utan risken för att bli objektifierade. Bilzerian har i sitt Instagram-konto utöver bilder på lättklädda kvinnor även mer lättklädda bilder på sig själv som i bilden ovan. Men trots att han är avklädd på bilden är den, till skillnad från bilderna på kvinnorna, inte en sexuell bild. Det är en träningsbild och den legitimerar därför att han är avklädd, det vill säga att han är avklädd av en anledning snarare än att anledningen är att han är avklädd.

När vi frågade intervjupersonerna vad de tyckte om bilden så ansåg cirka hälften av intervjupersonerna att det var en inspirationsbild på träning. De övriga såg den som ett sätt för Bilzerian att framhäva att han är tuff och macho.

Han tränar och ser macho ut och att han typ kan det också, han kan allt fysiskt, han är etta

- Intervjuperson B

[...] här visar han att han är manlig och kan försvara sig [...]

- Intervjuperson C

Oavsett om intervjupersonerna tyckte att bilden var inspirerande eller att det var ett sätt för Bilzerian att visa upp sig så är den gemensamma nämnaren för båda svaren att intervjupersonerna ansåg att bilden på något sätt är representativ för maskulinitet och vad som anses vara manligt, det vill säga träning, muskler, kampsport och att kunna försvara sig. Detta bekräftar ytterligare vår tolkning om att upprätthållandet av det hårda, styrka samt våld och dess koppling till maskulinitet är en föreställning så tätt sammanvävd, att den bara antas vara helt naturlig. Detta finner vi även stöd för i teorin, bland annat menar MacKinnon (2003) på att det finns en uppfattning inom de flesta kulturer att det råder, vad han benämner som en oförstörbar relation mellan män och våld och att detta ses som en naturlig och genetisk komponent i maskuliniteten och därför sällan ifrågasätts. Eftersom denna relation mellan män, våld och hårdhet ofta kommer till uttryck bland annat i sportsammanhang och i film och TV, blir dessa föreställningar svåra att bryta sig loss ifrån eftersom de kontinuerligt blir bekräftade och reproducerade genom både media och populärkulturen.

### **5.3 Tolkningar om maskulinitet**

Han försöker ju vara det (maskulin) för att han har skägg ju

- Intervjuperson D

Intervjupersonerna reflekterar inte själva över varför de anser att bilderna om hårdhet representerar något manligt. Det intressanta är att när vi ställer frågan till intervjupersonerna om de anser att det som Bilzerian visar upp representerar sådant som är typiskt maskulint svarar samtliga, förutom en, att de inte anser att Bilzerian är typiskt manlig eller maskulin. Men att det ändå fanns några saker med honom som de två yngsta intervjupersonerna såg som maskulina och dessa saker var främst kopplade till yttre attribut.

Alltså det första jag tänker på nu det är om man är muskulös,

det är ju en viss maskulinitet, och han är ju rätt muskulös [...]

- Intervjuperson E

Är maskulinitet bara kopplat till yttre attribut?

- Nej det är personlighet och hur man ser ut. Du kan ju se biffig ut och ändå vara feminin av dig.

- Intervjuperson E

Vad skulle du säga är maskulint när det gäller personlighet då?

- Muskulös, tuff attityd.

- Intervjuperson E

Vad är en tuff attityd?

- Ja men att du inte tar skit från någon för det första. Men det betyder inte att du är maskulin.. jag vet inte vad jag ska säga, jag har nog ingen aning själv alltså. Men det är ju det att.. fan det är en svår fråga faktiskt. Jävla svår.

Maskuliniteten har under en lång tid utgått ifrån just männens kroppar och att dessa är naturliga bärare av maskulinitet (MacKinnon, 2003). Vid en närmare utfrågning av intervjupersonens uppfattning om maskulinitet upptäcker vi dock snabbt att tanken om mannens kropp som naturlig bärare av maskulinitet snabbt fallerar. När intervjupersonen frångår den initiala tanken att maskulinitet är kopplat till fysiska attribut, blir det nästan ännu svårare att förklara vad en maskulin personlighet innebär. Problematiken att definiera maskulinitet var en gemensam faktor för samtliga intervjupersoner. När vi bad dem berätta för oss vad maskulinitet innebar verkade svaret till en början enkelt:

- Vanligt, att man är man

- Intervjuperson A

När vi därefter ber intervjupersonen att tydliggöra vad det innebär uttrycker han senare att det egentligen inte är någon skillnad, utan att det bara är ett kön.

[...] men jag tycker fortfarande, jag är uppvuxen i Sverige men mina föräldrar är från Balkan, en man ska fortfarande vara en man och en kvinna ska fortfarande vara en kvinna. Med det säger jag inte att mannen är över kvinnan. Men det finns vissa grejer som en man ska göra och kvinnan ska låta honom vara en man och vi ska låta kvinnorna vara en kvinna

- Intervjuperson F

Även här bad vi intervjupersonen förtydliga på vilket sätt en man ska vara en man och en kvinna ska vara en kvinna, men vi fick inte något direkt svar på vår fråga. Det mesta relaterades till hushållssysslor men resonemanget ändrades i och med att intervjupersonen började prata om att han själv brukade utföra dessa sysslor. Det vill säga, att nu var sysslorna inte längre begränsade till ens kön och frågan vad som gör en man till en man var fortfarande obesvarad. Precis som det framkommer från våra intervjuer, så menar Connell (2003) med flera att begreppen maskulint och feminint är bland de mest förvirrande och mest svårdefinierade begreppen inom vetenskapen. Manliga och kvinnliga könsroller är något som de flesta i ett samhälle tar för givet, däribland våra intervjupersoner. Samtidigt när vi tillsammans börja ifrågasätta dessa föreställningar så "irrar de omkring" som Connell (2013) uttrycker det och blir plötsligt besvärliga att definiera. Eftersom vi är fostrade i en kultur som hela tiden reflekterar och reproducerar dessa föreställningar, tar vi denna "kunskap" om verkligheten som sunt förnuft och därmed accepterar vi den utan att egentligen reflektera över varför vi har dessa föreställningar och de egentligen innebär. Denna typ av maskulinitet har med andra ord under lång tid varit en del av vår symboliska miljö och verklighet och därmed också bidragit till den typen av maskulinitet som vi ser på Bilzerian's Instagram.

Under våra intervjuer framkom det fanns en föreställning om att maskulinitet innebar detsamma som att inte visa sig svag, ledsen eller känslös. Dessa är sådana attribut som enligt teorierna står i kontrast till det maskulina och därmed anses feminina.

Finns det vissa ideal som du känner att man behöver leva upp till?

- Ja, det känner nog många män att man inte vill visa sig svag

- Intervjuperson C

På vilket sätt?

- Osäker, rädsla eller att man är ledsen, men så är det i de flesta kulturer

- Intervjuperson C



Så du tror att det handlar om uppväxten?

- Ja man såg att pappa aldrig var ledsen och kunde allt men mamma var lite mer känslig

- Intervjuperson C

[...]det är klart det är något (att inte visa känslor) man har blivit uppväxt med, tyvärr egentligen för att en människa, man som kvinna, har också känslor. Det är vetenskapligt bevisat att det lättar genom att gråta men ändå så har det varit fel, det är mycket mer vanligt att en kvinna gråter när något hemskt händer och så ska mannen vara macho och inte visa sig rörd [...]

- Intervjuperson A

Jag vet inte hur jag ska förklara maskulinitet, men det är ju, du ska bara vara tuff liksom och du ska inte vara för känslig. Känslösam, det är det ordet jag försökt leta efter. Att visa känslor, det är typiskt manligt att inte visa det. Men nu är det okej att vara känslig och det är okej att gråta och det är nog det som varit genom tiderna att du ska inte gråta för då är du ingen man.

- Intervjuperson E

Vid frågan om intervjupersonerna uppfattade att det fanns vissa maskulina ideal i samhället så svarade samtliga att sådana saker som att visa sig känslösam och att gråta kunde uppfattas som omanliga. Även om intervjupersonerna var medvetna om och upplevde att denna typen av norm för män existerade så gav de inte medhåll för den. Det vill säga att de ansåg att det rörde sig om felaktiga ideal av maskulinitet. Det går inte att blunda för att det skett en förskjutning i vårt samhälle där traditionella könsroller kontinuerligt kritiserats och ifrågasätts. Eftersom denna uppluckring av traditionella könsnormer är en del av intervjupersonernas upplevda verklighet, det vill säga de interaktioner de har med sin dagliga omgivning, såsom arbete, vänner och skola. Även mycket av traditionell media har anpassat sig efter denna sociopolitiska utveckling. Det är därmed inte förvånande att intervjupersonerna själva börjar ifrågasätta föreställningen eller normen om att män inte ska eller kan visa känslor. Intervjupersonerna lever i den svenska kulturen men har sina rötter i andra länder och kulturer. De var medvetna om att deras kultur präglades av en mer traditionell bild på könsroller än den svenska och att detta var fallet för de flesta kulturer. Denna medvetenhet tolkar vi som att de intervjuade därmed är medvetna om att det är vår sociala och kulturella omgivning som formar och konstruerar våra föreställningar

kring könsidentiteter. Det innebär också att de intervjuade till viss del även är införstådda med att könsidentiteter inte är något statiskt utan ser olika ut i olika kulturer och är därmed även föränderligt.

Även fast intervjupersonerna inte ger medhåll för att män inte ska vara känslösa och gråta så väljer de att aktivt följa och ser till Bilzerian som representerar den traditionellt stereotypiska bilden av maskulinitet, som en inspiration. Genom att följa honom och gilla hans bilder gör de sig delaktiga till upprätthållandet av den hegemoniskt dominant positionen vilken Bilzerian representerar. Det är detta som Connell (2003) benämner som den hegemoniskt *delaktiga* positionen.

### **5.3.1 Den delaktiga manligheten**

[...] Han är intressant. De kanske inte gillar allt han gör och står bakom det han gör. Jag tror inte man behöver följa honom för att man tycker om det han gör.

- Intervjuperson F

Enligt Connell (2003) visar personligheterna bland männen i ett samhälle ofta lite överensstämmelse med de kulturella idealen av maskulinitet. Istället tillfaller de flesta män, sett hur den hegemoniska maskulina hierarkin, i kategorin *delaktiga*. Connell (2003) menar på att det är frestande att se dem som en slags slöare version av den hegemoniska maskuliniteten, exempelvis skillnaden mellan dem som hejar på fotbollsmatcher och de som faktiskt spelar eller som i vårt fall Bilzerian och hans följare. Av intervjupersonerna egna reflektioner rådde det meningsskiljaktigheter om att följa eller gilla någon innebar detsamma som att stödja denne. Intervjuperson F menar på att följa Bilzerian och att visa något slags stöd för honom inte är samma sak;

[...] Jag tror inte att alla som följer honom visar honom stöd, utan man följer honom för att det är en rolig prick. Det han gör är spännande. Jag följer inte honom för att jag ska stödja hans livsstil eller för att det han gör är häftigt [...]

- Intervjuperson F

Det är värt att notera att det går att urskilja vissa motsättningar i dessa uttalanden. Intervjuperson F uttrycker att det Bilzerian gör är *“spännande, han är en rolig prick och han är intressant”* och samtidigt uttalar sig om att han inte följer honom för att han är *“häftig”* eller att man *“inte*

*behöver följa honom för att tycka om det han gör*”. Dels tycker han att Bilzerian är rolig och intressant men påpekar även att Bilzerian inte har något som han själv önskar att han hade. Enligt intervjuperson B är att följa någon samma sak som att visa sitt stöd:

[...] återigen om jag följer en människa som gör något absurt så är det som att jag är okej med det och stöttar honom

- Intervjuperson B

Och uttrycker sedan senare under intervjun att han inte anser att Bilzerian har ett sunt förhållningssätt till manlighet:

[...] han ger ju en bild av kvinnor som att de vore troféer och objekt och får dem att se ut som att de gör allt han [Bilzerian] vill som att han äger dem och de kan ge effekter i att unga män tror att man kan behandla andra människor på det sättet

Intervjuperson B är inte konsekvent i sitt uttalande och i sin handling eftersom han menar på att följa och stödja är samma sak, men att han ändå inte stödjer det sätt som Bilzerian porträtterar kvinnor på och den typen av maskulinitet som han förmedlar. Även här kan vi urskilja en motsättning och kompromiss då intervjupersonen både stödjer det som presenteras och samtidigt inte vilket kännetecknande för den delaktiga manligheten. Den delaktiga manligheten uttryckte sig även i form av en medvetenhet bland intervjupersonerna att undvika att gilla vissa bilder med risken av att det kan upptäckas av andra.

Alltså jag undviker att like:a väldigt mycket för tyvärr så kan det sända fel budskap för man kan oftast se vad man har like:at och så vidare och har man då någon som följer en och ser att man har like:at en bild som inte är så passande till vårt svenska samhälle så hade det kunnat sätta dig i en dålig situation [...]är det en bild på fina lättklädda tjejer kanske där det är inom rimliga gränser så är det klart man kan like:a det eller andra saker som kanske inte skiljer sig från normen.

- Intervjuperson A

[...] det är ju ett personligt statement (att gilla), det är som att man nästan ställer sig bakom det och idag är det väldigt känsligt ifall man gillar fel saker och det kan användas emot en, det finns ett digitalt avtryck av allt du gör på internet och det gör att man måste vara mer försiktig.

- Intervjuperson B

Även diskussioner som intervjupersonerna har haft kring Bilzerian kan se olika ut beroende på i vilket sammanhang de pratar om honom.

[...] det kan se väldigt olika ut beroende på vilken situation du är i beroende på om du är med killvänner eller på jobbet. När jag har diskuterat har det mest varit med killvänner och då handlar det mycket om att denna killen verkar leva ett riktigt bra liv och att man blir inspirerad av hans story, men jag tror att man hade varit lite mer försiktig om man pratar om honom i jobbsammanhang.

- Intervjuperson B

Det råder alltså en medvetenhet kring vad som är normen och socialt accepterat. För att undvika framtida konflikter väljer därför de flesta av intervjupersonerna att tänka på hur de framhåller sina åsikter i olika sammanhang och väljer också att inte gilla vissa bilder som går emot vad de anser kan passera gränsen för det som de upplever är socialt accepterat.

## 5.4. Objektivisering av kvinnor

Riktigt jävla sexuellt. Alltså det är ju det, enda anledningen till att han gör det är för att han ska visa att han är riktigt jävla ball. Och killar följer det för att “oh jävlar vilken snygg tjej”, det är ju bara det.

- Intervjuperson E



Den hegemoniska maskuliniteten inbegriper en viss hierarki inom samhället vilken främst handlar om kvinnors underordning till den manliga positionen (Connell, 2003). Enligt Johansson (2000) kan olika ritualer eller handlingar användas för att stärka den manliga dominansen och den mest primitiva varianten av detta tar sig uttryck i sexuellt våld och/eller ett förringande av kvinnor. Det som är mest framträdande på Bilzerian's Instagram-konto är alla bilder på unga kvinnor, med lite eller helt utan kläder, vilka belyses ur framförallt sexuella perspektiv. Det faktum att kvinnor porträtteras som sexuella objekt är inget unikt eller nytt för

Bilzerian's konto. Både i Gauntletts (2008) och Ekmans (1998) undersökningar av manliga veckotidningar så har bilder med lättklädda kvinnor varit det mest vanligt förekommande ämnet utöver sport, motorsport och jaktbilder. Inspiration och underhållning den vanligaste anledningen till att intervjupersonerna följde Bilzerian. Bilder på kvinnor kan dels ses som en inspiration för att det är något som intervjupersonerna menar att män eftersträvar samtidigt som det är underhållande att titta på. Bilden ovan är en av flera hundra bilder med lättklädda kvinnor som återfinns på Bilzerian's konto och är i vår mening en av de mindre provocativa. På bilden ser vi Bilzerian på en exotisk plats, omringad av ett flertal tjejer. Det är sällan tjejernas ansikten som står i fokus på bilderna, utan det är olika kroppsdelar med huvudfokus på bröst och rumpa. Kvinnorna i bilden reduceras därmed till sina kroppsdelar till skillnad från Bilzerian där vi bara ser hans ansikte. Kvinnornas identitet är därmed inte av betydelse, men deras kroppar är.

[...] men lättklädda tjejer är i princip som reklamer att liksom sex säljer och som kille i min ålder eller i alla åldrar egentligen, tror jag att många inte hade tackat nej till tjejer som står i bikini och ser väldigt bra ut och tar väl hand om sin kropp [...] det är fint att titta på en tjej som har fin rumpa och fina bröst och ser bra ut som tränar och tar hand om sig själv, det är kul att se

- Intervjuperson A

Vid frågan om varför han följer Instagram-kontot svarar intervjuperson C:

- För att de flesta av bilderna han lägger ut är på lättklädda tjejer och för att hans liv är inspirerande och roligt att titta på.

- Intervjuperson C

Bilzerian anses av våra intervjupersoner att vara en framgångsrik person vars liv eller livsstil ses som en inspiration. Eftersom mer än hälften av Bilzerian's konto är bilder på avklädda kvinnor och är en av de största anledningarna till hans stora följarskara, kan vi tolka detta som att en definition av hans framgångsrika livsstil innefattar just avklädda, sexuellt porträtterade kvinnor. Objektivisering av kvinnor blir i den bemärkelsen ett tecken på framgång och som litteraturen bekräftat, ett ideal i den hegemoniskt maskulina dominansen. Objektivisering av kvinnor blir därmed en del av det goda livet.

Vid frågan om intervjupersonerna kan se några konsekvenser av de bilder som Bilzerian publicerar svarade intervjuperson C:

- Det ger ju dålig kvinnosyn och konsekvenserna är att barnen tar efter det och så tror han att tjejer ska vara slampiga

- Intervjuperson C

När intervjupersonerna får reflektera över vad dessa typer av bilder kan innebära för synen av kvinnor är det några få som svarar att det inte ger en positiv bild av kvinnor. Värt att notera i citatet ovan är att intervjuperson C säger att bilderna kan ge en dålig kvinnosyn, men genom att benämna tjejerna i bilderna som *slampiga*, reflekterar det även hans egen kvinnosyn, nämligen att lättklädda tjejer är slampiga. Trots intervjupersonens reflektion av att bilden kan ha en negativ påverkan, verkar han själv inte medveten om de mer djupliggande antaganden och föreställningar som han själv har om kvinnor.

Bilden nedan har fått många reaktioner och gett upphov till många arga och upprörda kommentarer på Bilzerian's Instagram-konto. Bilden i sig, där han använder en kvinna som ett bord, är uppenbart objektifierande och utöver det publicerades bilden på internationella kvinnodagen med tillhörande text "Tack för kvinnor, de är bra till så mycket".



Vi tolkar att syftet med bilden var att provocera och skapa uppståndelse. Dålig uppmärksamhet är bättre än ingen uppmärksamhet. Oavsett om återkopplingen på bilden var positiv eller negativ så genererade bilden, utöver likes, flera kommentarer och diskussioner vilka bidrog till bildens spridning. Enligt Connell (2003) bygger maskulinitet och femininitet på relationer och de får således mening i relation till varandra. Det innebär att manlighet kan förstås i motsats till det som är feminint. I bilden ovan ser vi Bilzerian, som representerar det manliga, han är i centrum av bilden, som talar om för oss att han är huvudpersonen i sammanhanget. Han är det aktiva subjektet, då han utför en handling. Som betraktare kan vi urskilja hans muskulösa fysik men det objektifierar inte honom för till skillnad från kvinnorna i bilden är han inte där för betraktarens blick, han är där för att äta. Kvinnorna står i motsats till det som Bilzerian representerar, de befinner sig i periferin och istället centrerar Bilzerian. Deras roll är som passiva objekt och deras egentliga funktion i sammanhanget är rekvisita. Det är tydligt att syftet med bilden, liksom den föregående med rumporna, är att tillfredsställa den manliga blicken. Att objektifiera kvinnan på detta sätt representerar den underordning av kvinnor vilket enligt teorin utgör en grund för den maskulina hegemonin. Det är viktigt att komma ihåg att denna bild och det som den representerar inte uppstod ur ett tomt vakuum. Enligt kultivationsteorin kultiverar meddelanden de villkor på vilka de redan är fastställda, det innebär att bilden uppstod på villkoret att kvinnor är sexuella objekt vilket alltså redan är fastställt i vår kultur. Meddelandet som bilden i detta fall representerar, kultiverar i sin tur detta villkor genom att fortsätta att visa upp och framställa samma typ av värdering. Det är också detta vi menar när vi säger att media har förmågan att både producera och reproducera normer och värderingar.

Enligt Ekman (1998) kan dessa typer av bilder där kvinnan objektifieras, påverka samhällets syn på kvinnan och därmed jämlikheten mellan könen.

Varför tror du, som du säger, att feminister blir arga när de ser bilden?

- För att de jobbar så hårt för jämställdhet och så ju och de tycker säkert att han objektifierar dem

Tycker du att han gör det? Enligt den bilden?

- Nej, de går ju med på det. [...] Så att det är båda som gör fel i sådana fall

- Intervjuperson E



Det här är en sådan bild som han egentligen lägger ut hela tiden, det är lättklädda tjejer och han använder den ena tjejens rygg som bord där man ser hennes rumpa tydligt [...].

- Intervjuperson A

Hade du kunnat like:a denna bilden?

- Jag kan säga såhär jag hade nog like:at den om det inte hade synts ut

- Intervjuperson A

Vad är det då du hade like:at? Att han använder hennes som bord eller vilken trevlig kväll han verkar ha haft?

I detta fall egentligen att det är en rolig bild att han använder hennes rygg som bord men sen återigen inne på att det är förnedring mot kvinnan eller mycket förnedring mot kvinnan men samtidigt är det hon själv som ställer upp på bilden jag tror inte att han har tvingat ner henne.

- Intervjuperson A

De flesta av Bilzerians foton på kvinnorna är så översexualiserade att de på något sätt blir bisarra, som en slags uppskruvad version av sexism. Av intervjupersonernas svar tolkar vi att det är denna kombination av bisarra bilder tillsammans med galna saker han gör som upplevs som underhållande och som flera av intervjupersonerna uttrycker det, roliga.

Han är äventyrlig, han gör något som ingen annan gör. Han är med det motsatta könet, åker på olika äventyr, skjuter, rally, simmar, kastar folk från tak har han gjort. Han har blivit stämd flera gånger. Han gör ju något som ingen annan gör. Och tydligen, om man kollar på hur många följare han har, så gör han ju någonting rätt, i andras ögon. Eller så tänker folk att de kan slösa sin tid på att kolla på honom idag, det är roligt.

- Intervjuperson F

Enligt Ekman (1998) har viktiga samhällsfrågor en tendens att drunkna i vad hon benämner som mediasmeten, just därför att det ursäktas som underhållning och därigenom förminska en större samhällsproblematik. Därför blir det också svårare att kritisera meddelandet eftersom det "bara är på skämt". Genom denna skämtsamhet eller underhållning kan den maskulina hegemonin och därmed bilder där nakna kvinnor används som bord, passera okritiskt förbi för flera betraktare och fortsätta att reproducera sig själv.

## 6. Slutsats

---

*I detta avsnitt presenteras och diskuteras studiens slutsatser. Studiens bidrag presenteras och avslutningsvis ges förslag till vidare forskning.*

I vår uppsats har vi utgått från kultivationsteorin för att förklara hur medier kan påverka vår uppfattning om verkligheten. Grundtanken är att människans definition av verkligheten är en social konstruktion och en produkt av social inlärning och att media, genom att utgöra en del av vår symboliska miljö, kan bidra till vår konstruktion av verkligheten.

Även om kultivationsteorin är en äldre teori som främst fokuserat på TV som det främsta mediet för informationsspridning, anser vi att teorin fortfarande är relevant och därför kan appliceras för nya medier, såsom Instagram. De teknologiska förutsättningar har förändrats mycket på 60 år, men grundtanken för teorin anser vi är densamma. Det handlar om hur exponering av medier och de meddelanden, bilder och texter vilka hör därtill, kan påverka våra föreställningar om verkligheten och därmed den kultur vi lever i.

Syftet med denna uppsats har varit att bidra med ökad kunskap om vad som motiverar manliga kontoinnehavare att följa en känd profil på Instagram, i detta fall Dan Bilzerian, som vi anser representerar den maskulina hegemonin och de olika föreställningar och ideal som följer därtill. Eftersom Instagram utgör en del av männens symboliska miljö ville vi ta reda på varför intervjupersonerna valt att följa kontot och be dem besvara frågor som handlar om deras uppfattning om maskulinitet. På så sätt ville vi ta reda på ifall den typ av maskulina hegemoni som porträtteras på Bilzerians Instagram-konto var representativ för intervjupersonernas egna uppfattningar om maskulina ideal.

De vanligaste svaren bland respondenterna till varför de valde att följa Bilzerian på Instagram var; inspiration samt tidsfördriv och underhållning. Att det som Bilzerian gör ses som en inspiration och något som samtliga intervjupersoner menar att de flesta fantiserar om bekräftar för oss att han befinner sig i en hegemoniskt dominant position. Det vill säga att han på olika sätt representerar kulturella och eftersträvansvärda ideal av något som är lockande för

andra män. Enligt teorierna om maskulin hegemoni så är den dominant positionen inte den form av maskulinitet som vanligtvis praktiseras bland männen i ett samhälle. Utan den behöver just fantasifigurer, exempelvis superhjältar eller sportstjärnor och som i vårt fall Bilzerian, för att förkroppsliga den särskilda sorts maskulinitet som just är idealet.

Majoriteten av män tillfaller enligt Connell (2003) i kategorin *delaktiga*. Efter våra samtal med intervjupersonerna kunde vi dra slutsatsen att detta inte heller rörde sig om män vilka levde upp till idealet av den typen av maskulin hegemonin som Bilzerians representerar.

De flesta av intervjupersonerna ansåg inte att det fanns något samband mellan att följa Bilzerian och att stödja det han publicerar. De flesta ansåg inte heller att en gilla-markering hade någon större relevans eller innebar detsamma som att stödja något. Vi tolkar detta som att intervjupersonerna därigenom inte själva anser sig delaktiga till det som Bilzerian publicerar.

Genom att göra ett aktivt val att följa Bilzerian vill vi ändå mena på att intervjupersonerna därigenom gör sig delaktiga till den maskulina hegemonin genom att bidra till Instagramkontots popularitet, spridning och fortlevnad. Genom att gilla vissa bilder och följa kontot uppmuntras en fortsatt publicering av dessa bilder, eftersom de gilla-markeringar följarna ger kan ses som en slags "social valuta" eller bekräftelse, som i sin tur hjälper Bilzerian att ta ställning till vad som fortsatt ska publiceras utifrån det som är mest populärt. En konsekvens av denna delaktighet är att den även kan bidra till en fortsatt reproduktion av samma hegemoni på andra konton. Det är mycket möjligt att andra kontoanvändare låter sig inspireras av Bilzerian och den popularitet som hans bilder och inlägg har genererat och därmed själva väljer att publicera samma typer av bilder för att locka till sig följare och uppnå ett slags kändisskap. Att följa Bilzerian och att gilla de bilder han publicerar kan på ett kulturellt plan representera en sorts social acceptans av det som visas. Därmed kan dessa ideal och föreställningar på så sätt legitimeras och fortsätta att reproduceras.

Somliga av intervjupersonerna svarade istället att följa någon på Instagram innebar samma sak som att man accepterade det som publiceras och därmed gav sitt stöd till kontot. Några uppgav även att de medvetet undvek att gilla vissa bilder för risken av att det kunde uppfattas som dåligt om det upptäcktes av andra.

Den delaktiga manligheten är enligt Connell (2003) komplex just därför att den präglas av både en närhet till den hegemoniska positionen och i detta fall förhandlingar med andra ideal som präglar den kultur de lever i. Trots att denna förhandling i privatlivet har förmågan att förändra konstruktionen och deras uppfattning om manlighet så menar Johansson (2000) att det är lätt för män att falla tillbaka till den hegemoniska maskuliniteten. Intervjupersonerna gör sig därmed delaktiga till den maskulina hegemonin att följa kontot även om de själva inte ger

medhåll för allt som publiceras, samtidigt som de genom att undvika att gilla vissa bilder på så sätt förhandlar med sin omgivning för att undvika konflikter.

Bilzerians Instagram och de meddelanden och bilder som kontot innehåller är en del av och formar följarnas symboliska miljö. Denna symboliska miljö både reproducerar och reflekterar det sätt som vi ser på världen oavsett om vi ser det som fiktion eller underhållning (Morgan, 2012). Det faktum att intervjupersonerna har valt att följa Bilzerian med anledning av att han ses som en inspiration och är underhållande, reflekterar därför deras föreställningar om verkligheten. Samtidigt som exponering av bilderna också bekräftar intervjupersonernas föreställningar om verkligheten. Vi drar därför slutsatsen att intervjupersonerna följer Bilzerian för att han representerar redan etablerade och därmed även bekanta föreställningar om maskulina ideal.

Syftet har även varit att ta reda på, på vilket sätt Instagram kan bidra till att påverka de manliga följarnas föreställningar kring maskulinitet. Gemensamt för våra intervjupersoner var att ingen kunde ge en tydlig definition av vad maskulinitet innebar. Genom deras analys och reflektioner av bilderna kunde vi ändå urskilja vissa föreställningar som de hade om maskulinitet. De bilder som publiceras på Bilzerians Instagram-konto överensstämmer med det som i teorierna benämns som typiskt maskulina och som därmed tillfaller under den maskulina hegemonin och dess ideal. Dessa ideal handlar bland annat om hårdhet som kan ge sig uttryck både i form av en muskulös fysik, vilket anses vara en "maskulin kropp" och även i form av vapen, träning och/eller militär träning. Mycket riktigt ansåg intervjupersonerna att bilden där Bilzerian utövar kampsport i bar överkropp var ett sätt för honom att visa sig manlig på. Detta innebär att deras föreställningar om maskulinitet är kopplad dels till att den manliga kroppen är definierad som en muskulös och därmed stark kropp, men även utövning av kampsport vilket i slutändan också handlar om att visa upp sin fysiska styrka. De flesta av intervjupersonerna uttryckte att de gillade de bilder som på olika sätt föreställde den maskulina hårdheten och även de som inte gillade någon av bilderna definierade dem ändå som "macho". När vi bad intervjupersonerna att beskriva vad de ansåg vara typiskt maskulint så var det gemensamma svaret att vara tuff. Att vara känslig och att gråta, menade de kunde uppfattas som omanligt. Detta bekräftar Johanssons (2000) teori om att den maskulina hårdheten banar väg för en kultur där människans känslor förnekas eller förkastas och där känslor på så sätt inte blir en del av den maskulina normen, vilket vi såg överensstämma med intervjupersonernas svar. Även om intervjupersonerna uttryckte att det kunde uppfattas som

omanligt att gråta och vara känslig, var detta ingen uppfattning om som de själva delade. De ansåg istället att detta var en felaktig definition av maskulinitet.

Även om intervjupersonerna motsätter sig vissa föreställningar som grundar sig i den manliga hårdheten, så gillar de flesta av dem ändå bilderna som just representerar den hårdhet vilken leder till en kultur där människors känslor förnekas. Därigenom gör de sig delaktiga till att reproducera en norm och kultur som de samtidigt inte stödjer. Detta tyder återigen på att delaktiga manlighetens komplexa natur.

Även "snygga brudar" är en del av det maskulina idealet enligt Johansson (2000) och Bilzerians konto består huvudsakligen av bilder på kvinnor vilka objektifieras genom exponering av deras kroppar. Mycket riktigt svarade nästan samtliga intervjupersoner att bilder på kvinnorna var en av anledningarna och vissa fall den främsta anledningen till att de följer kontot. Den underordning av kvinnor som objektifiering innebär utgör även en del av den maskulina hegemonin. Intervjupersonerna ansåg dock inte att Bilzerian objektifierade kvinnorna utan att kvinnorna objektifierade sig själva genom att frivilligt medverka på bilderna. Enligt Connell (2003) kan män såväl som kvinnor göra sig delaktiga i att upprätthålla den maskulina hegemonin. En del av intervjupersonerna ansåg dock att bilderna var direkt objektifierande och att det kunde sända ett ofördelaktigt budskap om kvinnor. Vi noterade att även i dessa uttalanden så handlade reflektionerna om huruvida kvinnan framställs till sin nackdel och att det samtidigt saknades reflektioner kring hur mannen genom sitt agerande i bilden också kunde generera ett negativ bild eller framställning om män. Detta kan tyda på att det råder en kultur där kvinnan behöver stå till svars för sin egen objektifiering medan där männen kan avsäga sig ansvaret.

Enligt kultiveringsteorin är det vi lär oss genom TV, inte enbart ett flöde av information utan innehåller även underförstådda värden och ideologiska antaganden som på detta sätt kan skapa djupare, osynliga och ofta icke ifrågasatta antaganden som många bär med sig (Morgan, 2012). Av våra intervjuer framkom att det saknades just en medvetenhet av det underliggande budskapet med Bilzerians bilder. Detta tror vi dels kan bero på att det ses som underhållning och därmed ett oviktigt tidsfördriv och att det därmed undslipper en mer medveten eller djupare analys. Vi tror också att det kan bero på att de föreställningar om maskulina ideal, vilket innefattar både det "hårda" och objektifiering av kvinnor, under lång tid har varit en del av intervjupersonernas symboliska miljö och kulturella omgivning och att dessa föreställningar blivit så naturliga att de inte ifrågasätts av gemene man. Vår analys och tolkning av bilderna samt det budskap de förmedlar skiljer sig i egenskap av vår roll som forskare, ofrånkomligen från våra intervjupersoners tolkningar eftersom vi har olika

referensramar och föreställningar om verkligheten och därmed ser på samma bilder med “olika glasögon”.

### ***6.1 Förslag till vidare forskning***

När vi har arbetat med vår studie har det uppkommit nya utgångspunkter och områden som kan vara till grund för vidare forskning.

Gemensamt för våra intervjupersoner var att samtliga hade en annan kulturell bakgrund än den svenska. Eftersom vi behövde avgränsa arbetet valde vi att inte fördjupa oss i deras respektive kulturella bakgrunder. Ett förslag till vidare forskning hade därför kunnat ha mer fokus på vilket sätt deras olika kulturella bakgrunder kan medverka till att påverka deras föreställningar om maskulinitet. Det hade även varit intressant att genom en kvantitativ analys jämföra påståenden om maskulinitet och genus mellan män med svensk kulturell bakgrund och de med en annan bakgrund för att se om det överhuvudtaget råder några signifikanta skillnader i deras uppfattningar.

Ytterligare en aspekt som hade varit intressant att ta del av och som hade varit en fördjupning av vår undersökning är hur de män som inte följer Bilzerian men ändå känner till honom hade reflekterat kring samma bilder som vi visade upp för intervjupersonerna samt om deras föreställningar om maskulinitet hade skiljt sig från följarnas. Med andra ord, kan det vi följer och därmed väljer att se på Instagram avslöja något mer om oss?

## 7. Referenser

---

Alvehus, J. (2013) *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Liber AB: Stockholm

Alitavoli, R., Kaveh, E., (2018) *The U.S. Media's Effect on Public's Crime Expectations: A Cycle of Cultivation and Agenda-Setting Theory*. Faculty of World Studies, University of Tehran, Tehran

Alvesson, M & Sköldberg, K. (2008) *Tolkning och reflektion. Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. 2a Upplagan. Studentlitteratur: Danmark, Naraya Press

Berger, P. & Luckman, T. (1966). *The social construction of reality - A treatise in the Sociology of Knowledge*. England: Clays Ltd, St Ives plc.

Bryman, A. (2018) *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber

Connell, R.W. (2003). *Maskuliniteter*. Media Print i Uddevalla AB: Uddevalla

*Dan Bilzerian: Poker Playing Playboy*. Gamblingsites. Hämtad 10 april, 2019 från <https://www.gamblingsites.org/biographies/dan-bilzerian/#>

Ekman, K. (1998). *Var så god-makt, kön och media*. Mediaprint: Uddevalla

Eksell, J & Thelander, Å (red.). (2014). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Studentlitteratur AB: Lund

Ekström, M. & Larsson, L. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur



Gibbs, B., Intravia, J., Paez, R., Wolff, K., (2017) *Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults*. Ball State University, Department of Criminal Justice and Criminology, North Quad, 282, Muncie, IN 47306, USA

Gramsci A. (1992), *Prison Notebooks. European perspectives: A series of Social Thoughts and cultural criticism*. (Edited with an Introduction by Buttigieg J.) Volume 1. Columbia University Press: New York

Gripsrud, J (2000). *Mediekultur, mediesamhälle*. Daidalos: Göteborg

Goodwill, J.R., Anyiwo, N., Williams, E.G., Johnson, N.C., Mattis, J.S., Watkins, C.D. (2018). *Media Representations of Popular Culture Figures and the Construction of Black Masculinities*. Psychology of men and masculinity-advance online publication.

Goffman, E. (1974) *Jaget och maskerna*. Grafo-Tryck AB, Simrishamn 1988  
*The truth about Dan Bilzerian (9 juli, 2017)* GQ magazine. Hämtad 11 april, 2019 från <https://www.gq-magazine.co.uk/article/the-truth-about-dan-bilzerian>

Kulick, D. (1987). *Från kön till genus: kvinnligt och manligt i ett kulturellt perspektiv*. Carlsson : Stockholm

*Han har dubbats till kung av Instagram*. (2019) Aftonbladet. Hämtad 9 april, 2019 från <https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/e1kLGa/han-har-dubbats-till-kung-av-instagram/promo>

Hultåker, T. (2016) *Enkätboken*. Studentlitteratur AB

Häger, B. (2007). *Intervjuteknik*. 2a upplagan. Liber AB: Stockholm

Jarlbro, G. (2006). *Medier, genus och makt*. Studentlitteratur: Danmark, Narayana Press

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

Kvale, S., Brinkmann, S (2017). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB: Lund

MacKinnon, K. (2003). *Representing men- maleness and masculinity in the media*. Oxford University Press Inc.: New York

Morgan, M. (2012). *George Gerbner- A critical introduction to media and communication theory Vol. 3*. New York: Peter Lang publishing, Inc.

Morgan, M., Shanahan, J., Signorielli, N., (2015) *Yesterday's New Cultivation, Tomorrow*. Mass communication and Society, Association for Education in Journalism and Mass Communication.

Pang, B., Hill, J. (2018). *Representations of Chinese gendered and racialized bodies in contemporary media sites*. Sport, education and society.

*Playboyen Dan Bilzerians galna liv av vapen, våld och hjärtattacker*. Aftonbladet. Hämtad 9 april, 2019, från <https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/A2Xoa3/playboyen-dan-bilzerians-galna-liv-av-vapen-vald-och-hjartattacker>

Popa, D., Gavrilu, D. (2014). *Gender representations and digital media*. Procedia- Social and Behavioral Sciences 180 (2015) 1199-1206.

Rodriguez, N.S & Hernandez, T. (2018). *Dibs on that sexy piece of ass: Hegemonic Masculinity on TFM Girls Instagram Account*. Social media + society, January-March 2018 1-12. DOI: 10.1177/2056305 1 18760809.

Staustrup, P (2019) Instagram Stats. (n.d) Hämtad 11 april, 2019 från <http://staustrup.se/blog/sociala-medier/instagram-statistik-for-2019/>

Tiggemann, M., Zaccardo, M., (2015) "*Exercise to be fit, not skinny*": *The effect of fitspiration imagery on women's body image* School of Psychology, Flinders University, Adelaide, Australia

Weick, K. (1995). *Sensemaking in organizations*. Sage publications, Inc.

## 7.1 Bilaga

### Intervjumanual, semistrukturerad intervju

#### Instagramvanor

- Vad är anledningen till att du väljer att följa vissa sidor eller personer på Instagram?
- Vad får dig att ge en "like"?
- Vad innebär en like för dig?
- Hur tänker du kring att andra ser vad du gillar?

#### Att följa Dan Bilzerian på Instagram

- Hur kommer det sig att du följer Dan Bilzerian?
- Hur fick du reda på att han fanns?
- Finns det något du inte gillar med Bilzerians Instagram-profil?
- Vi har förstått att folk har olika åsikter om Dan Bilzerian och att det ofta uppstår diskussioner om honom. Har du varit med om en liknande situation? Vad diskuterade ni kring då?
- Vilket budskap tror du att Bilzerian förmedlar med sina bilder?
- Ser du några konsekvenser utifrån bilderna som han publicerar?
- På vilket sätt tycker du att han representerar kvinnor i sina bilder?
- Anser du att det är ett sunt förhållningssätt till manligt respektive kvinnligt?
- Tror du att han lever såhär eller att de poserar endast? Tror du att dessa bilder är "äkta"?

#### Definitioner av maskulinitet

- Vad betyder manlighet för dig?
- Tycker du att det finns en tydlig definition/bild av vad manlighet är?
- På vilket sätt tycker du att medier i samhället idag förmedlar ideal kring maskulinitet eller manlighet?
- Vilka krav tror du att det finns idag i samhället på hur en man ska vara?
- Finns det vissa ideal som du känner att man behöver leva upp till?
- Tycker du att Bilzerian representerar samhällets syn på maskulinitet?

- -På vilket sätt?

Frågor utifrån bilderna

- Hade du kunnat gilla denna bilden? (Varför/varför inte?)
- Vad tror du att Bilzerian vill förmedla med denna bilden?