



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

It's a man's world

En kvalitativ semiotisk studie om identitetsskapande och maskulinitet på
Instagram

Johanna Morberg - 931116

Josefine Sandqvist - 950304

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2019
Handledare:	Johanna Arnesson
Kursansvarig:	Malin Svenningsson

Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2019
Handledare:	Johanna Arnesson
Kursansvarig:	Malin Svenningsson
Sidantal:	69
Antal ord:	19 953
Nyckelord:	Maskulinitet, Sociala medier, Genus, Instagram, Identitet, Influencers, Hegemoni

Syfte:	Studiens syfte ämnar att skapa en djupare förståelse för hur maskulinitet konstrueras samt reproduceras.
Teori:	Vår referensram utgår ifrån Connells Hegemoniska maskulinitet, Hirdmans Genusteori, Socialisation, Social Identitet, Maskulin homosocialitet
Metod:	En kvalitativ semiotisk bildanalys innehållande sju kända svenska profilers Instagramkonton.
Material:	Vi har använt oss av sju profilers Instagramkonton, därtill innehåller studien även en bilaga i form av ett analyschema.
Resultat:	Resultatet har visat att majoriteten av profilerna visar på ett heteronormativt maskulint beteende. Detta bekräftas genom analyser på kroppsspråk, vinklar och bilder som fokuserar på framgång samt den heteronormativa relationen. Vi kan även se att alla profiler bryter den heteronormativa normen genom att exempelvis uppvisa sentimentala inlägg som påvisar en känsligare sida alternativt genom att driva med den stereotypiska

normen genom humor. Vi kan därmed se spår av en ny och mer accepterande modern maskulinitet där man vågar ta ett steg åt sidan och bryta mot samhällets normer genom att visa upp detta på sina sociala medier.

TACK!

Till vår handledare Johanna Arnesson för stöttning och guidning under arbetsprocessen. Till våra nära och kära som funnits där som stöttepelare och som våra största kritiker under arbetets gång.

Tack till alla män för att ni gjort denna uppsats möjlig. Slutligen vill vi tacka varandra för ett fint samarbete och att vi stått ut med varandra!

Executive summary

Mankind has, for various reasons, always been divided into subordinated groups. Examples of these subordinated groups are nationalities, age, political opinion, religion or gender. During this thesis we will discuss the Instagram feed and normification of several well known individuals identifying themselves with the male gender. The thesis examines and reviews the male gender role, as it is presented in social media.

There is a scarcity of research on how the male gender is perceived and identified in relation to social media. The purpose of this thesis is to investigate and analyze how seven different influential Swedish males present their masculine identity on Instagram. By studying several profiles and how they distinguish and present themselves on Instagram, this thesis aims to interpret and recognize various ways of how masculinity is expressed, constructed and reproduced through their accounts.

The aim of our study has been to acknowledge how masculinity is constructed and reproduced on Instagram and how heteronormative masculinity is legitimized and if/ or how it is challenged. The purpose of the thesis is to deepen the knowledge of how masculinity is expressed on the selected individuals Instagram feeds. In order to explain the aim of our thesis more clearly, questions of issue were divided into three parts. The formulated questions comply, *How is masculinity constructed and expressed through male profiles on social media, specifically Instagram? Second, How masculinity is mediated on Instagram? And third, If and how the heteronormative masculinity can be confirmed, questioned or diverged on Instagram.* The first question of issue aims to allow in-depth knowledge on how masculinity is expressed through profiles on Instagram, whereas the second question aims to answer how different forms of masculinity is mediated on Instagram. The third question aims to observe the overall picture on if and how the heteronormative masculine approach is confirmed, questioned and examined by male profiles based on seven Instagram influencers.

Our framework is based on Hirdmans (2004) gender theory and Connell's (1996) theory of the hegemonic man, socialisation theory and identity theories such as parasocial interaction theory (A. Hirdman, 2018; Gleason, Theran & Newberg, 2017). The main empirical findings have shown that we live in a society based on hegemonic masculinity and a heteronormative ideal of a man.

The study has a qualitative semiotic analytical approach based on seven famous Swedish profiles. Our premiss is based on their Instagram feeds including a deeper analysis of selected publications using a coding scheme. Our results show that there are obvious and clear traces of reproduction of the heteronormative masculinity in all the chosen Instagram accounts, although some of the profiles deviate further from the norm in the way they portrait themselves. We have also found that we can see a more modern gender role when it comes to male masculinity.

Analysing the results, it was shown that the majority of the profiles are not frightened to stand out from the normative social expectations. Through evaluation, it could be concluded to be regularly common that masculinity through social media are recomposed and imitated. The outcome show that the main focus on the male body, or signs of heteronormative masculinity, is brought through special facial expressions and angles. Although, some profiles showed their inherency towards the heteronormative masculinity through periodically posting photos with their female partner. Namely, a gender-creation that regularly is recreated and repeated in order to provide the viewer about his affiliation. Furthermore, the results additionally show signs of a more modern take on masculinity through the acceptance of sensitivity from men.

In conclusion our study has made us consider the effects of how males portrait themselves in social media and what the profiles choose to make visible to the outside world. This reproduction may have an impact on their followers and the societal norm of how a masculine identity should be represented. Furthermore this representation could also influence social media followers how a heteronormative man should behave and what is worthy striving for in a lifestyle.

Innehållsförteckning

Inledning	9
Bakgrund	9
2.1 Studiens relevans	11
Teoretiskt ramverk	14
3.1 Genussystemet	14
3.1.2 Ett modernare genus	15
3.2 Maskulinitet	15
3.2.1 Maskulinitet i historien	15
3.2.2 Hegemonisk maskulinitet	16
3.2.3 Maskulinitet och sexualitet	17
3.2.4 Maskulinitet i modern tid	18
3.3 Identitetsskapande och sociala medier	18
3.3.1 Social Identitet	19
3.3.2 Socialisation i ett digitalt samhälle	19
3.3.3 Hegemonisk maskulin identitet i sociala medier	20
3.4 Kändisskap på sociala medier	21
3.4.1 Influencers i medielandskap	21
Syfte och frågeställningar	23
Metod	24
5.1 Kvalitativ innehållsanalys	24
5.1.1 Semiotik	24
5.1.2 Semiotisk bildanalys	25
5.2 Material och urval	27
5.2.1 Val av konton	28
5.2.2 Profiler	29
5.3 Tillvägagångssätt	30
5.3.1 Analysschema och analysfrågor	30
5.4 Metoddiskussion	31
5.4.1 Forskningsetik	32
Resultat och Analys	34
6.1 De sju profilernas flöden	34
6.1.1 Humorprofilen	34
6.1.2 Realityprofilen	35
6.1.3 Modeprofilen	36
6.1.4 Sportprofilen	37
6.1.5 Spelprofilen	37
6.1.6 Skådisprofilen	38

6.1.7 Livsstilsprofilen	39
6.2 Fem återkommande teman	40
6.2.1 Kroppsspråk	40
6.2.2 Kroppsfysik, den starka kroppen	42
6.2.3 Heteronormativ maskulinitet	44
6.2.4 Ett rikt känsloliv	46
6.2.5 En humoristisk approach till reproduktionen av maskulinitet och förlöjligandet av kvinnan	48
6.3 Slutsatser	50
6.3.1 Konstruktion och reproduktion av maskulinitet	51
6.3.2 Bekräftas heteronormativt maskulint beteende	52
6.3.3 Hur normen ifrågasätts och bryts	52
Slutdiskussion	55
7.1 Reflektioner kring resultatet	56
7.2 Reflektioner kring arbetsprocessen	57
7.3 Nya frågor och fortsatta studier	58
8. Referenser	59
8.1 Bilagor	68
Analysschema	68

1. Inledning

I Sverige växer vi upp i ett samhälle där man som flicka uppfostras till att vara feminin medan män uppfostras till att vara maskulina. Detta kommer bland annat till uttryck då de flesta av oss i något sammanhang har fått höra att ett visst beteende är typiskt manligt eller kvinnligt, exempelvis så har vi när en pojke drar en flicka i håret fått höra att det är typiskt pojkar, han visar bara att han tycker om henne. Men vad är egentligen typiskt för män och hur förväntar sig samhället att en man ska vara? Dessa frågor blev grunden för vår studie om den maskulina könsrollen då vi vuxit upp i ett samhälle präglad av den feministiska kampen, där kvinnor kämpar för att bryta sig loss från sin tidigare förtryckta roll grundad i djupt rotade könsnormer och den feminina könsrollen har under uppväxten ständigt tagits upp i debatter. Men någonstans på vägen har man glömt bort männen och det är ibland svårt att säga vad som är den maskulina normen och vad som är den enskilda mannens egna personlighet och åsikter. Många gånger tas det även för givet att män vill vara maskulina medan kvinnorna vill bryta sig loss från den traditionella könsrollen, vilket blir fel då vi inte kan anta att alla män vill vara eller känner sig hemma i den maskulina könsrollen.

Sociala plattformar såsom exempelvis Wikipedia, Facebook, Youtube, Instagram, Snapchat och twitter är en del av den sociala webben. Den sociala webben har gett användarna möjlighet till digital interaktivitet och samarbete, där den enskilda individen kan ha möjlighet att bidra till sajtens innehåll samtidigt som hen behåller kontrollen över sitt eget innehåll. Uppkomsten av sociala medier har utökat människors kontaktnät och skapat en möjlighet att kommunicera med individer dygnet runt. Tack vare denna teknologiska utveckling har människor över hela världen möjlighet att ta del av och utbyta åsikter, händelser och trender (Carlsson, 2010). Vilket även gjort att de rådande könsrollerna nu även finns konstant närvarande på internet och har nu även en möjlighet att präglas av andra länders normativa könsroller, eftersom de sociala plattformarna gör det möjligt för individer att finna och skapa gemenskaper som inte begränsas av geografi. Samtidigt som de sociala medierna blivit en plats för unga att utforska och utveckla sin identitet, genom att prova nya sätt att agera och tänka. Vissa låtsas vara en helt annan person, medan de flesta endast väljer att förstärka och lyfta fram egenskaper som anlägger status i vänskapskretsar online (Statens medieråd, 2019). Vi har därför valt att studera hur maskulinitet normerna kan komma att konstrueras, reproduceras och brytas på det sociala mediet Instagram. Detta görs med hjälp av semiotisk bildanalys av utvalda profilers Instagramkonton, tillsammans med ett teoretiskt ramverk som är baserat på tidigare forskning och teorier inom genus, identitet och maskulinitet.

2. Bakgrund

I de flesta samhällen kan man urskilja två genuskategorier, man och kvinna, men det finns samhällen som har flera kategorier, varav två av kategorierna är man och kvinna. Även

kriterierna av vad som anses manligt och kvinnligt kan variera mellan olika samhällen, det kan exempel vara fysiska skillnader såsom yttre genitalier och den reproduktiva kapaciteten. Genus bygger även på känslor, symboler, arbetsfördelning och resurser, som kan komma att ha betydelse för kulturella maktförhållanden, bland annat mellan man och kvinna. Denna konstruerade skillnad kan även komma att få sociala konsekvenser (Thurén, 1996). I det svenska samhället uppfostras kvinnor och män till att förhålla sig till de rådande sociala könen, där en kvinna förväntas vara feminin medan en man förväntas vara maskulin.

Enligt de normativa rollerna finns det en hegemonisk föreställning om maskulinitet och femininitet som kan komma att påverka relationen mellan könen, de vill säga att de befinner sig i en hierarkisk maktposition gentemot andra män och kvinnor (Butler, 1999; Connell, 1996). Allteftersom samhället utvecklats har det även bildats en modernare version av de traditionella *genuset*, ett friare genus som tagit ett steg från de biologiska könet (Holter, 2005). De nya förväntningarna på maskulinitet och femininitet beskrivs som jämlikt och varierande, då genus numera antingen är förkroppsligat eller livsstilsorienterat. Den sociala gränsen mellan manligt och kvinnligt har blivit allt suddigare och det socialt konstruerade genuset är ett individuellt val som kan förändras över tid. Denna förändring har alltså bland annat ökat möjligheten till varierande former av maskulinitet och gett oss en ny förståelse för genusrelaterade hierarkier (Holter, 2005). Konstruktionen av maskulinitet sker på olika sätt och det har på senare år blivit allt vanligare för individer att konstruera sin identitet med hjälp av sociala medier (Arnett, 1995; Wang, Yu & Wei, 2012).

I samband med att sociala medier vuxit sig stort och speciellt plattformen Instagram så har fenomenet influencers uppkommit. En influencer är en individ som har ett stort digitalt kontaktnät och har möjlighet att influera andra personer. Bland annat genom expertise, popularitet, rykte och ämne blir de alltså som en form av opinionsledare som har förmåga att styra opinionen (Chandler & Munday, 2016). Varje dag lägger mängder med svenska influencers ut bilder på Instagram och delar med sig av sin "vardag" (Svenskarna och Internet, 2019). I dessa bilder och bildtexter kan vi se stereotypa attribut och beteende i linje med de normativa könsrollerna för det kvinnliga och manliga könet. Grace Khunou (2013) argumenterar för att digitala medier och mediebevakningen i många fall påverkar befolkningens bild av maskulinitet, där den blir begränsad till den hegemoniska maskuliniteten. Hegemonisk maskulinitet syftar till de maskulina normer som hänvisar män till att se kvinnor som underordnade, och att det är endast ett fåtal män som i verkligheten kan uppnå denna form av hegemoni. Detta kan komma att påverka främjandet av alla mäns hälsotillstånd, då Khunou menar att slutsatsen skulle kunna dras att detta gäller alla män. De män som inte relaterar till den formen av maskulinitet kan alltså påverkas på ett negativt sätt (Viljoen, 2013).

Vi anser det relevant att studera hur maskulinitet kommer till uttryck för att kunna utveckla jämställdhetsarbetet samt för att belysa hur maskuliniteter konstrueras och reproduceras i sociala medier. När man talar om *genus* belyses ofta feminismens kamp för ett jämställt

samhälle, där män och kvinnor har samma rättigheter. I historien har den feministiska kampen främst drivits av kvinnor, men kampen är både mäns och kvinnors ansvar, eftersom alla måste dra sitt strå till stacken för att nå jämställdhet. En av de viktigaste punkterna för att kunna driva jämställdhetsarbetet framåt är att uppmärksamma och förändra destruktiva maskulinitetsnormer som lever kvar i samhället. Vi förhåller oss fortfarande till begränsande könsroller som formas av gammalmodiga normer och föreställningar om hur en man bör vara; till exempel att män inte ska visa sårbarhet och vara starka (Y.Hirdman, 2004). Lipman-Blumen (1976) motiverar denna typ av förändring genom att problematisera den hegemoniska maskuliniteten, att kvinnor kan komma att vara fortsatt underlägsna så länge samhällets normer formar männen till att bli hegemoniska män. Alla dessa olika aspekter belyser varför det är viktigt att innehållsanalytiska studier görs, så att vi får förståelse för hur maskuliniteter konstrueras och reproduceras.

2.1 Studiens relevans

De senaste åren kan vi se hur den maskulina könsrollen fått ta allt mer plats i debatterna rörande jämställdhet, tidigare har det främst debatterats sociala och kulturella roller ur ett feministiskt perspektiv. Billemar och Skärlund (2018) som driver Under Kevlaret, en organisation av och för killar som arbetar för killars psykiska hälsa skriver i en debattartikel att betygen i skolan inte spelade någon större roll – utan det viktigaste där var att visa att man inte brydde sig. Tyngden av att inte bry sig eller visa känslor är en attityd som de menar är central för flertalet killar. Det sker i dialogen och kulturen. Män får bekräftelse och uppmuntran för vissa beteenden, såsom att vara hård, impulsiv, högljudd och inte ta hänsyn till när en tjej säger nej. *”Vi rensar bort förmågan att vara ledsen, att söka tröst, att kunna gråta. Vi får inte visa oss sårbara, och ett enkelt sätt att dölja sårbarheten är att sluta bry sig. Vi förbjuder varandra att känna, eller snarare, att visa det”* (Billemar & Skärlund, 2018, 5 Juni).

Nyligen publicerades en krönika skriven av Yoldas (2019, 6 November) där man lyfter fram en annan opinion bland män, *“Pikarna mot jämställdhetsrörelsen möttes av applåder och hänskratt. En dov basröst utbrast ”ALDRIG!”* i denna krönika lyfter han till skillnad från Kevlaret fram de män som motarbetar jämställdhetsrörelsen och inte vill förlora sina privilegier i samhället. Båda texterna kan trots sina motsatta ställningstagande ses som exempel på att vi inte har kommit lika långt i jämställdhetsarbetet som vi hoppats, att det arbete som görs inte är tillräckligt.

Arbetsmarknadsdepartementet lyfter i ett pressmeddelande från 2019 att Sverige är ett av de mest framstående länderna, med hög jämställdhet beträffande fem av sex punkter som omfattar arbete, pengar, tid, makt och hälsa. Dock har vi fortfarande mest kvar att göra vad gäller jämställdheten mellan könen i området kunskap, eftersom det är fler kvinnor som väljer att studera vidare på högskola (Arbetsmarknadsdepartementet, 2019). Trots att vi anses som bäst i klassen i EU vad gäller jämställdheten, har vi fortfarande en lång väg kvar innan vi kan

kalla oss helt jämställda, speciellt vad gäller mäns våld mot kvinnor, löneskillnader samt det obetalda hem- och omsorgsarbetet (Arbetsmarknadsdepartementet, 2019).

I debattartiklar framkommer ofta samhällets bakvända könsrollsdebatt, där man debatterar för en könsneutral uppfostran och att vi ska tillåta barn att "byta" kön om deras persona passar mer in i det motsatta könets könsroll. Paula Jacobsson (2019, 3 April) menar istället att vi ska sluta problematisera pojkar som vill leka "feminina" lekar och flickor som vill leka "maskulina" lekar, att vi inte ska dra slutsatser om att en kille i klänning vill vara tjej, då barn och unga inte har kunskap eller är mogna nog för placeras in i ett könsfack. För att samhället ska utvecklas och könsrollerna upplösas måste vi inse att det inte går att förbise biologiska könsskillnader och att fokus istället bör ligga på att skapa ett samhälle där det inte finns någon social skillnad mellan män och kvinnor (Jacobsson, 2019, 3 April). Allt eftersom som samhället blivit medialiserat har det blivit allt vanligare för individer att använda sociala medier såsom Instagram som en form av socialisationsagent i sitt identitetsskapande, det vill säga att sociala medier numera har möjlighet att påverka individers kunskap om vad som är rätt och fel utifrån samhällets gemensamma normer och värderingar. Instagram är en plattform med fokus på bildpublicering med tillhörande bildtext och är en av de mest använda och växande sociala plattformarna (Internetstiftelsen, 2019). Därför anser vi det utomvetenskapligt motiverat att analysera och fördjupa sig i de processer och innehåll som finns på just Instagram. Vår studie förväntas kunna bidra till forskningsfältet inom maskulinitetsforskning och identitetsskapande i sociala medier, då vi först kommer studera hur maskulinitet kommer till uttryck i sociala medier för att sedan knyta detta till identitetsskapande.

Större delen av maskulinitetsforskningen är gjord på 90-talet eller tidigare men på senare år har det dock uppkommit fler moderna studier på området (Wagner, Alfaro & Bryant, 2016). Utifrån våra eftersökningar är det ett ämnesområde som växt fram under de senaste årtiondet men är fortfarande ett blygsamt forskningsområde. De mest tillämplade teorierna inom fältet har främst behandlat makt och hierarkier mellan män och fler forskare talar idag om genusforskning snarare än maskulinitetsforskning (Connell 1996; Kimmel 1994; Mellström & Gottzén, 2013). Johansson (2005) beskriver att det är relevant att fokusera på forskning kring skapandet och reproduktionen av maskulin identitet, där uttrycken handlar en del om osäkerhet, ambivalens och skörhet, samt unga mäns utmaningar i att skapa en fungerande maskulin identitet. När man talar om sociala medier och identitetsskapande så fokuserar man oftast på kvinnor och i färre fall män, trots att 45 % av de svenska Instagramanvändarna är män (Kemp, 2018; Wagner, Alfaro & Bryant, 2016). Sexualisering av den manliga kroppen innebär ett problematiskt förhållningssätt och en större osäkerhet samt bräcklighet kring sin den manliga könsidentiteten när de ökande kraven kring kroppsfysik pålagras ännu mer. Den maskulina mannen förväntas nu ha en mage som en tvättbräda och det är allt vanligare att män jämför sina kroppar med andra män. Strävan efter perfektion har gett upphov till en "ny manlig yta" i ett försök att värna över männens redan bräckliga identitet (Sørensen, 2005).

Sociala medier har kommit att bli en självklar del i den kulturella utvecklingen och dess relation till rådande sociala uttryck. Medierna befinner sig konstant i förändring och dess betydelse intensifieras allt mer allteftersom de sociala mediernas inflytande över individ och samhälle blivit mer markant (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2010). Med tanke på det omfattande dagliga användandet, utvecklingen och mediernas roll i identitetsskapande så krävs även denna form av forskning för att man ska kunna förstå andra samhällsfenomen och trender.

Bengtsson (2017) beskriver hur manliga influencers fungerar som en form av ideal för vad *vanliga* individer förväntas ha för attityd och beteende. Manliga profiler skapar alltså ideal för hur en maskulin man bör vara och påverkar på så sätt förväntningarna på andra mäns beteende och attityd (Bengtsson et al, 2017). Yvonne Hirdman (2004) understryker relevansen i att lyfta hur föreställningar om maskulin sexualitet kommer till uttryck i sociala medier, då män ofta ses som bärare av en konstruerad genusidentitet. Sambandet mellan heterosexualitet och maskulinitet är här av central betydelse och det är på tiden att diskussionen om mediala bilder och deras inflytande på unga individer expanderar från att inte bara handla om kvinnor utan även män samt den heteronormativa maskuliniteten. Den heteronormativa maskuliniteten består av ett ramverk kring vilka värden och karaktärsdrag en man bör sträva efter för att ses som manlig, exempelvis bör en man vara framgångsfokuserad och betona den heteronormativa relationen (Y. Hirdman, 2004).

Män förväntas passa in i en maskulin och manlig roll medan kvinnor förväntas passa in i en feminin, mjuk och sensuell roll (Y. Hirdman, 1988). Ett sätt för oss att bryta stigman i samhället kring de manliga könsnormerna är genom kunskap, vilket motiverar den grundläggande relevansen i vår studie. Instagram har sedan starten 2010 vuxit sig stor och plattformen har idag cirka 800 miljoner besökare i månaden (Svenskarna och internet, 2019). Sociala kanaler såsom Instagram har skapat nya förutsättningar för social interaktion, då vi idag snabbt kan interagera med personer som befinner sig på olika platser under dygnets alla timmar (A. Hirdman, 2018; Internetstiftelsen, 2019; Kemp, 2018). Aldrig tidigare har man kunnat visa upp sig och bli sedd av så många individer som i dagens globaliserade och medialiserade samhälle. Fotografier har fått en helt annan betydelse då en större andel individer nu kan ta del av dem och vi kan även inspireras av andras foton (A. Hirdman, 2018). Vi kan alltså motivera vår studie med att det finns en forskningslucka kring maskulinitet i sociala medier och specifikt på Instagram, då det gjorts få liknande studier med män i fokus. Sociala medier är i sin tur relevant att studera då det är ett konstant föränderligt fält (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2010; Weibull & Wadbring, 2014).

3. Teoretiskt ramverk

Nedan presenteras det teoretiska ramverk som denna studie tar avstamp i. Kapitel 4 innehåller tidigare forskning och teorier inom ämnesområden såsom genus, maskulinitet, identitet,

sociala medier och förebilder som tillsammans skapar en tydlig bild av forskningsområdet. För att kunna förstå hur maskulinitet konstrueras och reproduceras kommer vi använda oss av genusteorier som till exempel Hirdmans Genussystem och Connells Hegemoniska maskulinitet samt teorier om identitetsskapande och socialisering. Ytterligare perspektiv som hjälper oss att förstå studiens resultat fokuserar på kändisskap och sociala medier, samt relationen mellan ”influencers” och följare.

3.1 Genussystemet

Yvonne Hirdman (2004) beskriver genussystem som ett ord från antropologin som används för att förklara förhållandet mellan de olika könsrollerna. Systemet betecknar alltså en dynamisk struktur av fenomen, föreställningar, förväntningar och processer, samt hur dessa genom samverkan resulterar i mönster och regelbundenheter i förhållandet mellan de olika könen. Genussystemet bygger på två huvudpunkter, isärhållandet mellan man och kvinna, samt att kvinnan är mannens motsats, en dissident av mannen. Den manliga normen legitimerar därmed isärhållandet, vilket i sin tur legitimerar den manliga normen (ibid). Mannens status och dominans har historiskt sett kommit bland annat till uttryck genom att yrken som tidigare varit mansdominerade förlorat sin prestige när kvinnorna lyckats ta sig in på arbetsmarknaden (Lerner, 2006).

Föreställningar om män och kvinnor reproduceras och upprätthålls genom *genuskontraktet*. Genuskontraktet kan ses som ett arv från tidigare generationer och berättar för oss hur män och kvinnor ska se ut, vem som får komma till tals, vilka redskap som får användas av vilket kön samt hur de båda könen ska bete sig. Personer av båda könen är medvetna om vad som förväntas av dem i en viss situation, vilket är ett tecken på att *kontraktet* existerar på flera nivåer. Genussystemet ser i sin tur alltså till att genuskontraktet efterlevs och upprätthålls (Y. Hirdman, 2004).

Hirdman beskriver mannen som allt en kvinna inte är. Han är inte känslös, mjuk och svag, utan istället kontrollerad, förståndig, hård och stark. Hon belyser att mannen ofta framställs som någon högre värderad än kvinnan (Y. Hirdman, 2004). Genussystemet framträder i historiska verk så tidigt som i Bibelns berättelse om Adam och Eva, då mannen skapas i Guds avbild medan kvinnan skapades av mannens revben. Adam motstod även frestelsen att äta av den förbjudna frukten, medan Eva inte kunde motstå ormens inbjudande ord. Men på senare år kan man se att det skett en förändring i genussystemet, att vi tagit ett steg ifrån det primitiva synsättet och skapat nya föreställningar kring kön och könsnormer (Hammarén och Johansson, 2009; Y. Hirdman, 2004).

3.1.2 Ett modernare genus

Holter (2005) beskriver hur det skapats nya moderna föreställningar kring kön allteftersom samhället utvecklas och förändras. De moderna könen kräver inte att man följer de traditionella könsnormerna, med att dem som fortfarande följer normerna har en fördel. Senare normer förefaller att vara mer varierade och jämlika, där genus tillhörigheten antingen kan vara förknippade med individens livsstil och/eller vara förkroppsligat, till skillnad från tidigare när en individs genustillhörighet ofta var förknippat med arbete, makt och intellekt. Genussystemet har blivit allt mer jämställt, vilket bidragit till en alltmer oklar linje mellan vad som anses manligt och kvinnligt, samt att det innebär ett friare genusval som kan förändras över tid. Detta betyder inte att genushierarkier försvinner utan att vi kan se på dem på ett nytt sätt och de nya genusen ökar möjligheten till varierade former av maskulinitet. För att nå jämställdhet måste det dock bli ett mål för båda könen, där det inte finns några undantag inom ekonomi, politik och arbetsliv. Det moderna sociala genuset skiftar efter den rådande situationen och är inte förutbestämt (Holter, 2005). Hirdmans genusteori är relevant för vår studie då vi för att kunna förstå och förklara maskulinitet behöver ha kunskap om hur de genusrelaterade normerna som finns i det svenska samhället är uppbyggda och upprätthålls, samt så behöver vi grundläggande information om vad som enligt normen anses vara typiskt manligt och kvinnligt för att kunna införskaffa en djupare förståelse för skillnader och likheter mellan maskulinitet och femininitet.

3.2 Maskulinitet

Nedan presenteras relevanta teorier för studien och tidigare forskning om maskulinitet. Vi kommer bland annat gå igenom hur maskuliniteten förändrats samt vilka normativa förväntningar som finns på män.

3.2.1 Maskulinitet i historien

Connell (1996) beskriver hur den moderna maskulina könsrollen grundades under 1800-talet genom debatter om biologiska könsskillnader mellan kvinnor och män. Under 1990-talet tillkom sedan begrepp som skulle förklara skillnader mellan de olika könen sociala roller. För att förstå hur den maskulina identiteten har konstruerats bör man titta på historiska händelser. Begreppet maskulinitet har uppkommit ur sociopolitiska kontexter och historiska sammanhang bland annat genom Post-Fordismens arbetslöshet och spegling av mäns försämrade självbild. Detta kom att ha en gedigen inverkan på arbetskraft och manlig identitet (Amin, 1994). Denna förändring kom att påverka mäns självbild och lämnade många män med en känsla av underlägsenhet på grund av att det nya sättet att mäta maskulinitet var genom att skapa ekonomiskt kapital, något som flertalet män inte nådde upp till. Detta bidrog till känslor av maktlöshet och misslyckande. Den nya generationens maskulina identitet växte fram på 1990-talet och definierade bland annat vad begreppet maskulinitet skulle innebära framåt. Det senaste decenniet har internet och sociala medier gett maskuliniteten en möjlighet

att uppvisa dessa rådande normer (Patton, Eschmann, Butler, 2013). Kimmel (1994) beskriver maskulinitet som något som skapas genom mäns relationer till andra män, där femininitet är motpolen som ska skilja på män och män samt män och kvinnor. Connell och Kimmel tillskriver att feminiteten har en stigmatiserad roll där kvinnorna är underordnade männen (Connell, 1996; Kimmel 1994).

3.2.2 Hegemonisk maskulinitet

Hegemonisk maskulinitet är ett begrepp som tillkom i maskulinitetsforskningen under 1980-talet och är riktgivande för den här typen av forskning. Hegemoni innebär att en individ kan behålla sin maktposition genom den kulturella dynamiken. Connell (1996; 115ff) förklarar hegemonisk maskulinitet som något som "kan definieras som den konfiguration av genuspraktik som innehåller det för tillfället accepterade svaret på frågan om patriarkatets legitimitet". Hegemonisk maskulinitet syftar alltså till de maskulina normer som hänvisar mannen till att se kvinnan som underordnad. Något som bland annat kommer till uttryck i ett samhälle där män uppmuntras att falla in i den maskulina homosocialiteten, vilket innebär att männen systematisk förväntas börjar betrakta kvinnor som mindre värda. Det ena könets dominans kan alltså ses som en effekt av den manliga homosocialiteten (Lipman-Blumen, 1976). Den kommer främst till uttryck i form objektifiering av kvinnor, emotionell distansering och konkurrens (Bird, 1996). Objektifieringen av kvinnor ger män mental överlägsenhet och en känsla av maskulinitet eftersom man genom objektifieringen distanserar och opponerar sig från det kvinnliga könet (Johnson, 1988). Genom emotionell distansering skapar män en tydlig identitet, då känslor ses som en svaghet och en individ som kan stänga dem ute hamnar i maktposition (Chodorow, 1978). Tävlan i en social relation mellan maskulina individer sker för att förtydliga gruppens relationella hierarki (Messer, 1992a).

Den traditionella hegemonin kännetecknas främst i hävdandet av auktoritet istället för genom hot av fysiskt våld. Detta innebär att vissa män är underordnade andra män samt att kvinnorna är normativt underordnade männen. De män som främst hamnar i underläge är homosexuella män, eftersom hegemonisk maskulinitet är starkt kopplad till heterosexualitet. Det är vanligare att homosexuella män anses underordnade och i större utsträckning utsätts för kulturell och politisk smutskastning såsom social uteslutning, gatuvåld samt ekonomisk diskriminering. De definierade normerna av maskulinitet står dock inför problemet att nästan inga män kan leva upp till den normativa standarden inom den maskulina hegemonin (Connell, 1996). De heterosexuella män som inte lyckas nå upp till normen inom hegemonin har ändå en del fördelar genom sin patriarkala maktposition då det i många fall finns andra män längre ner i hierarkin. Dessa män får alltså fördelar genom delaktig maskulinitet, vilket gör att man får en högre position i hierarkin av att tillhöra ett hegemoniska maskulinitetsprojekt än att vara utanför (Connell, 1996).

3.2.3 Maskulinitet och sexualitet

Butler (1993) beskriver de normativa könen som heterosexuellt grundade där de former av maskulinitet och femininitet som beskrivs förväntas utgå från heterosexuella attribut. Butler belyser dock att det inte är individens sexualitet som bestämmer genuset, men att det är viktigt att belysa den icke-reduktiva och icke-kausala kopplingen mellan genus och sexualitet. Ett exempel på detta är att homofobi ofta kommer till uttryck genom beskrivningar i hur en man misslyckats uppfylla de maskulina förväntningarna och istället associeras med attributen för det motsatta genuset (Butler, 1993).

Rosenberg (2002) förklarar heteronormativitetens två bärande principer som innefattar den exkluderande och inkluderande. Den inkluderande principen handlar om att många män upplever det positivt och sunt att få känna sig manliga i ett förhållande och saker är "som det skall vara" och den exkluderande som när man inte känner sig tillräckligt manlig. Rosenberg beskriver även vår kultur som heteronormativ där de flesta kärleksberättelser utspelar sig inom ramen för just de traditionella könsnormerna. Heteronormativitet skall inte antas ha samma betydelse som heterosexualitet utan istället beskriva de normer som reproducerar manlig identitet. Lina Paulsson (2005) beskriver det som att den heteronormativa manligheten skapas i relation till när en man blir sedd av en kvinna, och när det kommer till genusskapande måste handlingar ständigt upprepas och återskapas för att vara övertygande (Paulsson, 2005).

Bisexualitet fyller en vital funktion i olika typer av sociala debatter då det kan användas som en *diskursiv nyckel* för att få förståelse för hur olika typer av könsnormer i samhället upprätthålls (Hemmings 2002; Storr 1999). Manlig bisexualitet i sig är något som har fastnat mellan normerna i det gamla och det nya samhället, alltså något som anses opålitligt. Här menar Bertilsson (2005) att det är viktigt att uppmärksamma diskussionen kring en ny manlig heterosexuell identitet baserat på öppenhet istället för homofobi och avståndstagande från manlig homosexualitet (Johansson, 2005).

Genustillhörighet verkställs enligt Butler (1993) av hur en individ väljer att bete sig. Genus tillhörigheten kan sprida sig över både den manliga och kvinnliga ramen beroende på den situation som hen befinner sig i och kan därför inte endast ses ur de normativa synsätten. Detta bör istället ses som heterosexuella förväntningar, det vill säga att fokuset istället bör hamna på individens sociala identitet och hur denna i sin tur skapas eftersom en individ kan ha flera identiteter och egenskaper som framkommer i olika situationer, även därtill i sina sociala medier (Giddens, 2003). Detta blir intressant för vår studie i relation till sociala medier och framför allt Instagram då tidigare genusteorier beskriver objektifiering som något män utför mot kvinnor. Idag kan vi däremot se att även män objektifieras och vi kan därför anta att detta numera är en del av den moderna maskuliniteten, en maskulinitet som "objektifierar" sig själv (A. Hirdman, 2018).

3.2.4 Maskulinitet i modern tid

Thomas Johansson (2005) beskriver att bristen av problematisering kring “den unga mannen” har gjort att bilden av den “endimensionella mannen” har stärkts och skapat stereotyper i vårt samhälle. Detta kan varit användbart för att kritisera den hegemoniska manligheten, men samtidigt har det bidragit till en relativt simplificerad syn på kön.

När man talar om mannen som norm är det i synnerhet manlig dominans som diskuteras. Dock syftar den normativa verkligheten på något annat, här handlar det istället om att män har pressats till att anpassa sig, underkasta sig ensidiga normer och forma sig efter hur en man anses bör vara (Johansson, 2005). Det förekommer och cirkulerar en hel del stereotyper och fördomar när man talar om ung manlighet och att förhålla sig till dessa rådande stereotyper är ett aktivt men även ett bekymmersamt projekt. I moderna forskningsstudier beskrivs mer och mer hur balansen mellan kvinnor och män börjar förändras (O’Donnell & Sharpe, 2000). Manligt förtryck accepteras inte längre på samma sätt och kvinnor tar mer initiativ och allt fler unga män börjar kalla sig för feminister då värderingarna i vårt samhälle har förändrats över tid (Johansson, 2005). Andreasson beskriver även att den dominerande maskuliniteten kan likställas vid en auktoritet som anger vilka värden och karaktärsdrag som manliga atleter bör eftersträva för att ses som tillräckligt kvalificerade för att få tävla i det maskulina loppet (Andreasson, 2005).

Maskulinitet bör inte längre ses som bundet till de biologiska könen, då en man numera kan leva som kvinna och en kvinna som man. Denna modernisering av maskulinitet innebär att man endast följer det sociala *genuset* och distanserar sig från det biologiska *könet* (Butler, 1999; Halberstam, 1998; Haywood & Mac an Ghail, 2003). Connell och Pearse (2015) förklarar detta som att vi skapar vårt eget genus. Men detta skapande sker dock inte utan ramar, utan vad som innebär att vara man hänvisar till ett system av förutsättningar, uppfattningar, anspelningar och undertoner som är grundade i samhällets kulturella historia.

3.3 Identitetsskapande och sociala medier

Nedan presenteras tidigare forskning och teorier rörande identitetsforskning och hur identitetsskapandet förändrats av det digitala landskapet.

3.3.1 Social Identitet

I dagens samhälle är medierna konstant föränderliga och betydelsen av medierna intensifieras, då inflytandet på samhället samt individerna blir allt mer markant (Hjarvard, 2008). Sociala medier har idag blivit en självklar mellanhand mellan kulturell utveckling samt sociala uttryck i samhället (Hepp, Hjarvard, Lundby, 2010).

Giddens (2003) definierar och beskriver identitet genom att skilja på personlig och social identitet, två identiteter som också är inbegripna i varandra. Det är den sociala identiteten som ger en individ en plats i samhället, den sociala identiteten bygger på sociala institutioner, positioner och strukturer.

Maskulinitet är enligt Haywood och Mac an Ghail (2003) det som könet förknippas med, som exempelvis skägg vilket kan associeras till maskulinitet då det förknippas med det manliga könet. Man skulle alltså kunna säga att vi uppfattar könsidentitet utifrån hur egenskaper härleder till det manliga respektive kvinnliga, det handlar alltså om de föreställningar och handlingar som förknippas med exempelvis manlighet och inte bara om biologiska skillnader (Ibid). Det finns dock inte bara ett sätt att vara man eller kvinna på eftersom människan konstruerar olika identiteter på grund av aspekter såsom sexualitet, ålder, etnicitet, klass och fritidsintressen (Whitehead & Barrett, 2001). Detta tillskriver oss liknelser med andra individer genom identiteter såsom exempelvis pappa, anställd, hemlös eller homosexuell. En individ kan alltså ha en mängd olika identiteter samtidigt, då man både kan vara pappa och homosexuell, läkare och dyslektiker. Ett begrepp som ofta förknippas med social identitet är *socialisation*. Socialisation hjälper oss att forma självständiga handlingsmönster, åsikter och identiteter med hjälp av familjemedlemmar, skola och individer i ens omgivning. Samhällsmedborgare skapar alltså sin identitet genom relationer samt genom hur andra individer upplever och relaterar till oss. Vår självbild skapas på så sätt igenom hur vi upplever oss själva och genom bilden vi skapat genom att umgås med andra, vilket ofta är bundet till andras blickar eller närvaro (A. Hirdman, 2018). Det är alltså med hjälp av socialisationen som vi formar förhållningssätt till kulturella normer, beteendemönster och värderingar (Giddens, 2003).

3.3.2 Socialisation i ett digitalt samhälle

Tidigare skapades identitet med socialisationsagenter såsom familjemedlemmar, skola, myndigheter och andra individer som personen ifråga har nära kontakt med. Tillsammans förde socialisationsagenterna vidare kunskap om vad som var rätt och fel utifrån samhällets gemensamma normer och värderingar. Allt eftersom samhället förändrats och blivit mer och mer digitalt så har även socialisationsprocessen förändrats, då medier har blivit en allt vanligare socialisationsagent. Medier är dock inte skapta för att skapa goda samhällsmedborgare utan finner istället intresse i uppskattning och spridning. Det blir alltså allt vanligare att individer själva tar kontroll över den individuella socialisationen, bland

annat genom sociala plattformar, forum och *communities* (Arnett, 1995; Wang, Yu & Wei, 2012). Anja Hirdman (2018) beskriver hur Instagramanvändare blir allt mer delaktiga i att själva välja ut vilken bild som skall synas utåt och på så sätt påverka hur de skall uppfattas av andra. Vi tenderar att framställa oss som mer lyckade och bättre än vi faktiskt är på sociala medier, där vi helt enkelt skapar en idealbild som vi sedan distribuerar till vår omvärld. Denna idealbild är baserad på samhällets rådande ideal, där stort fokus läggs på kroppen, framgång och materialism bland annat i form av resor.

3.3.3 Hegemonisk maskulin identitet i sociala medier

På samma sätt som det vardagliga klädvalet är en form av presentation av en individs identitet är även valet av "den perfekta profilbilden" samma sak. Gallegos menar att män vid valet av profilbild utför *identity management* och lägger ofta ut bilder samt uppdateringar som lyfter upp det bästa av deras vardag. Bland de män som vill passa in i samhällets normer av hegemonisk maskulinitet har det visat sig att de ofta lägger upp bilder som visar på dominans samt stark fysik eller aktiviteter, samt att de sedan värderar alla positiva reaktioner som de får på sina sociala medier som en bekräftelse och som ett tecken på social acceptans i från samhället (Gallegos, 2018).

Communication Theory of Identity (CTI) pekar på att hegemonisk maskulin identitet skapas genom kommunikation med andra, där konceptet av självpresentation online följer samma mönster som mellanmänsklig kommunikation. En individ kommunicerar små delar av sin identitet på sina sociala medier för att se om hen antingen blir avvisad eller accepterad, och formar genom detta sin digitala identitet. Identitet skapas alltså genom bekräftelse på sociala plattformar där människor konstant iakttar och bedömer ens närvaro. Gallegos menar att detta kan komma att påverka män i negativ bemärkelse eftersom det kan finnas en känsla av krav på att fortsätta uppdatera om sina liv och därmed känna behovet av bekräftelsen man får online genom att människor gillar och kommenterar på ens bilder. Istället för att visa upp sin egen definition av maskulinitet så publiceras ofta bilder som visar på en anpassning till det maskulina hegemoniska idealet för att söka bekräftelse (Gallegos, 2018). Detta är relevant för vår studie då vi för att tolka våra analysobjekts sociala innehåll behöver ha kunskap om hur män tenderar att använda och forma sin digitalt bundna identitet, något som i sin tur gör oss medvetna om att användare kan komma att följa vissa mönster, att de nödvändigtvis inte behöver vara profilens interna identitet vi ser samt att den digitala identiteten kan vara påverkad av andra individers profiler.

3.4 Kändisskap på sociala medier

Nedan presenteras tidigare forskning rörande förebilder, samt hur användandet av sociala medier kan påverka identitetsskapandet.

3.4.1 Influencers i medielandskap

Idag definierar man social media influencers (SMI) som människor med inflytande samt har möjlighet till att påverka och influera sina följares åsikter genom sina sociala plattformar (Freberg, Graham & Mcgaughey, 2011). I de flesta fallen är influencers vardagliga internetanvändare som delar med sig av sitt personliga liv genom att visa upp visuella berättelser om sin livsstil och kommunicerar i sin tur närhet för att förmedla trovärdighet och kredibilitet till sina följare (Abidin, 2016). Deras följare samt många människor har behovet att ha någon man ser upp till, en förebild som man strävar att ta efter. Dessa förebilder kan ha åtråvärda egenskaper som exempelvis utseende, personlighetsdrag, status eller livsstil som man avser att efterlikna (Johnson et al, 2016). Flertalet influencers förmedlar en livsstil som många av deras följare enbart kan drömma om och på det sättet kan profilerna komma att fungera som förebilder (Saul, 2016).

Parasociala interaktionsteorin kan hjälpa oss förklara hur profilerna kan komma att fungera som ett ideal hos följarna för förhållningssätt till beteende och attityd. Som tidigare nämnt vill vi alltså sträva efter att utveckla liknande drag och attityder som våra förebilder besitter (Bengtsson et al, 2017). Parasociala interaktioner i form av ensidiga relationer med förebilder och kändisar är ett vanligt fenomen bland unga och kan ha en viss inverkan i deras identitetsskapande. I en studie av Gleason visade det sig att killar är mer benägna att se kändisar som en slags mentor eller auktoritär figur att se upp till medan tjejer uppfattar dem mer som vänner (Gleason, Theran & Newberg, 2017). Denna typ av jämförelse kan bidra till en positiv påverkan där man blir motiverad till att förbättra sig själv, men den kan även bidra till en negativ effekt där individen upplever att deras självbild hotas (Finkel & Fitzsimons, 2011). Detta kan inträffa när man inte kan identifiera sig med förebilden utan upplever att hens livsstil eller karriär uppfattas som onåbar, vilket leder till känslor av hopplöshet och försämrad självbild (Hoyt, 2013; Wood, 1989).

Idag är moderna influencers en del av populärkulturen, ett begrepp som oftast associeras till mediernas masskultur. Storey (2009) menar att populärkulturen alltid finns jämte den officiella samhälleliga kulturen och genomsyrar vår vardag på ett betydelsefullt sätt, detta kan man se som en ideologisk funktion som går att relatera till influencers och därtill hur maskulinitet konstrueras hos de manliga förebilderna. Definitionen av populärkultur beskriver ett fenomen likt en större kultur som är omtyckt, alltså något som konsumeras och uppmärksammas av många. Vidare menar Storey (2009) att populärkultur och dess relation till hegemoni är central, då dessa fenomen många gånger har stått i direkt avspegling till en maskulin hegemonisk makt. Betydelsen skapar sedan ett underlag för reaktioner hos allmänheten och publiken, vilket är just vad som eftersträvas hos producenten som exempelvis manliga influencers, att exponeras och synas i olika mediala sammanhang (Fiske, 1987).

4. Syfte och frågeställningar

Uppsatsen syftar till att öka förståelsen kring hur maskuliniteter konstrueras samt reproduceras i sociala medier, genom att studera hur svenska manliga profiler framställer sin identitet och sin maskulina könstillhörighet på Instagram. På så sätt kan vi få förståelse kring om, och i så fall hur, Instagram ger möjlighet att uttrycka olika former av maskulinitet och hur detta manifesteras. Därtill titta närmare på om och isåfall hur den heteronormativa maskulinitetens normer, som befinner sig högst upp i hegemonin, kan komma att bekräftas eller ifrågasättas. Med hjälp av en semiotisk bildanalys förväntas studiens syfte uppnås genom följande frågeställningar:

Vilka olika typer av maskulinitet framförs/konstrueras?

Frågan avser att fördjupa kunskapen kring vilka former av maskulinitet som kommer till uttryck på sju utvalda (manliga) profilers Instagramkonton.

På vilket sätt förmedlas maskuliniteter?

Denna fråga ämnar att besvara hur olika former av maskulinitet förmedlas på de utvalda profilernas instagram konton.

Bekräftas, bryts och/eller ifrågasätts den heteronormativa maskuliniteten?

Frågeställningen syftar till att observera hur den heteronormativa maskuliniteten (som befinner sig högst upp i hegemonin) bekräftas, ifrågasätts och kan komma att brytas av de manliga Instagramprofilerna.

5. Metod

I detta kapitel kommer studiens metodiska val och genomförande att redovisas. Metodologiska val kommer löpande i kapitlet att motiveras och problematiseras samt så kommer analysobjekt och analyschema att presenteras.

5.1 Kvalitativ innehållsanalys

Vi har valt att utgå från en kvalitativ innehållsanalys för att skapa en djupare förståelse för hur maskulinitet konstrueras och reproduceras på Instagram. En kvalitativ innehållsanalys används för att på olika sätt undersöka ett fenomen och inriktar sig främst på att djupanalysera ett färre antal objekt som skulle kunna representera en större population (Krippendorff, 2004). En kvalitativ innehållsanalys kan även variera i komplexitet och omfattning samt även variera i tillvägagångssätt vid utförande av metoden (Neuendorf, 2002). En kvalitativ semiotisk tolkning handlar grundläggande om att begripa och skapa förståelse för vad analysobjektet uttrycker, detta sätts sedan i förhållande till de frågeställningar som ställs till analysobjektet (Esaiasson et al, 2017). Den här metoden valdes då den i större mån har hjälpt oss att diskutera och analysera de utvalda objekten på ett djupare plan. Detta har i sin tur bidragit till att vi kan säga något om vilka budskap analysobjekten förmedlar och hur dessa kan tolkas (Esaiasson, 2019).

Studiens fokus är att göra en omfattande innehållsanalys. Vi använder oss av semiotisk bildanalys när vi undersöker profilernas inlägg för att empiriskt analysera eventuella mönster samt uttryck i de inlägg som publiceras. Vi har genom detta skapat oss en bild av hur fenomenet "maskulinitet" gestaltas och delas på de utvalda profilernas Instagramkonton. Ansatsen blir här abduktiv, där vi strävat efter att tillföra ny kunskap genom att dra slutsatser utifrån den studie vi själva gjort för att sedan jämföra det med likartade studier. Ett sätt att arbeta på då är kumulativt, alltså bygga vidare på tidigare gjord forskning. Därför har vi analyserat symboler i inlägg på Instagram med hjälp av semiotisk bildanalys/textanalys för att undersöka uttryck och tecken (Esaiasson et al, 2017).

5.1.1 Semiotik

För att kunna analysera meningsskapande och hur vi människor kommunicerar med hjälp av tecken så är ett tillvägagångssätt att använda sig av semiotisk metod. Den semiotiska metoden går att tillämpa på alla studier som bygger på kommunikation via tecken, för att skapa mening i en specifik kontext (Vigsø, 2004). Semiotiska analyser intresserar sig alltså mer för tecknens natur och betydelser samt den stilistiska sidan av visuella budskap (Mral, Gelang & Bröms, 2016). Vi har i vår studie analyserat hur svenska profiler kommunicerar sin maskulinitet och könstillhörighet genom tecken på den sociala medie-plattformen Instagram i

ett försök att skapa större förståelse för hur identiteter och maskulinitet konstrueras samt reproduceras i sociala medier.

5.1.2 Semiotisk bildanalys

I semiotiska visuella analyser kombineras ofta bild och text för att skapa en tydligare helhet av ett visst budskap. Här kan bildtexten hjälpa till med att förtydliga bildens huvudsakliga budskap och på så sätt vägleda tolkningen. Relationen mellan bild och text kan dock ha olika uppgifter där bilden bland annat kan komplettera, illustrera och förankra texten (Mral, Gelang & Bröms, 2016).

Med bildanalys har vi undersökt kommunikationen och betydelsen i de visuella inläggen samt om det finns några återkommande sätt att konstruera och reproducera maskulinitet.

Tolkningar av budskap sker hos oss individer utifrån våra egna personliga erfarenheter och perspektiv. Detta går att relatera till sociala och kulturella betingelser i en större samhällskontext. När en bild tolkas så sker det i ett visst sammanhang med ett särskilt perspektiv eller inramning. Det som är karakteristiskt för en semiotisk bildanalys är att alla tecken som kan tolkas betyder något och har en underliggande mening eller avsikt. Med den motiveringen har semiotisk bildanalys varit ett användbart metodval för oss eftersom det har gett oss möjligheten att analysera hur bilder relaterar till föreställningar kring konstruerandet av maskulinitet och hur det kan generera associationer kring maskulina normer samt hur dessa kan komma att brytas (Fogde, 2010).

När man producerar och tolkar bilder så görs detta inom ramen för ett visst perspektiv och sammanhang. Det blir därför viktigt att analysera alla enskildheter i en bild såsom exempelvis kroppshållning, blickar och färger. Detta görs för att man skall kunna se hur tecken kan komma att leda till olika föreställningar. Bilder analyseras sedan denotativt utifrån semiotiska resurser såsom linjer, färger och vinklar, vilket ger oss en helhetsbild av inlägget. Sedan görs en konnotativ analys där man överväger vilka sociala normer och kulturella föreställningar som det denotativa resultatet anspelar på (Fogde, 2010).

Denotation

Denotation är ett begrepp inom ett flertal vetenskapliga discipliner. I en kvalitativ innehållsanalys används begreppet vid analyser av exempelvis en bilds bokstavliga innehåll, det vill säga den direkt avläsbara betydelsen. Till exempel så tolkar vi att det är en man när vi ser en individ med vissa fysiska attribut såsom manliga könsorgan. Denotation syftar alltså till det som de flesta mottagarna kommer förknippa med en symbol (Mral, Gelang & Bröms, 2016).

Konnotation

Konnotation är istället det associationer som åtföljer en bild eller ett ord, det vill säga de värderingar och känslor som uppkommer när vi betraktar ett tecken eller en symbol.

Konnotationer kan även vara konventionella och utmärka samhällliga hierarkier, denna form

av konnotation är kulturbunden och varje enskild kultur har ett eget konnotationsmönster. Konnotationer kan vara sociala, de vill säga ha en underförstådd mening som mottagaren utläser utan att de har formulerats i ord. Ett exempel på detta är att en individ som klär sig i enlighet med de normativa föreställningarna om manligt mode förväntas följa de övriga kriterierna för de maskulina könsnormerna medan en individ som klär sig kvinnligt förväntas leva efter den feminina könsrollen. Detta förefaller på grund av tecknens, i detta fall i form av klädernas sociala betydelse (Y. Hirdman, 2004). Sociala konnotationer är beroende av den kulturella uppfattningen och situationskontexten (Mral, Gelang & Bröms, 2016).

Inramning

Utifrån ett semiotiskt tillvägagångssätt som heter *framing/inramning* kan vi studera de semiotiska resurserna i inlägget samt texten, det vill säga färger, typsnitt, linjer, faktarutor samt bilder. Genom detta kan man utläsa hur detaljerna förhåller sig till varandra samt relationen mellan bild och text (Fogde, 2010).

5.1.3 Kroppens semiotik

Genom interdiskursivitet kan vi exempelvis studera vad som finns i bakgrunden respektive förgrunden hos de olika inläggen vi väljer ut (Fogde, 2010). Givande är även att analysera *hur* vinkeln till fotot är taget och vilken relation som då skapas till mottagaren (Björkvall, 2009). Är bilden tagen öga mot öga, underifrån eller ovanifrån? Genom att studera detta kan man utläsa om betraktaren har ett övertag där objektet framställs som underordnad (Fogde, 2010). Att exempelvis fotografera underifrån ger det avbildade objektet en illusion av övertag eftersom det framstår som om det blickar ner på åskådaren, likt hur de hegemoniska männen förväntas blicka ner på kvinna (Connell, 1996). Detta förekommer ofta i situationer när människor med makt framställs (Fogde, 2010), till exempel när kvinnor avbildas som svaga och känslamma medan männen porträtteras som hårda, kontrollerade och starka (Y. Hirdman, 2004).

För att tolka kroppsspråk och primära emotioner kommer vi utgå ifrån Martinecs tolkningsschema som förklaringsmodell för stereotypiska uttryck av kroppsspråk (Givens, 2008). Vigsø menar på att bildobjektets kropp och ansikte har två olika sätt att kommunicera på. Emotioner syns främst i objektets ansiktsuttryck och kroppens position, vinkel samt hållning ger oss en kompletterande bild av vad personen i fråga vill förmedla. Enligt Martinec finns det fyra universella emotioner att leta efter; rädsla, vrede, sorg och glädje (Vigsø, 2004).

- *Huvudet lutat åt sidan:* används ofta för att visa på vänlighet och främjar kontakt.
- *Högt stående:* en vertikal hotande hållning där kroppen "förstoras" och blir en förlängning genom bildens vinkel, vilket tyder på auktoritet.
- *Korsade armar:* Ett viloläge som tyder på egentröstande hållning, men används också omedvetet för att ta avstånd eller distansera sig från något obekvämt.

- *Vinkeldistans*: Bildobjektet placering i förhållande till betraktaren, vinklad mot eller ifrån tyder på tillgänglighet eller alternativt distansering.
- *Ögonkontakt*: Finns det ögonkontakt mellan objekt alternativt mot betraktaren, en emotionell kontakt skapas mellan två personer när de observerar varandras ögon.
Hämtat från Givens (2008).

Vi kommer även utgå från Bergströms (2001) färgschema i vårt analyschema där det presenteras olika betydelser bakom färger. Exempel på detta kan man se där svart symboliserar makt, kontroll och kraft, något som går att associeras till Hirdmans definition av maskulinitet (Y. Hirdman, 2004). Vitt och rosa representerar oskyldighet och mörka färger som grönt och blått symboliserar auktoritet (Bergström, 2001).

5.2 Material och urval

De urvalskriterier vi har utgått ifrån har varit att analysobjekten ska vara svenska manliga profiler, som har ett aktivt instagramkonto med en följarskara runt 1 000 000 och som vid analys tillfället är mellan 20-40 år. Vi har valt att endast undersöka svenska manliga profiler då vår studie utgår ifrån en svensk kontext och vi därför anser de relevant att analysera profiler som är uppvuxna/lever efter de svenska samhällets könsnormer. Dessa profiler ska ha en stor följarskara då profiler med en stor följarskara har en tänkbart större chans att nå ut och påverka sina följare än en individ med ett mindre följantaral. Vi har valt att ha ett större åldersspann för att ha möjlighet att kunna utläsa om åldern kan komma att påverka uttryckande av maskulinitet. Utifrån dessa kriterier valdes sedan våra sju profiler ut då dem enligt maktbarometern är statistiskt störst och därmed har mest inflytande, något vi kommer diskutera närmare nedanför (Medieakademin, 2019). Materialet i studiens undersökning består av bilder från Instagramkonton som tillhör sju kända svenska profiler, där 20 bilder analyserats från vardera Instagramkonto. Totalt har vi undersökt och analyserat 140 bilder som är publicerade från den senaste perioden, detta kan sträcka sig över en tid på en månad eller i vissa fall ett tidsurval som sträcker sig över ett halvår. Instagram skapades 2010 som en applikation där användare tillåts att publicera samt dela bilder. Applikationen har på kort tid blivit det näst största sociala nätverket och ägs sedan 2012 av konkurrenten Facebook. Det är världens mest använda app och har cirka 800 miljoner användare. För att få använda plattformen så har Instagram en policy på att man måste ha fyllt 13 år.

Applikationen tillåter användaren att lägga upp bilder och 30 sekunders videoklipp, samt händelser som endast finns tillgängliga i 24 timmar. Dessa bilder kan även delas till andra plattformar såsom Twitter, Facebook och Tumblr. Man kan följa och titta på vänners, influencers, företag och kändisars bilder samt gilla och kommentera dem (Internetstiftelsen, 2019; Nationalencyklopedin, 2019; Statensmedieråd, 2019-03-08). Utöver det stora antalet användare så menar även Anja Hirdman (2018) att användare på just plattformen Instagram engagerar sig en hel del i identity management där de själva producerar bilder som skall visas

utåt och därmed kontrollerar hur de skall uppfattas av andra. Vi anser att det blir relevant att använda sig av Instagram just på grund av den typen av bilder som läggs upp där, vilket ofta stämmer överens med samhällets rådande ideal (A. Hirdman, 2018).

5.2.1 Val av konton

Urvalet baseras på rankningar av influencers statistik hos källor såsom Medieakademiens Maktbarometer. Medieakademien rankar i sin maktbarometer de influencers inom sociala medier som är *mäktigast*, det vill säga de som når ut till flest och påverkar flest individer (Medieakademien, 2019). Denna avgränsning gjordes då vi vill studera offentliga profiler med ett stort följarrantal som når ut till en stor publik och på så sätt även har godkänt att deras bilder är "offentliga". Dessa konton har därtill också en större chans att påverka, till skillnad från privata individer som endast når ut till sin egen umgängeskrets. Utifrån denna lista valdes tre av de sju analysobjekten ut, då de var de män som enligt listan hade störst möjlighet att påverka och når ut till flest personer. Vi beslutade oss sedan för att leta fram statistik på vilka profiler som var störst inom olika ämnesområden såsom sport, mode, spel, livsstil och reality. Utifrån statistiken över de ovannämnda ämnesområdena valdes ytterligare 4 profiler ut, då de va de största manliga profilerna inom sitt ämnesområde. Alla utvalda profiler har närmare en miljon följare på sina Instagramkonton och valde ut just dessa som har över ett visst antal följare för att kunna utläsa vilka som statistiskt når ut till större publik. Vi har valt de olika nischerna för att skapa en större mångfald i vårt material samt för att kunna utläsa om maskuliniteter konstrueras och reproduceras olika beroende på sammanhang eller nisch. Inom detta valdes sedan ytterligare fyra analysobjekt ut.

De sju utvalda profilerna har varsin nisch och tillhör olika ålderskategorier, där profilerna är mellan 26-32 och 34-40 år, därmed har vi fått ett bredare perspektiv. Vi har valt profiler i olika åldrar för att kunna se om maskulinitet kommer till uttryck på olika sätt i olika åldrar. Vi kommer att benämna profilerna efter den nisch de fokuserar på, vi har alltså träningsprofilen, modeprofilen, spelprofilen, skådisprofilen, livsstilsprofilen, humorprofilen och realityprofilen. Alla profiler vi valt ut är offentliga personer med en följarskara runt miljonen som på ett eller ett annat sätt jobbar med yrken som placerar dem i offentligheten.

Vi har utgått ifrån några kriterier när det kommer till valet av bilder för att få en så adekvat bild som möjligt. I detta har vi valt att inte använda oss utav sponsrat material eftersom det grundar sig i andra aspekter med utomstående krav kring inläggen. Vårt syfte är inte att undersöka reklam och vill även använda oss av de bilderna som profilerna själva har producerat och självmant lagt ut kring sina liv för att få en bättre helhetsbild av deras identitet. Vårt urval kring bilderna grundar sig från ett tidsurval där vi valt att analysera deras flöden i helhet från den senaste tiden som kan sträcka sig mellan ca 1-9 månader. Vi har analyserat deras 20 senast upplagda bilder som stämmer överens med våra kriterier nämnt ovan såsom ej sponsrat innehåll och där profilen eller människor som går att relatera till individen syns i den publicerade bilden, och därmed blir mest relevanta för vår studie. Vi har

alltså valt ut 7x20 inlägg som resulterat i analyser på 140 bilder efter denotationer samt konnotationer utifrån vårt analyschema där vissa utvalda exempelbilder har fått en ännu mer djupgående samt ingående analys av betydelsen bakom bilderna.

5.2.2 Profiler

Vårt urval av influencers:

”Äldre” män:

Skådisprofilen

40-årig skådespelare som medverkat i en rad olika storsatsningar. En stor del av innehållet följer profilens vardag samt promotar de filmer som skådespelaren medverkat i. Profilen har för närvarande en miljon följare på Instagram och når ut till en stor internationell publik, han publicerar ca 6-12 bilder i månaden.

Livsstilsprofilen

37-årig livsstils influencer och entreprenör som har ett stort följantal på ett flertal sociala plattformar. Profilen har idag ett följantal på en miljon och följare över hela världen. Profilens flöde speglar ett lyxig och aktivt vardagsliv och i flödet framkommer det även att det finns ett stort fordonsintresse. Profilen publicerar ca 3-6 bilder i månaden.

Realityprofilen

Den 34-årige dokusåpa och Youtubeprofilen med ca 900 tusen följare som satsat på reality, det vill säga tv-program där tittarna får följa profilen i hans vardag samt musik de senaste åren. Han har varit ett känt namn de senaste tio åren i realityvärlden med en aktiv följarskara som följer hans liv. Hans flöde består mest av livsstilsbilder från familj och relationer. Hans senaste 20 inlägg är upplagda under loppet av ett och ett halvt år. I snitt uppdaterar han en ny bild varannan månad.

Träningsprofilen

32-årig elitidrottare inom MMA/ kampsport. Träningsprofilen har ca 700 tusen följare på sin Instagram där mycket fokus hamnar på kampsport och träning. I snitt lägger han ut bilder ca var 4:e dag där hans senaste 20 inlägg sträcker sig över de senaste tre månaderna.

“Yngre” män:

Humorprofilen

27-årig humorprofil med ca 900 tusen följare. Han är enligt Medieakademiens undersökning en av de mest inflytelserika profilerna på grund av aktiviteten hos hans följare och antalet följare som kommer i kontakt med profilen. Profilen lägger i snitt upp nya inlägg och klipp varannan dag där största fokus ligger på humor och sarkasm.

Modeprofilen

26-årig modeinfluenser. En av de största manliga influenserna när det kommer till mode, resor och livsstil. Han har ca 1 miljon följare och är den profilen som är mest aktiv i sina uppladdningar av dem vi valt ut med ett snitt på ett nytt inlägg varje dag. Fokus ligger på mode, exotiska miljöer och kroppsbilder.

Spelprofilen

30-årig spelprofil som är stor inom spelvärlden och på flera olika sociala plattformar. Han har för närvarande ett följantal på 20 miljoner och ett flöde som visar upp en lyxig vardag, där profilen själv framträder i de flesta bilderna. Profilen har en stor nationell och internationell följarskara och publicerar ca 1-8 bilder i månaden.

5.3 Tillvägagångssätt

I utformandet av vårt resultat har vi analyserat varje bild först utifrån denotation, vad vi objektivt ser på bilden och ställt upp detta för att få en tydlig bild av vad varje bild förmedlar. Sedan har vi läst in en djupare förståelse i bild samt bildtext kopplad till teorin genom konnotation. Först utfördes sju övergripande flödesanalyser där vi främst utgick ifrån ett konnotativt och teoribundet perspektiv, där de sju flödernas 140 bilder analyserades efter de kriterier som benämns ovan. I dessa analyser upptäckte vi några återkommande teman som vi sedan analyserade djupare, både denotativt och konnotativt, för att sedan exemplifiera hur fem ofta återkommande teman kan komma till uttryck med hjälp av utvalda bilder från de olika profilernas konton. Dessa exempelbilder är utvalda då de representerar teman såsom kroppsspråk, känsloliv, den heteronormativa maskuliniteten, kroppsfysik samt humor och satir på ett tydligt och förklarande sätt. Vi utförde sedan en resultatsammanfattning där vi diskuterar undersökningens resultat och dess förmåga att besvara våra frågeställningar.

5.3.1 Analysschema och analysfrågor

Vårt tillvägagångssätt har varit att analysera de 20 senaste uppladdade bilderna från profilernas Instagramkonton för att besvara de frågeställningar vi formulerat med hjälp av de utgångspunkter och frågor som vi formulerat i vårt analysschema (se bilaga). Upplägget bestod av att vi först analyserade bilderna på ett denotativt sätt för att se vad bilderna uppvisar. Sedan utvecklar vi detta genom en mer djupgående konnotativ analys kring bakomliggande betydelser och symboler, denna form av analysmetod har utförts på alla 140 inlägg. För att besvara de formulerade forskningsfrågorna har vi byggt vårt analysschema på tre analysfrågor, ”Hur ser bildens kontext ut?”, ”Vad är bildens huvudsakliga objekt och porträtteras detta objekt?” samt ”Vad säger bildtexten?”. Där den första frågans huvudsakliga fokus ligger på kontextens underliggande symboler samt bildens komposition i form av linjer, färger, placeringar i bakgrunden och den eventuella aktivitet som utförs. Samt

hur dessa anspelar på de maskulina könsrollerna. Genom att titta på dessa ovan nämnda faktorer har vi kunnat besvara hur maskuliniteter kan komma till uttryck genom färger, aktiviteter, placeringar och linjer, vilket i sin tur hjälper oss att besvara våra två första frågeställningar gällande vilka typer av maskuliniteter som framförs och konstrueras på sociala medier samt hur maskuliniteter kan förmedlas. Fråga två fokuserar istället främst på betydelsen bakom bildens huvudsakliga objekt utifrån aspekter såsom bildvinkel, objektets minspel, ansiktsuttryck och blickens riktning för att utläsa och analysera eventuella genusrelaterade hierarkier inom den maskulina hegemonin. Även objektets eventuella kläder och stil analyseras samt hur detta anspelar på de maskulina könsrollerna. Denna fråga har hjälpt oss att besvara våra frågeställningar gällande vilka typer av maskulinitet framförs, konstrueras och som kommer till uttryck på de olika profilernas instagramkonton, samt så hjälper analysfrågan oss att besvara frågeställningen om hur heteronormativ maskulinitet bekräftas, bryts eller ifrågasätts. Den tredje analysfrågans fokus läggs på själva bildtexten med ändamålet att analysera texten utifrån det budskap som förmedlas och hur texten utformats genom typsnitt, och ordval samt hur detta anspelar på de maskulina könsrollerna. Med hjälp av denna fråga och dess fokus på textens budskap och utformning kan vi bevara våra frågeställningar gällande hur olika maskuliniteter konstrueras och framförs, hur maskuliniteter förmedlas samt om/hur heteronormativ maskulinitet bekräftas, bryts eller ifrågasätts.

Vi valde att börja de konnotativa analyserna genom att titta på kontexten, i alla inlägg, i form av bakgrund, komposition och färger som visas i inläggen. Sedan har vi undersökt personen eller bild objektet i fråga där vi ingående analyserat kroppshållning, ansiktsuttryck och klädval. Till sist går vi över till textens budskap och betydelse. Vi utgår genomgående under analyserna från interdiskursivitet där vi undersökt de betydelsebärande aspekterna i bilden. Exempel på detta kan vara vilken typ av ögonkontakt man har, tillgänglighet, rörelse samt vilka sociala normer som framkommer (Fogde, 2010). Vi analyserar gestaltningen av män och kvinnor samt attribut som anses maskulina.

5.4 Metoddiskussion

God resultatvaliditet innebär att det inte finns några systematiska och osystematiska fel, det vill säga att vi undersöker det vi ämnar att undersöka. För att försäkra den utförda studiens validitet har vi gjort justeringar i frågeställningen och valt tillvägagångssätt efter att vi genomfört en testanalys och sedan påbörjat analysen så alla indikatorer skulle stämma överens för en god validitet. Vi kan även anta att validiteten är god då studien undersöker just det som den syftar till att göra eftersom våra valda metod och vårt teoretiska ramverk har förmågan att besvara våra frågeställningarna, samt genom vår noggrannhet att dra beskrivande slutsatser i vårt resultat (Ekström & Johansson, 2019; Esaiasson et al, 2017). Men man får dock ha i beaktande att det kan uppstå osystematiska fel när det kommer till tolkning av bilder, begrepp och uttryck där subjektiva erfarenheter omedvetet kan spela in.

För att minska risken för osystematiska fel har vi under skrivandets gång varit noggranna med att flertalet gånger beskriva nyckelbegreppens betydelse samt sett till att använda oss av begrepp som lämpar sig för en kvalitativ ansats.

Reliabiliteten innebär huruvida studien använder sig av sanna och relevanta resultat och om studien går att replikera med samma resultat. Det är dock svårt vid kvalitativa studier att garantera att den genomförda studien går att replikera med samma resultat, något som kan komma att påverka studiens reliabilitet. En kvalitativ studie bygger dock på forskares tolkningar baserade på personliga förutsättningar och erfarenheter. Vid användandet av en kvalitativ metod är det därför viktigt att se till att studien är tillförlitlig genom att genomgående använda sig av sann och relevant information i sitt teoretiska ramverk och analysobjekt. Det gör att man får vara lite extra vaksam vid utförandet av tolkningar och föra en dialog med personer som har likvärdiga förutsättningar och erfarenheter för att se till att de gjorda tolkningarna genomfördes på likvärdiga grunder (Fogde, 2010; Ekström & Larsson, 2010). Vi har därför tittat på bilderna var för sig, för att sedan diskutera våra våra tolkningar av bilden, bildtexten och sedan helhets kontexten utifrån vårt teoretiska ramverk och våra gemensamma tolkningar för att säkerställa studiens tillförlitlighet. Då vi båda är uppvuxna i likvärdiga familjekonstellationer i samma land och i likvärdiga samhällsklasser så kan man anta att vi har liknande förutsättningar och snarlika erfarenheter.

Vidare kan man diskutera ifall det hade funnits bättre indikatorer eller urval att analysera, exempelvis någon som inte faller in i den heteronormativa ramen på grund av sin sexuella läggning, men det är svårt att svara på eftersom vi har tagit profiler som vi anser passar lämpligast in på just vår analys utifrån de kriterier vi har satt upp. Det finns även många sätt att gå tillväga på i en semiotisk analys, därför har vi varit noga med att beskriva på ett grundligt sätt hur vårt tillvägagångssätt varit så att arbetet skall kunna bli så transparent som möjligt.

Allt fler forskare belyser att visuella analyser blivit en metod som skapar en större bild av meningsskapande och kan visa på en större representation för de bilder som omger oss och kommer till uttryck i olika mediesammanhang (Fogde, 2010).

5.4.1 Forskningsetik

Vid skrivandet av en studie bör man göra vissa etiska överväganden för att försäkra kvaliteten i studiens genomförande och resultat. Detta kan innebära komplikationer för forskaren då man vid val av metod bör fundera över det egna förhållandet till de människor som ska studeras (Vetenskapsrådet, 2017). I vissa scenarier är det möjligt att det finns en person i processen som direkt eller indirekt kan påverkas av forskningen (Markham & Buchanan, 2012). Markham pekar på att desto större sårbarhet som finns hos forskningsobjekten desto större ansvar har man att skydda objekten i fråga samt att i forskningsetiska frågor måste man

balansera rättigheterna hos forskningsobjektet med de fördelar som forskningsstudien har och rättigheten att forska (Ibid). Etiska dilemman har dykt upp under loppets gång i form av hur vi skall publicera bilder samt förhålla oss så att profilerna inte får ett negativt utfall, därför har vi behövt adressera detta under hela studiens gång redan vid planeringsstadiet och ända fram till slutsatsen. Därtill har vi valt att använda oss av neutrala ord samt haft ett kritiskt förhållningssätt till egna samt varandras värderingar genom hela arbetet. Utifrån dessa etiska punkter har vi hämtat material från sju offentliga Instagramkonton, vilket innebär att profilerna själva har valt att göra det möjligt för vem som helst att ta del av innehållet de publicerar. Den informationen vi har valt att presentera kring de olika profilerna anses vara relevant för att man skall få förståelse för varför de är del av urvalet för analysen. Vi har inte som syfte att undersöka eller lägga värdering i någons privatliv utan endast framhäva och belysa hur olika profiler kan ge uttryck för olika typer av maskuliniteter på Instagram. Vår bedömning är att detta inte kommer påverka någon av de utvalda profilerna på ett negativt sätt, och därmed anses det att godkännande för medverkan inte ha krävts.

6. Resultat och Analys

I detta kapitel kommer den semiotiska bildanalysens resultat att presenteras och analyseras. Resultatet kommer att presenteras utifrån studiens frågeställningar, där vi först kommer lägga fokus på den översiktliga analysen av de utvalda profilernas flöde följt av fokusering på frågeställning ett för att sedan gå vidare till frågeställning två och till sist avsluta kapitlet med en slutdiskussion samt förslag för vidare forskning.

6.1 De sju profilernas flöden

Nedan presenteras analyserna av de utvalda profilernas Instagramflöde baserat på deras 20 senaste inlägg vid insamlingstillfället.

6.1.1 Humorprofilen

I analysen av humorprofilens flöde framkommer främst humoristiska bilder där profilen regelbundet ses bära en blond peruk när han porträtterar sin karaktär *Jeanette* eller utför maskulina aktiviteter. Humorprofilen publicerar ofta humoristiska produktioner och reproduktioner av maskulinitet. I flödet framkommer även en hel del bilder på profilens katter och kärlek till familj samt partner, något som visar på en femininare sida hos profilen (Y. Hirdman, 2004). Mängden djurbilder speglar på känslighet och omhändertagande, vilket även det beskrivs av Hirdman som ett feminint drag (Y. Hirdman 2004). I flödet ser vi hur profilen emellanåt lägger upp bilder som skulle kunna ses som reproduktion av den heteronormativa maskuliniteten. Ett exempel på detta är hur han kan använda mörka och svartvita bilder i inlägg där han och hans vänner är iklädda hörselskydd, vilket kan associeras till maskulinitet genom hårt kroppsarbete. På en hel del bilder ser vi profilen särskilja maskulina aktiviteter och attribut från de kvinnliga, något som skulle kunna ses som en reproduktion av den normativa maskuliniteten (Connell, 1996). Det kan vi bland annat se då profilen skiljer på fotboll och hockey från ridsport, detta exemplifieras när han beskriver hur han som liten velat bli hockey- eller fotbollsproffs när han på bilden ses rida en häst. Profilens porträttering av kvinnor och män passar alltså in på maskulina manlighetens sätt att noggrant bekräfta sin maskulinitet och på så sätt distansera från femininiteten (Haywood & Mac an Ghail, 2003).

Ett exempel på när profilen reproducerar den maskulina könsrollen är när han vid imitation av andra män visar på en stark och stabil man, medan han vid porträttering av kvinnor objektifierar och förlöjligar dem genom att framställa dem som känslösa, okontrollerbara och neurotiska, likt Yvonne Hirdmans beskrivning av kvinnan (Hirdman, 2004). Att profilen förlöjligar det kvinnliga könet kan alltså vara ett tecken på att mannen försöker visa på sin maskulinitet och särskilja sig från det kvinnliga genuset han imiterar (Connell, 1996). Förlöjligandet av den kvinnliga könsrollen skulle kunna vara ett tecken på en man som försöker nå högre upp i den maskulina hegemonin genom att särskilja kvinnan i

från den egna maskuliniteten, eller som ett tecken på en man som genom förlöjligande ifrågasätter de normativa könsrollerna och sociala förväntningarna.

I majoriteten av inläggen tas bilderna med vinkeln öga mot öga vilket tyder på ett jämlikt förhållningssätt till betraktaren (Givens, 2008). Profilen har i bilderna antingen grå, blå eller svarta kläder och bär kläder såsom kostym, t-shirts och jackor. Dessa färger är främst förknippade med det maskulina könet då svart är en symbol för makt, blått anses vara auktoritärt och logiskt, och grått en mer känslolös färg. Detta är tecken på att profilen konstruerar och reproducerar maskulinitet genom sina kläder (Bergström, 2001; Y. Hirdman, 2004). På bilderna ses profilen främst stå i centrum, med ett leende eller en form av förlöjligande och förtydligande grimaser beroende på vad bilden säger, som en typ av förstärkning av budskapet. Den genomgående ögonkontakten och kameravinkel i flödet tyder på emotionell tillgänglighet till betraktaren (Givens, 2008).

6.1.2 Realityprofilen

I flödet framkommer en stor mängd bilder där profilen visar en känslig och omhändertagande sida. Detta framkommer bland annat genom regelbundna bilder och kärleksförklaringar riktade till profilens partner, barn och följare. I dessa uttrycker han oblygt både lyckliga, oroliga och ledsna känslor samt händelser som han förstärker med exempelvis symboler i form av röda hjärtan. Profilen uppmanar regelbundet sina följare till att visa mer känslor och bryter alltså regelbundet mot den maskulina rollen då han anammar sitt känsloliv istället för att distansera sig från det, han gör alltså tvärtemot det som förväntas av honom och gör något som skulle kunna förknippas med femininitet (Y. Hirdman, 2004). Denna känsliga och lite femininare sida kontrasteras emot bilder på svarta maskulina bilar, vilket skapar en bild av profilen som en maskulin man grundat i intresset för bilar, fart och fläkt (Y. Hirdman, 2004). Man ser även profilen bära svarta solglasögon på alla bilder, detta gör att man inte ser blicken och betraktaren får inte kontakt med profilen, vilket leder till en känsla av otillgänglighet och distansering (Givens, 2008).

Profilen ses ofta iklädd svarta samt mörka kläder vilket gör anspråk på maskulinitet. Hans fru och dotter ses ofta i sammanhang där rosa och vitt är den utmärkande färgen, en färg som har en symbolik till oskuldsfullhet, något som tänkbart signalerar en feminin association till dem (Bergström, 2001). Tatueringarna som innefattas på profilens kropp består bland annat av ett citat som står överstruket "*I love hoes*", där profilen istället för att ta bort eller tatuera över motivet med ett annat valt att endast göra ett streck över motivet, detta skulle kunna ses som en indikation på att han har genomgått någon slags förändring i sina värderingar och inte håller med citatets innebörd/ betydelse.

6.1.3 Modeprofilen

I modeprofilens flöde kan man se tänkbara konstruktioner och reproduktioner av maskulinitet. Tänkbara tecken på detta är hans heltatuerade kropp, att han många gånger utför maskulina fartfyllda och risktagande aktiviteter såsom snabba bilar, crosskörning, helikopterflygning och läsning av brinnande tidning (Y. Hirdman, 2004). Hans flöde har en genomgående redigerad kall ton med gråa bakgrunder som skulle kunna ses som ett signalerande av känslolöshet. Hans klädval är ofta modemedvetna och mörka, något som även det skulle kunna tyda på maskulinitet (Bergström, 2001). En av de få gångerna han använder en emoji är i form av ett svart hjärta efter ett inspirerande mainstream citat. Den svarta färgen kan tänkas antyda på ett budskap med en viss distans till känslor då färgen symboliserar kontroll, kraft och mystik (Bergström, 2001), något som i sin tur skulle kunna anspela på den heteronormativa maskulinitetsrollen (Y. Hirdman, 2004). Profilen gör sällan känslomässiga anspelningar men när han väl gör detta är det tänkbara antydningar på att en framgångsrik person är duktig på att ta distans från det känslomässiga. Man skulle alltså kunna se det som om han producerar och reproducerar den maskulina könsnormen genom att lyfta hur man blir framgångsrik (A. Hirdman, 2018). Han uppmanar även sina följare att läsa en bok med titeln *The subtle art of not giving a f*ck*, en bok som han själv håller på att läsa. Bokens titel skulle kunna ses som en anspelning om att man ska distansera sig från sina känslor, de vill säga att profilen tillskriver sig maskulinitet (Y. Hirdman, 2004) och uppmanar följare att ta efter.

Många bilder är tagna i en vinkel underifrån, något som gör att profilen i fråga framställs i en maktposition (Givens, 2008). Detta kan uppfattas som auktoritärt och som en form av upphöjning där profilen alltid står i centrum och uppfattas som "gudalik", vilket kan ge en indikation på att han står högst upp i den maskulina hegemonin. Profilen är konstant poserande och bortvänd från betraktaren, vilket skulle kunna vara ett tecken på en distansering till omvärlden (Fogde, 2010). Hans avsaknad av ansiktsuttryck på alla bilder gör att man som betraktare kan få ett intryck av att profilen som likgiltig med ett avskalat känsloliv, något som även pekar på ett heteronormativt maskulint beteende (Y. Hirdman, 2004). Profilen ses oftast med fokus på sin bara och tatuerade överkropp med spända muskler i någon form av aktivitet, vilket skulle kunna ses som ett tecken på de typiska dragen för den stereotypiska maskulina kroppen. Profilen är transparent med att hans bilder är redigerade och alltså inte nödvändigtvis skapar en rättvis bild av profilen samt den miljö han befinner sig i. Detta hade kunnat ses som ett tecken på att den identitet som speglas i hans sociala medier inte behöver vara den identitet profilen har i verkligheten. Man skulle alltså kunna säga att han i enlighet med Anja Hirdman (2018) skapar en identitet online som förskönar verkligheten, med den förstärkta bilden skulle det även kunna skapas en orealistisk och förskönad idealbild för betraktaren av maskulina identitet (Finkel & Fitzsimons, 2011).

6.1.4 Sportprofilen

Sportprofilens flöde har för det mesta inslag av kampsports relaterade bilder blandat med familjebilder. I majoriteten av flödet ser vi profilen posera i idrottsrelaterade platser och aktiviteter tillsammans med andra män. Profilen använder mycket emojis som förknippas med vinst i idrottsrelaterade situationer, något som skulle kunna ses som att profilen lyckats med den aktiva maskuliniteten och även kunnat ta sig högst upp i den maskulina hegemonin, då våld och auktoritet är några av de aspekter som ger män en högre plats i Connells beskrivning av den maskulina hegemonin (Connell, 1996). Sportprofilen ses regelbundet i flödet utföra aktiviteter såsom jakt och tuffa träningspass, aktiviteter som ofta förknippas med maskulinitet. Profilen har en kropp som visar på att han regelbundet utför fysisk aktivitet, en kropp som stämmer överens med det rådande idealet som kontinuerligt sprids på Instagram samt Yvonne Hirdmans beskrivning av den starka mannen (Y. Hirdman, 2004; A. Hirdman, 2018). De färger som oftast bärs av profilen är i princip mörkgrönt, svart eller blått, färger som ofta förknippas med maskulinitet (Bergström, 2001; Y. Hirdman, 2004).

Majoriteten av bilderna utstrålar en känsla av aggressivitet när det kommer till sportbilderna, då profilen ofta ses utföra kampsporter. Detta är en känsla som ofta förknippas med den heteronormativa maskuliniteten (Y. Hirdman, 2004). De flesta bilderna som är tagna på profilen där han står ensam i fokus är tagna i en vinkel underifrån med en blick som är distanserad och riktad bort från kameran. Sportprofilen visar även ofta ansiktsuttryck som skulle kunna ses som känslolösa samt som ett tecken på en hårdare attityd och seriositet/aggression. Detta kan i många fall förknippas till den "likgiltiga" maskuliniteten, där män i den heteronormativa maskulina hegemonin oftast skall utstråla att de är lite likgiltiga av sig och inte känns engagerade eller känsllosamma (Chodorow, 1978). Många bilder har antingen lite mörka eller dunkla ljussättningar, och i de fall som det finns ett tydligt ljus faller det rakt över profilens ansikte/ bröst vilket även skapar någon slags gudalik känsla för att fokus och uppmärksamheten ska riktas mot honom. Detta sammantaget gör att man kan uppfatta profilen som kraftfull och maskulin (Fogde, 2010; Y. Hirdman, 2004).

6.1.5 Spelprofilen

I spelprofilens flöde kan vi se en blandning av bilder som innefattar humoristiska inslag tillsammans med känsllosamma texter. På majoriteten av bilderna ses profilen posera med sin fru, medan han på de resterande åtta av 20 bilderna ses under olika aktiviteter såsom fotograferingar, resor, badandes och surfandes. Många bilder är tagna rakt framifrån där profilen tittar in i kameran eller på sin partner med ett leende på läpparna. Detta ger en indikation på att profilen är tillgänglig och närvarande i majoriteten av inläggen. I majoriteten av bilderna visar profilen på en känslighet och kontakt med sin känslor, något som stämmer mer in på den feminina könsrollen än den maskulina (Y. Hirdman, 2004). Samtidigt gör han ibland tänkbara maskulina anspelningar genom exempelvis kläder och bildvinklar underifrån,

vilket anspelar på auktoritet och makt, vilket är ett maskulint karaktärsdrag (Connell, 1996; Givens, 2008). Den känsliga sidan kommer främst fram igenom kärleksförklaringar till profilens fru och en ärlighet i bildtexterna, vilket får en situation som ofta förknippas med maskulinitet såsom en idrottsaktivitet att förlora en del av sin maskulinitet eftersom han beskriver att det är första gången han testat aktiviteten (Connell, 1996). Han ses ofta bära svarta och mörka kläder vilket ger ett maskulint intryck (Bergström, 2001; Y. Hirdman, 2004). Emojisarna i form av olika symboler eller figurer som ger en förstärkt bild av det som uttrycks i bilden, i detta fallet speglas detta med hjälp av hjärtan när han skriver kärleksfullt om sin partner och anspelar på ett rikt känsloliv (Y. Hirdman, 2004). I flödet framkommer det en del bröllopsbilder, vilket ger en bild av hur stor och viktig denna händelse är för profilen, även detta skulle kunna tänkas visa på en känsligare sida hos profilen, något som går emot det vi sett hos de andra profilerna. I många bilder kan man se profilens kroppsspråk stå med huvudet vinklat åt sidan, något som indikerar på vänlighet, omtanke och viljan att ha kontakt (Givens, 2008). Detta är något som ofta associeras till femininitet och är förknippat med feminina drag (Y. Hirdman, 2004).

6.1.6 Skådisprofilen

Skådisprofilens flöde består av en blandning mellan träningsbilder, poserade bilder med sin flickvän, stöttande politiska bilder samt karaktärsroller från olika aktuella filmer. Han har oftast blicken riktad mot kameran, där majoriteten av ansiktsuttrycken är neutrala/känslolösa och har en hårdare framtoning. Detta skulle kunna tyda på emotionell distansering vilket kan ge en man en tydlig identitet, där man anser att avsaknaden av känslor gör att man hamnar i en maktposition (Chodorow, 1978).

En del bilder uppfattas som avsiktligt konstruerade där profilen ses stå och posera med händerna i kors med tatueringar på armarna och en seriös samt kontrollerad blick riktas mot kameran. Detta kan uppfattas som något typiskt enligt den heteronormativa maskulina normen (Y. Hirdman, 2004). De färger som han oftast bär är antingen svarta eller mörka kläder, oftast camouflagen i grönt eller mörkblått, något som förknippas med maskulinitet (Bergström, 2001). Hans kroppshållning kan även i många bilder tolkas som en heteronormativ kroppshållning där han exempelvis står avslappnat och obrytt med händerna i fickan (Chodorow, 1978) eller knäpper manschettknappar, en klassisk association till manliga James Bond. Profilen ger oss även en bild av att han vill visa upp sin framgång i form av aktuella filmroller, omslagsbilder och olika förberedelser inför kommande roller. Exempel på detta är att ligga i ett isbad i flera minuter för att utmana sin kropp eller träna på skjutbanan med vännerna. Han publicerar även en hel del träningsbilder med svettiga kläder och även sår/blod i pannan, något som kan associeras till heteronormativa maskulina hegemonin (Y. Hirdman, 2004).

På många av bilderna är profilens kropp i fokus då han ofta ses med bar överkropp eller i linnen, vilket kan tänkas vara en indikation på att det är den maskulina kroppen får stort

fokus i enlighet med den rådande idealbilden som ofta framställs på sociala medier (A. Hirdman, 2018). I flödet lyfter han ofta personer, kvinnor och män, över sig själv främst i politiska sammanhang. Detta går från Yvonne Hirdmans (2004) beskrivning där maskuliniteten särskiljer på kvinnor och män, vilket skulle kunna vara ett tecken på ett ifrågasättande av maskuliniteten. Det skulle även kunna vara ett tecken på att de kvinnor och män som han höjer befinner sig över honom i den hegemoniska hierarkin (Connell, 1996). I profilens flöde uppkommer det ofta bilder på honom och hans flickvän glatt poserade tillsammans, detta skulle alltså kunna ses som om han regelbundet producerar och reproducerar den heteronormativa normen (Paulsson, 2005). Profilen ses även utföra sysslor som ofta förknippas med femininitet såsom städning tillsammans med sin partner, vilket är något som skulle kunna vara ett tecken på att profilen tar olika könsroller i olika situationer, samt att profilen befinner sig i ett jämställt heteronormativt förhållande eller som ett tecken på en modernare version av den heteronormativa normen (Holter, 2005).

6.1.7 Livsstilsprofilen

I livsstilsprofilens flöde framkommer det en hel del fokus på fordon, relationer och framgång. När fokus läggs på relationer, oftast profilens relation till sin fru och sina barn, skrivs det känslolagda texter och hyllningar riktade till den person han valt att dela sitt liv med, något som går mot den maskulina distanseringen till känslolivet (Y. Hirdman, 2004). Detta skulle även kunna vara ett tecken på det modernare genuset där linjen mellan vad som anses kvinnligt och manligt blivit allt mer otydlig (Holter, 2005). Men det kan även vara ett tecken på att profilen i denna situation lyfter fram identiteten pappa, medan han i andra situationer lyfter fram en annan identitet som exempelvis affärsmannen, då individer kan ha mer än en identitet (Giddens, 2003). Alla bilder på snabba fordon i form av bilar, båtar och flygplan skulle istället kunna vara ett tecken på en maskulin man med maskulina intressen (Y. Hirdman, 2004; Holter, 2005). Fokus på framgång kommer främst i uttryck genom uppvisande av dyra ägodelar, regelbundna produktplaceringar och beskrivningar av de egna företagen. Detta skulle kunna ses som en produktion och reproduktion av maskulinitet då det finns en stereotypisk bild av att mannen skall vara framgångsrik och producera ekonomiskt kapital (Patton, Eschmann, Butler, 2013). Majoriteten av bilderna har en redigerad mörkare ton, ofta i form av en grå himmel, även detta skulle kunna ses som ett tecken på maskulinitet då de mörkare färgerna förknippas med makt och auktoritet (Bergström, 2001). Samtidigt skapar det en redigerad bild av en situation och skulle kunna vara ett tecken på att han belyser endast vissa delar av sin identitet, eller att han visar en förskönad identitet (Y. Hirdman, 2018; Finkel & Fitzsimons, 2011).

Profilen uppvisar även en sida i sina texter kring prestationsångest där han ber om ursäkt om han inte har presterat så som hans följare förväntar sig och vill ofta visa upp en ambitiös sida, något som kan förknippas med en traditionell mansroll att han skall ta hand om sin familj och vara försörjningskällan (Y. Hirdman, 2004; Patton, Eschmann, Butler, 2013). Han använder

sig ofta av emojis i form av röda hjärtan och glada symboler som kan associeras till ett rikt känsloliv. Även hans ansiktsuttryck är genomgående glatt och exalterat vilket går emot de stereotypiska neutrala dragen av hur en man skall posera på ett nonchalant sätt (Givens, 2008; Chodorow, 1978). Alla bilder är uppenbart kraftigt redigerade vilket försköner deras vardag, vilket kan komma att skapa en orealistisk idealbild för betraktarens öga (Finkel & Fitzsimons, 2011).

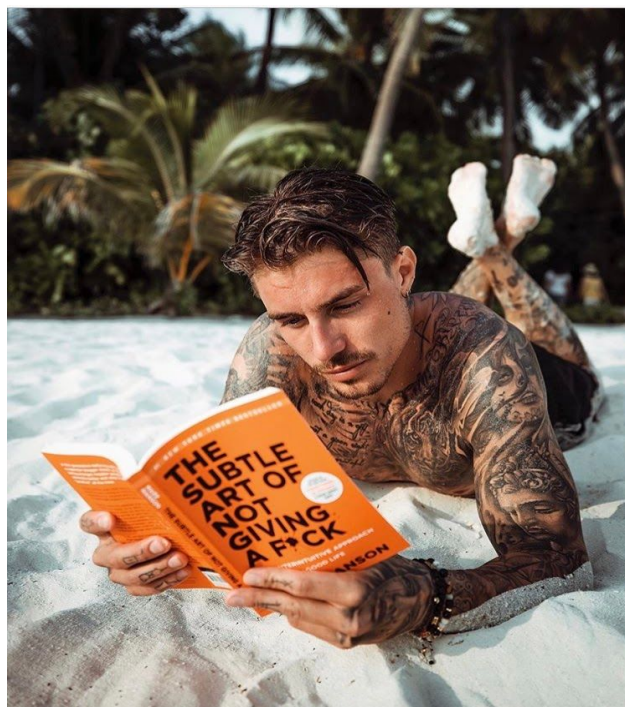
6.2 Fem återkommande teman

Under flödes analysens gång så återkommer ett flertal teman regelbundet i de valda profilernas flöden. Teman som har visat sig vara heteronormativ maskulinitet, kroppsspråk, kroppsfysik, känsloliv samt humor och satir. Nedan analyseras dessa teman mer djupgående med hjälp av exempel bilder och bildtexter från profilernas flöden där dessa teman kommer till uttryck. I de presenterade exemplen så lyfts inlägg där profilerna antingen aktivt reproducerat eller ifrågasatt normativ maskulinitet på ett sätt som antingen skiljer sig markant från de andra profilerna eller som på ett sätt framkommer i alla profilers flöden, vilket är motiveringen till att just dessa bilder har valts ut.

6.2.1 Kroppsspråk

I de utförda flödes analyserna framkommer tecken på maskulinitet och ifrågasättande av maskulinitet flertalet gånger genom profilernas posering, ansiktsuttryck och kameravinkeln. På de flesta bilder ser vi profilerna posera med ett stängt och avvaktande kroppsspråk samt ett kontrollerat och känslolöst ansikte. Detta är ofta taget ur en vinkel nedifrån som indikerar på makt och auktoritet, något som ofta är förknippat med maskulint beteende (Fogde, 2010; Andreasson, 2005). Detta kroppsspråk beskrivs ofta som något kopplat till maskulin identitet då det finns en distans till känslor och ger betraktaren en känsla av "hårdhet" hos profilerna som väljer att lägga ut den typen av bilder (Y. Hirdman, 2004).

Nedan ser vi ett exempel på hur maskulint kroppsspråk kan komma till uttryck hos en av de valda profilerna.



68 901 gilla-markeringar

johnnyedlind I have a feeling that this book will be interesting, anyone who has read it? 📖

Bild hämtat från Instagramkontot @johnnyedlind

Konnotation

Bilden utspelar sig på en exotisk strand med vit sand och palmer. Bilden är uppenbart menade att verka spontant tagen i stunden, men posandet och den lite för perfekta bildvinkeln skvallrar om något annat.

Profilen ligger ner med magen i sanden och tar stöd på sina tatuerade samt muskulösa armar och håller upp sina sandiga fötter. En kropp som passar in i Anja Hirdmans (2018) beskrivning om att de bilder som sprids på sociala medier är bilder som går i linje med det rådande idealet, i detta fall idealet av den starka maskulina kroppen. I händerna har han en orange bok med titeln "The subtle art of not giving a f*ck", något som skulle kunna tolkas som en maskulin man som försöker bli bättre på att konstruera maskulinitet genom att bli bättre på att distansera sig från sina känslor och få andra män att reproducera den maskulina könsrollen genom att göra detsamma (Y. Hirdman, 2004). Alternativt skulle detta kunna ses som ett tecken på en manlig individ som försöker uppmana andra män att inte bry sig om de maskulina förväntningarna och istället gå sin egen väg, en man som är trött på att tvingas anpassa sig och underkasta sig snäva normer (Y. Hirdman, 2004; Johansson, 2005). Han har huvudet vinklat ner mot boken, som om han håller och läser, samt har en poserande min. Bilden är tagen ur ett något sluttande perspektiv, vilket gör att bildvinkeln är subtilt tagen på ett sätt som får profilen att framstå i en maktposition och överlägsen betraktaren, något som

indikerar på auktoritet och därmed skulle kunna förknippas med maskulinitet (Givens, 2008; Andreasson, 2005; Fogde, 2010)

Till bilden har han skrivit texten: *"I have a feeling that this book will be interesting, anyone who has read it?"*. Detta skulle kunna ses som en tydlig indikation på profilens könstillhörighet då boktiteln indikerar att man som läsare ska lära sig att inte bry sig och få kontroll över sina känslor, vilket är något som går i enlighet med den känslomässigt avståndstagande mannen. Detta skulle kunna tolkas vara en man som försöker visa sin tillhörighet eller ett försök att ta sig högre upp i den maskulina hegemonin. (Connell, 1996; Hirdman, 2004).

6.2.2 Kroppsfysik, den starka kroppen

Det finns några gemensamma punkter när det kommer till hur maskulinitet kommer till uttryck i de olika utvalda profilernas flöden. Exempel på när profilerna har reproducerat och producerat maskulinitet i sina Instagramflöden är genomgående publiceringar av träningsbilder som kan uppfattas som aggressiva (Gallegos, 2018). I profilernas bilder så framkommer många gånger det traditionella genuset där mannen förväntas vara stark, hård, kontrollerad och stabil (Y. Hirdman, 2004). Detta kommer bland annat till uttryck genom träningsbilder, där ett stort fokus läggs på en muskulös överkropp och en avsaknad av känslor i ansiktsuttrycken. Detta blir tydligt bland annat i sportprofilen och modeprofilens bilder då de ofta poserar med kontrollerat och hårt ansiktsuttryck som inte avslöjar några indikationer på profilernas känsloliv.

Det hårda ansiktsuttrycket kommer bland annat till uttryck genom reproduktion av traditionell/normativ maskulinitet där blicken är bortvänd och seriös, något som går i enlighet med Chodorow (1978) beskrivning om hur mannen tydliggör sin identitet genom emotionell distansering, då känslor ses som en svaghet och en maskulin man är inte svag (Chodorow, 1978; Y. Hirdman 2004). Vi kan även se maskulina tecken genom träningsbilder och bilder där den manliga kroppen hamnar i fokus och på så sätt visar på den starka och hårda mannen, då bilderna ofta har ett stort fokus på muskler. I dessa kroppsfixerade bilder är ofta även präglade av maskulint dominerande färger som exempelvis svart, mörkgrönt och mörkblått. Dessa färger förknippas ofta med maskulinitet, makt och auktoritet (Y. Hirdman, 2004; Bergström, 2001; Chodorow, 1978).

Nedan presenteras ett exempel på hur fokus på den maskulina kroppen kan komma till uttryck i profilernas inlägg.



Bild hämtad från Instagramkontot @alexthemauler

Konnotation

Bilden är tagen i ett omklädningsrum och i bakgrunden ser vi en annan man sitta och observera situationen med en fokuserad och något stridslysten min. Träning och en stark kropp är något som ofta förknippas med maskulinitet och konstruerandet av den stereotypiska identitets bilden av maskulinitet (Y. Hirdman, 2004; A. Hirdman, 2018). Bilden har även ett dunkelt ljus och är tagen nerifrån, en vinkel som indikerar på makt och i sin tur anspelar på maskulinitet (Fogde, 2010; Givens, 2008).

På bilden ser vi profilen i en boxnings position med flexade muskler redo för ett knytnävsslag. Porträtterandet av profilen skulle kunna ses som en tydlig indikation på hur konstruktionen och reproduktionen av den starka maskulina mannen kan komma till uttryck (Y. Hirdman, 2004). Profilen ses på bilden klädd i svarta tights shorts som framhäver benmuskulerna och en mörkgrön t-shirt, samt ett par tunnare boxningshandskar. Även detta skulle kunna ses som reproduktion av den maskulina starka och kontrollerade mannen, klädd i färger som ofta förknippas med maskulina karaktärsdrag såsom auktoritet och makt, vilket stärker det maskulina intrycket (Bergström, 2001; Connell 1996; Andreasson, 2005; Y. Hirdman, 2004). Sportprofilen avspeglas med ett fokuserat, stridslystet och allvarligt

ansiktsuttryck med blicken fäst på något eller någon utanför bilden. Profilens svagt framåt böjda hållning indikerar att profilen är redo för attack. I detta fall kommuniceras en kompletterande bild av det profilen vill förmedla och det blir tydligt att sportprofilen vill indikera att han är en stark, farlig och auktoritär individ i maktposition redo för fight (Chodorow, 1978; Vigsø, 2004). Denna typ av bilder är relativt vanliga hos sportprofilen då han utövar kampsport på en internationell nivå och skulle antingen kunna ses som ett tecken på den stereotypiska muskulösa mannen, även så är kampsporter en våldsamt sport som främst förknippas med maskulinitet (A. Hirdman, 2018).

Texten består endast av emojis i form av tre knutna nävar, som skulle kunna ses som ett tecken på den maskulina styrkan och den stereotypiska bilden av den vältränade muskulösa mannen (A. Hirdman, 2018; Y. Hirdman, 2004).

6.2.3 Heteronormativ maskulinitet

I majoriteten av profilernas flöden visas profilernas egna framgångar och värdet av att vara framgångsrik flitigt upp, detta skulle kunna ses som ett tecken på vad Yvonne Hirdman (2004) syftar på när hon beskriver mannen som kontrollerad och förständig, då den maskulina mannen inte låter sig distraheras från att nå framgång. Framgångsfokus kommer främst till uttryck genom att profilerna visar upp dyra materialistiska saker och marknadsför sina egna prestationer. Framgångsfokuset hos de manliga profilerna skulle även kunna vara ett tecken på hegemonisk maskulinitet i sociala medier då de manliga profilerna ofta publicerar bilder som lyfter det bästa i deras vardag och skulle kunna indikera ett behov av att få bekräftelse om att det arbete de utför faktiskt är bra (Gallegos, 2018). Många av dessa bilder är även tagna ned ifrån, något som kan ses som ett tecken på auktoritet, makt och en hegemonisk maskulinitet (Connell, 1996; Givens, 2008).

Under analyserna av flödena blev vi även kontinuerligt påmind om profilernas relationsstatus och sexuella läggning, då alla profiler med jämna mellanrum lägger ut bilder på sina flickvänner eller fruar. Detta skulle kunna vara en indikation på den heteronormativa maskuliniteten då Paulsson (2005) lyfter fram att den heteronormativa mannen regelbundet bör visas med en kvinna för att övertyga sina följare den egna sexuella läggningen.

Nedan exemplifieras hur den heteronormativa maskuliniteten kan komma till uttryck med hjälp av ett inlägg ifrån livsstilsprofilens Instagramkonto, som först undersökts denotativt och sedan konnotativt.



Bild hämtad från Instagramkontot @jonolsson1

Konnotation

Bilden är tagen under en solig dag, men har mörkats ner med hjälp av ett mörkt filter, något som skulle kunna vara tecken på maskulinitet då mörka färger främst förknippas med maskulinitet (Bergström, 2001; Y. Hirdman, 2004). På bilden ses två personer posera framför en hel del båtar vid en båthamn i en stad runt medelhavet.

På bilden ser vi profilen stå bakom sin fru med händerna på sin frus gravida mage, något som skulle kunna vara en porträttering av den stabila familjefadern och tar hand om den mjuka kvinnan (Y. Hirdman, 2004). Profilen ler mot kameran bakom sina svarta solglasögon, iklädd en vinröd hoodie och vita shorts. De mörka glasögonen skapar en känsla av känslomässig distansering samtidigt som hans ansikte är vinklat mot kameran, vilket är skulle kunna ses som ett tecken på tillgänglighet (Givens, 2008). Profilens färgval på kläderna består av vitt och rött, något som symboliserar oskyldighet och den senare nämnda associeras till emotion och ambition. Detta skulle kunna ses som en indikation på den framgångsrika heteronormativa mannen genom ambition (Y. Hirdman, 2004; Patton, Eschmann, Butler, 2013; Bergström, 2001).

I texten beskriver profilen att detta troligtvis är den sista bilden på dem i Monaco utan barn. Men störst fokus läggs i texten på att beskriva att de håller på att fota kläder för deras nya klädkollektion, det egna märket *c'est normal*, samt att bristen på videobloggar beror på att han har en hudinfektion, vilket gjort att han inte kan spela in nytt material och detta är något som han finner tråkigt. I inlägget reproduceras tänkbart den heterosexuella normen, i form av framgång eftersom profilen här skulle kunna söka bekräftelse genom att främst lyfta fram det som skapar en förskönad bild av profilen och dennes tillgångar. Vi kan även se på indikationer av den heterosexuella mannen genom framställandet av en individ som inte låter sig distraheras från att nå framgång, då profilen är noggrann med att belysa arbetsprestationer och ursäktar sig när arbetet inte går som det ska. Profilen visar upp en bild av sig själv som en förständig och kontrollerad man (Gallegos, 2018; Y. Hirdman, 2004). Han reproducerar även den heteronormativa maskuliniteten genom att posta en bild där han syns med sin kvinnliga partner, då en man regelbundet bör ses med en kvinna för övertyga följarna om sin sexuella läggning och på så sätt reproducerar den heteronormativa maskuliniteten (Paulsson, 2005).

6.2.4 Ett rikt känsloliv

I fem av sju profilers flöden publiceras det med jämna mellanrum inlägg som visar på en känsligare sida hos profilerna, då dem genom bild och bildtext förmedlar känsloblottande och privata budskap. Dessa känslor kan bland annat komma till uttryck genom kärleksförklaringar till sina närstående där svårigheter samt beskrivningar av tuffa minnen som präglat ens liv lyfts fram. Profilen lyfter fram individer som går igenom otänkbara saker, såsom cancersjuka barn eller genom erkännande av sitt egna misslyckande. Detta går emot det Hirdman (2004) lyfter fram som ett maskulint karaktärsdrag, vilket förknippas med den feminina kvinnan som är i kontakt med ett rikt känsloliv, där den maskulina mannen istället beskrivs som en individ som har distans till sina inre känslor. Detta skulle även kunna ses som ett tecken på en ny maskulinitet som har ett rikt känsloliv och inte är rädd för att dela med sig av detta, en maskulinitet som är accepterande och bekräftar samt gör känslighet socialt accepterat på sociala medier (Gallegos, 2018; Johansson, 2005). På dessa bilder ses ofta männen med ett öppet kroppsspråk och ansikte som kan ses som en indikation på öppenhet, vänlighet och kontaktsökande (Givens, 2008; Vigsø, 2004).

Nedan exemplifieras hur profilerna kan komma att uttrycka känslor genom text och bild med hjälp av ett inlägg från realityprofilens Instagramkonto:



108 618 gilla-markeringar

joakimlundell Som ni vet så är Julen en tuff tid för mig pga dåliga minnen från min egen barndom. Därför satte jag enorm press på mig själv att Lunabelles första jul skulle bli helt perfekt.

Bild hämtad från Instagramkontot @joakimlundell

Konnotation

Bilden tar plats i vad man utifrån stucketur och takhöjd kan anta är ett sekelskiftes- eller sekelskiftsinspirerat rum, i rummet finns även en kristallkrona vilket är något som normativt indikerar att objekten på bilden har det bra ställt eller befinner sig på en *lyxig* plats.

Bakgrunden är i detta scenario är neutralt och har i detta fall ingen inverkan på det maskulina uttrycket. I bildens centrum ses två vuxna individer i form av en kvinna och en man, bärandes på ett barn och två hundar. Aktiviteten som utförs i bilden kan tolkas som en familjefotografering av den heterosexuella normen (Rosenberg, 2002).

På bilden syns den heteronormativa konstellationen av en familj, med en mamma och en pappa, bestående av en kärleksrelation mellan en kvinna och en man (Rosenberg, 2002). På bilden ser vi kvinnan bära barnet medan mannen har två hundar i famnen. Denna posering visar på de normativa socialt skapade genuset då kvinnan är den vårdgivande mjuka mamman medan mannen är den starka och stabila familjefadern (Y. Hirdman, 2004). Familjen ses bära kläder som indikerar att det är julfirande på gång, då pappan har tröja med en ren på, medan hundarna och barnet har tomtrelaterade kläder. Mamman poserar in i kameran och pappan vinklar huvudet mot barnet vilket ofta används för att visa på vänlighet, kärlek och främjar kontakt (Givens, 2008). Detta är något som indikerar på en känsligare sida av mannen, vilket inte stämmer överens med de maskulina könsnormer där män förväntas ta avstånd från

känslouttryck. Detta indikerar att det är den moderna genusselektiviteten vi ser, då individer numera tillämpar olika genus i olika situationer (Connell & Pearse, 2015). Man ser alltså i denna bild profilen producera maskulinitet ur ett heteronormativt perspektiv samtidigt som han bryter den maskulina könsrollen genom att visa känslor.

Bild texten är relativt utförlig och består av följande meningar: *”Som ni vet så är Julen en tuff tid för mig pga dåliga minnen från min egen barndom. Därför satte jag enorm press på mig själv att Lunabelles första jul skulle bli helt perfekt. Det kanske inte var det smartaste då jag redan är utbränd och mår dåligt. Så när Julafton kom så kollapsade jag totalt och dagen fick spenderas på sjukhus. Men jag har verkligen världens bästa familj som lät mig fira Jul ett par dagar senare, och dom har verkligen gett mig ett fint minne för resten av livet. Julafton är bara ett datum, det viktigaste är att man spenderar tid tillsammans med dom man älskar. Tack till alla som bryr sig om oss <3”*

Den kulturella betingelsen i inläggets text är centralt och framträdande då texten fokuserar på pressen som realityprofilen upplever runt högtiden Jul. Med ordvalet *”helt perfekt”* blir profilens önskan tydlig om att ge sitt barn en bättre Jul än vad han själv hade när han var liten. Profilen understryker även vikten och betydelsen av vad han anser Julen handlar om för honom, att *”spendera tid tillsammans med dom man älskar”*. Detta är något som visar på en känsligare och omhändertagande sida i enlighet med Yvonne Hirdmans (2004) beskrivning av det feminina könet. Alternativt kan det ses som en produktion och reproduktion av ett modernare maskulint genus som är öppet och inbjudande (Johansson, 2005). Valet av en tomtegubbe som emoji symboliserar kontexten för inlägget och ett emojihjärta förmedlar att profilen vill sprida värme och kärlek med sin text samt visar på en öppenhet om känslolivet, tvärt emot vad en heteronormativ man bör göra (Y. Hirdman, 2004).

6.2.5 En humoristisk approach till reproduktionen av maskulinitet och förlöjligandet av kvinnan

Humorprofilens flöde och tänkbara tillvägagångssätt att konstruera och reproducera maskulinitet skiljer sig från de övriga profilerna, då han främst publicerar humoristiska inlägg. Profilen ses regelbundet porträttera både kvinnor och män på ett humoristiskt samt stereotypiskt sätt. Det är alltså sällan profilens egen identitet vi ser utan främst humoristiska porträtteringen av de normativa könsrollerna, det skulle alltså kunna vara så att han skapat en alternativ identitet på sociala medier. En identitet som bygger på hur profilen vill uppfattas av andra och är baserad på de rådande samhällsnormerna (A. Hirdman, 2018).

Profilen ses regelbundet humoristiskt porträttera sitt alter ego Jeanette, som han framställer som en känslodrivna och okontrollerbar kvinna. Medan han vid humoristiskt porträtterandet av män visar mer kontrollerade och känslolokala karaktärer. Något som går i enlighet Yvonne Hirdmans (2004) beskrivning av det feminina och maskulina genuset, där kvinnan beskrivs

som känslostyrd och okontrollerad medan mannen beskrivs som kontrollerad och distanserad från sina känslor.



95 306 gilla-markeringar

lucas_simonsson Jag vet vad ni tänker: "Teglet är snett så den är fake". Ja, eller så gjorde muraren ett jävligt dåligt jobb. #minresaräknas

Visa alla 963 kommentarer

Bild hämtad från: Instagramkontot @lucas_simonsson

Konnotation

Nedan presenteras resultatet av en semiotisk bildanalys utifrån ett konnotativt tillvägagångssätt.

Profilen är centrerad i bilden vilket tyder på att det är profilen och aktiviteten som är ämnad att vara i fokus. Profilen är aktiv och ses utföra en *maskulin* syssla då han håller på att *lyfta skrot*, här ser vi alltså den maskulina styrkan som förkroppsligas genom den normativa idealkroppen med hjälp av en överdriven och humoristisk redigering av armmusklerna (Haywood & Mac an Ghail, 2003; Y. Hirdman, 2004). Bilden är tagen på ett gym, något som ofta identifieras med maskulinitet då en maskulin man enligt könsnormerna förväntas vara stark och vältränad (Y. Hirdman, 2004). I bilden möts vi främst av maskulina färger såsom blått, grått och svart, något som bryter de könsneutrala färgerna gul och beige. I bilden är majoriteten av färgerna mörka, ett tecken på kraft vilket i sin tur är ett tecken på maskulinitet (Bergström, 2001; Y. Hirdman, 2004). Att bilden är redigerad skulle kunna vara ett undermedvetet sätt för den maskulina mannen att försöka ta sig högre upp i den maskulina hegemonin (Connell, 1996). Humorprofilen får alltså hegemoniska fördelar genom sitt

deltagande i produktionen och reproduktionen av den normativa maskuliniteten, eftersom en man kan nå en högre position genom att tillhöra ett hegemoniskt maskulinitetsprojekt (Connell, 1996). Samtidigt som det hade kunnat ses som ett humoristiskt förhållningssätt till det manliga idealet, de vill säga den starka och vältränade kroppen (A. Hirdman, 2018).

Humorprofilen är passande klädd för situationen i färger som associeras till de maskulina förväntningarna av en träningsituation (Haywood & Mac an Ghail, 2003). Mannens minspel upplevs fokuserat och ansträngt med stängda ögon, vilket indikerar att det är den samlade maskuliniteten vi ser ett uttryck för där profilen är hård, fokuserad och stark (Y. Hirdman, 2004). Kroppsligt fokuseras bilden på armmusklerna, vilket även det är en reproduktion av den starka maskuliniteten. Mannen ses med händerna runt en skivstång och har en rak kroppshållning, något som indikerar att detta inte är första gången han är på gymmet. Bildvinkeln är tagen rakt framifrån, en indikation på att profilen inte befinner sig i en maktposition utan porträtteras som en jämlike, alltså en man som befinner sig i mitten av den maskulina hierarkin (Connell, 1996). Bakom profilen ses en annan man med en skeptisk blick riktad mot humorprofilen. Mannen bakom är klädd i en neongul färg vilket indikerar att han är en aktiv individ, då gul färg ofta förknippas med aktivitet (Bergström, 2001). Bilden skulle kunna ses som ett humoristiskt sätt att skapa en identitet av att vara något man inte är och på så sätt komma närmare idealet (A. Hirdman, 2018). Detta får identitetssökande individer att jämföra sig med det ideal som humoristiskt sprids och därmed reproduceras den normativa bilden av den starka samt aktiva maskulina mannen vidare. Humorprofilen tar här identiteten av den roliga killen, något som även skulle kunna indikera att han här utmanar maskulinitetsnormer genom att göra narr av den.

Betydelsen bakom ordvalet har en humoristisk utgångspunkt där profilen på ett överdrivet sätt vill driva med samhällets normer när det kommer till hur en mans kropp skall se ut. Det finns en sarkastisk underton i betydelsen av hashtaggen *#minresaräknas* där profilen vill understryka att alla gör som de själva behagar och att man inte skall jämföra sig med andra. Textens tolkas ha en skämtsam utgångspunkt till kroppsfixering, något som kan antas vara normbrytande (A. Hirdman, 2018).

6.3 Slutsatser

Nedan diskuteras studiens resultat och dess förmåga att besvara de formulerade frågeställningarna. Där vi förstå lägger fokus på frågeställning ett för att sedan gå vidare till frågeställning två och tre.

6.3.1 Konstruktion och reproduktion av maskulinitet

Maskulinitet konstrueras och reproduceras regelbundet på alla profilers flöden och störst fokus läggs det på den maskulina kroppen. Då vi i alla flöden har hittat bilder som bekräftar den normativa bilden av framför allt den maskulina kroppen, där de profiler som inte uppnår stereotypen kommer med ursäkter. Profilerna har alltså aktivt valt att publicera inlägg som framställer dem som de vill vara gentemot båda könen, inlägg med bilder baserade på den i samhället rådande idealbilden av den maskulina kroppen (Gallegos, 2018; A. Hirdman, 2018). Dessa fysiska bilder delas alltså av profilerna i ett försök att få personer att gilla deras bilder som i sin tur bekräftar deras maskulina status (Gallegos, 2018). Detta visar även på att majoriteten av profilerna ifråga identifierar sig som maskulina, men att maskuliniteten framkommer i olika former och skapas av männen själva (Connell & Pearse, 2015). Åldersmässigt har vi inte sett några tecken på att det hade en större inverkan på resultatet, men det vi kan konstatera är att flera av de "yngre männen" med något undantag hade en större tendens att publicera känslomässiga inlägg och uppvisa en sentimental sida. Vi kan se mönster där de "äldre männen" inte lika frekvent visar upp den här typen av emotioner, något som går att relatera till konstruerandet av den traditionella maskulina rollen (Hirdman, 2004).

Maskulina identiteter kommer till uttryck hos profilerna när de utför identity management, alltså att man väljer att lyfta upp det bästa av sin vardag där mönstret av självpresentation online tar samma uttryck som när vi kommunicerar med med kvinnor och män i verkliga livet. Detta kan komma att påverka yngre män i en negativ bemärkelse eftersom det kan skapa en känsla av krav på att nå upp till ett maskulint ideal och fortsätta publicera för att få bekräftelse (Gallegos, 2018). Parasociala interaktioner är ett vanligt fenomen när det kommer till manliga förebilder som i våra fall de utvalda profilerna. Den ensidiga kontakten med förebilden kan ha en inverkan i följarnas identitetsskapande, eftersom studier har visat på att yngre män är mer benägna att se dessa förebilder som en auktoritär figur (Gleason, Theran & Newberg, 2017). I identitetsskapande kan enskilda individers användande av de offentliga profilerna som socialisationsagenter ha en motiverande och positiv påverkan på följarna, eftersom profiler såsom exempelvis realityprofilen och spelprofilen ofta publicerar sentimentala inlägg där de genom sitt delande förmedlar att det som maskulin man är okej att visa känslor känslor. Vissa profiler kan alternativt ha en påverkan på följarna där de istället upplever känslor av hopplöshet för att deras självbild hotas och inte når upp till den standarden som visas upp i inläggen. Livsstilsprofilen och modeprofilen visar genomgående i sitt flöde att de har en redigerad och idealistisk livsstil, något som kan tänkas ge en del yngre killar en känsla av att de inte når upp till den här glamoriserade livsstilen (Finkel & Fitzsimons, 2011; Hoyt, 2013; Wood, 1989).

Under flödesanalyserna kunde man genomgående se tecken på att profilernas yrkesval kommit att påverka innehållet i deras flöden, samt att deras yrken i somliga fall även kan komma att påverka den maskulinitet som konstrueras och reproduceras. Detta syns bland

annat tydligt i sportprofilens flöde då hans yrke som professionell kampsportsutövare kräver en form av auktoritär, stark och våldsbenägen maskulinitet (Y. Hirdman, 2004). En maskulinitet som ofta framkommer i hans flöde men som nödvändigtvis inte behöver stämma överens med profilens privata identitet, det vi ser kan alltså vara porträtterandet av endast en liten del av profilens egenskaper, en professionell persona som blivit bekräftad av profilens följare som den maskulinitet man som kampsports intresserad vill se (Gallegos, 2018; A. Hirdman, 2018).

6.3.2 Bekräftas heteronormativt maskulint beteende

Exempelvis modeprofilen och sportprofilen som konstant poserar bortvända från betraktaren, tyder på en distansering till omvärlden. Avsaknaden av ansiktsuttryck på majoriteten av bilderna gör att man får ett intryck av en del av profilerna som likgiltiga med ett avskalat känsloliv, något som även bekräftar ett heteronormativt maskulint beteende (Y. Hirdman, 2004). Även vinklarna som de flesta bilderna är tagna ur bekräftar ett heteronormativt maskulint beteende hos exempelvis sportprofilen och modeprofilen då de anses bli "förstorade" och får en auktoritär roll (Givens, 2018). Färgerna som tydligt framkommer genomgående i alla profilers flöden är svart, mörkblått och mörkgrönt. Dessa färger bekräftar även den heteronormativa maskuliniteten då de symboliserar makt, auktoritet och kraft (Connell, 1996; Bergström, 2001; Chodorow, 1978).

Den heteronormativa maskuliniteten framkommer även ett flertal gånger då alla profiler regelbundet delar bilder på sina kvinnliga partners eftersom den skapas när en man blir sedd med en kvinna och denna händelse måste ständigt upprepas samt återskapas för att vara övertygande (Paulsson, 2005). Bilderna på parterna är antingen i form av bröllopsbilder, familjebilder och semesterbilder. Profilerna behöver dock nödvändigtvis vara medvetna om att det är den heteronormativa maskuliniteten de sprider utan kanske helt enkelt tänker att de vill visa upp sitt liv som ens partner är en stor del av.

6.3.3 Hur normen ifrågasätts och bryts

Skådisprofilen lyfter och hyllar vid två tillfällen klimat aktivisten Greta Thunberg och sätter henne över honom i den hegemoniska hierarkin. Detta görs bland annat genom att han beskriver hur han blir gråtfärdig av att behöva gå upp på scenen efter Thunberg, då han frågar sig hur man ska kunna komma i närheten av hennes makt och auktoritet. Han gör helt enkelt tvärt emot den maskulina hegemoniska mannen som ser mannen som norm och kvinnan som avvikande. I detta fall blir det istället kvinnan som har makt, auktoritet och styrka och mannen den som är känslös och svag (Y. Hirdman, 2004).

Livsstilsprofilen och realityprofilen publicerar ett flertal gånger känslösamma och öppna inlägg om som visar på en känslös och känslig sida. Detta skulle kunna ses som ett tecken

på det Bertilsdotter (2005) menar med den bakre och främre identiteten. De vill säga att den bakre representerar de egenskaper som normativt anses vara socialt oacceptabla och stigmatiserade, medan den främre representerar de egenskaper som faller i linje med den sociala normen (Bertilsdotter, 2005). Detta skulle alltså vara ett tillfälle där den bakre identiteten framträder och vi vid dessa tillfällen får en bild av männens bakre identitet i detta fall i form av deras känslor, som de som maskulina män inte bör visa för miljontals personer i sociala medier (Y. Hirdman, 2004). Det är dock så att de identiteter vi möter på sociala plattformar inte nödvändigtvis behöver vara densamma som profilens privata identitet, då individer tenderar att lyfta de bästa delarna av sig själv och inte visa allt, de vill säga att man särskiljer på sitt privata jag och sitt offentliga jag (Finkel & Fitzsimons, 2011; Gallegos, 2018; A. Hirdman, 2018). Det skulle även kunna vara ett tecken på en ny manlig heterosexuell identitet som bryter mot den traditionella maskuliniteten, en ny maskulinitet som är öppen och accepterande istället för avståndstagande som den traditionella (Johansson, 2005).

Humorprofilen bryter med jämna mellanrum mot den förkroppsligade heteronormativa maskuliniteten, då han på många av bilderna ses utklädd till sitt alter ego Jeanette, klädd i en blond peruk i ett humoristiskt syfte. Han utmanar på så sätt den heteronormativa maskuliniteten som kräver att en man efterlever de normer som finns och att dessa inte bryts, att en man är maskulin och en kvinna feminin (Butler, 1993). Detta är ytterligare ett tecken på att det i samhället spridits en ny maskulinitet som är accepterande och öppen där linjen mellan vad som anses manligt och kvinnligt blivit allt mer otydlig, till skillnad från den traditionella som är avståndstagande (Holter, 2005; Johansson, 2005). Detta skulle dock även kunna ses som ett tecken på konstruktion och reproduktion av den traditionella maskuliniteten, i form av ett förlöjligande av den feminina könsrollen. Ett humoristiskt sätt att förlöjliga den okontrollerbara känslosamma kvinnan och på så sätt särskilja henne i från den kontrollerade och förståndiga mannen, något som i sin tur tar mannen högre upp i den heteronormativa maskulina hegemonin (Connell, 1996; Y. Hirdman, 2004).

Spelprofilen är den profil som särskiljer sig mest från de andra då han sällan gör några försök att visa sig i maktposition varken i form av färger och vinklar eller gentemot andra män eller kvinnor. Han föreställer sig istället främst som en mjuk, tillgänglig och känslsam person, något som indikerar på att han bryter den heteronormativa maskuliniteten (Y. Hirdman, 2004). Han publicerar även inlägg som porträtterar hans framgång med exempelvis rosa ballonger, konfetti och bildvinkeln tagen ur ett öga mot öga perspektiv, vilket tyder på ett jämlikt förhållningssätt till betraktaren. Detta är något som skulle kunna indikera att han inte vill sätta sig in i det stereotypiska heteronormativa facket eller visa sig i maktposition med exempelvis en bildvinkel underifrån (Givens, 2008; Fogde, 2010).

Många forskare menar att vi har ett relativt utforskat fält kring den maskulina identiteten och den har sällan studerats på ett kritiskt sätt och problematiserats. Diskussionen om maskulin konstruktion handlar ofta om yta och fysik. När yngre män studeras och fokus

hamnar på handlingar samt beteende skapas en falsk idealbild av mannen. Det vi ser är ofta mäns försök till att utmåla sig själva som kapabla, potenta och framgångsrika. Under allt detta är det intressant att titta på skapandet av maskulin identitet, där vi ser uttryck för osäkerhet, kluvenhet och unga mäns svårigheter att visa upp en funktionell maskulin identitet (Johansson, 2005). Vi ser tydliga uttryck för kluvenhet hos exempelvis humorprofilen där han både bryter normen men även reproducerar en idealistisk maskulin bild på ett humoristiskt sätt. Vi kan även se tydliga spår av osäkerhet hos modeprofilen och sportprofilen, där deras publicerade inlägg följer en tydlig linje av bekräftelse kring den heteronormativa maskuliniteten. Vi ser även hur spelprofilen, livsstilsprofilen samt realityprofilen både publicerar inlägg i linje med den heteronormativa maskuliniteten men att de med jämna mellanrum tar ett steg ifrån riktlinjerna av de maskulina könsrollerna och visar på ett normbrytande beteende.

7. Slutdiskussion

Vid studiens start identifierade vi en forskningslucka bland forskningen inom maskulinitet och identitetsskapande i sociala medier. Därmed valde vi att fokusera vår uppsats syfte till att undersöka och förstå hur maskulinitet konstrueras och reproduceras i sociala medier, genom att studera svenska manliga profilers Instagramkonton. På så sätt kan vi få förståelse kring om och i så fall, hur Instagram ger möjlighet att uttrycka olika typer av maskulinitet bakom konstruktionen samt reproduktionen av maskulinitet.

För att lättare kunna besvara vårt syfte så formulerades tre frågeställningar som lyder *Vilka olika typer av maskulinitet framför/konstrueras?, På vilket sätt förmedlas maskuliniteter? samt Bekräftas, bryts och/eller ifrågasätts den heteronormativa maskuliniteten?*

Frågeställning ett ämnar att bringa fördjupad kunskap för hur maskulinitet kommer till uttryck på utvalda manliga profilers Instagramkonton. Frågeställning två och tre ämnar att genom observation skapa en övergripande bild över hur heteronormativ maskulinitet kan komma till uttryck, brytas och ifrågasättas av manliga profiler på Instagram.

Sammanfattningsvis så kan vi ur vårt resultat utläsa att olika former av maskulinitet regelbundet konstrueras och reproduceras i sociala medier, men att den kommer till uttryck på olika sätt i olika sammanhang, samt att vissa av profilerna inte är rädda för att ta ett kliv ifrån de normativa förväntningarna. Utifrån analyserna kan vi besvara hur maskulinitet konstrueras och reproduceras på Instagram, då vi i flödesanalyserna regelbundet stöter på tänkbara reproduktioner och konstruktioner av maskulinitet. Det kan antingen vara genom vinklar och ansiktsuttryck, ett stort fokus på den manliga kroppen eller genom tecken på heteronormativ maskulinitet. Men vi kan även i vårt resultat se tecken på en känsligare och mer accepterande maskulinitet (Johansson, 2005).

Vi kan även se i våra analyser att det framkommer en hel del poserande och barbröstade bilder på flertalet av profilerna, något som eventuellt kan påvisa en större tendens till att männen objektifieras i sina sociala medier. Vi kan därför anta att detta numera är ett tecken på en modernare maskulinitet, där män objektifierar sig själva på samma sätt som kvinnor under alla år. Man kan dock ifrågasätta om det är en sexuell objektifiering eller om det fungerar mer som en idealbild för det manliga könet (A. Hirdman, 2018). Tidigare kunde en objektifierad man antagits ha en homosexuell läggning, vilket vi med tanke på våra analyser skulle kunna konstatera numera inte är fallet eftersom alla profiler som stämmer in på den heteronormativa normen ändå uppvisar objektifierande bilder (Butler, 1993).

Utifrån vårt resultat blir det även tydligt att den heteronormativa maskuliniteten konstant finns närvarande i profilernas publicerade inlägg. Att de regelbundet bekräftar sin tillhörighet till den genom att med jämna mellanrum visar upp sig tillsammans med sin kvinnliga partner. Det vill säga en genusskapande handling som de regelbundet återskapar och upprepar för att

övertyga publiken om sin tillhörighet (Paulsson, 2005). Med det insamlade analys materialet kan vi alltså även besvara frågeställning två, det vill säga hur den heteronormativa maskuliniteten bekräftas, bryts och/eller ifrågasätts i profilernas Instagram flöden.

7.1 Reflektioner kring resultatet

I vårt resultat kan vi se spår av förändring i samhället och att det finns en ny öppen maskulinitet, som blir allt vanligare, som är i nära kontakt med sitt känsloliv och inte är rädd för att dela med sig av sina känslor till en stor publik. Men att den gamla formen av maskulinitet fortfarande finns kvar och regelbundet produceras och reproduceras i det svenska samhället.

Vi kan dock inte vara säkra på att det är profilens riktiga identitet som vi stöter på i flödet då många individer skapar en alternativ identitet på sociala medier, en identitet som i de flesta fall stämmer överens med det rådande samhälls idealet eller en identitet som främst lyfter profilens främsta egenskaper (A. Hirdman, 2018).

Vi anser att de utvalda profilerna har stor möjlighet att påverka sina mottagare då sociala medier har kommit att bli en allt vanligare socialisationsagent för identitetsskapande individer där många användare på sociala medier producerar innehåll som går i linje med de normer, stereotyper och sociala föreställningar som finns i samhället (A. Hirdman, 2018; Wang, Yu & Wei, 2012). Samtidigt har influencers med stor popularitet ofta har ett stort kontaktnät som når ut till en stor publik och fungerar som en form av opinionsledare som är med och styr den rådande opinionen i samhället (Chandler & Munday, 2016). Vi anser därför att de valda profilerna är individer med stor möjlighet att påverka, då alla når ut till en publik av minst en miljon användare.

Maskuliniteten som kommer till uttryck i vårt resultat av bildanalysen tyder på en maskulin samt heteronormativ maskulin auktoritet i sociala medier, något som kan vara ett resultat av de gjorda urvalet då ett annat urval hade kunnat få ett annat resultat, ett resultat där den heteronormativa maskuliniteten exempelvis inte representeras. Betydelsen och helheten i de 140 bilder bilder vi har analyserat bekräftar en maskulin homosocial ordning, något som är centralt för upprätthållandet och reproduktionen av den sociala maskulina normen. I detta kan vi se hur den heteronormativa maskuliniteten bekräftas såväl individuellt som på ett kollektivt plan. Dessa mönster kan man se som ett uttryck för att vi befinner oss i en tid där maskuliniteten söker validering av sin maskulina sociala identitet, något som måste bekräftas gång på gång.

Vi kan med vårt resultat dra slutsatser om att normer och traditionella könsroller har börjat luckras upp med hjälp av profiler och individer som exempelvis spelprofilen, livsstilsprofilen och realityprofilen. Det skulle alltså kunna vara tecken på en ny modernare version av den traditionella maskuliniteten, en maskulinitet som inte längre helt stämmer överens med de maskuliniteter som lyfts fram i den tillgängliga forskningen. I dagens medialiserade samhälle

fungerar medierna allt mer som en socialisationsagent som kan komma att påverka hur män beter sig och vilka normer de följer (Arnett, 1995; Wang, Yu & Wei, 2012). Den känsliga sidan som vi ofta stötte på bland profilerna kan alltså vara ett tecken på att profilerna påverkats av könsnormerna i en annan kultur med andra normer, då medierna har möjliggjort socialisationsagenter även utanför den svenska samhället.

7.2 Reflektioner kring arbetsprocessen

Vi har reflekterat över urvalet av analysobjekt till vår studie, och har en förståelse över att beroende på vilka profiler man väljer ut så kommer olika resultat att visas. Nu har alla profiler en heteronormativ samt heterosexuell utgångspunkt, något som gör att vi inte får med perspektivet från en homosexuell profil. Detta hade eventuellt kunnat visa helt andra resultat eftersom vårt urval är hyfsat homogent, med några få undantag. Vi har genomfört studien med hjälp av ett analyschema med indikatorer som vi funnit viktiga att fokusera på, men hade två andra individer gjort en liknande studie hade de eventuellt fokuserat mer på andra aspekter och därmed fått ett annat resultat. En sån här typ av kvalitativ studie kommer med tolkningar som kan variera mellan den som väljer att utföra studien. Vi är medvetna om att vårt urval av profiler samt analysfrågor kan påverka resultatet i en viss riktning och har haft en pågående dialog kring detta under arbetets gång.

Man kan dock fråga sig om studien hade fått samma resultat om det hade utförts av män, då de av samhället uppfostras till att följa denna könsroll medan vi som kvinnor vuxit upp i samband med den feministiska kampen uppfostrats till att följa en annan friare könsroll. Samtidigt som studien gjort att vi som kvinnor fått ett bredare perspektiv av hur män förväntas vara för att vara en maskulin man präglad av den konstanta tävlan över hegemonin.

När man utgår från ett vetenskapligt tillvägagångssätt bör man vara försiktig med sina generaliseringar. Ekström och Larsson (2019) föreslår därför att man vid studier inom medie och kommunikationsvetenskapen att studerar representativ urval istället för en större population. Därför utförs det inom detta vetenskapsområde många djupgående studier mer intensiva studier där man lägger fokus på ett mindre antal personer, liksom den studie vi utfört. Där vårt fokus låg på ett mindre urval av profiler och begränsningen till att det endast analyserade 20 inlägg per profil. Vi gör alltså med vårt urval inget anspråk på att vårt urval ska vara representativa för en större population, men belyser att de valda profilerna noggrant valts ut och alltså kan generera generella kunskaper inom genus- och identitetsforskning. Vårt val av att endast studera fenomenet maskulinitet inom kontexten sociala medier kan alltså ha skapat ett resultat som kan tillämpa generell kunskap. Då det är de centrala begreppen och teorierna som bestämmer mekanismer och strukturer och inte hur vanligt de specifika fenomenet är (Ekström & Johansson, 2019). Observationsperioden kan komma att påverka vår generaliseringen eftersom man ofta behöver undersöka fall under en längre tid att kunna dra större generaliserings slutsatser. De rådande teorierna om kommunikation,

samhället och kultur bygger till stor del på kvalitativa studier som endast genererar ett generell kunskap, forskning likt vår (Ekström & Larsson, 2010).

7.3 Nya frågor och fortsatta studier

Under arbetes gång har det uppkommit en hel del frågor då mycket av maskulinitet teorierna är gamla och porträtterar ett annat samhälle än det vi lever i idag. Samt så upptäckte vi att det var relativt svårt att hitta forskning som nämner maskulinitet i form av fysiska attribut. Vi föreslår därför vidare forskning inom maskulinitet i form av undersökningar rörande hur den moderna maskulina könsrollen ser ut både fysiskt och socialt. Vi föreslår här att man utför en kvantitativ undersökning om hur en modern maskulin man bör vara, utifrån ett större antal analysobjekt, som har en större möjlighet producera ett resultat vilket kan bli representativt för en större population.

Vi föreslår även fortsatt forskning rörande mäns identitetsskapande via sociala medier då det inom dessa områden finns begränsat med forskning. Under våra efterforskningar så märkte vi även att detta område var väldigt begränsat och främst fokuserade på den identitetsskapande processen. Att medierna blivit ett större verktyg i det moderna identitetsskapandet men inte hur män formar sin identitet. Förslagsvis att man utför en kvalitativ intervjustudie där man undersöker hur manliga influencers påverkar andra mäns produktion och reproduktion av maskulinitet. Här kan man även välja ett bredare urval när det kommer till profilerna, exempelvis män med olika sexuella läggningar samt normer och göra en jämförande studie.

8. Referenser

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with Influencers fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161, 86-100.

Amin, A. (1994). *Post-fordism: A reader*. Blackwell Publishing, Hoboken.

Andreasson, J. (2005) Maskulinitet och sexualitet i en enkönad miljö. Ur Johansson, Thomas (Red.) *Manlighetens omvandlingar: Ungdom, sexualitet och kön i heteronormativitetens gränstrakter*. (pp. 21- 40). Daidalos, Göteborg

Arnett, J. J. (1995). Adolescents' uses of media for self-socialization. *Journal of youth and adolescence*, 24(5), 519-533.

Bengtsson, S. (2017). *Medielandskap och mediekultur : En introduktion till medie- och kommunikationsvetenskap* (1. uppl. ed.). Stockholm: Liber.

Bengtsson, S., Bolin, G. Forsman, M., Jakobsson, P., Johansson, S & Ståhlberg, P. (2017) *Medielandskap och mediekultur- en introduktion till medie- och kommunikationsvetenskap*. Stockholm: Liber

Bertilsson, H. (2005). Bisexualitet utifrån några unga mäns berättelser. Ur Johansson, Thomas (Red.) *Manlighetens omvandlingar: Ungdom, sexualitet och kön i heteronormativitetens gränstrakter*. (pp. 115-136). Daidalos, Göteborg

Bergström, B. (2001) *Bild & Budskap- ett triangeldrama om bildkommunikation*. Stockholm: Carlsson bokförlag.

Billemar, S. & Skärlund, H. (2018, 5 Juni). Aftonbladet. Hämtad 2019-11-06, från <https://www.aftonbladet.se/debatt/a/Rxw7E8/killar-ar-fast-i-normen--de-ska-inte-bry-sig>

Bird, S. R. (1996). Welcome to the men's club: Homosociality and the maintenance of hegemonic masculinity. *Gender & society*, 10(2), 120-132.

Björkvall, A. (2009). *Den visuella texten. Multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren.

Butler, J. (1993). Critically queer. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 1(1), 17-32.

Butler, J. (1999). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. London: Routledge.

Carlsson, L. (2010). *Sociala medier*. Kreafor.

Chandler, D., & Munday, R. (2016). Influencer. *A Dictionary of Social Media, A Dictionary of Social Media*.

Chodorow, N. (1978). The Reproduction of. *Mothering: Psychoanalysis and the Sociology of Gender*.

Connell, Raewyn. (1996). *Maskuliniteter*. Göteborg: Daidalos

Connell, R., & Pearse, R. (2015). *Gender : In world perspective* (3.rd ed., Short introductions). Cambridge: Polity Press.

Ekström, M. & Larsson, L. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap. (2.uppl)* Lund: Studentlitteratur

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A.E. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad. (Femte upplagan)*. Stockholm: Wolters Kluwer.

- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity
- Finkel, E. J., & Fitzsimons, G. M. (2011). The effects of social relationships on self-regulation. In K.D. Vohns & R.F. Baumeister (eds), *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications* (2nd ed., pp. 390- 406). New York, NY: Guilford
- Fiske, John. (1987). *Television Culture*. New York: Routledge
- Fogde, Marinette (2010). *Bildanalys*. I Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Freberg, K., Graham, K., Mcgaughey, K.(2011). Who are the social media influencers? A Study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37, 90-92.
- Gallegos, T. E. (2018). *Instaman: A case study of male identity expression on Instagram*. ProQuest Dissertations & Theses Global. Hämtad den 29 nov från:
<https://search-proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/docview/2169968356?accountid=11162>
- Giddens, Anthony. (2003). *Sociologi* Lund: Studentlitteratur
- Givens, D. (2008). *The nonverbal dictionary of gestures, signs & body language cues*. Washington: Center for Nonverbal Studies Press.
- Gleason, T., Theran, S., & Newberg, E. (2017). Parasocial Interactions and Relationships in Early Adolescence. *Frontiers in Psychology*, 2017, Vol. 8
- Halberstam, J. (1998). Transgender butch: Butch/FTM border wars and the masculine continuum. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 4(2), 287-310.
- Hammarén, Nils, & Johansson, Thomas. (2009). *Identitet - BeGrepbart*.
- Haywood, C. & Mac an Ghail, M. (2003). *Men and masculinities: Theory, research and social practice*. Buckingham: Open university Press.

Hemmings, C. (2002). Bisexual spaces. *A geography of sexuality and gender*. London: Routledge

Hepp, A., Hjarvard, S & Lundby, K. (2010). Mediatization - Empirical perspectives: An introduction to a special issue. *Communications*, 35, 223-228.

Hjarvard, S. (2008). *The mediatization of society*. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29, 105- 134.

Hirdman, A. (2018). *Känslofyllda rum : Den mediala socialiteten - att titta och beröras*. Lund: Nordic Academic Press.

Hirdman, A (2005). Respect the cock. Medial maskulinitet: bilder, begär och alienation. Johansson, Thomas (Red.), (Red). *Manlighetens Manlighetens omvandlingar: Ungdom, sexualitet och kön i heteronormativitetens gränstrakter* (pp. 139-161). Daidalos: Göteborg

Hirdman, Y. (1988). Genussystemet-reflexioner kring kvinnors sociala underordning. *Tidskrift för genusvetenskap*, (3), sid-49.

Hirdman, Y. (2004). *Genussystemet - Reflexioner Kring Kvinnors Sociala Underordning*, *Genushistoria : en historiografisk exposé 2004 9344037* S. 113-133.

Holter, Ø. G. (2005). Social theories for Researching Men and Masculinities: Direkt Gender Hierarchy and Structural Inequality. Kimmel, M. S., Hearn, J., & Connell, R. W. (Eds.). *Handbook of studies on men and masculinities*. (15-34) Sage Publications.

Hoyt, C. (2013). Inspirational or Self- Deflating The role of Self-Efficacy in Elite Role Model Effectiveness. *Social Psychological and Personality Science*, 4, 290-298.

Instagram (2019, 2 Oktober). @alexthemauler. Hämtat: 2019-11-28 från, <https://www.instagram.com/p/B3IOBqRnj8V/>

Instagram (2018, 28 December). @joakimlundell. Hämtat: 2019-11-28 från, <https://www.instagram.com/p/Br7Ro76BjK/>

Instagram (2019, 13 November) @johnnyedlind. Hämtat: 2019-11-27 från, https://www.instagram.com/p/B4z-z_4nNUD/

Instagram (2019, 29 September). @jonolsson1. Hämtat: 2019-11-27 från, <https://www.instagram.com/jonolsson1/>

Instagram (2019, 9de september). @lucas_simonsson. Hämtat: 2019-11-27 från, <https://www.instagram.com/p/B2M0yeOomi4/>

Internetstiftelsen. (2019). Antalet användare av sociala medier börjar plana ut. Hämtad 2019-11-6, från

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/sociala-medier/Instagram-vaxer-men-har-minskat-i-tillvaxttakten/>

Internetstiftelsen i Sverige. (2018). Undersökning om svenskarnas internetvanor. Hämtad den 6 november, 2019 från:

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2018/sociala-medier/#:~:text=Instagram%20v%C3%A4xer%20mest%20med%20en,har%20stagnerat%20p%C3%A5%2053%20procent.>

Internetstiftelsen i Sverige. (2019). Undersökning om svenskarnas internetvanor. Hämtad den 18 november, 2019 från:

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/sociala-medier/>

Jacobsson, P. (2019, 3 April). ”Könskorrigeringar befäster stereotypa könsroller”. *Sveriges Television*. Hämtad: 2019-11-29, från

<https://www.svt.se/opinion/konskorrigeringar-befaster-stereotypa-konsroller>

Johnson, S.K., Buckingham, M.H., Morris, S.L., Suzuki, S., Weiner, M.B., Hershberg, R.M., Lerner, R.M (2016). Adolescents' Character Role Models: Exploring who young people look

up to as Examples of How to be a good person. *Research in Human Development*, 13, 126-141.

Johansson, Thomas. (2005), "Den självsäkra manligheten – en myt?" i Johansson, Thomas (Red.), *Manlighetens omvandlingar: Ungdom, sexualitet och kön i heteronormativitetens gränstrakter*. Daidalos, Göteborg.

Johnson, M. M. (1988). *Strong mothers, weak wives: The search for gender equality*. University of California Press.

Kemp, Simon (2018) "Digital in 2018, essential insights into Internet, social media, mobile, and ecommerce use around the world" i *2018 digital yearbook*. We are social. Hämtad 2019-11-18, från <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/30/worlds-internet-users-pass-the-4-billion-mark/>

Kimmel, Michael. (1994). Masculinity as homophobia: fear, shame and silence in the construction of gender identity. I Brod, Harry & Kaufmann, Michael. *Theorizing masculinities*. Thousand Oaks: Sage.

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis : An introduction to its methodology* (2.nd ed.). Thousand Oaks, Calif.: Sage.

Lipman-Blumen, J. (1976). Toward a homosocial theory of sex roles: An explanation of the sex segregation of social institutions. *Signs: Journal of women in culture and society*, 1(3, Part 2), 15-31.

Lerner, F. A., (2006), *The story of libraries: from the invention of writing to the computer age*. New York: Continuum

Markham, A. and Buchanan, E. (2012). *Ethical Decision-Making and Internet Research: recommendations from the AOIR Ethics working committee* (Version 2) Available at: <http://aoir.org/reports/ethics2.pdf> Hämtad: 25 Nov 2019.

Medieakademien. (2019). MAKTBAROMETERN 2019: *THERÉSE LINDGREN MÄKTIGAST PÅ SOCIALA MEDIER*. Hämtad: 2019-11-28, från <https://medieakademien.se/maktbarometern-2019-therese-lindgren-maktigast-pa-sociala-medier/>

Mral, B., Gelang, M., & Bröms, E. (2016). *Kritisk retorikanalys : Text, bild, actio*. Ödåkra, Sverige: Retorikförlaget

Mellström, U., & Gottzén, L. (2013). Maskulinitetsforskning i förändring. *NORMA*, (02), 107-111.

Nationalencyklopedin. (2019). Homosocialitet. Hämtad: 2019-11-07, från <https://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/homosocialitet>

Nationalencyklopedin. (2019). Instagram. Hämtad: 2019-11-06, från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/Instagram>

Neuendorf, K. (2002). *The content analysis : Guidebook*. London: SAGE.

O'Donnell, M., & Sharpe, S. (2000). *Uncertain masculinities. Youth, Ethnicity and Class in Contemporary Britain*. London: Routledge

Patton, D., Eschmann, R., & Butler, D. (2013). Internet banging: New trends in social media, gang violence, masculinity and hip hop. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A54-A59.

Paulsson, Lina. (2005), ””Hon såg mig som en man, liksom’ Unga mäns identitetsskapande i heterosexuella relationer” i Johansson, Thomas (Red.), *Manlighetens omvandlingar: Ungdom, sexualitet och kön i heteronormativitetens gränstrakter*. (pp. 41-59) Daidalos, Göteborg.

Arbetsmarknadsdepartementet. (2019). *Sverige mest jämställda EU- landet i ny mätning*. (Pressmeddelande från Arbetsmarknadsdepartementet 2019, 15 Oktober) Hämtad: 2019-11-07

<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2019/10/sverige-mest-jamstallda-eu-landet-i-ny-matning/>

- Rosenberg, T. (2002). *Queerfeministisk agenda*. Stockholm: Atlas
- Saul, H. (2016) Instafamous: Meet the social media influencers redefining celebrity. The Independent. Hämtad 2019-11-14 från:
<https://www.independent.co.uk/news/people/Instagram-model-natasha-oakley-iskra-lawrence-kayla-itsines-kendall-jenner-jordyn-woods-a6907551.html>
- Storey, John. (2008). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Taylor & Francis Ltd - M.U.A.
- Storr, M. (1999). *Bisexuality: a critical reader*. London: Routledge
- Sørensen, N. (2005). *Meget mere end metrosexuel*. Roskilde: Forskerskolan i livslångt lärande.
- Thurén, B. M. (1996). Om styrka, räckvidd och hierarki, samt andra genusteoretiska begrepp. *Tidskrift för genusvetenskap*, (3-4), sid-69.
- Vigsø, O. (2004). *Valretorik i text och bild. En studie i 2002 års svenska valaffischer*. Skrifter utgivna av institutionen för nordiska språk vid Uppsala universitet 66. Uppsala: Institutionen för nordiska språk.
- Viljoen, Stella (2013) *Troubling masculinity and the media*, *Communicatio*, 39:2, 167-168, DOI:
- Wang, X., Yu, C. & Wei, Y. (2012). *Social Media Peer Communication and Impacts on Purchase Intentions: A Consumer Socialization Framework*. *Journal of Interactive Marketing* 26, 198–208.
- Wagner, C. N., Aguirre Alfaro, E., & Bryant, E. M. (2016). The relationship between Instagram selfies and body image in young adult women. *First Monday*, 21(9).
- Weibull, L., & Wadbring, I. (2014). *Massmedier : Nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet* (11., helt omarb. uppl. ed.).

Whitehead, S. M., & Barrett, F. J. (2001). The sociology of masculinity. *The masculinities reader, 1*, 1-26.

Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological Bulletin, 106*, 231- 248.

Yoldas, A. (2019, 6 November). Vi ville prata om jämställdhet men möttes av hänskratt. *Expressen*. Hämtad: 2019-11-29, från <https://www.expressen.se/kronikorer/atilla-yoldas/vi-ville-prata-om-jamstalldhet-men-mottes-av-hanskratt/>

8.1 Bilagor

Analyschema

Nedan presenteras det använda analyschemat.

Tema 1: Denotation

Kontext (komposition, färger, bakgrund)	<i>Här beskrivs bildens utseende utifrån övergripande komposition i form av former, linjer, färger och placeringar i bakgrund samt om aktivitet utförs.</i>
Komposition	
Färger	
Bakgrund	
Aktivitet (rörelse, sport)	
Bildobjekt (vinkel, kläder, kropp & ansikte)	<i>Här beskrivs bildens objekt. Vinkel i form av hur fotot är taget och minspel i ansiktsuttryck samt blickens riktning. Kroppshållning beskrivs utifrån position och inramning. Även kläder och stil kommer beskrivas här.</i>
Vinkel (öga mot öga)	
Kläder	
Kropp (posering, kroppshållning)	
Ansikte	
Texten (Budskap och utformning)	<i>Här beskrivs all text i inläggen i form av bildtext, stilen på typsnitt, ordval och storlek.</i>
Budskap	
Utformning (ordval, emojis)	

Tema 2: Konnotation

Kontext (komposition, färger, bakgrund)	<i>Här kommer vi konnotativt analysera kontextens underliggande betydelse och signaler. I form av bildens komposition i form av former, linjer, färger, placeringar i bakgrunden och den eventuella aktivitet som utförs. Samt hur dessa anspelar på de maskulina könsrollerna.</i>
Komposition	
Färger	
Bakgrund	
Aktivitet (rörelse, sport)	
Bildobjekt (vinkel, kläder, kropp & ansikte)	<i>Här kommer vi titta närmare på betydelsen bakom bildens huvudsakliga objekt. Utifrån aspekter såsom vinkel i form av hur fotot är taget. Objektets minspel, ansiktsuttryck och blickens vinkling. Även objektets eventuella kläder och stil kommer analyseras här. Samt hur detta anspelar på de maskulina könsrollerna.</i>
Vinkel	
Kläder	
Kropp (kroppshållning, posering)	
Ansikte (blick, distansering)	
Texten (Budskap och utformning)	<i>Här kommer själva bildtexten att analyseras utifrån det budskap som förmedlas och hur texten utformats genom typsnitt, ordval och storlek. Samt hur detta anspelar på de maskulina könsrollerna.</i>
Budskap	
Utformning (ordval, emojis)	

- **Helheten:** Komposition, bakgrund, färger
- **Personen:** Kropp, ansikte och kläder
- **Texten:** Budskap och utformning