

Fredrik Langeland

Soldater med lyst til å drepe Krigermaskulinitet i mannebladet *Alfa*

Abstract

In this article it is argued that warrior masculinity has become influential in Norwegian contemporary media and popular culture. The author focuses specifically on the men's magazine *Alfa* launched in 2010 and which produced a media discussion on the representation of Norwegian soldiers in Afghanistan. The soldiers were presented in the magazine as warriors and stated that killing was better than sex. Warrior masculinity is not unique to *Alfa*; it can also be seen in other areas of Norwegian contemporary culture in popular practices such as *paintball* and *airsoft*.

Keywords:

- masculinities
- gender
- media
- warriors

Høsten 2010 vakte det nye mannebladet Alfa oppmerksomhet med en reportasje om Telemarksbataljonen i Afghanistan, der det kom frem at soldatene foretrakk krig og drap fremfor sex. Utgivelsen førte til en opphetet debatt om «krigerkulturen» i det norske forsvaret. Men maskulinitetsidealene som kom frem i reportasjen var ikke unike for magasinet; også i andre representasjoner av soldater i Afghanistan kan man se tilsvarende trekk. En krigermaskulinitet kom til syne på flere fronter av norsk populærkultur.

Innledning

01.10.2010 ble *Alfa* lansert som «NORGES NYE MANNEBLAD», med programleder og modell Triana Iglesias avbildet på forsiden.¹ I lederen kommenterte daværende redaktør Magnus Rønningen at i fotografiene av henne skulle det være «minimert med posering», ettersom man fremstilte avkledd «jenter» i naturlige omgivelser. For *Alfa* skulle være av «seriøs kvalitet», og ikke «harry». Men det skulle også være mer «baller» bak det 164 sider lange magasinet, noe som skulle signalisere maskuliniteten man ønsket å presentere.² Dette kom til uttrykk i en 17 siders reportasje med tittelen «NORGE I KRIG», som omhandler soldater fra Telemarksbataljonen (heretter TMBN). Her formidlet *Alfa* den brutale «sannheten» om krigen i Afghanistan. I reportasjen blir en av soldatene sitert på at det å være i kamp er «bedre enn å knulle». *Alfa* omformulerte dette til at krig er «Bedre enn sex», og reaksjonene fra politisk hold lot ikke vente på seg.³ Daværende forsvarsminister Grethe Færemo var raskt ute med å påpeke at reportasjen gir et

inntrykk av norske soldater som man må ta «avstand fra» (Akerhaug 2010). Den utløste en av de største debattene som har vært omkring den norske deltakelsen i Afghanistankrigen.

Oppstyret rundt *Alfa* nr. 1 2010 knytter seg til den økende oppmerksomheten rundt Afghanistankrigen i den offentlige debatt, og i norsk litteratur og populærkultur de siste årene.⁴ I ukene før og etter utgivelsen ble dessuten inntrykket av soldatenes problematiske holdninger og adferd forsterket gjennom lignende oppslag i riksdekkende medier. Det handlet om kamprop, om bruken av vikingsymbolikk, dødningshoder på materiell og på potensielle motstanderes boliger, og om unødig bruk av vold i enkelte situasjoner.⁵ Mediefokuset i kjølvannet av utgivelsen kulminerte i at major Rune Wenneberg – utpekt som ansvarlig offiser for denne «krigerkulturen» – den 07.10. deltok i Fredrik Skavlands talkshow, der han måtte forklarte soldatenes opptreden. En *krigermaskulinitet* preget nå offentligheten. I denne sammenheng viser dette til idealiserte forestillinger om forholdet mellom maskulinitet, krig og vold som kommer til uttrykk gjennom representasjoner i populærkulturen.

Denne artikkelen analyserer krigermaskuliniteten i *Alfa* nr. 1 2010, med utgangspunkt i et større bakteppe knyttet til representasjonen av Norges krigføring i Afghanistan. Artikkelen argumenterer for at en bred forståelse av denne «krigerkulturen» er avgjørende for å analysere idealisert maskulinitet i samtidig medie- og populærkultur. I den sammenheng blir det lagt vekt på et eksisterende kontinuum mellom ulike iscenesettelser av krigermaskulinitet i dagens Norge. Reportasjen danner et utgangspunkt for å undersøke overganger mellom representasjoner i populærkulturen og det norske forsvarrets språkbruk og ideologi. Dette blir særlig relevant når man ser at norske menn og kvinner benytter medie-representasjoner som utgangspunkt for å iscenesette seg som krigere gjennom nye og populære aktiviteter som *airsoft* og *paintball*. Det går inn i en tendens der populærkulturen i dag blir militarisert på nye måter. *På hvilke måter iscenesettes krigermaskulinitet gjennom reportasjen «Norge i krig»? Hvordan relaterer dette seg til representasjoner av soldater og krigere i en bredere populærkulturell kontekst i Norge på 00-tallet?*

Artikkelen har sitt teoretiske og metodologiske utgangspunkt i kulturteori, kjønns- og maskulinitetsteori. Som analytisk begrep innenfor samfunnsforskning og humaniora kan maskulinitet defineres som ideologier, diskurser, idealer og praksiser knyttet til det å være mann i en bestemt historisk og geografisk kontekst. Maskuliniteter kan forstås som prosessuelle og foranderlige der bestemte posisjoner er hegemoniske (Connell 1995:77). I etableringen av hegemonisk maskulinitet spiller media en viktig funksjon som produsent og distributør av populærkulturelle uttrykk (Craig 1992). Artikkelen legger vekt på hvordan slike idealer kommer til uttrykk i konkrete representasjoner gjennom *artikulasjoner*, handlinger som gjennom å sette arbitrære elementer i sammenheng (for eksempel «menn» og «krig») skaper en midlertidig lukning av en diskurs omkring maskulinitet (jf. Slack 1996:112-113).⁶ Gjennom artikkelen er jeg opptatt av å tydeliggjøre *Alfas* isceneset-

telse av maskulinitet som en del av hva den britiske kulturforskeren Graham Dawson karakteriserer som *de(t) kulturelt imaginære*; han definerer dette som nettverk av sammenflettede diskurser, bilder, motiver og fortellinger som er offentlig tilgjengelig i en kultur på et gitt tidspunkt, og som artikulerer et psykisk og sosialt nivå (Dawson 1994:48). De(t) kulturelt imaginære oppstår ifølge Dawson i samspillet mellom fantasier og diskursive former, når fellesskaper spiller og artikulerer seg selv, og utgjør referanserammer for kollektive identitetsformasjoner (jf. Lykke 2002:11). I sine analyser viser Dawson til krigeren og soldaten som sentral for konstruksjonen av nasjonale maskulinitetsidealer.

Et av de sentrale elementer i soldaters fortellinger fra krigssituasjoner i det 20. århundret handler om lysten til – og gleden ved – å drepe (Bourke 1999). Slike fortellinger er som oftest, men ikke utelukkende, *menns* erfaringer, ettersom tradisjonelle soldat- og krigerkulturer domineres av menn og dyrker et voldelig mannsideal (Ehrenreich 1997; Gibson 1994; Hearn 2011; Jeffords 1989; Morgan 1994; Theweleit 1987). I motsetning til tidligere forskning om «krigerkultur» i kjølvannet av Norges deltakelse i Afghanistan (Bjørnstad 2011; Brunborg 2008; Edström et al. 2009) fokuserer denne artikkelen spesifikt på representasjoner i populærkulturen. Artikkelen kontekstualiserer først fremstillingen av soldater fra TMBN i *Alfa* knyttet til endringer i det norske forsvaret på 00-tallet. Dette etablerer en ramme for å forstå at krigerkulturen som blir eksponert i *Alfa*, er et ledd i en bevisst utvikling fra forsvarets side. Samtidig legges det vekt på at reportasjen befinner seg i en bestemt mediekontekst, noe som gir et utgangspunkt for å gripe idealene som kommer til syne gjennom de populærkulturelle referansene, vektleggingen av det heteroseksuelle mannlige fellesskapet, og etableringen av en krigermaskulinitet der lysten til å drepe står sentralt. For å knytte dette opp til en større spredning av fantasier om en krigermaskulinitet i Norge på 00-tallet, viser jeg særlig til *airsoft* og *paintball*, som er nye og populære aktiviteter, der (hovedsakelig) menn simulerer krigshandlinger med kopier av militært utstyr og våpen. Det er aktiviteter der man aktivt benytter seg av medias diskurser som utgangspunkt for iscenesettelse som soldater. Hensikten med analysen er å skape en bred forståelse av hvordan idealet om krigermaskulinitet sirkulerer i det norske samfunnet.

Eksposering av en (u)ønsket krigerkultur

De kontroversielle uttalelsene i reportasjen «Norge i krig» kommer fra en ny gruppe profesjonelle soldater i Norge. Disse utgjør en viktig del av omstillinger forsvaret har gjennomgått de siste tyve årene. Sentralt i den sammenheng står tidligere forsvarssjef Sverre Diesen, som gav ideologisk tyngde til en nydefinering av begrepet «forsvar» på 1990-tallet (Eliassen 2010). Det handler om strategisk-politiske vurderinger der forsvaret tilrettelegges for intervensjoner i såkalte «asymmetriske konflikter» utenfor Europa. Dette er et ledd i en ny sikkerhetspolitikk der risikoen for en massiv invasjon av Norge regnes for å være svært liten. I boken *For-*

nyelse eller forvitring? Forsvaret frem mot 2012 (2011) beskriver han utviklingen som et «militært paradigmeskifte»: fra 1999 til 2010 ble hæren redusert fra 13 til 1 brigade, og andre mobiliseringsavdelinger er nå borte. Heimevernet er for eksempel redusert fra 83 000 til 45 000 (Diesen 2011:38, 245). Bakgrunnen for disse endringene handler om nye politiske (bl.a. krigen mot terror), samfunnsmessige (det fysiske forfallet i befolkningen) og økonomiske (økte kostnader på teknologi og utstyr) vilkår. En av konsekvensene av dette blir at ulike former for «synlig militær tilstedeværelse i mange lokalsamfunn» forsvinner (2011:24). Dette innebærer at samfunnet ikke lenger har et like direkte forhold til forsvaret som da verneplikten reelt sett var allmenn.

Man har i dag etablert et annet forsvar med nye funksjoner og symboler, som har endret seg fra å være et «nasjonalt nødvergeinstrument» til å bli et «utenriks-politisk maktmiddel» (Diesen 2011:172). Sentralt står etableringen av TMBN og utviklingen av hva Diesen i 2008 karakteriserte som «Den nye krigerkulturen» (Diesen 2008). TMBN ble opprettet i 1993 og er den norske hærens eneste profesjonelle heltidssoldater. De har deltatt i utenlandsoppdrag for Norge i det tidligere Jugoslavia (1997–2000) og har fra 2003 hatt styrker i Afghanistan. I det nye norske forsvaret er TMBN på mange måter ansiktet utad, noe som innebærer at symbolverdien står sterkt. Dette skyldes trolig bataljonens sentrale rolle i Afghanistankrigen, og i den påfølgende medieoppmerksomheten rundt disse operasjonene. Dette er en av få norske kampavdelinger der «krigerkultur» som faktisk fenomen eksisterer i dag, i den forstand at bataljonen selv bruker uttrykket for å definere aktivitetene. TMBN brukte i 2009 krigen og krigeren som symbol, i motsetning til noen få år tilbake da humanistiske verdier stod sentralt (Bjørnstad 2011:14–15). Major Rune Wenneberg skriver i 2011 om «vår krigerkultur» som omfatter egenskaper som aggressivitet, selvstendighet, modighet, ridderlighet, samarbeidsvillighet og hardhet (Johansen 2011:32–33). I tillegg finnes «krigerkultur» som et bredere språklig fenomen når ledere som Diesen avvender begrepet (Edström et al. 2010:33–34).

Diesens retorikk har vært politisk omstridt, men må i dag kunne sies å ha bred tilslutning i forsvaret og blir fulgt opp av Befalets fellesorganisasjon (BFO). De skriver følgende på sine hjemmesider i 2010:

Utvikling av krigerkultur er en uunngåelig konsekvens av den type oppdrag vi møter i Afghanistan i dag. Det er i tillegg helt nødvendig for de avdelingene som tjenestegjør der å utvikle og ivareta en krigerkultur. Med dette mener vi en profesjonskultur med felles verdier, holdninger og normer som styrker samholdet i avdelingen og lojaliteten til oppdraget og nasjonen.

Dette er i tråd med Diesens ambisjon om en indre endring av forsvaret, som er avgjørende for at soldatene skal få «en følelse av forpliktelse» gjennom ulike «ritualer» (Diesen 2011:174). Krigerkulturen som kommer til syne i *Alfas* reportasje, er ifølge BFO en «uunngåelig konsekvens» av Afghanistankrigen, og man gir den et positivt innhold som ledd i en «profesjonskultur». Det som imidlertid ikke er så lett

å begripe gjennom denne språkføringen, er at deler av en slik «profesjonskultur» handler om å drepe i nasjonens navn. Den anerkjente britiske krigshistorikeren Joanna Bourke påpeker at krig er et offentlig godkjent blodbad som de høyeste sivile myndigheter har tillatt med samtykke hos flertallet av befolkningen til den krigførende part (Bourke 1999:xiii). Dette er selvsagt ikke ukjent for forsvaret, men det står i kontrast til det tradisjonelle nasjonale selvbildet om Norge som en «fredsnasjon» (jf. Edström et al. 2009). Oppmerksomheten rundt *Alfa* nr. 1 2010 gir et eksempel på hva som skjer når holdninger innad i det nye norske forsvaret kommer til uttrykk i den norske medieoffentligheten. Jeg legger i denne konteksten særlig vekt på de to første delene av reportasjen «Norge i krig» som omhandler en gruppe med soldater fra TMBN. Det var passasjer herfra som var medvirkende til at Grethe Faremo karakteriserte *Alfa* nr. 1 2010 som «Norges Armadillo», med referanse til den omdiskuterte dokumentarfilmen om danske soldaters opptreden i Afghanistan (jf. Akerhaug 2010).

Soldater foran kamera

De to første delene av reportasjen «Norge i krig» på s. 104–115 i *Alfa*, omfatter 11 fargefotografier av ulik størrelse, brødtekst, ingress, bildetekster og visuelle elementer som binder det hele sammen.⁷ Den består av to hoveddeler, der den første beskriver soldatene i krig (104–111), mens den andre inneholder sitater fra intervjuer med dem (112–115). Reportasjen introduseres med et tosidens fotografi på s. 104–105 der en gruppe mannlige soldater fra TMBN vises frem i sine høyteknologiske ørkenuniformer og med våpen.

Soldatene poserer på et militært kjøretøy. De har alvorstunge ansikter. «NORGE I KRIG» nederst til venstre dominerer, og ingressen forteller at dette er «dokumentaren» om «soldater som liker å drepe».

På s. 106 starter beskrivelsen av et slag mellom norske soldater og Taliban-styrker. En nøytral forteller formidler at norske soldater stadig er i kontakt med «fienden». Reportasjen tar utgangspunkt i de norske soldatenes følelser og redsler, særlig frykten for lyden av «venner som blir revet vekk». Man får innsyn i hvordan de «erfarne» soldatene synes å gjøre en god innsats i en svært kaotisk hverdag. Dramatikken understrekes gjennom å vise at kompaniet som omtales, mistet «kameraen» Claes Joachim Olsson noen måneder tidligere. Papiret er farget slik at det ser ut som magasinet selv har vært ute i felten. De samme visuelle virkemidlene går også igjen i reportasjens del to, der de norske soldatene forteller om sine erfaringer fra krigen. Og det var her man kom med følgende kontroversielle uttalelse: «Det å være i kamp er verdt de tre månedene uten puling. Det høres kanskje teit ut, men det er bedre enn å knulle.»

På tross av at teksten formidler at dette er «dokumentaren» fra felten, er de to fotografiene som avbilder soldatene som gruppe (Fig. 1, Fig. 2) tilsynelatende *ikke* fra slagmarken. Her har soldatene tatt oppstilling for magasinet fotograf. Ansikts-



Fig. 1. Telemarksbataljonens soldater i Afghanistan poserer for *Alfas* utsendte.

uttrykkene varierer i de to bildene, alvorstunge i det første, til aggressive i det andre.

Scenen som utspiller seg i møte mellom soldatene, Rønningen og fotograf Sebastian Ludvigsen, forekom også i episode nr. 4 i dokumentarserien *Norge i krig – oppdrag Afghanistan* på NRK 1 våren 2011. Her ser man forholdene soldatene i TMBN lever under, og man får se hvordan *Alfas* utsendte instruerer soldatene i skriket «Til Valhall» og til å løfte geværene over hodet (Fig. 2). Bildene henspiller på etablerte maskulinitetskonvensjoner knyttet til soldater i krig, der dominans og aggressivitet står sentralt (jf. Theweleit 1987). Et instruerende kamerablikk får soldatene til å fremstå nærmest som iscenesatte objekter, der magasinet ikke legger skjul på hva slags maskulinitet man ønsker skal komme til uttrykk – krigermaskuliniteten.

At mediene spiller en viktig rolle i representasjonen av krig, er i seg selv ikke noe spesielt, tvert imot er dette en del av alle moderne kriger (Carruthers 2011). Men noe av det særegne med denne reportasjen i en norsk kontekst var at mannebladet *Alfa* stod i sentrum for ordskiftet omkring norske soldater, i en offentlighet som mangler informasjon om Afghanistankrigen. Som Dagbladets kommentator Simen Ekern (13.10.2010) spissformulerte, hadde det lenge vært behov for å vite «hva som egentlig foregår». Magasinet pretenderte å være noe mer annet enn andre norske manneblader, og fremsto ved lanseringen nærmest som en seriøs



Fig. 2. Alfa formidlet at norske soldater mente krig er bedre enn sex.

aktør i debatten om Afghanistan-krigen. Oppstyret i kjølvannet av den førte også til en debatt mellom Rønningen og Faremo i NRKS *Dagsnytt 18*, om krigføring i Afghanistan. Reportasjen gav *Alfa* massiv oppmerksomhet i den norske medieføfentligheten. Kommunikasjonsdirektør Svein Tore Bergestuen i TVNorge poengterte i lanseringen av mannekanalen *Max*, hva gjelder bladets innflytelse på det offentlige ordskiftet: «Slik virkning har ikke Mann, FHM eller Vi Menn» (Bergestuen 2010). Derfor er det vesentlig å se nærmere på hva slags maskulinitetsideal magasinet som helhet presenterte for leseren, for å forstå konteksten som reportasjen befinner seg i.

Alfa-mannen

Rønningen uttalte under lanseringen at *Alfa* ikke kunne være «jålete», ettersom man henvendte seg til «det brede lag av norske menn. Han var opptatt av å tydeliggjøre *Alfa* som representant for en uforanderlig maskulinitet, ettersom den norske mannen «fortsatt [er] opptatt av de samme tingene» som i tidligere tider. Foruten den nevnte krigsreportasjen inneholdt nummeret intervjuer med menn som Espen Lie (tidligere leiesoldat) og oppslag om (mannlige) fotballspillere og sportsjournalister. Det var også et intervju med Morten Strøksnes, forfatter av boken *Et mord i Kongo* (2011), som omhandler to tidligere soldater i TMBN – Tjostolv Moland og

Joshua French. Kvinnene var stort sett avkledd, med unntak av en ti siders artikkel om Stina Brendemo Hagen, som sitter fengslet for kokainsmugling i Bolivia. Men her er det hennes barns fødsel som er i fokus, noe som fikk en kommentator til å påpeke at bladet rendyrket «hypermaskulinitet» i kontrast til «intimisert feminitet» (Bleie, 11.10.2010). I artikuleringen av en forskjellsdiskurs mellom kjønnene minner magasinet her om det mest tradisjonelle norske mannebladet *Vi Menn* (jf. Sandvand 2004). Det stod dermed i kontrast til et mer urbant magasin som *Mann*, og var en klar motsetning til en del manneblader som kom ut rundt år 2000. I lanseringen av bladet *Café* la man for eksempel vekt på at de «tradisjonelle [kjønns]rollene ikke er som før; de går litt i hverandre» (Hellebust 2000). *Alfa* skulle være for den tradisjonelle norske heteroseksuelle mannen, «ikledd nye klær».

Alfa frontet maskuline stereotypier som krig, vold og sport. For å tydeliggjøre hva magasinet ikke var, kom Rønningen i et intervju med påstanden: «Alle mannebladene har trodd at den norske mann er metroseksuell, men han kom aldri til Norge» (Spigseth 12.10.2010). *Metroseksualitet* viser til den seksuelt overskridende og unge urbane mannen, som på narsissistisk vis iscenesetter seg gjennom å være opptatt av mote, trender og kosmetikk (Simpson 2011). Disse egenskapene betoner andre elementer enn hva maskulinitetsforskningen tradisjonelt har karakterisert som *hegemonisk maskulinitet*, der heteronormativitet, aktivitet, dominanse og aggressivitet står sentralt (Connell 1995:77–78). Idealet dominerte manneblader i særlig britisk populærkultur på det tidlige 00-tallet (Benwell red. 2003). En liknende tendens kom frem i norske manneblader som *Café* i samme periode. Det kom også til syne i tv-underholdningen, for eksempel i programmet *Homsepatruljen* (TV3, 2004–2007) som var en spin-off av det amerikanske *Queer Eye For The Straight Guy*. Det ble tydeliggjort som et ideal da de mannlige landslagsspillerne i fotball, Morten Gamst Pedersen og Magne Hoseth, ble assosiert med denne trenden.

Gjennom kontrasteringen til metroseksualiteten etablerer man et macho-ideal i *Alfa*.

Dette er ikke noe unikt for magasinet; også ved andre anledninger, som i lanseringen av TV2 Zebras *Manshow*, ble metroen brukt som et symbol på en feminisering av mannen i norske medier på 00-tallet (jf. Langeland 2011). *Alfas* kontrastering mot dette idealet kan ses i lys av hva maskulinitetsforskeren David Coad karakteriserer som en «antimetroseksuell følelse» i kjølvannet av metroens popularitet i amerikansk og britisk populærkultur på det tidlige 00-tallet (Coad 2008:32). Men dette viser også til en endringstendens og reaksjon, der hvite heteroseksuelle menn opplever frykt for at den hegemoniske maskuliniteten har blitt ugjenkjennelig og femininisert i det senmoderne «ornamentale forbrukersamfunnet», for å bruke feministen Susan Faludis (1999) betegnelse.

Men parallelt med en machoholdning og en krigermaskulinitet inneholdt *Alfa* også hele 28 sider fylt av reklame for mote og kosmetikk. En annen kommentator trakk derfor frem «parfymen, hårgelen og hudkremen» som bladet inneholdt (Hompland, 08.10.2010). På forsiden, til venstre for Iglesisas, poserer Morten Gamst Pedersen foran en sportsbil. Håret er velfrisert og han har på seg kortermet

t-skjorte slik at man kan se hans solariumsbrune (?) hud. På tross av behovet for å distansere seg fra metroseksualiteten reproducerer magasinet samtidig denne trenden. Det indikerer trolig at man kommersielt sett, for å tiltrekke seg reklameinntekter, valgte å benytte seg av dette idealet. Dette viser hvordan maskulinitetsidealer i en mediekontekst kjennetegnes ved hybriditet og motsigelser, der det trolig er viktig å artikulere forskjellige diskurser for å nå ut til et stort antall lesere og annonsører (jf. Demetriou 2001:348). Det forsterker også inntrykket fra de poserende soldatene (Fig. 1, Fig. 2) av hvordan maskuliniteten i *Alfa* er eksplisitt iscenesatt. Samtidig var det nettopp krigermaskuliniteten som magasinet først og fremst ble assosiert med ved lanseringen, og som signaliserer hvordan det kan leses inn i en større ideologisk kontekst.

På jakt etter sannheten

Alfa nr. 1 2010 gir inntrykk av en realistisk fremstilling av soldater i kamp. På lederplass la Rønningen vekt på at reportasjen «Norge i krig» fremstiller «sannheten» om norske soldaters innsats i kontrast til forsvarrets «løgner og halvsannheter». Dette henspiller på at man fra politisk hold har forsøkt å fortrenge den nødvendige bruken av vold i krigssituasjonen. Forsvaret manipulerer det norske folk, mens *Alfa* kommer med «en sann historie om soldater i krig». Denne viljen til å få frem elementer som ikke tidligere var kommet til syne, gjorde at Dagbladets Inger Merete Hobbestad (01.10.2010) karakteriserte reportasjen som «grundig, viktig og relevant», og påpekte at den gav «verdifulle innblikk» i situasjoner som den norske medieoffentligheten vanligvis ikke har tilgang til. Samtidig kjennetegnes magasinets krigermaskulinitet av iscenesettelsen, der Rønningens karikerte posering i skuddsikker vest på side syv ikke legger skjul på magasinets nærmest gutteaktige fascinasjon for krigsuniverset.

Dette kom til syne i avsnittet på s. 108 med tittelen «SOM I EN RAMBO-FILM», der det fortelles om kamper mellom norske soldater og Taliban, og med et tilsynelatende dødelig utfall for sistnevnte. Det skildres hvordan det i stridighetene kommer til syne mannlige medlemmer av en lokal armé, «arbaqee», som blir ledet av en «filmstjernekjekk afghaner med rosa pannebånd». Bevæpnet med «AK47-gevær» kommer de ridende på hest. Scenen utløser «latter» ettersom dette ikke er de norske soldatenes motstandere, men deres «gamle kjente». ⁸ Disse deltar på samme side i konflikten selv om de ikke har lik tilgang til høyteknologisk utstyr. Møtet mellom de «lokale gutta» og de norske soldatene beskrives som hentet ut fra den «tredje Rambo-filmen». Sammenlikningen er typisk for stilen i denne delen av reportasjen – og i magasinet for øvrig – der det handler om å gi et bilde av det brutale alvoret i soldatenes hverdag, samtidig som man også har med elementer som gir det hele en kameratslig tone.

Her er en eksplisitt henvisning til den amerikanske actionfilmen *Rambo 3* (Peter MacDonald 1988). Hvis man leser *Alfa* i brytningen mellom populærkultur

og politikk, er referansen til denne filmen betydningsfull, ettersom filmhandlingen finner sted i Afghanistan, der Rambo samarbeider med lokale paramilitære afghanske soldater i en heroisk redningsaksjon. Protagonen (Sylvester Stallone) med sin karakteristiske muskuløse harde kropp står som emblem for 1980-tallets tidsånd i amerikanske populærkultur, ettersom han kroppsliggjør sentrale verdier i denne periodens politisk-ideologiske klima: individualisme, kampen for konservative verdier, nasjonalisme, nostalgi (Jeffords 1994). Men dette handler ikke bare om en retrett til en av 1980-tallets karakteristiske ikoner, for filmene fikk sin renesanse på 00-tallet med lanseringen av *Rambo 4* (Sylvester Stallone, 2008). Dette representerer dermed også et maskulinitetsideal i samtiden. Gjennom å trekke inn denne referansen etableres samtidig en forbindelse mellom krigssituasjonen og fiksjonen, som igjen knytter den til det mytiske krigeruniverset

Rambo-maskulinitetens tilbakekomst og tilsynekomst i *Alfa* er et eksempel på en endringstendens i deler av den angloamerikanske populærkulturens kjønnsideal. Etter 11.9.2001 endret representasjonene av menn seg fra idealene som hadde dominert populærkulturen gjennom 1990-tallet, der de ofte ble fremstilt som mykere og mer sensitive enn tidligere (jf. Malis 2005). Som den amerikanske feministen Mary Hawkesworth påpeker, har det både gjennom filmindustri og politikk vært en oppblomstring av «heltemodig mannlighet» og tilbakevending til «æresnormer» (Hawkesworth 2006:190–191; se også Goldstein 2003; Danbolt 2008). Ifølge den britiske kulturforskeren Jonathan Rutherford har det vært et skifte i fremstillingen av hvit heteroseksuell maskulinitet gjennom de siste 15 årene. Han viser til hvordan magasiner, reklame, film og fjernsyn tidligere hadde fratatt denne mannlige kroppen en formell autoritet gjennom seksualiserte og avklede bilder av bilder av den. Dette endres nå delvis mot til en fremstilling av disse mennene som selveksisterende eller dominante. Rutherford bruker den amerikanske filmen *Fight Club* (David Fincher, 1999) som eksempel på revitaliseringen av en autentisk hypermaskulinitet, som løsning på menns følelse av maktesløshet i en «feminisert» og varefiksert forbrukerkultur (Rutherford 2007:89).⁹

Dette sammenfaller tidsmessig med et tett forhold mellom det militære og kulturindustrien, og man snakker nå om et *medie-militær-kompleks*. Dataspillet «Americas Army» ble eksempelvis lansert i 2002 med tanke på økt rekruttering av soldater. Spillet har over 40 000 000 nedlastninger, og var sterkt medvirkende til at man i 2009 nådde målsetningen (Carruthers 2011:261–262). Dette førstepersons skytespillet har likhetstrekk med serien *Modern Warfare*, som i dag er Norges mest solgte dataspill. Som Rutherford påpeker, skaper man en nytelsesfull fantasi om å være i krig med Den andre, der man kan forfølge, skyte og drepe, uten selv å bli såret (Rutherford 2007:95–96). Rønningen og *Alfas* referanse til Rambo-universet går inn i en trend der maskuliniteten fremstilles som hard og dominant. Det er en artikulering av et naturliggjort forhold mellom menn, krig og vold der de norske soldatene fremstår som et ideal. Slik fortøner det seg mindre viktig å fremstille «sannheten» enn å iscenesette en krigermaskulinitet. I dette universitet finnes det en spesiell forbindelse mellom menn.

Krigsbrødre

Aktørene i reportasjen «Norge i krig» er utelukkende menn. Soldatene understreker at viktigst for dem er støtten fra «kompiser», og at det mannlige «samholdet» og «teamfølelsen» er essensiell. Dette kommer til uttrykk gjennom sorgen de uttrykker over dødsfallet til Claes Joachim Olsson, noe som igjen forklarer de alvorstunge og aggressive ansiktene (Fig. 1, Fig. 2). I teksten kommer det frem en lettelse over at de antakelig har drept ham som tok livet av «kameraten». Forholdet dem imellom er typisk for måten soldater omtaler hverandre på. Menn som deltar i krig karakteriserer hverandre gjerne som «brødre» (Jeffords 1989:45–87). Den selvbiografiske boken til fenrik Emil Johansen – tilhørende samme kompani som soldatene i *Alfas* reportasje – hadde således tittelen *Brødre i blodet* (2011). Vektleggingen av det mannlige samholdet går igjen i *Alfa* generelt. På lederplass hyllet man for eksempel soldatene som gjør en «fantastisk jobb».

I den delen av reportasjen der soldatene møter krigerne til hest, finnes både likheter og forskjeller mennene imellom. På den ene siden fremstilles afghanerne som utstyrsmessig underlegne TMBN med sine «avanserte optiske kikkerter» og sofistikerte tekniske utstyr. De er «modige krigere», «fryktede» og «fryktløse»; egenskaper som definerer dem i kontrast de norske soldatenes «effektive» og kontrollerte adferd. Afghanerne kommer «ut av en støvsky» mens de går til «frontalangrep» på Talibans styrker, hvorav det beskrives at en av dem får «fem kuler i lårene». Det er som om de her plasseres på en scene av *Alfa* gjennom et *orientalistisk* blikk, som gjennom en eksotiseringsprosess produserer en fantasi om Den andre som primitiv og irrasjonell (jf. Said 2004:110). De har ikke den samme rasjonelle fremtoning som de norske soldatene. Samtidig kommer det gode forholdet mellom dem tydelig frem i reportasjen. De lokale mennene karakteriseres som de norske også som «gutta». Dette gir dem en privilegert posisjon som symbol for en idealisert og autentisk maskulinitet (Langeland 2011). Det mannlige samholdet kjenner ingen kulturelle grenser, selv om de norske soldatene fremstår som suverene med sin «materielle overlegenhet».

I bildene av soldatene i *Alfa* er det tydelig at uniformene er like. Dette skaper inntrykket av en samlet kampenhet som deler indre og ytre verdier. Betydningen av klesdrakten for TMBN blir tydelig i dette eksempelet hos Emil Johansen som beskriver det å gå inn et slikt uniformert fellesskap:

Fra 2. september 2006 var jeg ikke lenger det sivile individet Emil Johansen. Jeg var en kampsoldat, en kriger og grenader i [...] TMBN. Jeg bestemte ikke lenger hvilke klær jeg skulle bruke, hvordan jeg skulle se ut på håret eller hvordan skjegget skulle gro. Nå representerte jeg noe annet enn meg selv. Jeg hadde blitt vist den tilliten å få bære det norske flagget på høyre skulder, og Telemark bataljons avdelingsmerke på venstre. (Johansen 2011:34)

På den måten markeres overgangen der han beveger seg fra «det sivile individet» Johansen til å bli «en kampsoldat, en kriger». Han kaster så et blikk rundt seg og ser på sine «soldatbrødre» som snart skal bli hans «krigsbrødre» (2011:34). I *Alfa*

får fellesskapet en eksplisitt heteroseksuell ramme gjennom de nakne kvinnene i magasinet, eksemplifisert med en smilende Iglesias på forsiden som henvender seg til (den heteroseksuelle mannlige) leseren. På lederplass ble det hevdet at leseren ikke burde bli overasket om «du fersker dama di med ALFA i senga». Her kommer til syne det man innenfor maskulinitetsforskningen karakteriserer som *homosialitet*. Det vil si ikke-seksuelt definerte vennsforhold mellom menn, markert gjennom en distanse til kvinner og ikke-hegemoniske maskuliniteter (Bird 1996:121). Innenfor dette homososiale rommet vil alle former for potensielt homoseksuelt begjær ses på som en trussel (jf. Sedgwick 1985). Heteroseksualiteten er også en forutsetning for at soldatene skal fungere som identifikasjonsobjekter for nasjonen Norge (Langeland 2009; se også Nagel 1998).

Kvinner er underordnet denne maskuliniteten og har ingen naturlig plass i fellesskapet. På lederplass omtales de som «jenter» og medvirker utelukkende på menns premisser. Den eneste kvinnen som omtales i forbindelse med krigen er forsvarsminister Grethe Faremo. Men Faremo tilhører ikke krigerkulturen i Afghanistan, og er den som ifølge *Alfa* bidrar med «løgner og usannheter». Som den amerikanske kulturforskeren Susan Jeffords påpeker, handler det i krigsrepresentasjon om å ekskludere kvinner fra det maskuline samholdet (Jeffords 1989:43). I dette tilfellet kan det se ut som det gjelder å distansere seg fra en kvinnelig minister som ikke har innsikt i krigens «sannhet». Samtidig er det også – som i Rambo-trilogien – en kritikk av et politisk og byråkratisk system som ikke forstår seg på virkeligheten og den handlekraften som må til (jf. Jeffords 1994:19). Et lignende utgangspunkt finner man igjen hos Sverre Diesen, som bebreider politikere for deres «politisk korrekthet eller emosjonelle forestillinger» i kritikken av krigerkulturen (Diesen 2011:174). For å forstå dette må man selv være en del av denne krigermaskuliniteten, eller ha innsikt i dens indre logikk.

Naturlig drapslyst og omsorgsfulle fedre

Navnet *Alfa* er nærmest en erklæring om at mannen fremfor alt er styrt av biologiske instinkter, og at det handler om å vise styrke gjennom aggressivitet og vold. I bildeteksten på s. 105 er sitatet fra soldaten som foreller at når du skyter, er det som «å slippe løs en hund i bånd», og i et av bildene (Fig. 2) er de iscenesatt som aggressive krigere. Fremstillingsmåten av soldatene i TMBN minner om språkbruken i boken fra de anonyme norske skarpskytterne i Afghanistan: *Med mandat til å drepe* (anonym 2010). Her fortelles at soldaten er en «egenrådig hanbikkje» som «markerer revir og ikke går av veien for et slagsmål» (anonym 2010:11). De uttaler også at «drapslysten» er «profesjonell og vakker» og «genetisk betinget» hos «unge menn» (2010:23). Skarpskytterne sammenlikner seg med «steinalderens veidemann», mens *Alfa* hevder at de representerte en maskulinitet som ikke «hadde endret» seg. Dette baserer seg på en forståelse av at krigermaskulinitet er noe historisk uforanderlig. Men beskrivelsen av den naturlige drapslysten er en ensidig

forklaringsmodell, som ikke tar hensyn til at de fleste soldater faktisk behøver trening for å lære seg å drepe i en krigssituasjon (jf. Ehrenreich 2011:11).

Gjennom hentydningen om at krigerkulturen først og fremst er biologisk forankret og tidløs, benytter man seg av et lignende tenkemåte som kom til uttrykk i Harald Eia og Ole Martin Ihles svært populære tv-program og bestselger: *Født sånn eller blitt sånn?* (2010). De var opptatt av å presentere en «genetisk faktor» som forklaring på spørsmål omkring vold, seksualitet og rase (Eia og Ihle 2010:7). Men på tross av Eia og Ihles insistering på å bedrive forskningsformidling, hadde prosjektet vel så mye «ideologiske implikasjoner» som handlet om å fremme deres «nyrealistiske raseretorikk», der biologien har forrang fremfor kulturen som ensidig forklaringsmodell for menneskers handlinger (jf. Danbolt 2011).

Krigrermaskuliniteten som uttrykk for en naturlig biologisk betinget mannlighet slik den kommer til uttrykk i *Alfa*, har med andre ord en sterk posisjon i samtidig medie- og populærkultur.¹⁰ Men den står trolig i et konfliktfylt forhold til rådende norske maskulinitetsideal.

Det eksisterer i dagens Norge tverrpolitisk enighet om de positive effektene av menns nærvær i hjemmet, og særlig i barnas oppvekst. Sosiologene Berit Brandth og Elin Kvande viser i boken *Fleksible fedre* (2003) hvordan en farsvennlig norsk velferdsstat har muliggjort at norske menn på 00-tallet tar ut langt mer fedrepermisjon enn for tyve år siden. Sentralt i utviklingen står hva Brandth og Kvande karakteriserer som *den omsørgende far* – et ideal som i dag har erstattet den tradisjonelle forsørgerrollen. Dette er en diskurs som omfavnes av velferdsstaten, men som også gjør seg gjeldende når menn selv beskriver den gode far (2003:129).¹¹ *Alfas* idealiserte maskulinitet i representasjon av soldatene i TMBN peker tilsynelatende i en annen retning: Her står aggresjon og vold sentralt, mens omsorgen er for medsoldatene i et homososialt fellesskap. Sverre Diesen (2008) påpeker viktigheten av at «politiske myndigheter er tydelige i sin støtte til soldatene», og at man aksepterer at krigerkulturen er et «naturlig» resultat av de militære oppdrag som landet er involvert i. Men dette er trolig komplisert i en norsk samtidig kontekst. Og at forsvarsminister Faremo fikk en utfordrende sak i hendene med *Alfa* nr. 1 2010, er ikke vanskelig å forstå: Det bryter med noen grunnleggende verdier knyttet til idealisert maskulinitet i dagens Norge.

Faremos avstandtagen til reportasjen i *Alfa* viser hvordan krigrermaskuliniteten er kontroversiell i offentligheten. Det er langt fra konsensus om at dette bør være et ideal. Hva som kommer til syne rundt oppstyret i kjølvannet av «Norge i krig», er konflikter eller forhandlinger omkring det maskulinitetsforskningen karakteriserer som *hegemonisk maskulinitet*; den som på et gitt tidspunkt anerkjennes som den mest idealiserte maskulinitetsform (Connell 1995: 77–78). Hvis man følger Brandth og Kvandes (2003) analyse, finnes det gode argumenter for å hevde at den omsørgende far representerer hegemonisk maskulinitet. Det betegner et *politisk ideal* eller en *kulturell modell* som mobiliserer menn og kvinner på tvers av klasseforskjeller (Beasley 2008:99). Samtidig er det som sosiologen Demetriou (2001:355) påpeker, viktig å gripe hvordan hegemonisk maskulinitet er en hybrid

og omskiftelig ideologi, som både kan forhandle med og ta opp i seg elementer fra hva som i utgangspunktet ser ut til være dens motsetning. Hegemonisk maskulinitet er ikke statisk, men en del av en kontinuerlig symbolsk og ideologisk kamp der populærkulturen utgjør en viktig arena.

Et eksempel på konstruksjonen av et slikt ideal kom frem i forsvarets eget magasin *Innsats* (nr. 1 2012, s. 54–55) i en artikkel om Forsvarets spesialkommando (FSK). I oppslaget er soldater fra FSK avbildet; maskerte, ikledd uniform, og med våpen i hendene. Samtidig legges det vekt på at disse mennene kan «kombinere familie og livet som spesialsoldat», og at man hver dag drar hjem til «middag». Eksempel på dette er offiser Eirik Kristoffersen som selv er far til fire. Han er avbildet under mottakelsen av det ærefulle krigskorset – med to av sine barn rundt seg. Kristoffersen ble også hyllet av Grete Faremo for sin fremragende innsats i Afghanistan (Andresen 2011). Statsminister Jens Stoltenberg insisterte på selv gi ham utmerkelsen (Hultgren 2011). Dette indikerer at en krigermaskulinitet fundert på vold også kan fungere som et politisk ideal i en norsk kontekst, og at dette ikke behøver å stå i kontrast til den omsørgende far. For i fremstillingen av Kristoffersen er det nettopp de tilsynelatende motsetningene vold og omsorg som sammen bidrar til å konstituere ham som representant for hegemonisk maskulinitet i en bestemt historisk situasjon. For å skissere et større bilde av hvordan krigermaskuliniteten sirkulerer i en bredere populærkulturell kontekst enn *Alfa*, vil jeg avslutningsvis rette oppmerksomheten mot noen nye iscenesettelser som har blitt populære de siste årene.

Imaginære krigere

Airsoft er en rollespill-liknende aktivitet der voksne iscenesetter seg som krigere i soldatantrekk, mens de skyter på hverandre med nøyaktige kopier av virkelige våpen. Aktiviteten etablerte seg i Norge rundt årtusenskiftet: Norges Airsoftforbund (NASF) ble stiftet i 1999, og det finnes i dag 21 aktive klubber registrert på forbundets hjemmeside, som representerer flere hundre aktive utøvere.¹² Det norske airsoftmiljøet har utviklet en omfattende internettkultur der *airsoftguns.info* er det største nasjonale nettstedet. I denne sammenheng er det representasjonen av krigermaskuliniteten i airsoft som er av interesse, ikke de forskjelligartete kulturene medlemmene i de ulike klubbene har etablert, noe for eksempel bildematerialet på nettsidene til *Bergen og Omegn Airsoftklubb* eller *Møre og Romsdal airsoft* vitner om.¹³ Airsoft beskrives gjerne som en avansert form for «cowboy og indianer» for voksne (Nordlys 26.09.2003). Lek og underholdning kan ses som en del av de(t) kulturelt imaginære, og offentlighetens diskurser preger hvilke leker som produseres og distribueres i en bestemt periode. Dette gir igjen materielle betingelser for hvordan fantasier leves ut, uten at de er bestemmende for hva som skjer når enkeltmennesket møter dem. Men de kan trekke retningslinjer for hvordan man forestiller seg verden satt sammen (jf. Dawson 1994:237).

Airsoft har likhetstrekk med *paintball*, som er en aktivitet der man deler seg i lag for å skyte på hverandre med små malingskuler.¹⁴ Paintball har økt i popularitet i Norge gjennom oo-tallet. Utstysleverandøren og initiativtakeren til nettsiden *paintball.no* skrev følgende på bloggen *tcu.no* (Tactical Commando Unit) i 2008: «interessen har rett og slett eksplodert over hele landet».¹⁵ Paintball har i dag nær sagt blitt en allmenn norsk aktivitet, og ulike nettsider reklamerer med at spillet er egnet til utdrikningslag, bursdagsfeiringer og «teambuilding» for bedrifter.¹⁶ Selv om kvinner også bedriver slike aktiviteter, er de først og fremst knyttet til et idealisert bilde av menn poserende med våpen, slik det for eksempel kommer til uttrykk på hjemmesidene til *Oslo Paintball*, eller nettsidene til *Scorpions Airsoft Klubb*.¹⁷ Det handler altså også her om en iscenesettelse av krigermaskuliniteten, tilsynelatende løsrevet fra krigens realiteter.

Det finnes svært lite forskning som analyserer paintball og airsoft i en større kulturell kontekst. Ett unntak er den amerikanske sosiologen William Gibson, som i boken *Warrior Dreams* (1994) foretar en kulturanalyse av paintball-kulturens opprinnelse i 1980-tallets USA. Han presenterer aktiviteten som en arena der en voldelig maskulinitet iscenesettes. Gibson plasserer dette inn et kontinuum av voldsfantasier, som sirkulerer gjennom fiksjon, politikk og ulike former for reaksjonær og militant aktivisme. Paintball, påpeker Gibson, gir menn anledning til å skape inntrykket av å besitte krigerens makt (1994:129). Han beskriver aktiviteten slik:

The fundamental sequence of play involves hunting other men, aiming a gun at them, pulling the trigger, and making the kill. That this sequence so closely resembles part of what is involved in real killing undoubtedly contributes to the high that many players experience. (Gibson 1994:138)

Man simulerte en krigerkultur i en tid da *Rambo*-maskuliniteten var på moten og USA bedrev paramilitære operasjoner i nettopp land som Afghanistan. Ifølge Gibson stod paintball i et refleksivt forhold til den samtidige mediekulturen ettersom man artikulerer maskulinitet på liknende vis som i de rådende populærkulturelle og politiske idealene.¹⁸

En tilsvarende forbindelse mellom mediekulturen og airsoft- og paintball-kulturen er det også mulig å se i dagens Norge. NRK Hordaland skrev i 2006 om en hendelse fra Arna i Bergen, der en gruppe unge norske menn og kvinner bedrev militære operasjoner med marsjering i gatene ikledd militært utstyr (Hamre 2006, Fig. 3). Lokalt politi var bekymret og Politiets sikkerhetstjeneste karakteriserte det som del av en «paramilitær» kultur i vekst. Operasjonen var satt i scene av «Nazarian», som representerer en av mange airsoft-klubber som ikke er medlemmer av NASF.

Kontroversene gjorde at NASF sendte ut en pressemelding der man tok avstand fra klubben. Den aggressive stilen brøt med linjen som forbundet har lagt seg på, der man på hjemmesidene ønsker å fremstå som en seriøs aktør. Her opplyser man om våpenbruk og skadevirkninger. Det er informasjon om 18-årsgrense for å spille i Norge, men man kan få dispensasjon etter fylte 16 år. Airsoft er et «spill» som



Fig. 3. Airsoft-utøvere fra klubben Nazarian i aksjon.

ifølge forbundet kun ser skremmende virkelig ut for «alle krigens grusomheter [er] fjernet» – det eneste som står igjen er «adrenalin-kicket.» I tilfellet med klubben fra Arna var et av problemene at de tok aktiviteten ut i lokalsamfunnet. For airsoft skal foregå i egne separate rom der krigerkulturen kan eksistere fritt. Det er en aktivitet utelukkende for voksne, og realismen i spillet skaper utfordrende situasjoner hvis elementer herfra blandes sammen med hva man karakteriserer som «sivile». Her etterligner man altså et militært språk med inspirasjon fra forsvaret.

Idealet for airsoft-utøverne er «realisme i våpen og utstyr», og man benytter seg gjerne av rekvisitter fra virkelige kriger og konflikter. «Fort Haslemoen» er en av flere tidligere militærleire som i dag brukes som paintball-bane. På hjemmesidene leser man at den består av «bunkere, veier, skyttergraver og hus fra krigens dager som har blitt benyttet av Forsvaret frem til 2003».¹⁹ Det er altså ikke bare i den filmatiske heltesagaen om *Max Manus* (Joachim Rønning, 2008) at fantasiene om krigeren fra andre verdenskrig kommer til uttrykk i Norge på 00-tallet. I noen klubber bruker man «andre verdenskrig som lekeplass» mens andre bruker den pågående Afghanistankrigen som utgangspunkt.²⁰ Fredrikstad Paintball selger f.eks. utstyr som «Shalwar Kamiz 2-delt Talibansett hvit». De skriver på deres nettsider: «Dette er meget populære klær i Afghanistan, sannsynligvis den mest brukte

typen klær, og derfor meget vanlige blant Taliban. Derfor perfekt til å lage Taliban-antrekk.»²¹ Samme nettside selger også identiske klær og kopier av våpen som norske soldater og ISAF-styrkene. Klærne er kanskje særlig viktig i airsoft-kulturen, der man kommenterer hverandres stil og utstyr på *airsoftguns.info* i tillegg til at NASF jevnlig har kåring av «årets outfit».

Hva som kommer til syne her, er hva jeg vil karakterisere som *imaginære krigere*, som viser til fantasier som leves ut i skjæringspunktet mellom lek og rollespill, der representasjonen av krigerne i Afghanistan ser ut til å være en viktig inspirasjonskilde. På lignende vis som William Gibsons observasjoner fra amerikansk kultur på 1980-tallet, kan man se at iscenesettelsene i airsoft og paintball i Norge henter sine impulser fra samtidig mediekultur. Det er reflekssive aktiviteter som artikulerer diskursen i samtiden. Graham Dawson legger vekt på at maskuliniteter i de(t) kulturelt imaginære eksisterer i samspillet mellom medierepresentasjoner og menneskers fantasi og praksiser. De materialiserer seg i kreative kulturelle aktiviteter, som får reelle konsekvenser for kvinner og menns liv (Dawson 1994:22). Det skaper bilder og språk som utgangspunkt for fantasier og lek. Parallelt med at norske soldater deltar i krigshandlinger i Afghanistan, inntar norske menn skogsområder ikledd militært antrekk og med våpen i hendene. Her er det – som i *Alfa* – en iscenesettelse av krigermaskuliniteten der poseringen står sentralt. Airsoft er den imaginære krigerens arena.

Oppsummerende betraktninger

Denne artikkelen har analysert reportasjen «Norge i krig» med utgangspunkt i *Alfas* iscenesettelse av krigermaskuliniteten. Dette har blitt betraktet som en artikulasjon av diskurser i samtidig medie- og populærkultur. Triana Iglesias' blick mot leseren på forsiden av *Alfa* nr. 1 2010 leder den heteroseksuelle mannen inn i et univers som dyrker tradisjonelle maskuline stereotypier. «Norge i krig» fremstiller en tilværelse der soldatenes drapslyst kommer til uttrykk. Magasinet fremstiller evnen til å drepe som imponerende, og *Alfas* utsendte erfarer et fellesskap med soldatene fra TMBN gjennom krigermaskuliniteten. Den idealiserte maskulinitet i *Alfa* er en heteroseksuell norsk mann som er dominant og i stand til å utøve vold i en gitt situasjon. Gjennom å fremheve alfa-hannens privilegerte posisjon er det også et ledd i en nyorientering av samtidige maskulinitetsidealer, der natur har forrang fremfor kultur som utgangspunkt for å forklare menns handlinger. *Alfas* artikulasjon av et naturligjort forhold mellom menn, maskulinitet og vold baserer seg på en tenkemåte som har en sterk posisjon i dagens medie- og populærkultur – en forskjellsdiskurs mellom kjønnene, der kvinner og menn i sin kjerne er grunnleggende ulike.

Krigermaskuliniteten iscenesatt i *Alfa* er konsekvensen av strategiske endringer av forsvaret, der norske soldater nå deltar i kriger utenfor landets grenser. Dette skaper et potensial for nye fantasier i norsk medie- og populærkultur, og brytes

mot, eller forhandler med, idealet «omsørgende» maskulinitet, som i dag har en hegemonisk posisjon i offentligheten. Men det kan trolig også bidra til forklare tiltrekningskraften i en populærkulturell kontekst: Det representerer en overskrikkende fantasi der vold danner grunnlaget for samholdet i et heteroseksuelt mannlig fellesskap. Samtidig viser det hvordan hegemoniske maskulinitetsformer er motsetningsfulle og elastiske, der vold og omsorg kan eksistere side om side. Det norske forsvarrets iver etter å dyrke frem en krigerkultur får en parallell i norsk populærkultur som i dag omfavner krigermaskuliniteten. Samtidig som krigerkulturen inntar en sterk posisjon i media, drar norske menn til skogs med soldatutstyr og våpen for å leke krig gjennom paintball og airsoft. Krigermaskuliniteten i media materialiserer seg i konkrete sosiale praksiser – disse kan igjen prege måten man i dag betrakter forholdet mellom menn, krig og vold, knyttet til forhandlinger og konflikter om vår tids hegemoniske maskulinitet.

Fredrik Langeland, stipendiat

Institutt for medie-, kultur- og samfunnsfag, Universitetet i Stavanger

E-post: fredrik.langeland@uis.no

Litteratur

Akerhaug, Lars (28.09.2010): «Frykter ukultur kan ramme norske soldater» i Aftenposten.

Hentet fra <http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article3832337.ece> 11.09.2011

Andersen, Barbro (06.05.2011): «En lagspiller får Norges høyeste utmerkelse» på nrk.no.

Hentet fra <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nordland/1.7622701> 15.06.2012

Anonym (2010): *Med mandat til å drepe*. Oslo: Kagge forlag.

Beasley, Christine (2008): «Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World» i

Men and Masculinities årg. 11 nr. 1.S. 86–103.

Befalets fellesorganisasjon (15.07.2010): «Norge en krigernasjon». Hentet fra http://www.bfo.no/index.php/bfo/sak/norge_-_en_krigernasjon 11.09.2011

Benwell, Bethan (red.) (2003): *Masculinity and men's lifestyle magazines*. Oxford: Blackwell Publishing.

Bergestuen, Svein Tore (28.10.2010): «Da menn var menn og kvinner sekretærer» i E24.

Hentet fra <http://e24.no/media/spaltister/da-menn-var-menn-og-kvinner-sekretaerer/3878215> 03.11.2011

Bird, Shannon (1996): «Welcome to the Men's Club» i *Gender and Society* årg. 12, nr 3. S.

120–132.

Bjørnstad, Thor Christian (2011): «Fra soldater av folket til soldater for staten» i *Sosiologi i dag* årg. 41, nr. 1. S. 5–32.

Bleie, Tone (11.10.2010): «Selvbedraget» i *Klassekampen*,

Bourke, Joanna (1999): *An Intimate History of Killing: Face-to-Face Killing in Twentieth Century Warfare*. London: Granta books.

Brandth, Berit og Elin Kvande (2003): *Fleksible fedre. Maskulinitet, arbeid, velferdsstat*. Oslo: Universitetsforlaget.

- Brunborg, Ole Martin (2008): *På sporet av en norsk krigerkultur. Norske militære holdninger til krig og bruk av militærmakt ved begynnelsen av to århundrer*. Masteroppgave, Forsvarets stabsskole.
- Carruthers, Susan (2011): *The Media at War*. 2nd Edition. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Coad, David (2008): *The Metrosexual. Gender, Sexuality and Sport*. Albany: State University of New York Press.
- Connell, Robert William (1995): *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
- Craig, Steve (red.) (1992): *Men, Masculinity and the media*. California: Sage Publications.
- Dawson, Graham (1994): *Soldier Heroes. British Adventure, Empire and the Imagining of Masculinities*. London: Routledge.
- Danbolt, Mathias (2008): «The Eccentric archive. An interview with Judith Halberstam» i *Trikster – Nordic Queer Journal*, nr. 1. Hentet fra <http://www.trikster.net/1/halberstam/1.html> 12.10.2009
- Danbolt, Mathias (2011): «Tilbake til fremtiden» i *Vagant* nr. 1. Hentet fra: http://www.vagant.no/article/142327_tilbake-til-fremtiden 10.01.2012
- Demetriou, Deremitakis (2001): «Connell's concept of hegemonic masculinity: A critique» i *Theory and Society* årg. 30 nr. 3. S. 337–61.
- Diesen, Sverre (18.12.2008): «Den nye krigerkulturen.» i *Aftenposten*,
- Diesen, Sverre (2011): *Fornytelse eller forvitring? Forsvaret mot 2020*. Oslo: Cappelen Damm.
- Edström, Håkan, Nils Terje Lunde og Janne Haaland Matlary (2009): «På jakt etter den militære profesjon» i Edström, Håkan, Nils Terje Lunde og Janne Haaland (red.): *Krigerkultur i en fredsnasjon*. Oslo: Abstract forlag.
- Ege, Rune Thomas, Gunn Kari Hegvik, Mads A. Andersen og Marianne Johansen (27.09.2010): «Dødninghoder sprayet på afghanske hus» i *VG*. Hentet fra: <http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=10036791> 11.09.2011
- Ehrenreich, Barbara (2011): *Blood Rites. The Origins and History of the Passions of War*. London: Granta books.
- Eia, Harald og Ole Martin Ihle (2010): *Født sånn eller blitt sånn? Utro kvinner, sjalu menn og hvorfor oppdragelse ikke virker*. Oslo: Gyldendal.
- Ekern, Simen (13.10.2010): «Hva skjer i Afghanistan?» i *Dagbladet*.
- Eliassen, Ingeborg (2010): «Fra 91 Stomperud til Joshua French» i *Samtiden* nr. 3. S. 18–30.
- Faludi, Susan (1999): «Scenes From The Betrayal Of The American Man». Hentet fra: <http://gos.sbc.edu/f/faludi.html> 19.11.2010.
- Gibson, James William (1994): *Warrior Dreams. Paramilitary Culture in Post-Vietnam America*. New York: Hill & Wang.
- Gilbrant, Jørgen (07.10.2010): «Jeg har vært på flere oppdrag vi aldri skulle vært på» i *Dagbladet*. Hentet fra: <http://www.dagbladet.no/2010/10/07/nyheter/afghanistan/forsvaret/13741411/> 11.09.2011
- Goldstein, Richard (24.03. 2003): «Neo Macho Man» i *The Nation*.
- Hamre, Sigurd (19.06.2006): «Skepsis mot militærspport» på NRK Rogaland. Hentet fra: <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/hordaland/1.615951> 11.09.2011
- Hawkesworth, Mary (2006): «Feminisme versus feminisering. Krigslogikken i George W. Buchs regjeringsadministrasjon» i *Agora* årg. 24, nr. 4. S. 176–202.

- Hearn, Jeff (2011): *Making Gender. Making War: Violence, Military and Peacekeeping Practices* i Kronsell, Andreas og Elin Svedberg (red.). New York: Routledge.
- Hellebust, Henning A. (20.02.2000): «De nye mannebladene ... mer enn bare pupper» i Aftenposten.
- Hultgren, Gunnar (10.05.2011): «Kongen var uønsket da spesialsoldatene ble hedret» i Dagbladet.
- Hobbelstad, Inger Merete (01.10.2010): «Vulgært og viktig. Samtidig» i Dagbladet.
- Hompland, Andreas (08.10.2010): «Slike gutter det vil Norge ha» i Dagbladet.
- Innsats nr. 1 2012. Hentet fra: <http://forsvaret.no/om-forsvaret/fakta-omforsvaret/presentasjoner/innsats/sider/innsats.aspx> 15.06.2012
- Jeffords, Susan (1989): *The Remasculinization of America*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.
- Jeffords, Susan (1994): *Hard Bodies*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Johansen, Emil (2011): *Brødre i blodet. I krig for Norge*. Oslo: Kagge forlag.
- Langeland, Fredrik (2009): «Den norske kroppen» i Mühleisen, Wencke og Åse Røthing (red.): *Norske seksualiteter*. Oslo: Cappelen. S. 37–56.
- Langeland, Fredrik (2011): «Maskulinitetens refleksive nostalgi i TV2 Zebras Manshow» i *Tidsskrift for kjønnsforskning* årg. 35, nr. 4. S. 275–292.
- Lykke, Nina (2002): «Er mandsforskning også feministisk forskning?» i Lorentzen, Elisabeth og Maria Grønros (red.): *På nye eventyr – mandsforskere uten grænser*. Oslo: NIKK.
- Malis, Brenton (2005): *American Masculinity under Clinton. Popular Media and the Nineties Crisis of Masculinity*. New York: Peter Lang Publishing.
- Morgan, David (1994): «Theater of War: Combat, the military and masculinities» i Brod, Harry og Michael Kaufman (red.): *Theorizing Masculinities*. Thousand Oaks: Sage Publications. S. 165–183.
- Nagel, Joanne (1998): «Masculinity and Nationalism: Gender and Sexuality in the Making of Nations» i *Ethnic and Racial Studies* årg. 21, nr. 2. S. 242–69.
- Nordlys (29.06.2003): «Vanskelig å skille fra skarpe våpen» hentet fra: <http://www.nordlys.no/nyheter/article756950.ece> 31.06.2012
- Norli, Kristin (2011): «Pappaperm er sexy» i E24. Hentet fra: <http://e24.no/jobb/ap-tajik-pappaperm-er-sexy/201246> 31.06.2012
- Rutherford, Jonathan (2007): *After Identity*. London: Lawrence & Wishart.
- Said, Edward (2004): *Kultur og motstand. Edward Said i samtale med David Barsamian*. Oslo: Oktober.
- Sandvand, Sigrid (2004): *Mannfoldighet? En studie av maskulinitetskonstruksjoner i Vi Menn og Mann*. Hovedfagsoppgave i medievitenskap. Universitetet i Bergen.
- Schlack, Jennifer Daryl (1996). «The theory and method of articulation in cultural studies» i Morley, David og Cen Huan-Hsing (red.): *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge. S. 112–147.
- Sedgwick, Eve Kosofsky (1985): *Between men. English literature and male homosocial desire*. New York: Columbia University Press.
- Simpson, Mark (2004): «Metro-Warriors». Hentet fra: http://www.marksimpson.com/pages/journalism/metro_warriors.html 01.10.2012

Simpson, Mark (2011): *Metrosexy. A 21st Century Self-Love Story*. Marksimpsonist Publications (Kindle edition).

Spigseth, Ragnar (12.10.2010): «Ekte mannfolk leser dameblader» i Dagsavisen.

Sæveraas, Torgeir E. (2010): *Stridsrelasjoner*. Oslo: Aschehaug.

Theweleit, Klaus (1987): *Male fantasies* (Vol 1.). Cambridge: Cambridge University Press.

Noter

- 1 Takk til redaksjonen i NMT og to fagfeller for konstruktive tilbakemeldinger, til Jørgen Lorentzen, Wencke Mühleisen og Anne Gjelsvik som har kommentert tidligere utkast av denne teksten, til Maj Camilla Munkejord og de andre deltakerne på seminar den 26.01.12 ved Høyskolen i Finnmark, til Janne Stigen Drangsholt, Stine Helena Bang Svendsen og de andre deltakerne på PhD workshop den 27.10.2011 ved Universitetet i Stavanger.
- 2 Sitatene er hentet fra Rønningens leder på side 7 i magasinet. Videre vil alle kommentarer knyttet til hans omtaler av magasinet være hentet fra denne lederen, med mindre andre referanser oppgis.
- 3 Alfa var ved oppstarten eid av Aller Media. Det første nummeret solgte rundt 35 000 utgaver, men ved andre utgave gikk salgstallene ned til 23 000, og nedgangen fortsatte gjennom 2011. I oktober 2011 gikk Alfa konkurs og Rønningen fratradte sin stilling. Det ble i desember 2011 kjøpt opp av Egmont og fortsatte med Mats Ulshagen som ansvarlig redaktør.
- 4 Noen eksempler: Bøkene *Med mandat til å drepe* (anonym 2010), *Brødre i Blodet* (Johansen 2011) og romanen *Stridsrelasjoner* (Sæveraas 2010), tv-dokumentarene *Norge i krig – oppdrag Afghanistan* (NRK 1 2011) og *Krigens pris – makt og avmakt* (TV2 2010), filmen *Upperdog* (Sara Johnsen, 2009) hvor en historie handler om den norske soldaten som skyter en sivil i Afghanistan.
- 5 Se Akerhaug (2010), Ege et al. (2010), Gilbrant (2010).
- 6 Se også Stuart Halls formulering av artikulasjonsbegrepet: «Articulation is the connection that can make a unity of two different elements, under certain conditions. It is a linkage which is not necessary, determined, absolute and essential for all time. You have to ask, under what conditions under what circumstances can a connection be forged or made? The so-called unity of a discourse is really the articulation of different, distinct elements that can be rearticulated in different ways because they have no elements of 'belongingness'. The 'unity' which matters is a linkage between the articulated discourse and the social forces with which it can, under certain historical conditions, but need not necessarily, be connected» (Hall 1986 i Schlack 1996:112).
- 7 Reportasjen er skrevet av Magnus Rønningen, mens fotografier er ved Sebastian Ludvigsen.
- 8 Det humoristiske aspektet ved deres fremtreden, i kontrast til den høyteknologiske utrustningen til ISAF-styrkene, kommer også til uttrykk i et intervju med major Kristian

- Simensen på side 116. Han påpeker at når den du kjemper sammen med stiller opp med gamle våpen og hest som framkomstmiddel, må man nesten bare «flire».
- 9 Det kan imidlertid også hevdes at den nevnte filmen *Fight Club* reproducerer det samme maskulinitetsidealet som den tilsynelatende gir seg ut for å kritisere. Mark Simpson (2004) bruker filmen som eksempel på at selv fremstillingen av den voldelige mannen i mediekulturen har endret karakter i en trend han benevner som *metro-krigere*, der den eksplisitte seksualiserte poseringen er essensiell. I filmen er det paradoksalt nok skuespilleren Brad Pitt, tidligere modell for designmerket *Calvin Klein* (sic), som skal representere en autentisk maskulinitet i kontrast til en overfladisk konsumkultur.
 - 10 I den sammenheng er det interessant å merke seg at i 2011 gikk Ihle inn som redaktør i magasinet *Alfa*.
 - 11 Et eksempel på en slik diskurs var når arbeiderpartipolitikerer Hadja Tajik konstaterte at «pappaperm er sexy», som tilsvar til investor Jan Haudemann-Andersens diskreditering av menn som er hjemme med spedbarn (Norli 2011).
 - 12 Se: www.nasf.no/
 - 13 Se: <http://www.bergenairsoft.no/> og <http://www.mr-airsoft.com/news.php>
 - 14 Paintball deles gjerne inn i *banespill*, *skogspill* og *scenariospill*. Den sistnevnte aktiviteten er den som tilsynelatende har størst likhet med airsoft. Dette handler om en rekonstruksjon av en hendelse, som en krigs- eller gisselsituasjon. Her skal deltakernes utstyr helst ligne på ekte våpen og utstyr i tiden for den aktuelle hendelsen.
 - 15 Se: <http://tcu.no/showthread.php?316-Paintballnorge-og-TCU>
 - 16 Se for eksempel: <http://www.fredrikstadpb.no/utdrikningslag.html>
 - 17 Se: http://www.oslopaintball.no/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=4, <http://scorpions.no/>
 - 18 Gibson gjorde feltarbeid i amerikansk paintball-miljø på midten av 1980-tallet, da airsoft-kulturen ikke hadde blitt etablert. Men argumentasjonen knyttet til dette som en refleksiv aktivitet er relevant for begge disse kulturene i den norske samtiden. Hans interesse for paintball kan relateres til den praksis som går under navnet *scenariospill*.
 - 19 Se: http://www.xlpaintball.no/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=67
 - 20 Se: <http://www.ravnafloke.com/land/land.html>
 - 21 Se: http://www.sandefjordpaintball.no/index.php?main_page=product_info&products_id=2155