

Kläderna gör mannen

KARIN LÖVGREN

Idag är sociala mediakonton och plattformar en central del i hur mode skapas och sprids. Karin Lövgren skriver om sociala media konton, bloggar och rådgivningsböcker som riktar sig till äldre män. Vilka slags kläder visas? Vilken bild av maskulinitet lyfts fram? Hur framställs den manliga kroppen?

Top 10 Dungubbar. Vem gör det bäst?
Gubbar och kultur = stil
Citat från Instagramkontot Gubbstil.

Veteran in life. Photos about
aging with energy
Citat från The Urban Hippies
presentation av sitt konto på Instagram.

I hope I can be at least half as
cool as them one day!
Citat från kommentarsfältet i kontot
Vintagemannen.

I den här texten kommer jag att diskutera manlighet och åldrande, med utgångspunkt i några populära sociala mediekonton om äldre mäns stil, konton med många följare, och genom nedslag i böcker som ger män råd om åldrande och om kläder. Jag har tidigare skrivit om handböcker och sociala medieinlägg som ger framför allt medelålders och äldre kvinnor råd om klädval. De artiklarna är resurs och tankestöd då jag här utforskar visuella och verbala utsagor om äldre män och stil. Vilken bild av äldre mäns stil lyfts fram i sociala medier, och i rådgivningslitteratur som vänder sig till äldre män? Hur framställs män, manlighet och särskilt äldre män där och vilken betydelse ges klädval och stil?

Kläder fungerar som icke-verbal signal om identitet: klass, kön, ålder, livsstil. De är verktyg för att skapa och förhandla tillhörigheter – inte minst därför är det intressant att ha kläder som ingång för att utforska maskulinitet och åldrande.

Ålderstillhörighet har dimensioner av biologi, fysiologi, kronologi, tillskrivna och upplevda innebörder, juridisk betydelse, men också social, med tidtabeller som indikerar den rätta ordningen för ett livsförlopp och när olika ”hållplatser” ska ha nåtts. Ideal och normer gällande stationer och livsbana är kulturellt formade och sammanflätade med genusnormer. Maskulinitet – och femininitet – kan förstås som processer som förändras till exempel då kroppen antar en ny form genom åldrande, när sociala roller skiftar, när arbetslivet upphör.

Kvinnor ses som äldre tidigare än män, med klimakteriet som en symbolisk gräns. De hormonella skiftena laddas kulturellt med föreställningar om att kvinnors attraktionskraft och sexualitet avtar när den reproduktiva förmågan minskar. Trots att dessa idéer utmanas alltmer, är de fortsatt seglivade.

För män kan åldrande innebära en förlust av de idealiserade former av manlighet som bygger på styrka, produktivitet, prestation, kontroll. Maskulinitet, precis som femininitet är socialt konstruerad och föränderlig, formad av genuskontrakt: *görs*. Men mäns erfarenheter som könade subjekt är fortfarande mindre utforskade: män är osynliga som just män. Maskulinitet granskas mer sällan än kvinnlighet, inte minst när det gäller hur kön uttrycks genom kropp, kläder och stil. Att intresse för utseende kodas som kvinnligt märks i allt från bokutbud till marknadslogik. Marknaden för stil- och självhjälpslitteratur riktar sig i första hand till kvinnor, vilket speglar både starkare utseendenormer och en större kommersiell målgrupp. Män förväntas däremot inte ägna sitt yttre samma uppmärksamhet.

Då det gäller självhjälpsböcker om åldrande skiljer de sig åt beroende på om de vänder sig till kvinnor, med råd om kroppsliga förändringar, klimakteriet, relationer, eller till män, med råd om hälsa och livsstil, ledarskap, men också om att förvalta livet efter yrkesarbete och karriär.

Kvinnor är generellt mer aktiva än män på bildbaserade sociala plattformar. Unga dominerar sociala medier både som skapare och användare men det finns också konton av, om och för äldre. På engelska kallas de *grandfluencers*, en lek med *grandparent* och *influencer*, vilket understryker generation och familjeroll, medan det på svenska oftast heter *oldfluencer*, vilket betonar ålderstillhörighet.

De sociala mediekonton jag närläst för den här artikeln är *Vintagemannen*, (Ingemar Albertsson) med nästan 86 000 följare; *The Urban Hippie* (**Svante Nybyggars**) med drygt 78 000 följare, samt *Gubbstil*, (**Erik Östling**) med nästan 76 000 följare. Kontona är bildbaserade, ibland med videofilmer, oftast med fotografier, ibland en kort rubrik och med en något längre bildtext, tillsammans med hashtags som länkar till varumärken och andra konton. Texterna är omväxlande på svenska och engelska. Det förekommer inte enbart bilder på kläder utan också mat, tips på konstutställningar eller musik till exempel. En del inlägg är sponsrade och gör reklam för en vara eller butik.

Kontona använder olika begrepp för att signalera målgrupp och inspirationskälla. Ibland skrivs äldre med citattecken, ”*older*”, ett sätt att distansera sig från ordet och ändå använda det, ibland används *old*, gammal, eller *elderly*. Elderly är ett omdiskuterat begrepp inom äldreforskning. Det anses paternalistiskt, lite nedlåtande och föråldrat, i stället förordas *older adults*: begrepp som inte understryker skörhet och inte uppfattas som kollektiverande på samma sätt som *elderly*. Påfallande är att bloggarna inte använder ordet senior, annars ett vanligt ordval i marknadsföring, eller *pensionär* – utom då till exempel *Vintagemannen*, **Ingemar Albertsson**, eller *Urbanhippie*, Svante Nybyggars, i medieintervjuer berättar om sin väg till rollen som influerare och stilförebilder. Båda beskriver en bakgrund inom reklam och marknadsföring, och att de som pensionärer upptäckte kläder som ett stort intresse, uppmuntrades att starta sociala mediekonton och förmedla sitt engagemang, och vann stora följarskaror.

Kommentarsfälten är livliga med engagerade resonemang, oftast i form av olika piktogram, eld-emojis eller andra reaktionsemojin som symboliskt uttrycker uppskattning, ibland med frågor om varumärken på kläder som visas.

Jag är nyfiken på om kontona och böckerna jag diskuterar här når äldre män eller om följarna och läsarna främst är yngre som söker inspiration om stil men också förebilder för ett framtida åldrande. För en ung målgrupp kanske möjligheterna av ett framtida – men ännu långt bort – liv som äldre lockar utan att hota – vilket antyds i ett av citaten som inleder den här artikeln.

Dag Ahlanders bok med råd om uppförande för äldre män, leker med stereotypen gubbe genom titeln, *Handbok för glada gubbar*, där tillägget ”glada” kan läsas mot föreställningen om stereotypen gubben som sur eller arg. **Joachim Berner** och **Johan Norberg** markerar i stället tidens gång genom titeln *Alla dessa dagar som kom och gick*, med en anspelning på en känd dikt. Bokens undertitel, *Tankar om livet i den tredje åldern*, skriver in sig i en begreppsapparat där tredje åldern ses som en första fas av åldrande, tiden efter pension med jämförelsevis god hälsa, ekonomi och handlingsutrymme att forma sitt liv, i kontrast till fjärde åldern, en fas av åldrandet präglad av skörhet och beroende av andra för omsorg. Jag har också använt handböcker som specifikt handlar om män, kläder och mode, exempelvis *Stil. Tidlös, elegant, hållbar*, skriven av **Ingemar Albertsson** som har kontot *Vintage mannen*.

GUBBE & GENTLEMAN

Vad syns då i sociala mediekonton och i rådgivningsböcker? Vilken bild av maskulinitet och särskilt äldre män är det som ges?

KLÄDSTIL

Stilen som lyfts fram hos de tre sociala medieaktörerna är dels klassiska, tidlösa kläder, men också, särskilt i ett konto, streetwear. Återkommande nyckelord är kvalitet, det understryks att även om kläderna är exklusiva och dyrbara i inköp så är de hållbara och genom det både ekonomiska och bättre för miljön. Här förtydligas också att de bästa kläderna hittas på second hand, vintage. Det framhävs att kläder och skor ska skötas och tas om hand. Naturmaterial som läder, ylle, poängteras; kontona har många fotografier på tweedkavajer och överrockar i Harrisull eller loden. I framställningarna görs gällande att det är viktigt att klä sig rätt för tillfället, men också betydelsen av att förhålla sig till väder och årstid. I bildtexterna nämns varumärken, ofta med hashtag, Paraboot eller Red wings, och skomodeller: derby, loafer, känga, stövel,

liksom detaljer om sulor och skötsel av skorna. I framställningarna understryks betydelsen av detaljer: klocka, mössa, skärp eller bälte, hatt.

Kläderna har övervägande rätt dämpade färger: brunt, grått, beige, kamel, mörkgrönt, mörkblått. Inom forskning om kläder och högre ålder beskrivs att färgskalan i kläder som har äldre personer som målgrupp ofta är dovare, mörkare, och mer återhållen i uttrycket. Jag tolkar dock inte kontonas fotografier som uttryck för diskretion på grund av ålderstillhörighet, utan utifrån klassiska stilars återkommande färgskala. Kläderna visas upp tillsammans med enstaka detaljer som en scarf eller halsduk i starka färger: lysande orange, kleinblått, intensivt rött; *Handbok för glada gubbar* framhåller att en glad röd fluga piggar upp. Det förekommer bilder på dunjackor i brandgult eller signalrött. Fotografier av outfits visar färgstarka och effektfulla kombinationer av grönt och blått, och det beskrivs hur såväl kontraster som samma färgskala och monokrom styling kan lyfta en look.

Stilen som lyfts fram som förebild och inspiration är dels dandyns eller gentlemannens dels streetwear. Nyckelord för vad som eftersträvas är autentisk, unik, och individualitet. Ordvalet är centralt för det som lyfts som förebildligt i kontona; det autentiska och äkta genom att det är tidlösa eller äldre kläder med stil och kulturvärde som visas upp, det unika genom att det inte är massproducerade kläder utan exklusivare och dyrare plagg, och individualitet genom att bäraren skiljer ut sig från sin omgivning. *Vintagemannen* uppmunttrar det han kallar en vanlig svensk gubbe i en, enligt honom, samtida nationaldräkt bestående av jeans, skjorta, fleecetröja och joggingskor, att lägga till detaljer, som hatt, slips, väst för vardagselegans. Klädvalen – i såväl gentlemannavintage som workwear med avslappnad och tydlig attityd, manifesterar omsorg och estetik.

I forskning om kläder har lyfts att män har mindre utrymme för att iscensätta sig själva genom estetik, färre möjligheter till färgglädje och mer begränsade stilar att välja bland i jämförelse med kvinnor. Kostymen beskrivs som en uniform, bekväm och pålitlig genom färre val, endast slipsen lyfts som plagg att uttrycka sig själv igenom. Framställningarna i sociala medier visar ett kreativt estetiskt utforskande.

Kanske kan framställningarna på kontona tolkas i relation till en annan livsfas: äldre män inte längre bundna av arbetets krav på viss klädsel, friare att ta ut svängarna och gestalta sig själva. En möjlig pusselbit är den ofta outtalade föreställningen att äldre har ekonomiskt utrymme eftersom försörjningsansvaret för barn är avslutat och de därmed kan spendera pengar på sig själva. Det vittnar i sin tur om klassperspektiv, vilket också kommer till uttryck i de exklusiva kläder som vi-

sas upp, liksom i själva mängden av varor och varumärken.

Då komfort diskuteras är det främst genom att framhålla att det är bekvämare med byxor som har hög midja, vilket gör att rörligheten ökar. I en del inlägg märks en diskussion om bekvämlighet där några anser att det är slapt att klä sig i vissa plagg i offentligheten, att klä sig värdigt beskrivs som respektfullt mot omgivningen. Det kan i sin tur tolkas i relation till diskurser som uppmanar framför allt äldre kvinnor att inte släppa taget och förfalla, att ge efter för åldrandet och låta det synas, utan i stället vårda sitt yttre. Berner och Norberg uttrycker just detta då de skriver att jeansjacka, t-shirt och mjukisbyxor kan se avslappnat ut på en ung person, medan den över femtio ser förfallen ut och som att denne förnekar sin ålder. *Handbok för glada gubbar* manar till balans av kroppsligt förfall genom kläder som visar elegans. Författaren framhåller att slips, fluga eller knäppt krage kan dölja ”ålderdomens kalkonhals”. Även *Vintagemannen* betonar att något i halsen; en kravatt, fluga, slips gör klädseln komplett, men skriver inget om att detta ska göras för att kroppen har ändrats med stigande ålder.

Det är påfallande hur välvilligt tilltalet i de sociala medieposterna är: tillgängligt, lockande och gemenskapsbyggande. Det är sällan – kanske aldrig? – anvisningar om normer för vad som passar sig och hur en bör klä sig i relation till ålder. Hos exempelvis *Gubbstil* finns tvärtom explicit uttalat att det inte finns några stilregler, utan att alla val är fria och möjliga. I ett inlägg som återpostar en bild från ett annat konto där en äldre man med hoodie beskrivs som ovärdig understryker *Gubbstil* att val av tröja eller jacka med luva går alldeles utmärkt oavsett ålder, och så visas foton på äldre män som bär hoodie. Mottot är tillåtande, inbjudande, inspirerande och inkluderande.

FRÅNVARO OCH NÄRVARO: KROPPAR & MANLIGHET

I stilguider och sociala medier där äldre män visar outfits från streetwear till tweed framträder olika sätt att göra ålder och maskulinitet. Vad visar dessa nedslag?

Gubbstils konto utgörs i huvudsak av gatubilder, fotografier av män fångade i rörelse. Dessa varvas med foton, eller videos där kontoinnehavaren själv poserar i olika outfits och visar upp klädkombinationer. De avbildade männen ser målmedvetna ut, ofta fotade mitt i steget. Flera har grått hår, grått skägg, glasögon och ser ut att vara äldre. Det är inte enbart fotografier på män som förefaller att vara vältränade, smala och rörliga utan här finns fotografier på män med käpp och med kryckor, män som ger intryck av att vingla till i steget, män som ser ut att ha sämre balans. Bilderna bidrar till att ge

ett intryck av mångfald och inkludering och en bredd i bilden av gubben som inspiration. I *Vintagemannens* och *Urbanhippies* framställningar är det främst fotografier av dem själva, i olika situationer, med olika looks och styling. De har pondus och närvaro på fotografierna, sträcker sig och poserar ledigt framför kameran – och alla följarna som följer dem digitalt.

Kroppar som visas i bild ser ut som kroppar gör: lite mage, lite tyngd och en trygghet i den egna kroppen. Framställningarna fokuserar på stil, och samverkar med budskapen om betydelsen av välsittande kläder, en tanke som går igen i handböcker om män och kläder. Det framförs att kläderna bör tas till skräddare om de inte sitter bra. Snarare än att kroppar ska disciplineras, bantas, tuktas så är det kläderna som ska passa dess bärare.

I reklam, livsstils- och sociala medier marknadsförs återkommande kläder till kvinnor med löften om magi, förvandling, mirakel, kläderna ska smickra, trola med kvinnans kropp och förlåta eventuella avvikelser från idealkroppen. Äldre kvinnor framställs ofta med långt grått eller vitt hår, och med kroppar som är smala, viga och rörliga – drag som konnoterar ungdomlighet. Det kan ses som ett sätt att väga upp den högre ålder som annars sällan representeras i medier.

Kropparna som visas upp i kontona om äldre mäns stil behöver inte förvandlas och förlåtas – stilvalen beskrivs som sätt att tillåta sig att sticka ut och ta plats.

Påfallande är att männen är påklädda, oavsett säsong och klimat är kläderna i lager på lager, kroppen är inte exponerad, kroppens form är inte i fokus. Kvinnors bröstpartier, knän, armar, hud debatteras återkommande då det gäller en åldrande kropp i relation till klädval. Kan och bör hon ha urringat, hur djupt dekolletage, ska kjolen täcka knäna, bör lös hud på överarmarna döljas, är frågor som ventileras i relation till kvinnors ålder. Männens klädsel väcker inte jämförbara överläggningar. Mäns utseende har en annan betydelse än kvinnors.

Biologi och fysiologi ges mening och tolkas genom kulturella raster. Det finns föreställningar om att eftersom hormonuppsättningarna ändras med stigande ålder, för såväl kvinnor som män, så blir de alltmer lika varandra. Äldre män ser ut som gamla tanter, skriver till exempel Berner och Norberg. I råd till kvinnor om stil, utseende och kropp återkommer en grundidé om betydelsen av att framstå som just kvinna: att inte se ut som en gubbe eller herre, men inte heller som en flicka som förnekar sin ålder: herrdam eller flicktant, som **Camilla Thulin** kallar det i sin stilguide för den medelålders eller äldre kvinnan. I kontona om mäns stil som jag diskuterat här finns ingen motsvarighet: inga diskussioner om hotande femininitet förbundet med lägre status, eller om hur

viktigt det är att framstå som män. Hur kan det förstås? En möjlig läsning är att stilarna är så självklart förbundna med maskulinitet: kavajer, bylsiga dunjackor, kraftiga skor med traktorsula, hatt, keps, väst, att en maning att hålla femininitet på avstånd blir överflödig. Själva stilkoderna gör jobbet: de placerar bäraren tryggt inom en maskulin ram.

Frånvarande i kontonas poster är diskussioner om manlighet, fertilitet och sexualitet. I det offentliga samtalet ramas kvinnors åldrande in av biologi och fysiologi på ett annat sätt än mäns åldrande. Som nämnts knyts kulturella föreställningar om hormonella omställningar till föreställningar om att både attraktivitet och sexualitet avtar i takt med att fertiliteten minskar. Män antas inte ha ett bäst-före-datum på jämförbart sätt.

Men åldrande har beskrivits som en potentiell förlust av privilegier för män. Kontona kan läsas i relation till hotande osynlighet på grund av hög ålder. Plagg och accessoarer lyfts fram som sätt att synas: hatten eller flugan blir markörer för att sticka ut och ta plats, signalerandes 'se mig, här är jag'. Uttrycket 'karl för sin hatt' bär på en föreställning om den självständiga, handlingskraftiga och pålitliga mannen. I det perspektivet kan hatten – och viljan att framträda, synas och vara sedd – förstås som en motrörelse mot den osynlighet som åldrande män riskerar när status och prestationsförmåga i det offentliga livet minskar. Att framträda tydligt – synas och vara sedd, genom att vara iögonfallande, kan tolkas i relation till att åldrande för män kan medföra förlust av status i det offentliga – att bli osynlig på grund av ålder. I särskilt *Gubbstil* lovordas den äldre mannens erfarenhet, en förmåga att klä sig med stil lyfts som något man lär sig med tid, under livet och därmed hyllas männen för just sin ålder.

Det sägs ibland att människor, oavsett ålder, klär sig alltmer likartat – att ålderstillhörighet inte längre görs genom kläder. Kontona kan läsas i det ljuset: en yngre mans konto *Gubbstil*, som hyllar gentlemannen med klassiska tidlösa kläder, en äldre man som klär sig i workwear, avslappnat men med attityd. Inläggen kan ses som en visualisering av lek med olika maskulinitetsmarkörer och stilar från olika epoker, snarare än ett sätt att signalera ålder. Kläderna gör inte mannen, men de öppnar för ett lekfullt utforskande av vad en man kan vara. – inom en konsumistisk logik.

Rummet – och ramarna – där maskulinitet kan provas vidgas genom representationerna i sociala medier. Det finns en bredd i vilka kroppar som visas upp, från de kroppsideal vi är vana vid att se i gammelmmedia: smala, ungdomliga varelser, till även gamla kroppar. I samtiden hyllas ungdomlighet – om än inte faktiska ungdomar! – och att då se människor i högre

ålder har betydelse. Av vikt är också att det inte är framställningar av äldre som demografiskt hot eller som sköra, vårdbehövande, utan som stilförebilder och inspiration. Åldrande bär med sig en risk för osynlighet. Genom sina konton gör männen anspråk på fortsatt synlighet för äldre män. Deras digitala närvaro är betydelsefull.

REFERENSER

Ahlander, Dag Sebastian (2012). *Handbok för glada gubbar: 109 goda råd för att nå livets höjdpunkt*. Stockholm: Bonnier fakta.

Albertsson, Ingemar (2023). *Stil: tidlös, elegant, hållbar*. [Stockholm]: Mondial.

Berner, Joachim & Norberg, Johan (2022). *Alla dessa dagar som kom och gick: tankar om livet i den tredje åldern*. Stockholm: Mondial.

Lövgren, Karin (2016) Att göra kvinnlighet och ålder i bloggosfären. I Lövgren, Karin (red.) (2016). *Att konstruera en kvinna: berättelser om normer, flickor och tanter*. Lund: Nordic Academic Press. S.115-144.

Lövgren, K. (2023). Gör om mig: Åldrande och kvinnlighet i en populär mediegenre. *Budkavlen*, 94, 71-88. <https://doi.org/10.37447/bk.129683>

Thulin, Camilla (2014). *Gör om mig: finn din stil med Camilla Thulin*. Stockholm: Bonnier fakta.

Thulin, Camilla (2012). *Stil med Thulin*. Stockholm: Bonnier fakta.

Twigg J. Dress, gender and the embodiment of age: men and masculinities. *Ageing and Society*. 2020;40(1):105-125. doi:10.1017/S0144686X18000892

Warkander, Philip (2024) Sexiga minishorts – om manlighet och ideal i förändring. I *Modearv: essäer om kläder, kulturarv och samhälle*. (2024). Göteborg: Daidalos

Warkander, Philip. (2016). ”Vadå klä sig i enlighet med sin ålder, vad är det?!”: *En studie om förhållandet mellan ålder, identitet och klädstil*. Stockholm: Åhléns. Tillgänglig via: Åhléns hemsida https://www.ahlen.se/INTERSHOP/static/WFS/Ahlens-AhlensSE-Site/-/Ahlens-AhlensSE-b2c-web-shop/sv_SE/vt16/v2/Gr%C3%A4ns%C3%B6st%20mode/Philip_Warkander_undersokning.pdf.

Tre mediekonton:
Instagram: Vintagemannen
Instagram: Urbanhippie
Instagram: Gubbstil

Karin Lövgren är lektor i medie- och kommunikationsvetenskap, och affilierad forskare vid Högskolan i Gävle. Hennes forskning kretsar kring kulturella konstruktioner av ålder och åldrande, ofta med ett vardagsperspektiv och ett särskilt fokus på hur åldrande representeras i medier och populärkultur. Lövgren har forskat om äldre kvinnor, kläder och åldrande, och skrivit om råd kvinnor möter gällande stil och klädsel. Hon har även forskat om maskulinitet och åldrande med skönlitteratur, film och reklam som analytiska ingångar. Hon har publicerat ett flertal arbeten och arbetar aktivt för att tillgängliggöra forskning om åldrande för en bredare publik.