

KAPITTEL 5

«Vet du hvorfor Gud skapte Adam før Eva?»¹: Vi Menns vitser om religion, kjønn og sex

Ann Kristin Gresaker

KIFO, Institutt for kirke-, religions- og livssynsforskning

Abstract: This chapter explores change and continuity in the jokes on religion, gender and sex published in the comics' section of the men's magazine *Vi Menn* (in English, *Us Men*) from the 1980s through 2016. The study asks: What characterizes *Vi Menn's* humor on religion, gender and sex during this period? Which religions are covered, and how are they portrayed? How are categories such as gender, sexuality and ethnicity expressed in the jokes? The analysis shows that ideas about gender differences are an important component of the jokes, and furthermore, that the jokes are based on stereotypical conceptions of gender and religion. Such stereotypes include the idea that men are inherently preoccupied with sex and the sexual objectification of women, and the idea that religion and sex are contradictory. Rather than challenging stereotypical ideas of religious groups and gender, *Vi Menn's* jokes reinforce conventional gender roles and construct boundaries between «us» and «them», marked by religion, gender, sexuality and ethnicity.

Keywords: men's magazines, humor on religion, gender and sex, sexuality, ethnicity, stereotypes, otherness

Introduksjon

«– Mamma, jeg kan ikke gifte meg med Ragnar. Han er ateist, og tror ikke på helvete ... – Bare gifte deg med ham, du. Vi to skal nok få ham

1 Den fullstendige vitsen lyder «– Vet du hvorfor Gud skapte Adam før Eva? – For å gi Adam sjansen til å snakke uten å bli avbrutt» (*Vi Menn*, 1998, nr. 11).

til å forandre mening!» Vitsen er hentet fra mannebladet *Vi Menn* i 1998 (nr. 51), og er et beskrivende eksempel på hvordan bladet kobler religion, humor og kjønn, som er temaet for dette kapitlet. Nærmere bestemt skal jeg se nærmere på *Vi Menns* vitser om religion, kjønn og sex publisert fra slutten av 1980-tallet og fram til og med 2016. Mannebladet er en interessant kontekst å utforske humor og religion i et kjønnsperspektiv fordi, som kjønn- og medieforsker Bethan Benwell påpeker, det er «one of the few arenas in which masculinity is regularly addressed, discussed and scrutinized» (Benwell, 2003, s. 156). Mannebladet er også en relevant arena for å få fatt i noen av de forestillingene som verserer om kvinner i den populære, kjønnstradisjonelle mediekulturen. Sentralt her i dette kapitlet er *Vi Menns* kjønnede blikk og tilnærming og hvilken betydning dette har for vitsene om religion.

Vi Menn ble først lansert i 1951 og har overlevd en rekke blader rettet mot menn lansert på det norske markedet. Dette vitner om en imponerende utholdenhetsevne. Kanskje mer enn å fornye seg i tråd med endrede maskulinitetsdiskurser, for eksempel uttrykt gjennom den «myke, nye mannen» (se Beynon, 2002), holder *Vi Menn* fast på en tradisjonell idé om hva en mann er, og på forestillingen om at kvinner og menn er forskjellige av natur. Det er ikke tilfeldig at bladets slagord er «La menn være menn».

Det er humorsjangeren vitsen som er i fokus i denne artikkelen. Som humorform er vitsen svært utbredt, og baserer seg gjerne på felles, kulturell kunnskap som fanger opp visse geografiske områder (jf. Kaare, 2006, s. 220). Vitsen er ofte kort og har et overraskende sluttpoeng (Johnsen, 1997, s. 33).

Følgende spørsmål stilles: Hva karakteriserer *Vi Menns* humor om religion, kjønn og sex fra slutten av 1980-tallet til 2016? Jeg er spesielt interessert i hvilke religionstyper som omtales, hvordan de fremstilles og hvordan kategoriene kjønn, seksualitet og etnisitet kommer til uttrykk i vitsene. Videre lurer jeg på om det er noen likheter eller forskjeller mellom hvordan ulike religioner og livssyn vites om og hvorvidt det er noen endringer gjennom den studerte perioden.

Teoretiske perspektiv

I tråd med en toneangivende linje innenfor humorforskning, og slik det er beskrevet i bokas innledningskapittel, betrakter jeg humor som et relasjonelt og situasjonelt fenomen. Humor har ikke en essensiell mening, men gis innhold i spesifikke kulturelle kontekster og sosiale situasjoner der humor oppstår (Kjus & Kaare, 2006, s. 15). Hva som oppleves som humoristisk, varierer altså mellom grupper og steder og kan endre seg over tid. Spørsmålet her er hvordan *Vi Menn* portretterer religion når hensikten er å få leserne til å le.

Medier og religion

En teoretisering som tar hensyn til mediernes rolle for fremstilling og formidling av religionshumor, er medialiseringsteorien (se f.eks. Lundby, 2018; Hjarvard, 2013). Som påpekt i innledningen i boka tar medialisering av religion flere former (se Hjarvard, 2011, 2012, 2013). I populærkulturen mikses ulike religiøse elementer med åndelighet og varierte livssyn, og konstruerer det medieviteren Stig Hjarvard kaller *banal religion*, det vil si religion som opptrer utenfor institusjonaliserte religiøse kontekster og som ikke nødvendigvis har en intensjonell eller eksplisitt religiøs mening (Hjarvard, 2012, s. 35). Sentralt i denne studien er om og eventuelt hvordan *Vi Menn* baserer seg på populære eller konvensjonelle ideer, fordommer og stereotyper om religion og livssyn, samt om kjønn, i vitsene sine. Populærkulturelle fremstillinger av religion innebærer gjerne at enkelte elementer fremheves, kanskje forsterkes og overdrives, og benyttes som et middel for å skape latter, mens andre mer komplekse nyanser utelates (jf. Gresaker, 2018, s. 98–99).

Kjønn, manneblad og humor

På samme måte som humor varierer over tid og mellom steder og ikke har en iboende mening, betrakter jeg også kjønn som en foranderlig konstruksjon. Kjønn er noe som gjøres; maskulinitet og femininitet iscenesettes kroppslig, språklig, gjennom atferd og så videre (se Bondevik &

Rustad, 2006, s. 56–57; Butler, 1990/1999, s. 34, 185). Mediene er med på å skape forventinger til kjønn, ikke minst de mediene som henvender seg til en bestemt målgruppe basert på kjønnete karakteristikk. Samtidig som jeg antar at *Vi Menns* vitser henspiller på dominerende forestillinger om kjønn (og religion) som preger den allmenne populærkulturelle diskurs, er det her også et aktuelt spørsmål om hvordan mannebladets kjønnete diskurs preger humoren. Tidligere forskning viser at ideer om kjønn bidrar til å skape distinkte typer magasinjournalistikk med tanke på temaer som dekkes, også bladenes religionsomtale, og formidlingsstil (Gresaker 2017a, 2017b, 2018; Lundby & Gresaker, 2015; Winell, 2016). Typisk for både manne- og kvinneblader er en kjønnforskjellsdiskurs der menn og kvinner fremstilles som forskjellige av natur, med bestemte kjønnsspesifikke egenskaper (se f.eks. Gill, 2007, s. 265–266). Blader er dessuten preget av heteronormativitet, det vil si at de tar utgangspunkt i heteroseksualitet som det normale og foretrukne (jf. Mühleisen, 2003, s. 147).

Manneblader har gjerne en gjennomgående humoristisk tone med utstrakt bruk av sarkasme, ironi og overdrivelse (Benwell, 2004; Gresaker, 2018, s. 56, 99–100). *Vi Menn* skiller seg riktignok fra andre skandinaviske manneblader ved at humor oftest uttrykkes på bestemte sider eller i utvalgte spalter, mens den øvrige journalistikken fremstår seriøs.

Sosiologen og humorforskeren Giseline Kuipers (2006/2015, s. 183–187) peker på at humor er kjønn. Dette uttrykkes for eksempel gjennom forestillingen om at kvinner er mer sensitive overfor potensielt krenkende og sjokkerende vitser og vitser om sex enn det menn er. Samtidig preges et standard vitserepertoar av et mannlig perspektiv, mener Kuipers, der kvinner typisk fremstilles enten som menns drøm eller mareritt (s. 185).

Humor om annerledeshet, stereotyper og inkongruens

Jeg er også interessert i hvordan *Vi Menns* humor om religion virker inkluderende for visse grupper, og ekskluderende for andre. I tillegg

til kjønn, som påpekt over, kan etnisitet, seksualitet og religion bidra til å markere annerledeshet, og normalitet. I vestlig populærkultur har «den andre» ofte vært muslimen eller den ikke-vestlige innvandreren (se f.eks. Halse, 2009; Sjö, 2013 og Sjös kapittel i denne boka). Såkalt etnisk humor, det vil si humor som tar utgangspunkt i en bestemt gruppe ut fra dens nasjonalitet, kultur eller lignende og som tilskriver tilhørere av gruppen spesifikke egenskaper, en komisk oppførsel, fremstiller de dumme eller utspekulerte, er et eksempel på hvordan humor kan være ekskluderende (Davies, 1990, s. 1, lest i Kaare, 2006, s. 221).

Humor om annerledeshet tar gjerne utgangspunkt i fordommer og stereotyper knyttet til forenklete karakteristikk om bestemte grupper mennesker. Stereotyper kan betraktes som en måte å distansere seg fra visse mennesker og sådan bidra til å skape og opprettholde grenser mellom det normale, aksepterte og det som faller utenfor (Pickering, 2001, s. 174; Halse, 2009, s. 234). Stereotypifisering handler derfor om makt der noens verdensbilde eller forestillinger om «de(n) andre» råder og der disse fremstilles som problematiske (Sjö & Häger, 2015, s. 27; Dyer, 1993, s. 11–18; Halse, 2009, s. 234). Noen vitser oppfattes imidlertid som mer krenkende enn andre. Dette har ikke minst å gjøre med hvem som humorerer over stereotypiske forestillinger. Hvis humoren for eksempel går ut over en selv, oppleves vitsen som mindre problematisk enn hvis den gjør narr av andre (se Pickering & Lockyer, 2009, s. 11; se også kapittel 7 i denne boka).

Av de klassiske humorteoriene beskrevet i bokas innledningskapittel er også teorien om inkongruens relevant her. Inkongruens kan beskrives som en uoverensstemmelse mellom idealtyper og virkeligheten (Zijderveld, 1983, lest i Feltmate, 2017, s. 18–19), eller som diskrepans mellom faktisk og forventet kommunikasjon eller mellom det som var ment og det som ble sagt (Böhn, 2009, s. 51, lest i Fjell, 2014, s. 306). *Vi Menns* vitser om kåte nonner er et godt eksempel på brudd på hva vi forventer av nonner med et avlagt løfte om kyskhet. Generelt er inkongruens og absurditeter typiske virkemidler i vitsen (Kaare, 2006, s. 220).

Presentasjon av *Vi Menn*

«Menn er menn, men ingen er så mann som *Vi Menn*»²

Vi Menns overlevelsessevne har ifølge redaksjonen å gjøre med at bladet er «tro mot den norske mannen og områdene han interesserer seg for» (Egmont, 2018). Bladets opplag (se tabell 1) og lesertall har imidlertid sunket sakte, men sikkert fra slutten av 1980-tallet og fram til i dag. I 2009 hadde *Vi Menn* et lesertall på 527 000 (Egmont Hjemmet Mortensen, 2010)³. I 2016 hadde antall lesere sunket til 269 000 (Medienorge, 2017b).

Tabell 1. Opplag *Vi Menn* 1990–2016.

	1990	1998	2008	2016
Opplag	118 912	112 400	88 727	46 975

Kilder: Medienorge, 2017a; Mediebedriftenes Landsforening; Magasin- og Ukepresseforeningen.

Bladet har likevel en langt større leserskare enn norske kvinneblader, som *KK* og *Det Nye* (men færre enn familiebladene *Familien* og *Hjemmet*) (Medienorge, 2017b). *Vi Menn* kommer for øvrig også ut med temautgaver som *Vi Menn Vitenskap & Historie*, *Vi Menn Bil*, *Vi Menn Bobil* og *Vi Menn Båt*. Disse er ikke undersøkt her.

Vi Menn har ukentlige utgivelser. I 2005 beskrev daværende redaktør målgruppen som «folkelige og ujalete mannfolk i alle aldre som er stolte av å være det» (Sørensen, 2005). *Vi Menn* konstruerer et rom som lar «menn være menn» (jf. slagordet), forslagsvis uten innblanding fra kvinner eller feministisk inspirerte kjønnsideal. En typisk forside oppsummerer *Vi Menns* redaksjonelle innhold: den visuelle fremtoningen av en lettkledd kvinne indikerer bladets seksuelle innhold. Ellers er *Vi Menn* opptatt av historie, kriminalitet, spenning og utendørsaktiviteter. Populærvitenskap er også en sentral del av bladets innhold. Selv om bladets journalistiske stil er i en lett, populær tone, forbeholdes humor fortrinnsvis til *Vi Menns* humorsider, som nevnt tidligere. *Vi Menn* fremmer en tradisjonell maskulinitetsdiskurs basert på styrke, mot og rasjonalitet

² Sitat fra journalist Sigmund Sørensen i *Aftenposten* (Sørensen, 2005).

³ Kilde: Synovate MMI, Norsk Medieindeks/Målgruppeindeks første del av 2009.

gjennom fokus på fysiske og mentale ferdigheter. Mannens «naturlige» setting er tilsynelatende i naturen og på slagmarken. I og med at mote er fraværende i bladet, defineres *Vi Menns* idealmaskulinitet ut fra dets gjøren fremfor utseende (jf. Edwards, 2003, s. 142).

Samtidig som mye holder stand i *Vi Menns* redaksjonelle linje i perioden som undersøkes her, er det en interessant endring knyttet til bladets forside: Mens forsidenes betones av lett-kledde kvinner i årgangene som er undersøkt her til og med 2008, utgjør bildene av kvinner kun en liten del av bladets forside nesten ti år senere, i 2016. Større oppmerksomhet i disse årene gis til dramatiske dokumentariske reportasjer som for eksempel Forsvarets og politiets kamp mot terror (*Vi Menn* [VM], 2016, nr. 1).

Data og metode

Analytisk fremgangsmåte

Jeg har gått kvalitativt gjennom *Vi Menns* vitsemateriale i alle utgaver i de utvalgte årene 1987, 1988, 1997, 1998, 2007, 2008, 2015 og 2016. Valg av år kommer både av praktiske hensyn og ønsket om å fange opp fire ulike tiår. Det er fortrinnsvis *Vi Menns* vitsesider som er undersøkt. Disse har et omfang på to til tre sider, og inneholder vitser med og uten bilder. I tillegg har jeg sett på tegneserier (som Pondus, Andy Capp og Billy), som tidvis er del av vitsesidene, og spalten «Timeout», som i de siste undersøkte årene har en humoristisk profil. Flere av innslagene er ikke produsert spesifikt for *Vi Menn* eller er fra den norske konteksten. Et eksempel er vitsetegninger laget av australske Tim Whyatt. Samtidig er vitsene valgt ut av *Vi Menns* redaksjon med tanke på å treffe målgruppen, så alle innslagene er like interessante å analysere.

Jeg angir navn på vitsetegneskaper der det er oppgitt.

For å ikke gjøre datainnsamlingen for tidkrevende har jeg ikke gjort en systematisk kvantitativ analyse av materialet. Dette er en svakhet fordi jeg ikke kan gi en presis oversikt over omfanget av vitser om religion, eller utbredelsen av religionsvitser i forhold til *Vi Menns* vitsemateriale generelt. Det analysen derimot belyser er tendenser i *Vi Menns* vitser om religion i de utvalgte årene, og mer spesifikt hvordan temaene religion, kjønn og sex fremstilles.

Rent praktisk innebar datasamlingen at jeg leste alle vitsene i *Vi Menns* publikasjoner de utvalgte årene. I starten av analysearbeidet var jeg opp-tatt av å finne fram til hva som preger vitsene med tanke på religioner som omtales, religiøse aktører (spåkoner, prester etc.), temaer, hva som skaper humoren, forestillinger om religion og om kjønn og så videre. Ønsket om å fokusere på kjønn var til stede allerede innledningsvis i prosjektet, da dette var bakgrunnen for å velge *Vi Menn* som analyseobjekt. Ut fra gjennomgangen av materialet fant jeg at sex, i tillegg til kjønn, er toneangivende temaer. Disse virker også til å karakterisere *Vi Menns* vitser generelt, som typisk handler om forskjeller mellom kvinner og menn og om sex. Jeg valgte derfor å gå nærmere inn på vitsene om disse temaene og fant fram til tre toneangivende tendenser, som jeg presenterer nærmere under: vitser om religionstilpasset seksualisering av kvinner – et funn som er viet mest plass, fordi det viser til en generell tendens på tvers av religioner og livssyn, vitser om bibelske historier og kristne ideer om himmel og helvete samt vitser om tildekkede muslimske kvinner. De to sistnevnte viser til funn knyttet til humor om kristendom og humor om islam.

Aller først vil jeg beskrive mer generelle funn om religionsvitsene om kjønn og sex.

Sentrale funn

Vi Menn har flest vitser om religion som tar opp kjønn og sex i 2007 og 2008 og færrest i 1987 og 1988. Dette kan også ha å gjøre med at antall vit-sesider øker, slik at andelen er ikke nødvendigvis signifikant større. Det er ellers to aspekter som peker seg ut: Ideer om kjønnsforskjeller spiller en sentral rolle i vitsene, og de reproducerer hovedsakelig stereotypiske forestillinger om religion.

Vi Menns vitser henspiller og baserer seg i stor grad på en dikotom kjønnsforståelse der kvinner og menn tillegges kjønns spesifikke egenskaper. Menn ser ut til å styres av en stor seksuell appetitt. Vi møter menn som blottes seg og menn som gjennomgående betrakter kvinner som seksuelle objekter. Blant disse er også geistlige menn. Jeg gir nærmere eksempler på dette under. Ellers fremstilles menn generelt sett som late, de hater

å spørre om veianvisninger, kommer gjerne seint hjem til kona (som sitter hjemme og venter) fra fuktige kvelder på byen og så videre. Eldre, gifte kvinner er misfornøyde, aggressive, sjalu, djevelsk onde (i den grad at hun kan få sin ateistiske mann til å tro på helvete) og til og med morderiske. Unge kvinner fremheves derimot som seksuelt promiskuøse og erfarne. Sistnevnte er for eksempel tilfellet i denne vitsen fra 1997 (nr. 49):

Predikanten hadde giftet seg. Da han og bruden hadde kledd av seg for å oppleve kjærlighetens gleder, knelte han ved sengen og foreslo at de sammen skulle be om styrke og veiledning. – Be om styrke du, sa bruden, så tar jeg meg av veiledningen.

Videre kjennetegnes *Vi Menns* religionsvitser om kjønn og sex av heteronormativitet, det vil si at vitsene forutsetter at mennene og kvinnene er heterofile, og andre seksualitetsformer fremstår som avvikende. Den tradisjonelle kjernefamilien med ekteskapet mellom mann og kvinne er ikke sjelden et utgangspunkt for vitsene. Samtidig er det også vitser om homofile prester og mannlige prester som kler seg i dameklær, som utfordrer den heteronormative rammen noe og bryter med forventninger knyttet til presten og kristne seksualitetsnormer.

Stereotypier om religion er også et sentralt trekk ved humoren. En slik stereotypi er at religiøse mennesker, især religiøse ledere eller geistlige, ikke har sex – ja, at seksualitet i sitt hele er noe som ikke angår dem forslagsvis fordi de representerer en opphøyet moral. Dette innebærer at innenfor religion (ofte kristendom) anses sex som syndig og bør ikke praktiseres før ekteskapet – som vist over – og i noen tilfeller ikke i det hele tatt.⁴ Denne forestillingen kultiveres for eksempel i vitser der mannlige prester portretteres som strenge og fordømmende overfor andre menneskers seksuelle begjær og aktiviteter. Forestillingen om religiøse som avvisende eller kritiske til seksuelle handlinger, følelser og tanker står med andre ord i motsetning til den mannlige stereotypien om menns sterke seksuelle lyster, og det er ofte i dette skjæringspunktet at humoren oppstår. Ideen om at det er en motsetning mellom sex og religion, utgjør

4 Samtidig kan en innvende at en slik seksualmoral har vært og fortsatt er beskrivende for noen religiøse miljøer.

også et viktig humoristisk poeng i vitser om religiøse aktører, inkludert gudfryktige nonner, med uttalte seksuelle lyster. Et eksempel er denne vitsen som ble publisert i *Vi Menn* i 2008 (nr. 22): «Så var det abbedissen som oppdaget visse utglidende tendenser blant de unge nonnene i klosteret. Som straff fikk de fredagsbananen utdelt i oppskårne biter ...».

Endringer over tid

De ovennevnte stereotypiske forestillingene om kjønn, sex og religion er mer eller mindre stabile kjennetegn for vitsene i den studerte perioden. Det samme er kristendommens dominans. Over tid, fra 2007 og senere, er det imidlertid en tydelig endring der flere, mer varierte religions- og livssynsformer kommer til uttrykk. På 1980-tallet ble islam, Jehovas vitner og det paranormale (spåkoner) i tillegg til kristendom portrettert. De senere årene inkluderes også buddhisme, jødedom, reinkarnasjon, astrologi og alternativ medisin i form av healing og heksedoktorer. Islam får mest omtale i 2015/16. *Vi Menns* økte fokus på islam og muslimske karakterer følger trenden i andre mediers religionsdekning, som nyhetsbaserte medier og populærkulturelle medier som film (Lundby mfl., 2018; Sjö, 2013 og Sjö i denne boka).

En annen endring er at flere temaer kommer til. Det er for eksempel nye vinklinger på muslimske kvinners påkledning, som jeg beskriver nedenfor. Det seksuelle innholdet i vitsene blir dessuten grovere, og tabubelagte emner tas opp, der overgrep mot kvinner, dyr og barn er del av det humoristiske materialet.

Vitser om religionstilpasset seksualisering av kvinner

Et tema som eksemplifiserer *Vi Menns* vitser om kjønn- og religionsstereotyper, er det jeg har betegnet *religiøst tilpasset seksualisering av kvinner*. Denne fremstillingen er typisk på tvers av religioner og konstant over tid (dog færrest på 1980- og 90-tallet og flest i faktiske tall i 2007/2008). De presenteres gjerne i vitsetegninger uten tekst, altså uttrykkes humoren visuelt. Kategoriseringen er ment å fange opp de ulike måtene religioner og

livssyn – eller retttere sagt religiøse menn – tilsynelatende seksuelt objektiviserer kvinner. Tilpasningen foregår ved at vitsene tar utgangspunkt i en kjent karakteristikk ved den aktuelle religionen eller livssynet for å beskrive de ulike måtene disse tillater menn å fantasere om kvinner på.

Det er en variasjon i hvordan den seksuelle fantaseringen foregår, men den observerende, begjærende mannen er gjennomgående. Dette bygger opp under ideen om mannen som en uforanderlig konstruksjon definert av hans utrettelige seksuelle lyst. Etter alt å dømme er dette en egenskap alle menn deler uavhengig av livssynsmessig orientering.

Seksualiseringen av kvinner i religiøs regi er også eksempler på hvordan vitsematerialet endrer seg over tid. Innledningsvis er det især kristne menns (som prester og munk) seksuelle fantasier som fremstilles. Senere i den studerte perioden er det et mer variert religiøst landskap som åpenbarer seg med mannlige spøkelser og ånder (2008, 2015), hekser og menn tilknyttet Amish-samfunnet (2015) samt muslimer (2007, 2008, 2016).

Det komiske i vitsetegningene baseres på at religion og sex er motsetninger. Humoren skapes således gjennom inkongruens, der to tilsynelatende motstridende elementer settes i sammenheng med hverandre. En gjennomgående tendens er at kvinnekroppen utgjør det sentrale elementet i vitsene. Et komisk og absurd trekk ved flere av vitsene – og en slående kontrast til forestillingen om menn som begjærer den nakne kvinnekroppen – er at religiøse menn fantaserer om den påkledde, *ikkeenakne* kvinnekroppen. I stedet for å presentere religiøse som dobbeltmoraliske fordi pornografi bryter med deres moralske orden (men det finnes også vitser om dette), viser vitsene til hvordan seksuelle fantasier kan tillates innenfor et religiøst levesett.

Dette er for eksempel tilfellet for den katolske munken, som ifølge religionen må leve i sølibat, idet han iakttar en kvinne kun kledd i bikini på gaten. I stedet for å se for seg kvinnen naken er hun i hans mentale bilde ikledd en svart nonnedrakt som skjuler kropp og hår, og en kan bare så vidt skimte kvinnens ansikt (VM, 1998, nr. 6, 2007, nr. 29).^{5,6}

5 Det er den samme vitsetegningen, tegnet av Arvid (Arvid Andreassen), som er publisert i 1998 og 2007.

6 Det finnes for øvrig også versjoner av katolske munkers seksualisering av kvinner som er mer i tråd med den tradisjonelle varianten med nakne kvinner.

De mest «tekkelige» eller påkledd variantene av religiøs tilpasset seksualisering uttrykkes gjennom menn tilhørende Amish-samfunnet og islam. Førstnevnte portretteres i en vitsetegning som viser en mann som kjører med hest og kjerre (VM, 2015, nr. 45)⁷. Mannen har det karakteristiske skjegget og bukseselene som kjennetegner Amish-menn. Bak på vognen henger et bilde som viser silhuetten av en kvinne, poserende i en forsøksvis forførende stilling. Vi kan så vidt ane en ankel under det lange skjørtet. Et skaut dekker kvinnens hår, og hun er ellers kledd i bluse og med forkle over skjørtet. Ved siden av Amish-mannen på hest og kjerre kommer det en bil kjørende med et lignende bilde festet på støtfangeren. Bildet på denne bilen viser imidlertid silhuetten av en naken kvinne med struttende bryster. Begge bilder kan tolkes som uttrykk for menns seksuelle forestillinger om kvinner. Men der det ene gjør dette på den tradisjonelle måten, er det andre bildet tilpasset en annen moralsk orden. Kontrasten mellom en gjenkjennelig seksualisering med den nakne kvinnekroppen i fokus og den Amish-tilpassede, påkledd versjonen gjør at sistnevnte fremstår absurd. Den tar nettopp bort elementet (nakenhet) som den ikke-religiøse varianten baserer sin seksualisering på.

Av samme grunn må også *Vi Menns* versjon av muslimske menns seksualisering av muslimske kvinner sies å spille på religionens absurditet. I en vitsetegning publisert i 2016 (nr. 4)⁸ ser vi en mann som holder opp en kalender. Med et smil om munnen forteller han at «Kalenderen med jentene har endelig kommet!». Dette formidles til en annen mann, som i likhet med budbringeren er kledd i kaftan og det tradisjonelle hodeplagget fess. I tillegg til mennenes plagg er det kalenderen som signaliserer deres muslimske tilhørighet. Kalenderens forside viser en niqabkledd skikkelse. Niqaben er svart og skjuler kvinnens kroppsfasong og ansikt (en skimter så vidt øynene). Den andre mannen er ikke like begeistret og svarer noe avmålt «Jippi...» Reaksjonen kan forstås som ironisk («hvorfor juble for en kalender som ikke viser nakne

7 Vitsetegning av Tim Whyatt.

8 I serien Firekanta tegnet og skrevet av Nils Axle Kantén.

kropper?»). Scenen foregår i et rom som tradisjonelt anses som maskulint, nemlig et bilverksted, der den mindre begeistrede mannen mekker på en bil. Vitsetegningen parodierer dermed en velkjent scene, men legger til et uventet element.

For noen religioner innebærer seksualiseringen altså påkledder kvinner. For andre innebærer det å kle av kvinner – ikke bare klærne, men også huden ned til skjelettet. Dette kommer til uttrykk i en vitsetegning der et spøkelse fantaserer om en kvinne han ser på gaten (VM, 2008, nr. 25)⁹. Videre innebærer seksualiseringen også fysisk berøring. Sistnevnte er tilfellet i vitsetegningene om kvinnen som med hjelp av en spåkone får kontakt med sin avdøde mann (VM, 2008, nr. 20, 2015, nr. 24)¹⁰. Mannens ånd tilkjennegir seg gjennom sine klåfingrede hender som tar et godt grep om kvinnens bryster. Hun uttaler (i 2008): «Det finnes ikke tvil – det er Kristian!»¹¹

Den groveste vitsetegningen innenfor denne kategorien er publisert i 2016 (nr. 6)¹². Den bryter med de øvrige med tanke på hvem som er objekt for seksualiseringen, og tar religionstilpasset seksualisering et skritt lenger: Tegningen viser en katolsk biskop sittende i godstolen. Et kors av betydelig størrelse henger på veggen rett over ham. Biskopen er i ferd med å blåse opp en oppblåsbar altergutt. Vitsen henspiller på overgrepssakene i den katolske kirke og er eksempel på hvordan vitsene i *Vi Menn* over tid blir grovere i innhold og tar for seg problematiske emner.

Vitsene om religionstilpasset seksualisering har til felles at de fremmer en idé om menn og maskulinitet som basert på seksuell appetitt og objekivering av kvinner. Således skapes forslagsvis et kjønnet fellesskap mellom «ordinære» menn og religiøse menn. På den andre siden fremmer vitsene religiøse overbevisninger og moral som absurde fordi de omdefinierer seksualisering ved å ekskludere det viktigste elementet i mannens seksuelle fantasier: den nakne kvinnen.

9 Tegnet av Arvid.

10 Tegnet av Arvid.

11 I 2015 har vitsen en annen tekst: «Merkelig... jeg synes så tydelig jeg føler Arnes nærvær i rommet!».

12 Tegnet av Tim Whyatt.

Vitser om bibelske fortellinger og kristne ideer om himmel og helvete

Ikke overraskende tar de aller fleste vitsene om religion i *Vi Menn* for seg kristendom. Kristendommens rolle som majoritetsreligion i Norge er nok også grunn til at den opptrer som en referanse til religion generelt.

Vitsene om kristendom er gjerne basert på bibelske historier og fokuserer på Eva og Adam i tillegg til forestillinger om himmelen og helvete. Et særtrekk er at vitsene er kjønnnet og bekrefter og forsterker stereotypiske kjønnsforskjeller. Dette kommer for eksempel til uttrykk gjennom en vitsetegning av Adam som knasker på et eple og betrakter Eva idet hun plukker bær fra en busk. Eva er kun kledd i løvblader. Når vinden blåser bort bladene og etterlater Eva naken, tenker Adam for seg selv «Jeg elsker høsten» (VM, 2008, nr. 28)¹³. Igjen er det altså mannens blikk på den nakne kvinnekroppen som er i fokus. Kanskje mer enn å bruke kjønn for å si noe om religion, eller kristendom, fungerer de bibelske historiene som en ramme for å si noe om kjønn. Samtidig er det kombinasjonen av kjønn og religion som skaper humoren. Kjønnforskjeller og menns begjær for og seksualisering av kvinner ser ut til å være et universelt, vedvarende trekk, skapt av Gud (som for øvrig fremstilles som en mann opptatt av erogene soner og kroppslyder). *Vi Menn* publiserer flere vitser som viser Eva og Adam i tradisjonelle kjønnsroller, og vitser der humoren baseres på at de er de eneste menneskene på jorden: «Hva mener du med at den ikke er særlig stor? Sammenlignet med hva?», sier Adam til Eva med hentydning til penis sin (VM, 1988, nr. 49)¹⁴.

En annen humoristisk gjenganger er vitsetegninger som tar for seg himmelen fra en manns perspektiv. Mannens himmel inkluderer lett-kledde kvinner (helst ikke kona), sigarer, alkohol, bilen, og at han kan blotte seg for de som passerer (til Guds og enkelte englers fortvilelse). Som en av de heldige utvalgte mennene som har kommet til himmelen sier det med røyken i kjeften og ølen i hånda: «Jeg hadde aldri drømt om at det skulle være så fint her!» (VM, 2015, nr. 37)¹⁵. Blant de få innslagene

13 Tegnet av Tim Whyatt.

14 Tegnet av Clew.

15 Tegnet av Arvid.

som inntar kvinnens perspektiv, er vitsetegningen som viser en opprørt kvinne. Med pekefingeren rettet mot mannen som kommer flyvende opp til himmelen, sier hun tydelig irritert «Hvor har du vært?» (VM, 1997, nr. 24).¹⁶

Helvete er langt mindre omtalt enn himmelen. De få vitsene om helvete levner uansett ingen tvil om at den tidligere amerikanske presidenten Bill Clinton har en plass der, og dette knyttes til hans affære med Monica Lewinsky (VM, 1998, nr. 23, 2008, nr. 17a). Ellers fremheves kona og svigermor som overbevisende bevis på at det finnes et helvete, som beskrevet i vitsen omtalt innledningsvis i dette kapittelet.

Et gjennomgående trekk ved *Vi Menns* vitser om Adam og Eva og om himmelen og helvete, er at de spiller ut kjønnsstereotyper i uventede settinger der religion benyttes for å utdype eller forklare kjønnsforskjeller. Bibelens fortellinger banaliseres, konkretiseres og alminneliggjøres.

Vitser om tildekkede muslimske kvinner og polygame muslimske menn

Det som går igjen i *Vi Menns* fremstillinger av islam og muslimer, er den tildekkede muslimske kvinnen og den polygame muslimske mannen. Gjennom flere vitsetegninger presenteres den muslimske mannen med sitt harem. Vi møter deriblant mannen som spør naboen om de skal bytte harem fordi han «kjeder meg noe så jævlig» (VM, 2007, nr. 35). Det er det vestlige blikket og fordommen om at muslimske menn har flere koner, som preger disse vitsene. Gjennom dette blikket fremmes den muslimske mannen som sexfokusert, kontrollerende og overordnet kvinnen. Dette poenget kommer tydeligst fram i vitsetegningen som portretterer et møte mellom den muslimske mannen (stående foran haremflokkens sin bestående av ni kvinner i niqab, med moskeen i bakgrunnen) og den vestlige mannlige turist. Sistnevnte er kledd i shorts og med et fotokamera, i kontrast til de godt påkledde muslimske karakterene. Den muslimske mannen (for øvrig kledd i hvitt mens hans koner

¹⁶ Tegnet av Arvid. I en lignende versjon i 2016 (nr. 34) har kvinnen en sterkere ordbruk: «Hvor i hule helvete har du vært».

har svart påkledning) retter pekefingeren sin mot turisten og sier i en fordømmende tone: «Dere europeere er bare opptatt av sex!» (VM, 1998, nr. 4)¹⁷. Det underforståtte ironiske elementet her er at det er den muslimske mannen som bare er opptatt av sex, for hvordan ellers skal man tolke behovet for ni kvinner?

Et interessant aspekt ved vitsene i de tidlige årene er at den muslimske kvinnen ut fra den vestlige mannens blick ikke anses som et seksuelt objekt (hun er kun et objekt). Hun kan sies å være avseksualisert, som uttrykt i følgende vitsetegning publisert i 1987 (nr. 2)¹⁸: En antatt vestlig mann (igjen illustrert med kortermet skjorte og kamera) reiser til et «eksotisk» reisemål og fantaserer om stedets lettkleddede kvinner. Når han ankommer, finner han skuffet ut at de lokale kvinnene er tildekket. I senere år seksualiseres imidlertid også den muslimske kvinnen. Hun avkles og fremvises i undertøy – «innflytelsen fra vesten begynner å sette sine spor», som *Vi Menn* beskriver det – men et sjal skjuler ansiktet (VM, 2008, nr. 17b). Således parodieres muslimske klesplagg og tilpasses en vestlig idé av et kvinnelig blickfang.

Det er videre en endring i rollen til den muslimske kvinnen. Mens hun tidlig i det undersøkte tidsrommet var en rekvisitt til den muslimske mannen, konsentrerer flere humoristiske innslag i 2015 og 2016 seg om den muslimske kvinnen og hennes religiøse påkledning. Hun gis også en stemme. Likevel fremstilles den muslimske kvinnen først og fremst som et objekt, ikke et individ med egen vilje og handlingsevne.

I slutten av perioden er det især kvinner i niqab som er i fokus i *Vi Menns* vitsemateriale om islam. De (u)praktiske sidene ved å bære et heldekkende klesplagg utgjør det humoristiske elementet. Å dekke seg til applauderes som en «lurt triks» for de som ikke har rukket å gre håret (VM, 2015, nr. 16). Dessuten spøkes det om muslimske kvinners forsøk på å vise individualitet, som den tildekkede kvinnen som går med svømmebriller (VM, 2015, nr. 21). *Vi Menn* fremstiller muslimske kvinners påkledning som en absurditet, som et uforståelig element og en motsetning til «fremskritt» (se VM 2016, nr. 54a).

17 Tegnet av Arvid.

18 Tegnet av Dickson A. L. I.

Det er et overraskende funn at vold og terrorisme sjelden er tema i vit-sene om islam. Dette står i kontrast til andre populærkulturelle mediers dekning av muslimer (se f.eks. Halse, 2009; Sjö, 2013; Gresaker, 2017a). Sex virker til å trumfe andre temaer i *Vi Menns* vitsemateriale. Det er likevel én vitsetegning publisert i 2016 (nr. 54b)¹⁹ som baserer seg på stereotypien om den mannlige muslimske terroristen. Tegningen viser en skjeggete mann i underbuksen med en bombe teipet til kroppen. Han spør det vi kan anta er hans kone, «Hva synes du? Skal jeg ha på meg dette på bus-sen i dag?». Kona, kledd i en svart niqab, står med ryggen til og vasker opp. Hun svarer sarkastisk «Hvorfor skulle jeg bry meg? Du viser ingen interesse når jeg har nytt antrekk!». Scenen er altså konvensjonell med tanke på et tradisjonelt kjønnsrollemønster når det kommer til kvinnen; hun gjør husarbeid og har en mann som ikke gir henne oppmerksomhet. Det humoristiske elementet ligger i hvordan *Vi Menn* snur en slik gjenkjennelig scene på hodet og gir den et nytt innhold. Konteksten den stereotype mannlige muslimske terroristen skildres i er ny og viser dess-uten en uventet side av terroristen (og mannen) som usikker. Mannens utsagn kan tolkes dit hen at han er opptatt av hvordan han ser ut, der bomben er del av hans estetiske uttrykk. Et ytterligere humoristisk poeng er konas misnøye over at mannen ikke legger merke til at hun har en ny, svart heldekkende drakt (som vi kan anta er lik andre plagg i garderoben hennes). Vitsen tar med andre ord utgangspunkt i stereotype karakteristikk av muslimer og tilsynelatende universelle, gjenkjennelige trekk ved relasjonen mellom kvinner og menn, og redefinerer disse ved å sette dem i sammenheng med hverandre (se også Halse, 2009).

Konklusjon: kontinuitet og endring

Menns kjønnete blikk, seksualisering av kvinner og forestillingen om religion og sex som motsetninger, er toneangivende for *Vi Menns* vitser om religion, kjønn og sex i den undersøkte perioden. Heller enn å overskride representasjoner av religion og kjønn, bidrar *Vi Menns* vitser til å reproducere og forsterke stereotyper. Også de vitsene som formidler overraskende

¹⁹ Tegnet av Firekanta.

poeng, eller snur våre forventninger knyttet til visse grupper på hodet, bidrar til å forsterke normen, ikke til å endre kjønns- og seksualitetshierarkiet eller fordommer om religioner og etnisiteter (se Fjell, 2014, s. 308). Dette er fordi bruddet med det forventede formidles som absurditeter.

Som påpekt tidligere er det imidlertid også mulig å spore visse endringer i vitsematerialet, med henhold til et større mangfold i religioner som portretteres og temaer som tas opp. Nyanser oppstår som følge av ulike religioners spesifisiteter og en noe større variasjon innenfor kjønnsforskjellstematikk og sexorienterte emner.

Selv om denne analysen har konsentrert seg om et tematisk avgrenset område, og således ikke kan generaliseres til å gjelde humoren generelt i *Vi Menn*, fanger analysen likevel opp karakteristiske trekk ved bladets vitsemateriale preget av kjønns- og seksualitetstematikk.

Mediers kriterier og konvensjoner, og her mannebladets logikk, virker inn på det redaksjonelle innholdet med tanke på hvilke temaer som tas opp, og formidlingsstil (jf. Hjarvard, 2013; Gresaker, 2017a, 2018). Religion formes i tråd med mediespesifikke egenskaper og i henhold til rådende kjønnsdiskurser. Religion i *Vi Menns* vitser blir en del av forestillingene om kjønnsforskjeller eller fungerer som kulisser, som en scene for kjønnsforskjeller. Henvisningen til religion i vitsene bidrar i visse tilfeller til å ytterligere forsterke kjønnsstereotyper og er i så måte et virkningsfullt humoristisk virkemiddel. Religion forenkles, og kunnskapen om religion virker til å begrense seg til ideen om at religion og sex er motsetninger, at religion preges av tradisjonelle kjønns mønstre og autoritære menn. Religiøse kvinner, især de muslimske, er ofte passiviserte. *Vi Menn* bidrar til å trivialisere og banalisere både kvinner og menn, religiøse og ikke-religiøse. Samtidig som det ofte er mannens perspektiv vitsene fortelles ut fra, latterliggjøres også menn i vitsene.

Vi Menns vitser om religion viser til at det foregår en andregjøring av visse grupper, som muslimer, men også absurditetene ved religioner generelt (kanskje med visse unntak av kristendommen) og de reglene som pålegges deres tilhengere. Mest avstand skapes det forslagsvis mellom det vestlige/norske/ikke-religiøse/kulturkristne og det østlige/arabiske/muslimske. Samtidig foregår det en form for alminneliggjøring ved at vitsene i stor grad baserer seg på kjønnsstereotyper og et tradisjonelt

kjønnsrollemønster. Dette utgjør referanserammen for kjønn i bladet og er derfor gjenkjennelig.

Referanser

- Benwell, B. (Red.) (2003). Ambiguous masculinities. I *Masculinity and men's lifestyle magazines* (s. 151–168). Oxford: Blackwell Publishing.
- Benwell, B. (2004). Ironic discourse. Evasive masculinity in men's lifestyle magazines. *Men and Masculinities*, 7 (3), 3–21. <https://doi.org/10.1177/1097184X03257438>
- Beynon, J. (2002). *Masculinity and culture*. Buckingham og Philadelphia: Open University Press.
- Bondevik, H. & Rustad, L. (2006). Humanvitenskapelig kjønnsforskning. I J. Lorentzen & W. Mühleisen (Red.), *Kjønnsforskning. En grunnbok* (s. 42–62). Oslo: Universitetsforlaget.
- Butler, J. (1999/1990). *Gender trouble. Feminism and the subversion of identity*. New York og London: Routledge.
- Dyer, R. (1993). *The matter of images: Essays on representations*. London: Routledge.
- Edwards, T. (2003). I B. Benwell (Red.), *Masculinity and men's lifestyle magazines* (s. 132–146). Oxford: Blackwell Publishing.
- Egmont Hjemmet Mortensen (2010). Vi Menn. Hentet 7. april 2010 fra <http://www.egmonthm.no/Publikasjoner1/Mann/vi-menn/>
- Egmont (2018). Vi Menn. Hentet 14. august 2018 fra <https://www.egmont.com/no/Produkter/mann/Vi-Menn/>.
- Feltmate, D. (2017). *Drawn to the Gods. Religion and humor in The Simpsons, South Park & Family Guy*. New York: New York University Press.
- Fjell, T. I. (2014). Sterke kvinner – svake menn. Partnervold og humor. *Tidsskrift for kjønnsforskning*, 3 (4), 302–318.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge: Polity Press.
- Gresaker, A. K. (2017a). Sex, violence, and the religious «other». The gendering of religion in Scandinavian men's magazines. *Men and Masculinities*, 20 (2), 230–253. <https://doi.org/10.1177/1097184X15625311>
- Gresaker, A. K. (2017b). Kjendisvennlig religion. Religion og kjønn i kvinne- og manneblader for unge. I I. M. Høeg (red.), *Religion og ungdom* (s. 100–118). Oslo: Universitetsforlaget.
- Gresaker, A. K. (2018). *Relevant religion. Nordiske livsstilbladers fremstillinger av religion 1988–2008* (Doktoravhandling). Universitetet i Oslo.
- Halse, R. (2009). «De kan være naboene dine». *Norsk medietidsskrift*, 16 (3), 231–251.
- Hirdman, A. (2002). *Tiltalende bilder. Genus, seksualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*. Stockholm: Atlas.

- Hjarvard, S. (2011). The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12 (2), 119–135. doi: <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Hjarvard, S. (2012). Three forms of mediatized religion. Changing the public face of religion. I S. Hjarvard & M. Lövheim (Red.), *Mediatization and religion: Nordic perspectives* (s. 21–44). Göteborg: Nordicom.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Abingdon: Routledge.
- Johnsen, B. H. (1997). *Hva ler vi av? Om nordmenns forhold til humor*. Oslo: Pax Forlag.
- Kjus, Y. & Kaare, B. H. (red.) (2006). Humor, medier og mennesker. I *Humor i mediene* (s. 13–35). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Kaare, B. H. (2006). Digitalisert moro. Humor på e-post. I Y. Kjus & B. H. Kaare (Red.), *Humor i mediene* (s. 215–239). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Kuipers, G. (2006/2015). *Good Humor, bad taste: A sociology of the joke*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Lundby, K. (red.) (2018). *Contesting Religion. The Media Dynamics of Cultural Conflicts in Scandinavia*. Berlin: de Gruyter.
- Lundby, K., Christensen, H. R., Gresaker, A. K., Lövheim, M., Niemelä, K. & Sjö, S. med Moberg, M. & Danielsson, Å. S. (2018). Religion and the media: Continuity, complexity, and mediatization. I I. Furseth (Red.), *Religious complexity in the public sphere. Comparing Nordic countries* (s. 193–249). Cham: Palgrave Macmillan/Springer Nature.
- Lundby, K. & Gresaker, A. K. (2015). Religion i mediene—omstridt eller oversett? I I. Furseth (red.), *Religionens tilbakekomst i offentligheten? Religion, politikk, medier, stat og sivilsamfunn i Norge siden 1980-tallet* (s. 69–104). Oslo: Universitetsforlaget.
- Medienorge (2017a). Opplagstall norske ukeblader. Hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/ukepresse/392>
- Medienorge (2017b). Lesertall for norske ukeblader. Hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/ukepresse/402>
- Mühleisen, W. (2003). *Kjønn og sex på tv. Norske medier i postfeminismens tid*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Pickering, M. (2001). *Stereotyping. The politics of representation*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire & New York: Palgrave.
- Pickering, M. & Lockyer, M. (Red.) (2009). Introduction: The ethics and aesthetics of humour and comedy. I *Beyond a Joke: The limits of humour* (s. 1–26). Basingstoke: Palgrave.
- Sjö, S. (2013). Go with peace Jamil – affirmation and challenge of the image of the Muslim man. *Journal of Religion & Film*, 17 (2). Hentet fra <http://digitalcommons.unomaha.edu/jrf/vol17/iss2/8>

- Sjö, S. & Häger, A. (2015). Filmic constructions of the (religious) other: Laestadians, abnormality, and hegemony in contemporary Scandinavian cinema. *Temenos*, 51 (1), 25–44. Hentet fra <https://journal.fi/temenos/article/view/9477>
- Sørensen, S. (2005, 29. mai). Lokkemat for menn. *Aftenposten*. Hentet fra <http://www.aftenposten.no/kultur/article1048356.ece>
- Winell, A. (2016). «Godis för kropp och själ.» *Välbefinnande och vardagsandlighet i tre svenska kvinnotidningar* (Doktoravhandling). Uppsala universitet.

Analysert materiale

- Vi Menn*, tegnet av Dickson A. L. I. (1987, nr. 2). [Ingen tittel]. S. 73.
- Vi menn*, tegnet av Clew (1988, nr. 49). [Ingen tittel]. S. 72.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (1997, nr. 24). [Ingen tittel]. S. 52.
- Vi Menn* (1997, nr. 49). Bønn. S. 56.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (1998, nr. 4). Ukens Arvid. S. 48.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (1998, nr. 6). [Ingen tittel]. S. 48.
- Vi Menn* (1998, nr. 11). Glupis. S. 52.
- Vi Menn* (1998, nr. 23). Rett mann. S. 66.
- Vi Menn* (1998, nr. 51). Livet. S. 62.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (2007, nr. 29). [Ingen tittel]. S. 43.
- Vi Menn* (2008, nr. 17a). Bill Clinton. S. 43.
- Vi Menn* (2007, nr. 35). [Ingen tittel]. S. 43.
- Vi Menn* (2008, nr. 17b). Burka light. S. 97.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (2008, nr. 20). Ukens Arvid. S. 42.
- Vi Menn* (2008, nr. 22). Abbedissen. S. 46.
- Vi Menn*, tegnet av Tim Whyatt (2008, nr. 28). [Ingen tittel]. S. 43.
- Vi menn*, tegnet av Arvid (2008, nr. 25). [Ingen tittel]. S. 43.
- Vi Menn* (2015, nr. 16). Lurt triks. S. 17.
- Vi Menn* (2015, nr. 21). Noe for seg selv. S. 12.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (2015, nr. 24). [ingen tittel]. S. 48.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (2015, nr. 37). [ingen tittel]. S. 44.
- Vi Menn*, tegnet av Tim Whyatt (2015, nr. 45). [Ingen tittel]. S. 43.
- Vi Menn* (2016, nr. 1). Knyttneve mot terror. Forside.
- Vi Menn*, tegnet av Firekanta (2016, nr. 4). [Ingen tittel]. S. 41.
- Vi Menn*, tegnet av Tim Whyatt (2016, nr. 6). [Ingen tittel]. S. 39.
- Vi Menn*, tegnet av Arvid (2016, nr. 34). [Ingen tittel]. S. 49.
- Vi Menn* (2016, nr. 54a). [Ingen tittel]. S. 45.
- Vi Menn*, tegnet av Firekanta (2016, nr. 54b). [Ingen tittel]. S. 45.