



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

# **BLÅTT BLOD – DÅ SÅG MENSAKTIVISTERNA RÖTT**

En multimodal kritisk diskursanalys  
av mensaktivism på Instagram

**Erika Nordbring**

**Julia Ekman**

---

Examensarbete:	15 hp
Program:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet: PR, opinion & omvärld
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2018
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson





# BLÅTT BLOD

– DÅ SÅG  
MENSAKTIVISTERNA **RÖTT**

## Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet, MK1500
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2018
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson
Sidantal:	84
Antal ord:	20 799
Nyckelord:	mens, mensaktivism, nätaktivism, Instagram, menskonst, tabu

---

Syfte:	Syftet med studien är att undersöka hur svenska mensaktivistiska inlägg på Instagram i både text och bild utmanar rådande samhällsstrukturer och normer kring mens.
Teori:	Den tidigare forskningen består främst av forskning om feministisk och digital aktivism samt menstruationsforskning i samhällelig kontext. Teorin består huvudsakligen av diskursteori som har kompletterats med teorier om medborgerligt deltagande och alternativa offentligheter.
Metod:	För att besvara studiens syfte utformades en multimodal kritisk diskursanalys inspirerad av Berglez analysmodell. Analysen bestod av fyra steg som analyserade det explicita, aktörer och perspektiv, det implicita samt det kontextualiserade.
Material:	Empirin bestod av 32 inlägg från åtta mensaktivistiska Instagramkonton ur fyra kategorier: allmänna aktivister, konstnärer, ideella organisationer samt offentliga personer.
Resultat:	En stor bredd av innehåll publicerades av aktivisterna med en mängd skilda strategier som objektifieringsstrategi, hyper-personalisation och humor. Ett gemensamt drag bland aktivisterna var utmana den befintliga diskursen genom att placera mens i arenor där den konventionellt inte hör hemma; konsten, litteraturen, stora nyhetsmedier samt politiken. Slutligen sågs ett mönster i att antingen föra en städad eller en ostädad kamp.



*Till Rose*

## Förord

Först och främst, vårt varmaste tack till vår handledare Malin Sveningsson som varit engagerad i arbetet från första stund. Du har varit fantastisk.

Vi är tacksamma över att vi har fått växa upp i ett land där vi inte har behövt fara illa på grund av att vi menstruerar. Rose, som denna uppsats är tillägnad, är en av många kvinnor och flickor som inte varit lika privilegierade som vi. I ett brev som Julia fick ta emot under en studievistelse i Kenya år 2017 berättade Rose om hur hon planerade att börja sälja sex för att ha råd med mensskydd. Vår förhoppning är att denna uppsats kan vara en liten bidragande faktor till att det börjar talas mer öppet om mensrelaterade problem och att flickor som Rose därigenom kan få en förändrad livssituation.

## Executive summary

Historically speaking, subjects related to menstruation have been excluded from the public sphere – making it a matter of taboo in all arenas of society. Even though progress has been made to dismantle the stigmatization, many of the problematic aspects connected to menstruation live on until today. Statistics show that girls and women around the globe are insufficiently informed about their menses, causing a great deal of psychological distress as well as being a poor prerequisite for receiving adequate support.

2014 has been designated the year of the menstruation boom in Sweden. In the years following, the topic of menstruation began to appear in new arenas of society. Along with the progress being made in the field of menstruation, the menstrual activist became a new actor in the online as well as the offline sphere. The intention of the menstrual activist is clear: to challenge existing norms and discourse in society related to menstruation.

The aim of this thesis is to examine how menstrual activists challenge social structures and norms regarding menstruation on Instagram, in a Swedish context. To fulfill the purpose of the study, the following three questions have been asked and answered: What content do menstrual activists publish; how do they convey messages, and lastly, in what contexts has the subject of menstruation been placed. The theoretical framework of this study consists mainly of previous research on feminist and digital activism as well as studies on menstruation in a social context. In addition to this, the framework was supplemented with primarily discourse theory, but also Bennetts theory of civic participation, Ardener and Ardener's Muted group theory and Fraser's theory on counterpublics, amongst others.

In order to answer the questions asked of the empirical material, a method of a multimodal critical discourse analysis was carried out. A model inspired by Berglez was designed consisting of four steps: analyzing the explicit information; the actors and perspectives; the implicit information, and lastly; an analysis of the contextualized information conceived in the posts. Eight menstrual activist accounts from four different categories were chosen. Four posts were selected from each of these accounts, resulting in empirical material of 32 posts.

The study showed that there was a wide range of content connected to menstruation published by the menstrual activists. This was done with a great deal of creativity, as well as quantity of content and strategies from different kinds of perspectives. Nonetheless, there was a reoccurring theme amongst the activists to integrate the matter of menstruation in to all arenas of society. Social norms were challenged through placing menstruation in forums where it



would not conventionally belong; arts, science, literature, celebrity events and major news media. The menstrual activists proved that a private subject, such as menstruation, is indeed a political matter. Therefore, the activists showed a distinct intention of placing menstruation on the conventional political agenda, for example regarding the tax on menstrual supplies. The menstrual activists showed a general discontent with the social structures of society and, however implicitly, occasionally blamed patriarchy. The answer on how to reframe the social discourse regarding menstruation is, according to the activists, dialogue and exposure, as well as female power and sisterhood.

It has been proven that menstrual activists are using a wide range of strategies and tools in order to challenge the norms and reframe the social discourse. A conclusion that can be made is that menstrual activism indeed is a movement worth analyzing further, as it may be a new form of civic participation, and in many ways, an altered kind of democracy.

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>13</b>
<b>2. Bakgrund</b>	<b>15</b>
2.1 Feminism och aktivism	15
2.2 Fakta och historik om mens	17
<b>3. Teori och tidigare forskning</b>	<b>19</b>
3.1 Diskurs	19
3.2 Från partipolitik till sakfrågepolitik	19
3.1.1 Att påverka som marginaliserad grupp	21
3.3 Från partipolitik till sakfrågepolitik	22
3.4 Strategier inom feminism och mensaktivism	24
3.5 Tidigare forskning kring mens och mensaktivism	26
<b>4. Studiens relevans</b>	<b>29</b>
4.1 Samhälleligt perspektiv	29
4.2 Vetenskapligt perspektiv	30
<b>5. Syfte och frågeställningar</b>	<b>32</b>
<b>6. Metod</b>	<b>33</b>
6.1 Multimodal kritisk diskursanalys	33
6.1.1 Semiotisk och lexikal analys	34
6.2 Multimodal kritisk diskursanalys	36
6.3 Material	37
6.3.1 Urval	39
6.4 Metodreflektion	39
<b>7. Resultat och analys</b>	<b>41</b>
7.1 Steg 1: Analys av det explicita	41
7.1.1 Typer av inlägg	41
Skärmdumpar och re-postat material	41
Verk och publikationer	42
Personer	43
7.1.2 Primära och sekundära teman	44
7.1.3 Samspel mellan text och bild	45

7.2 Steg 2: Aktörer och perspektiv .....	45
7.2.1 Avsändare och riktning .....	45
7.2.2 Perspektiv .....	47
7.2.3 Uppmaningar.....	48
7.3 Steg 3: Analys av det implicita .....	48
7.3.1 Semiotisk och lexikal inläggsanalys .....	48
Blodet och dess betydelse .....	48
Intersektionalitet och jämlikhet .....	50
Betydande, överexikaliserade och exkluderade ord.....	51
7.3.2 Tonalitet och strategi .....	52
Abjektifiering och attractification .....	53
Humor, ironi och nonchalans .....	54
Hyper-personalisation .....	54
Frustration och missnöje .....	56
Saklighet och förtroende .....	56
Assimilerings-, överenskommelse- och separationsstrategi .....	56
7.4 Steg 4: Analys av det kontextualiserade .....	58
7.4.1 Kontexter .....	58
Mens i offentligheten .....	58
Mens i finrummet.....	59
Mens som politik.....	61
Mens i vardagslivet .....	63
7.4.2 Mensaktivism som alternativ offentlighet .....	64
7.4.3 Patriarkatet och systemskapet .....	65
Två olika sätt att föra kamp.....	66
Kampens strategi.....	67
<b>8. Diskussion .....</b>	<b>69</b>
8.1 Slutsats och reflektioner .....	69
8.2 Vidare forskning.....	71
8.3 Metoddiskussion.....	72
8.4 Slutligen .....	73
<b>Referenser .....</b>	<b>74</b>
<b>Bilaga 1: Analysmodell.....</b>	<b>81</b>
<b>Bilaga 2: Presentation av konton .....</b>	<b>82</b>



# 1. Inledning

Första gången en tv-reklam för tamponger sändes var år 1980. Fem år senare var Courteney Cox, senare känd som Monica i tv-serien Vänner, den första att säga ordet “mens” på tv (Lindblom, 2016, 11 augusti). Trots att detta var över 30 år sedan har utvecklingen sedan dess varit långsam. Det var inte förrän hösten 2017 som Libresse bytte ut den klassiska blå mensvätskan i reklamfilmer mot en realistiskt rödfärgad sådan (Mensen, 2017, 20 oktober). Än idag tas bilder på Instagram bort för att en fläck mensblod syns – trots att det egentligen inte strider mot några faktiska publiceringsregler (Saul, 2016, 8 maj). En av dem som fick en bild nedtagen av Instagram<sup>1</sup> var artisten Zara Larsson – då ett tampongsnöre var synligt (Carlén & Engvall, 2015, 23 april). Och blodet – ja, det är fortfarande blått i de flesta reklaminslag för mensskydd.

Det är knappast omöjligt att påstå annat än att det sedan länge funnits ett tabu kring att prata om mens. Thornton (2011) skriver om hur mens historiskt sett alltid varit ett tystat ämne. Även om det är något naturligt har mens ofta varit skambelagt, och omgivet av diskretion och tystnad (Persdotter, 2013:8). Olika regler för hur en kvinna förväntas förhålla sig kring mens finns över hela världen, och har vävts in i respektive samhälle. Dessa regler har förstärkts av språk, religion, medierna, reklam och allmänna uppförandekoder, och skiljer sig från kultur till kultur. Historiskt sett har det alltid innefattat någon form av exkludering av kvinnan från såväl offentligheten som privata sfärer (Thornton, 2011).

Mensforskaren Josefin Persdotter beskriver år 2014 som en “mens-boom” i Sverige. Från en total tystnad kring ämnet, beskriver Persdotter det som att mensen plötsligt får synas överallt; nationell dagspress, magasin, TV, radio och framför allt; på sociala medier. Enligt Persdotter började det med att Sveriges Radio sände ett program om mens av den feministiska tecknaren och författaren Liv Strömquist. Detta öppnade dörren för mensen att ta plats på fler arenor än tidigare (Persdotter, 24 oktober, 2014).

Användningen av sociala medier har ökat kraftigt sista åren och idag använder över 80 % av svenskarna aktivt sociala medier (IIS, 2017). Genom Internet har ett globalt community skapats, där feminister världen över får möjlighet att delta, informera och utbilda sig, skapa nätverk samt generellt utveckla sin feministiska identitet (Keller 2012; Keller, Mendes & Ringrose, 2016). Munro (2013:23) menar att Internet har skapat en så kallad “call-out culture” i vilken orättvisa förhållanden och maktobalans kan uppmärksammas och sedan förändras. Ett

---

<sup>1</sup> Socialt bild- och videobaserat nätverk med över 800 miljoner användare. Förutom bilder tillåts bildtexter på max 2200 ord.

exempel på detta är när #MeToo dök upp i sociala medier hösten 2017 och fick stor spridning i världen, och även i Sverige. Detta visade att feministiska initiativ på sociala medier kan ha stor påverkanskraft med reella politiska effekter. Mängder av kvinnor delade sina historier, och i Sverige genererade #MeToo cirka 50 000 tweets (Thorell Rågsjö, 6 november 2017). #MeToo startade på sociala medier och fångades upp av traditionella medier, kulturutövare och politiker. Rörelsen gav ordentliga konsekvenser då exempelvis flera ur kultureliten blev anmälda och avsatta från sina poster.

Enligt Bobel (2010) har mens länge spelat en stor roll inom kvinnorörelsen. Under 70-talets USA tog mensaktivismen sin början, vilken utvecklades utifrån rörelser för kvinnors hälsa samt konsument- och miljöaktivism. Med mensaktivism menas i denna studie rörelser och initiativ som bedriver någon form av opinionsbildning kring ämnet mens, med syftet att utmana strukturer kring ämnet. Efter "mens-boomen" år 2014 tog samtalet kring den svenska mensaktivismen fart på allvar.

En gedigen forskning för att kartlägga mensaktivism i Europa gjordes av Persdotter år 2013. Sedan dess har det dock hänt mycket – framför allt på olika digitala plattformar vilket är mensaktivismens stora arena (Persdotter, 2013). I samband med att mens lyftes upp på agendan i Sverige blev mensaktivisterna fler, och antalet mensrelaterade konton på Instagram ökade. Vissa konton har startats för att endast bedriva mensaktivism, men även ett antal kändisar och många privatpersoner utövar aktivismen integrerat med övrigt innehåll på sina konton. Trots ett markant ökat intresse för mensfrågan är mensaktivism som ämne relativt outforskat – inte minst när det gäller dess närvaro på sociala medier och i den svenska kontexten. Här finns därför en tydlig forskningslucka att fylla, vilket denna studie ämnar bidra till.

Mensaktivismen är ingen isolerad rörelse, utan är en del av flera parallella feministiska rörelser. Det gemensamma målet för dessa är att lyfta upp kvinnorelaterade frågor på agendan med sociala medier som verktyg. Att undersöka mensaktivism på sociala medier kan ge en djupare förståelse kring hur andra feministiska rörelser, men även hur aktivister generellt, använder sociala medier för att utmana strukturer. I ett förändrat demokratiskt samhälle, vilket vi återkommer till, är sociala medier en arena för en ny, digital offentlighet. Kunskap kring aktivism på sociala medier är därför av vikt att forska kring, även ur ett demokratiskt perspektiv.

## 2. Bakgrund

### 2.1 Feminism och aktivism

Enligt Nationalencyklopedin är definitionen av feminism en “social rörelse för jämställdhet mellan kvinnor och män” (Larsson & Manns, 2018). I Sverige lanserades begreppet feminism redan år 1903 i Frida Stéenhoffs föredrag om “Feminismens moral”. Vid denna tid saknade feminism en särskild innebörd, utan syftade till att generellt beskriva en positiv inställning till kvinnors förbättrade villkor (ibid.). Trots den tidiga introduktionen av ordet dröjde det ända till 1960- och 70-talet innan feminism blev ett allmänt känt begrepp. I samband med att en ny kvinnorörelse växte fram populariserades ordet och blev då ett mer vardagligt uttryck för kvinnofrigörelse (Persson, 2009). Nuförtiden innebär feminism, i en svensk kontext, en strävan efter en mer strukturell samhälllig förändring i form av kvinnosakskamp och jämställdhetspolitik (Larsson & Manns, 2018).

Enligt Liinason & Cuesta (2016) har den feministiska aktivismen som syfte att lyfta ekonomiska, politiska och sociala relationer och dess påverkan, ur ett feministiskt perspektiv. Detta engagemang har ofta sin utgångspunkt i erfarenheter och upplevelser från den egna vardagen. Vilka ämnen som tas upp i en sådan insats är en bred fråga, men de brukar ofta röra vem som får synas och höras samt vem som representeras i olika samhällliga sfärer. Genom aktivistiska handlingar bedrivs en social protest med syftet att diskutera feministiska frågor samt synliggöra problem och konflikter. En del av aktivismen innebär att presentera alternativa tolkningar och lösningar av varierande konkret och utopisk karaktär. Den feministiska aktivismens övergripande mål är att uppnå förändring i samhället (ibid.).

Historiskt sett har det funnits ett antal olika perioder – vågor – inom den feministiska aktivismen, vilka dagens forskare brukar göra skillnad på (Renegar & Sowards, 2004). Dessa vågor står inte i motsättning till varandra, utan bör istället ses som att de utvecklats från den tidigare vågen och att varje ny våg tillför ett nytt perspektiv (Piuva & Karlsson, 2012).

Den första vågen tog sin början i USA och Europa under mitten av 1800-talet. Under den här tiden var det främst kvinnans rösträtt som var den huvudsakliga frågan (Persson, 2009). När kvinnlig rösträtt var ett faktum runt 1920-talet avtog den första vågens feminism (Zack, 2005). Det dröjde sedan till 60- och 70-talet, som då istället karakteriseras av den kvinnliga frigörelsen. År 1964 lanserades p-piller i Sverige och 1970 fick svenska kvinnor aborträtt (Persson, 2009). Andra vågens feminister gav upphov till frasen “the personal is political”,

vilket belyste sexismen i alla delar av kvinnors privatliv (Munro, 2013). Tidigare hade en stor del av feminismen handlat om att vinna så kallade *materiella konflikter*, som rörde ekonomiska och politiska frågor som kvinnlig äganderätt. Från och med den andra vågen involverar sig den feministiska aktivismen snarare i *icke-materiella konflikter*. Dessa rör de resurser som kontrollerar meningsskapande; exempelvis villkor för kunskapsproduktion, informationsspridning och kulturella symboler (Della Porta & Diani, 2006:53). Denna indelning i materiella och icke-materiella konflikter är visserligen en snäv och förenklad sådan, men den ger ändå en indikation på hur den feministiska aktivismen utvecklats från den första vågen (Cuesta & Liinason, 2016:84).

Under 1980-talet kom den tredje vågens feminism (Zack, 2005) som karakteriserades av resonemangen kring intersektionalitet. Begreppet introducerades i slutet av 1980-talet av juristen Kimberlé Crenshaw, och sedan dess har begreppet fått stort genomslag inom feministiska teorier och grupper. Intersektionalitet syftar till att synliggöra de sociala relationernas komplexitet genom att se till fler kategorier, positioner och undergrupper inom feminismen. Exempelvis ser en till genus, rasifiering och klasstillhörighet, och på så vis överbryggar intersektionalitet olikheter mellan olika grupper i samhället (Looft, 2017:894; Cuesta & Liinason, 2016:245f). Den tredje vågen influerades tydligt av queerteori, som att kön och sexualitet är flytande kategorier, samt en ökad förståelse för bisexualitet och transidentiteter (Munro, 2013). En annan markant skillnad från tidigare vågor är viljan att inkludera männen i den feministiska rörelsen och uppmuntra även dem till engagemang för jämställdhet. Den tredje vågen hade ett tydligt mikropolitiskt perspektiv som syftade till blottgöra sexism i vardagligt språk, film, litteratur, reklam samt övriga medier (Looft, 2017:894).

Många forskare inom området påstår att Internet har möjliggjort uppkomsten av en fjärde våg feminism. På det stora hela skiljer sig fjärde vågen inte anmärkningsvärt i sin kärna från vågorna före den. Feminister i den fjärde vågen lyfter många av samma frågor och problem som aktivisterna före dem (Looft, 2017:894). Fokuset är, som för den tredje vågen, på mikropolitik och att ifrågasätta sexism och kvinnohat i den vardagliga retoriken (Munro, 2013). Looft (ibid.) skriver: "The defining differences between the 'waves' of feminism are not necessarily the wars waged as much as the tools used". Guillard, citerad i Turely och Fisher (2018), argumenterar för att det är just de digitala utrymmena som ger möjlighet till ett globalt engagemang, som definierar den fjärde vågen av feminism. Om den fjärde vågen verkligen existerar har dock blivit ifrågasatt, då vissa anser att ett ökat användande av internet inte är tillräckligt för övergången till en ny våg. Det ifrågasätts också huruvida aktivism och kampanjer på nätet verkligen leder till förändring (Munro, 2013). Trots oenigheter i frågan om



internetfeminismens verkliga påverkan finns det en enighet i att internet har gett nytt liv in i den feministiska rörelsen, där #MeToo kan ses som ett belysande exempel. Internet har gett upphov till ett globalt community av feminister som använder internet som plattform för aktivism och diskussion och det har även stor potential för att skapa uppmärksamhet, organisering och kampanjande (Munro, 2013, Harris, 2010).

## 2.2 Fakta och historik om mens

Tabun och stigmat kring mens är något som skapar stora problem för kvinnor och flickor världen över. I vissa kulturer är tabut så utbredd att de inte får någon utbildning om vad mens är och hur den bör hanteras. 70 % av flickorna i Indien och 14 % i Storbritannien visste inte vad som hände första gången de fick mens, och 50 % av flickorna i Iran tror att mens är en sjukdom (Bogert, 2017, 21 februari; Plan International, 2017, 20 december). I Sverige, såväl som i andra delar av världen, innebär tabubeläggningen av ämnet att det finns stor okunskap kring mens och mensrelaterade sjukdomar. Organisationen MENSEN, som arbetar med mensrelaterade frågor, påtalar att vissa menstruerande inte vågar söka hjälp för besvär och att det finns mensrelaterade sjukdomar som felbehandlas eller inte behandlas alls. De menar att menstabun påverkar individens självbild samt uppfattning om andra menstruerande, där en del känner ett äckel inför den egna samt andras kroppar. MENSEN anser att ett öppnare samtal kring mens skulle kunna minska onödigt psykiskt och fysiskt lidande (MENSEN – Forum för menstruation, 2016 & 2018).

Ett nytt begrepp som kommit bara de sista åren är “period poverty” – en term som står för menstruerande som inte har råd med mensskydd. Human Rights Watch menar att det världen över finns utmaningar i att ta hand om sin mens; tillgång till rent vatten och säkra toalettanläggningar, såväl som ekonomiska utmaningar (Human Rights Watch, 2017, 27 augusti). Då mensskydd i många länder är en otillgänglig lyxvara, återanvänds bindor och andra material som inte är hygieniska, vilket kan orsaka sjukdomar (Bogert, 2017, 21 februari). Dessa faktorer kan resultera i ett nekande av grundläggande mänskliga rättigheter. Exempelvis är ett stort problem i vissa länder att kvinnor och flickor tvingas stanna hemma från skolan under tiden de har mens, och därmed går miste om stora delar av sin utbildning (Human Rights Watch, 2017, 27 augusti). FN påpekar på att den begränsade tillgången till mensskydd är den vanligaste anledningen till att flickor i afrikanska länder hoppar av skolan (Zakrisson, 2018, 24 mars).

Period poverty har på senaste tiden uppmärksammats även i Storbritannien, där 10 % av tonårsflickor inte har råd med mensskydd (Plan International, 2017, 20 december). Efter att detta avslöjades i staden Leeds har många organisationer börjat dela ut gratis mensskydd. Således har debatten om gratis mensskydd samt mensskyddsskatt kommit upp på såväl politikernas som mediernas dagordning (Zakrisson, 2018, 24 mars). Debatten om skatt på mensskydd är en debatt som fått fyr även i Sverige. #mensutanmoms var ett upprop på sociala medier där användare uppmuntrades att lägga ut bilder på sina mensskydd och svara på frågan vad de hellre hade velat lägga pengar på. I samband med detta gjorde organisationen MENSEN i januari i år en namninsamling för att skatten på mensskydd borde sänkas (Yoldas, 2018, 10 jan). Bakgrunden till detta är att EU sedan 2016 gett rätten till medlemsländer att själva reglera moms nivån på bland annat hygienartiklar. Sedan dess har vissa länder sänkt skatten på mensskydd medan Sverige fortfarande står kvar på 25 %, vilket nu mött stor kritik. Än så länge är inga beslut tagna på nationell nivå kring moms på mensskydd. Lokalt har dock initiativ tagits, exempelvis i Överssångers kommun där skolungdomar fått tillgång till gratis mensskydd (Zakrisson, 2018, 24 mars).

Att mens har fått ta större plats i Sveriges offentlighet på senare år har blivit tydligt inom flera olika arenor. Tabu kring mens inom sportvärlden kom i blickfånget genom att Libresse gjorde ett samarbete med fotbollsspelaren Lotta Schelin. Kampanjen gick ut på att bryta menstaben genom att prata om hur menscykeln påverkar kroppen vid träning. Strax därefter publicerades en granskning av Sportbladet där 301 landslagsaktuella idrottskvinnor fick svara på frågor om just mens samt graviditet och preventivmedel. Resultatet visade att sju av tio kvinnor upplevde att deras dagsform påverkas av deras menstruation (Thorén, 15 augusti, 2017). Ett ytterligare exempel på mensens synlighet i offentligheten, är när Storstockholms Lokaltrafik (SL) i september 2017 visade upp Livs Strömquists konst i Stockholms tunnelbanor. Konsten föreställer kvinnor som menstruerar, vilket väckt stor uppmärksamhet i både svenska och internationella medier (Derblom Jobe, 2017, 28 september, Hunt, 2017, 2 november). Strömquists konst passerade dock inte utan kraftig kritik på sociala medier (Hunt, 2017, 2 november) av bland annat Sverigedemokraterna (SD). Ett publicerat inlägg på Facebook förklarar att de vill "se konst som tilltalar allmänheten" och som "strävar efter mer än normkritik". Därför lämnade SD in en motion där de önskar byta ut Strömquists konst mot ett 1700-tals verk av Johan Sevenbom, i syfte att främja det lokalhistoriska konstarvet (Sverigedemokraterna Stockholms läns landsting, 2018; Svenska Dagbladet 28 mars 2018). "Många anser att det är provokativt med en kvinna med blodig binda. Sådan konst får gärna visas upp, men kanske inte på en så stor knutpunkt där många turister rör sig" säger Per Carlberg (SD), motionens författare (Falkrik, 2018, 29 mars).

## 3. Teori och tidigare forskning

### 3.1 Diskurs

Diskurs som begrepp rymmer flertalet olika betydelser. Den mest grundläggande betydelsen utvecklades inom sociolingvistik, med synen på diskurs som något som skapas och reproduceras när två eller fler människor pratar med varandra genom tal eller text (Berglez, 2010:271). Diskurs kan förstås som ”ett bestämt sätt att tala om och förstå världen” (Winther, Jørgensen & Phillips, 1999/2000:7). van Dijk, som omnämns i Vigsø, menar att vår språkanvändning kan “påverka mottagarnas mentala representationer av världen” (Vigsø, 2004:25). Språket fungerar både relationsbyggande, men kan också skapa sfärer och avgränsningar i samhället. Vad och hur något sägs påverkas av såväl social bakgrund som situationell kontext. Till exempel används troligtvis ett slags språk i samtal med vänner, jämfört med i en förhandling med myndigheter. Oavsett om det är avsiktligt eller inte, skapas normer genom diskurser. Detta skapar en allmänt vedertagen idé om vad som “kan” sägas och skrivas och inte (Bergström & Boréus, 2000). Således är diskurser en funktionsfyllande del i olika sociala sammanhang och kulturen i stort. Den fungerar som “interaktion och handlande som syftar till att påverka världen och hur vi uppfattar den” (Vigsø, 2004:25).

Ytterligare ett perspektiv är att se på diskurs på en institutionell nivå, där diskurs är något som förmedlar och reproducerar ideologier. På så vis kan diskursbegreppet användas för att synliggöra hur olika institutioner – exempelvis medierna och vetenskapen – kommunicerar och på olika sätt upprätthåller strukturer och maktförhållanden. En kritisk diskursanalys ska således syfta till att förstå hur språket används för att upprätthålla eller utmana exempelvis samhällsstrukturer och maktförhållanden (Berglez, 2010:271f).

### 3.2 Från partipolitik till sakfrågepolitik

Traditionellt sett har medborgarnas partipolitiska medlemskap setts som en slags indikator på samhällets demokratiska välmående. Detta då deltagandet i aktiviteter inom en organisation tros skapa såväl förtroende som solidaritet. Dock befinner sig nu den moderna demokratin, och det politiska deltagandet, i en förändringsprocess. Idag lämnar medborgarna i stor utsträckning medlemskap och andra åtaganden i politiska organisationer, för att istället engagera sig i mer löst organiserade grupper och individualiserade nätverk. Här syns ett tydligt ökat fokus på sakfrågor snarare än partipolitik. Inte minst syns denna förändring bland

de yngre medborgarna. Enligt forskning visar unga i större utsträckning en tendens att engagera sig politiskt online istället för genom konventionella politiska organisationer (Ekström & Sveningsson, 2017:1f).

Bennett (2008) menar att ungas benägenhet att överge den konventionella politiken och ta upp kampen på egen hand är en företeelse som pågår i flertalet demokratier världen över. Här nämner Bennett bland annat Sverige som belysande exempel. Medborgarnas missnöje, i kombination med den styrande maktens tröghet och motstånd inför omställning, ger de rätta förutsättningarna för att medborgarna ska ta till okonventionella, kreativa metoder för att åstadkomma förändring. Här menar Bennett att de digitala kommunikationsverktygen – framför allt sociala medieplattformar – möjliggör för medborgarna att åstadkomma nya nivåer av opinionsbildning, nätverkande och mobilisering. Faktum är att samtidigt som det konventionella politiska deltagandet bland unga minskar, är det möjligt att iaktta ett ökat engagemang i frågor som rör exempelvis civilsamhället och miljöfrågor samt fler volontärarbetande (ibid).

På grund av detta kan det medborgerliga politiska deltagandet och engagemanget omdefinieras, då det inte längre kan mätas i röstdeltagande eller partipolitiskt engagemang. Bennett gör här skillnad på två olika stilar: pliktskyldiga medborgare (dutiful citizens) och förverkligande medborgare (actualizing citizens). De pliktskyldiga medborgarna har traditionell massmedia som sin främsta källa för information om samhällsfrågor och den styrande makten. Denna typ av medborgare engagerar sig i mer konventionella politiska sammanhang då de känner att det är deras demokratiska skyldighet. Detta kan ta sig uttryck exempelvis genom röstning i nationella val, som den pliktskyldiga medborgaren ser som en grundpelare i det demokratiska samhället. Politiskt deltagande sker oftast genom en organiserad partipolitiskt bunden organisation vars främsta tillvägagångssätt för att koordinera medlemmarna till politisk handling är genom konventionell envägskommunikation (ibid.).

Den förverkligande medborgaren har snarare klivit bort från det konventionella partipolitiska deltagandet. Istället för att se röstningen som det allra mest fundamentala, lägger denne vikt vid det konkreta individuella deltagandet i sakfrågor. Den förverkligande medborgaren har ofta en större misstro till medierna och politikerna, och väljer därför att ta saken i egna händer. Detta kan ta sig uttryck i handlingar i mer löst organiserade nätverk av vänner och likasinnade, där sakfrågan står i fokus. För att nätverka och mobilisera sig används ofta digitala medier där den förverkligande medborgaren både producerar eget material samt sprider andras (ibid.). Som nämndes ovan består gruppen av förverkligande medborgare främst av delar av den yngre befolkningen. Att nätverka på det här sättet, och identifiera sig

med gruppens kollektiva mål, blir ett sätt för individen att utveckla och uttrycka värderingar, tillhörighet och identitet. (Ekström & Sveningsson, 2017:4,10)

### **3.1.1 Att påverka som marginaliserad grupp**

I Habermas klassiker “Den borgerliga offentligheten” beskrivs det ideala samhället där det finns en offentlig sfär där det demokratiska samtalet pågår. Samtalet skulle verka för det “allmänna bästa”, och debatten skulle vara kritisk och upplyst. Därför skulle bara de som var bildade eller ägde egendom få delta (Habermas, 2003).

Fraser (1990) kritiserar Habermas tänkande. Hon menar att det är omöjligt att endast ha en offentlighet då detta inte släpper fram alla samhällets röster, utan exkluderar vissa grupper ur offentligheten. I ett sådant samtal finns nämligen strukturella relationer av dominans, där det är en särskild grupps kultur och språk som dominerar. Främst talar Fraser om kvinnor som diskriminerade, men menar att det råder liknande villkor för andra marginaliserade grupper. Fraser menar att dessa grupper genom historien med fördel har skapat egna offentligheter, så kallade counterpublics. I counterpublics ges möjlighet att diskutera sådant som inte anses vara viktigt i offentligheten. Där får grupper utveckla sina identiteter, intressen och behov och där ifrågasätts samhällets uteslutande normer. Fraser utgår från att det finns ojämlikheter och att vissa grupper alltid är underordnade. Counterpublics raderar inte skillnader mellan grupper men de låter de marginaliserade grupperna ta större plats i offentligheten (Fraser, 1990). Det går att argumentera för att counterpublics idag finns och verkar på internet och sociala medier. Marginaliserade grupper med ett visst intresse för ett samtal som inte annars får ta plats i det offentliga samtalet. På detta sätt skapar de sig en parallell offentlighet som skulle kunna ha potential att bli en del av den stora konventionella offentligheten.

Muted Group Theory är framtagen av Ardener och Ardener och fokuserar på att marginaliserade grupper är exkluderade och tystade, då språket är till de dominanta gruppernas fördel (Griffin, Ledbetter & Sparks, 2015:457ff). Framförallt fokuserar teorin på män och kvinnor, där den hävdar att kvinnor är mer begränsade i vad de kan säga, när de kan säga det och vilket resultat det ger. De menar att språket främst är konstruerat av män, till deras fördel, och att kvinnor därför blir tystade. En muted group kan även innefatta grupper i andra asymmetriska relationer med marginaliserade skillnader som etnicitet, ålder, sexuell läggning och socioekonomisk status (Kramarae, 2005:55). Hur medlemmar ur en muted group talar med den dominanta kulturen beror på önskat resultat eller mål för interaktionen. Dessa tar sig uttryck i tre olika strategier: assimilering, separation och överenskommelser (Griffin, Ledbetter & Sparks, 2015:457ff).

Assimilering innebär att en anpassning sker för att sammanblandas med den dominanta gruppen. Detta är en strategi som ett flertal framgångsrika kvinnliga författare använt sig av genom tiderna – antingen använda sig av ett mansnamn eller utesluta sitt förnamn. Exempel på sådana författare är systrarna Brontë och J.K Rowling. Separation är mer drastisk i sitt tillvägagångssätt och syftar till att ta kraftigt avstånd från den dominanta gruppen genom att minimera allt kontakt med den. Slutligen innebär den tredje och sista strategin att interagera med den dominanta gruppen genom överenskommelser. Detta genom övertalning syftar till att ändra på den dominanta kulturens regler, så att de även inkluderar livserfarenheterna från olika muted groups (ibid.).

### 3.3 Från partipolitik till sakfrågepolitik

Förutsättningarna för aktivism har förändrats i och med den digitala utvecklingen, och då främst sociala medier. Aktivisters användande av sociala medier för att organisera och koordinera handling, påverkar hur människor engagerar sig i politiska protester (Brown et al, 2017). Det som tidigare var flygbladens och affischernas roll, har till stor del blivit ersatt av tweets och inlägg på Facebook (Car, 2014). Detta har gett upphov till termen digital aktivism (ibland kallad cyberaktivism), som innebär aktivism där internet och digitala medier är plattformen för mobilisering och politisk handling. Digital aktivism har visat sig vara ett kraftfullt verktyg för gräsrotsorganisationer, särskilt i länder där offentliga platser är i militärens kontroll (Fuentes, 2018).

Som nämdes i bakgrunden har internet spelat en stor roll för den nya tidens feminism; den fjärde vågen. Enligt Turley & Fisher (2018:128) har det sedan 2010 skett en global digital explosion av feminister som använder sociala nätverk för sin aktivism. Sociala medier ger feminister en synlig plattform där de får dela sina erfarenheter relaterade till sexism. Den feministiska aktivismens digitala version beskrivs som en ny början där feminismen lämnar de traditionella sätten att föra feministisk politik. Digitala plattformar har stor potential att skapa nya diskurser kring genus och sexism och ger möjlighet till kreativa sätt att protestera. Då sociala medier kan nå människor oberoende av plats, möjliggör detta till att nå ut till fler och involvera dem (Turley & Fisher, 2018:128). Dessa plattformar används av feminister för att informera och utbilda sig, skapa nätverk samt generellt utveckla sin feministiska identitet (Keller, Mendes & Ringrose, 2016). Zeng (2014) uttrycker att feminister har tre resurser att tillgå i sin aktivism; sina kroppar, känslor och internet.

Enligt Harris (2010) är det inte minst bland unga kvinnor och tjejer som internet är den nya plattformen för feminismen. Det medieinnehåll som sprids på internet har blivit ett allt mer viktigt verktyg för unga tjejer att få vara en politisk kraft. Kearny citerad i Keller (2012:431) säger:

“Through their insistence to be both seen and heard, girl media producers are a disruptive force, and we do well to consider the changes to popular culture and dominant society their presence is provoking”.

Keller (2012) talar om unga tjejers feminism på internet som en form av counterpublic. På plattformar online kan tjejer ge uttryck för sin feministiska aktivism, och även om vuxna kan vara närvarande är det tjejerna som sätter agendan och bestämmer vilka ämnen som är viktiga. I vissa fall, ur den “plikttrogne medborgarens” synvinkel, har unga kvinnors närvaro på internet betraktats som ett sätt att dra sig undan politik och samhällsproblem. Keller talar istället för att tjejers deltagande, genom exempelvis bloggar, gör att de blir mer engagerade även i det offentliga politiska livet.

Internet är dock inte alltid en utopisk värld för feminister. Trakasserier är vanligt förekommande och kvinnor får ofta utstå hot om våld (Turley & Fisher, 2018:128). Sedan feminismen även började inkludera intersektionalitet, har sexismen förvärrats och fått nya former som rasism, homofobi och funktionsvariationsdiskriminering. Detta hat uppkom inte i och med internet, men tekniken och de kulturella normerna på internet möjliggör ett beteende som gynnas, försvaras och ibland även värderas. Online-rasism och sexism är inte bara så kallade “troll” som endast finns på internet. Som alla former av diskriminering av grupper kommer det av en position av att vara privilegierad (Shaw & Adrienne, 2014).

Studier visar att hashtaggen kan fungera som ett verktyg när det gäller att utmana rådande diskurser (Clark, 2016). Flertalet feministiska kampanjer har bedrivits med hjälp av hashtags, med syftet att samla och lyfta fram individuella berättelser för att sätta det i en större samhällelig kontext. Tre exempel på sådana kampanjer är #YesAllWomen, #WhyIStayed och #MeToo (Baer, 2016). År 2016 genomförde Drüeke och Zobl en studie om feministisk aktivism på Twitter, och mer specifikt hur hashtaggen #aufschrei (på svenska “rop”; “att skrika ut”) användes i denna kontext. Drüeke och Zobl menar att digitala plattformar figurerar som en slags offentlighet där det finns möjlighet att dela erfarenheter och bedriva diskussion kring samhällsfrågor. Dessa diskussioner kan sedan påverka och få verkliga konsekvenser när offlineaktioner planeras och koordineras online. Slutligen menar de att det “privata” bör ses som något politiskt. Detta då vissa tematiseringar och tolkningar i medierna upprätthåller

normer och strukturer som kan – och bör – ifrågasättas och omvärderas. För att göra detta är feministisk aktivism online, genom bland annat hashtaggar, ett sätt att gå tillväga (Drüeke & Zobl, 2016).

### 3.4 Strategier inom feminism och mensaktivism

I detta avsnitt redogörs för olika strategier som i tidigare forskning kopplats till mensaktivism och feministisk aktivism. Dessa strategier används av aktivisterna för att nå fram med sitt budskap.

Tidigare forskning kring aktivism (Persdotter, 2013 & Wasshede, 2013) har pekat på hur vissa ämnen och företeelser i samhället kan ses som abjekt, och hur aktivister kan använda det till sin fördel. En förenklad förklaring av vad ett abjekt är att det är något som ger en känsla av avsky eller äckel (Edenheim, 2005:73), men dess innebörd är bredare än så. Ett abjekt är något som stör ordningen; gränser, platser och regler. Något som är mitt-i-mellan, tvetydigt och oklart (Kristeva, 1982). Ett objekt kan vara oproblemiskt när det befinner sig i rätt miljö, men befinner det sig på fel plats blir det istället ett abjekt. Wasshede tar här hår som exempel; befinner det sig på någons huvud är det något naturligt, men hamnar det istället på någons tallrik räknas det som smuts – ett abjekt (Wasshede, 2013:40). Det är alltså inte orenheten i sig som gör det till ett abjekt, utan att det strider mot sociala koder (Kristeva, 1982:13). Persdotter applicerar detta på mens, där det blir ett abjekt och något som stör ordningen när det befinner sig på, vad normen räknar som, “fel plats” – i offentligheten (Persdotter, 2013:15).

Wasshede redogör för hur aktivister gör en strategi av att leka med det abjekta, som hon kallar abjektifiering, och att internet är arenan för strategin. Abjektifiering innebär att använda abjektpositionen för att destabilisera ordningen; att ta det som räknas som äckligt och smutsigt, synliggöra det och därmed utmana gränser. Wasshede skriver att “det handlar inte om att kräva respektabilitet och legitimitet trots den abjekta positionen, utan om att använda själva abjektpositionen [...]” i sitt syfte. Wasshede menar att abjektifiering tar sig uttryck i exempelvis humor och ironi samt destabilisera ordningen och utmana normer för att undergräva makten. Den humoristiska formen skapar ett rum för att få kritisera, och kan kanalisera, känslor som hat, vrede och rädsla (Wasshede, 2013:41,51).

I Persdotters studie redogör hon för att abjektifiering är en nyckelstrategi för mensaktivister (Persdotter, 2013:15). Hon menar att mens blir ett abjekt så fort det blir offentligt, och att alla



mensaktivister därför tvingas att förhålla sig till det. Vissa tar tillfället i akt, leker med och utforskar det, andra använder objektets kraft för att chocka och provocera (Persdotter, 2013:32). För vissa mensaktivister går objektifiering hand i hand med en form av "attractification" (på svenska: att göra något attraktivt). Attractification används för att balansera upp objektifieringen, genom att göra det som kan ses som äckligt mer lättsmält och "attraktivt". Persdotter menar att det kan ske genom att budskapet paketeras snyggt med symboler och färger som ses som fina. Detta kan även göras med humor, och vissa mensaktivister ser detta som det viktigaste redskapet i mensaktivismen då humor attraherar och gör budskapet lättare att ta till sig för läsaren. Vissa av mensaktivisterna balanserar upp objektifieringen med att själva vara öppna med sin egen känsla av avsky. Detta för att kunna vara en person som mottagaren upplever som relaterbar och inte som "för onormal", något som Persdotter menar är ett strategiskt val för att nå fram med sitt budskap (Persdotter, 2013:33f).

"Hyper-personalisation" (på svenska: att vara väldigt personlig) är en annan strategi som används såväl inom mensaktivismen som i andra sociala rörelser. I praktiken handlar det om att dela med sig av personliga erfarenheter i sin aktivism. Enligt Persdotter tar mensaktivister detta längre än andra rörelser, då det inte är ovanligt att de tänjer på gränsen mellan vad som är personligt och privat. För mensaktivister är detta exempelvis personliga intima berättelser om egna mensupplevelser samt deras åsikter kring dessa. Hyper-personalisations funktioner är att bryta tabun, ett sätt att undvika att verka dömande samt att komma på samma nivå som mottagarna (Persdotter, 2013:35). En strategi för aktivister som delvis redan berörts är att använda humor för att förmedla sitt budskap. Weaver & Alberto Mora (2015) menar att komiker kan ge möjlighet för diskussion kring ämnen som i andra diskursiva sfärer är tabubelagda, och att detta i sin tur kan öppna upp för aktivism. Toron skriver i sin avhandling att feministisk humor kan öppna upp ett ifrågasättande av dominant makt. Hon menar att feministisk humor i regel inte syftar till att få mottagaren att skratta åt individer, utan snarare åt ideologier, mäktiga institutioner och dogmer. Att humorn och feminismen har potentialen att ifrågasätta accepterade antaganden och ideologier, gör att den kan få stark politisk kraft (Toron, 2011:2 & 234). Komikern Chella Quint, som står bakom hashtaggen #periodpositivity, använder sig av humor i sin mensaktivism. Hon menar att humorn kan slå hål på tabun kring mens och öka medvetenheten kring den (Zakrisson, 2018, 24 mars).

Ett annat exempel på humor inom mensaktivism är youtubern och författaren Clara Henry. I Slottes retoriska analys på kandidatnivå av Henrys bok "Ja jag har mens, hurså?", redogör hon för hur Henry till stor del argumenterar genom humor. Humor är enligt Mral, citerad i Slotte, ett sätt att få ta plats i offentligheten som annars inte skulle vara tillgängligt för

lågstatusgrupper. Dit räknar Slotte Henry då hon är både ung och kvinna, vilket potentiellt kan påverka hennes status i egenskap av offentlig person och författare. Slotte menar därför att humorn är anledningen till att boken blivit så positivt bemött. Analysen visar att Henry använder humorn för att väcka känslor, skapa igenkänning samt sänka oron kring mens för läsarna. Det menar Slotte gör att läsarna kan slappna av inför ämnet, prata om det mer öppet och inte behöva känna skam över sin mens. Enligt Slotte använder sig Henry av de tre olika humorteorierna av Weaver, vilka är; överlägsenhetsteorin, oförenlighetsteorin samt lättnadsteorin (Slotte, 2017).

### 3.5 Tidigare forskning kring mens och mensaktivism

Nedan presenteras forskningsfältet om mens och mensaktivism främst ur ett kommunikationsforskningsperspektiv. Forskningen som redogörs för fokuserar på Persdotters kartläggning av den mensaktivitiska rörelsen, och sedan presenteras ett antal studier som studerar mens utifrån lingvistik, sociala medier, marknadsföring samt sportmedia.

Thornton (2011:41) redogör för att mens historiskt sett alltid varit tystat, men att ämnet genom internet och sociala medier får en o censurerad plattform. Forskning visar att deltagare i sociala nätverk på internet känner sig accepterade, vilket gör att de kan vara transparenta och publicera sina tankar och känslor. Diskussionsgrupper, hemsidor och sociala nätverk har därför blivit ett forum för information, support och aktivism kring mens.

Mensforskaren Persdotter (2013) kartlägger i sin masteruppsats vad hon benämner som “the menstrual countermovement” (MCM) i Europa från sent 2000- till tidigt 2010-tal. MCM inbegriper handlingar och individer som jobbar för att utmana den tystade och skamfyllda konventionella diskursen kring mens. Persdotter vill med begreppet bredda förståelsen för vilka som arbetar för att bryta tabun kring mens. I begreppet inkluderas därför även personer som kanske inte själva skulle definiera sig som en aktiv del av en rörelse. Detta då det behövs en paraplyterm för rörelsen själv samt för den akademiska världen.

Persdotter delar in rörelsen i tre kategorier, där den första kallas för “Alternative FemCare/ers”. Detta inbegriper både förespråkare samt producenter av alternativa mensskydd som menskoppar och tygbindor. De sprider information om produkterna då de anser att det sparar på människors hälsa, pengar samt miljön. Menskoppen har funnits sedan 1930-talet men fick sitt stora genombrott under 2010-talet. Inom Alternative FemCare/ers är menskoppen en nyckelspelare när det gäller att förespråka alternativa mensskydd. Den andra kategorin är

“Menstrual Educators” som genom en pedagogisk ingång vill ändra hur mens uppfattas genom att skriva böcker, bloggar, göra workshops med mera. Denna grupp är aktiv på alla former av sociala medier. Sista kategorin är “Menstrual Talkers”, vilken mer än andra grupper syftar till att provocera. Denna grupp pratar, producerar texter, filmer och bilder utifrån personliga erfarenheter kring mens. Deras åsikt är att menstystnaden bör brytas genom att prata öppet om mens. “Menstrual Talkers” är väldigt aktiva på sociala medier (Persdotter, 2013:25-29).

Den kommunikationsforskning som tidigare gjorts kring mens styrker Thorntons påstående om att mens är ett tabubelagt ämne. Dessa forskare menar att tabubeläggningen av mens sker, och tar sig uttryck, genom språket. Sveen redogör i sin lingvistiska studie för olika uttryck som kvinnor använder på svenska och engelska för att prata om mens. Den visar att former av lingvistiska mensuttryck bevarar den dominanta diskursen av negativitet och skam. Samtidigt är uttrycken en yttring för kreativitet och humor, och används som en del inom mensaktivismen för att utmana den negativa diskursen (Sveen, 2016:145). Även Kissling (1996) redogör för hur de flesta uttryck för mens på engelska är negativa, och finns för att uppnå diskretion och undvika genans. Språket är något som upprätthåller tabun; de diskreta termer som används för mens, i exempelvis reklam och i populärkultur, kan därför förstärka tabubeläggningen (Thornton, 2011:44). Kissling (2002) skriver i sin artikel om mens i film och tv hur även reklamfilmer för mensskydd använder ett språk och bild som uppmanar till diskretion.

Hur språk och begrepp används för att upprätthålla eller utmana vissa strukturer, är även något som studerats på det sociala mediet Twitter. Thornton (2011) genomförde en studie där över 2000 tweets på Twitter som innehåller metaforen för mens, “time of the month”, analyserades. Resultatet visade att ingen av dessa tweets utmanade mensstereotyper på ett meningsfullt sätt. Snarare förstärkte de Kisslings tes att det finns tre socialt accepterade sätt att samtala om mens: att skämta, klaga på eller sälja något (2002). Anledningen till att studiens resultat inte visade på ett tydligare mål att utmana normer skulle kunna förklaras Thorntons val att studera en mer diskret metafor för mens, “time of the month”, istället för att studera det faktiska ordet “menstruation” eller “period”.

Ett återkommande tema inom fältet har varit att kritiskt granska och analysera hur mens framställs i marknadsföring av kommersiella företag. En av dessa är en uppsats av Lundqvist och Ström. Denna syftar till att undersöka diskursen kring Libresses sanitetsskydd, och huruvida denna har förändrats över tid. Resultatet visar att Libresse har anpassat sig till det moderna samhället med tydliga feministiska influenser i sin marknadsföring. Dock lever en

stor del av tabut kvar i företagets reklam, vilket speglar den bild som råder i samhället (Lundqvist & Ström, 2017). Det har även gjorts visuella diskursanalyser av mensskyddsförpackningar. Nilsson (2017) som studerar nio olika förpackningar från tre företag kommer fram till att mens är något som bör hanteras och kontrolleras, och helst varken synas eller kännas. Förpackningarna förmedlar en distansering från mens genom att till exempel undvika färgen röd. De förmedlar även att mens är något kvinnligt genom att spets och glitter på förpackningen samt använda ord som "dambinda".

Det har även skrivits en uppsats om hur mens framställdes i sportmedierna under 2016. Den stärker antagandet om att mens var ett tabubelagt ämne år 2016, när dess tabu undersöktes i sportsammanhang. Detta framgår bland annat i att de kvinnliga idrottarna uttrycker rädsla för att tala om mens samt för att den ska synas. Vidare är en vanligt förekommande åsikt i texterna att mens är ett "kvinnligt" problem och att ansvaret att lösa det därför ligger på kvinnorna. Författarna redogjorde för problematiken då många texter inkluderade experter, personer som på något sätt tillhör svensk idrottsorganisation, för att uttala sig i frågan där några av dessa var män. Det går att argumentera för att det är problematiskt när någon som inte har egna erfarenheter av mens och sportprestation godkänner samt förnekar kvinnors upplevelser. Sammanfattningsvis identifierade författarna argument samt ordval som uttrycker ojämlika könsstrukturer i sporten överlag. De menar att det är dessa som ligger till grund för tabut kring mens i sportvärlden (Adolfsson, Agnar och Björnvik, 2016).

## 4. Studiens relevans

### 4.1 Samhälleligt perspektiv

Persdotter (2013:10) menar att placeringen av mens i det privata och tabubelagda bidrar till stigma och skam. Som redogjorts för tidigare bidrar tabun till att flera mensrelaterade problem inte får adekvat prioritet. Utöver detta upplever många menstruerande såväl fysiska som psykiska besvär på grund av stigmat det kan innebära att ha mens. Ett av mensaktivismens syften på sociala medier är att främja ett öppnare samhälleligt samtal kring ämnet. En sådan diskussion kring mens skulle till viss del kunna avstigmatisera ämnet samt utmana den struktur där kvinnorelaterade frågor har en låg status. På sikt kan en sådan förändring bidra till ett mer jämställt och tolerant samhälle. Det är också möjligt att detta kan främja och utveckla en diskurs som är gynnsam även för andra marginaliserade grupper i samhället.

Även om mens fortfarande är något som tystas ner till viss del i Sverige, ligger landet ändå i framkant gällande att våga prata öppet om ämnet. Som nämnts tidigare är mens ett ämne som i många länder tystas ner till den grad att det är en fara för flickors och kvinnors hälsa.

Amanda Klasing, forskare på Human Rights Watch, skriver:

“People who make policy and run programs – and even human rights advocates – often don’t fully understand the impact a woman’s monthly period may have on her ability to go about her life if she doesn’t have what she needs to manage it. [...] By breaking the silence around menstruation, women can identify barriers they face in managing it” (Human Rights Watch, 2017, 27 augusti).

Det går att argumentera för att ett öppnare samtal kring mens i en svensk kontext kan ge konsekvenser i andra delar av världen. Exempelvis är period poverty ett ämne som först fick stor uppmärksamhet i Storbritannien, och nu samtalas om på FN-nivå. Ett samtal på sociala medier är inte nationsbegränsat då det är oberoende av plats (Turley & Fisher, 2018:128). Även om inlägg på sociala medier till viss del är knutna till ett visst språk, möjliggör bildkommunikation och översättningsfunktioner ett samtal över nationsgränser. Således kan en normutmanande diskussion på sociala medier sprida sig längre och även påverka strukturer i andra samhällen. Därför är det rimligt att anta att en svensk mensaktivistisk rörelse på digitala medier även kan komma att få konsekvenser i över nationsgränser. Att studera

mensaktivism på sociala medier i en svensk kontext kan därför ge kunskap om ett bredare sammanhang.

Som redogjorts för i studiens tidigare forskning finns en ökad tendens bland medborgare att överge det konventionella politiska deltagandet. Istället engagerar sig medborgarna i allt större utsträckning i sakfrågor i löst organiserade nätverk, bland annat online. Denna nya form av engagemang har visat sig få verkliga konsekvenser även på konventionell politisk nivå, där #MeToo är ett belysande exempel. Det är möjligt att påstå att diskussionen kring mens är en av flera parallella feministiska rörelser, liknande #MeToo, med syftet att utmana strukturer kring ett sedan länge kvinnorelaterat ämne. Med detta i åtanke går det att argumentera för att aktivism på digitala plattformar skulle kunna utgöra ett exempel på en ny form av demokratiskt engagemang.

Det går att argumentera för att en ny form av demokratiskt engagemang i digital sfär är av stor vikt att studera då det kan göra verklig påverkan på samhället. Detta är av särskild vikt då marginaliserade grupper, som tidigare inte fått möjlighet att göra sin röst hörd, får möjlighet att påverka i samhället på ett nytt sätt. Att undersöka hur mensaktivistiska konton kommunicerar på sociala medier skulle kunna ge kunskap kring hur aktivism, intresseorganisationer och opinionsbildning generellt agerar. Sociala medier är en plattform där fler har möjlighet att komma till tals och bedriva opinion – men för att nå ut genom bruset krävs kunskap och verktyg. Kunskap kring hur marginaliserade grupper, eller counterpublics, gör sina röster hörda, med hjälp av sociala medier som verktyg, är viktig kunskap för ett demokratiskt samhälle.

## 4.2 Vetenskapligt perspektiv

Som redogjorts för tidigare i studien, används sociala medier som ett redskap inom den feministiska aktivismen i allt större utsträckning. Större opinionsbildande aktioner har genomförts på sociala medier, exempelvis initiativ som #MeToo. Dock har utvecklingen av feministisk aktivism på sociala medier ännu inte hunnit kartläggas i särskilt stor utsträckning inom forskningen (Clark, 2016). Trots detta menar Baer (2016) ändå att förändringen på – och genom – de digitala plattformarna är så pass stora, att det kan benämnas som ett feministiskt paradigmskifte. Detta talar för att fältet bör studeras ytterligare.

I den forskning som tagits del av inför denna studie, är det få som forskat på aktivistiska

rörelser kring just mens. Persdotter (2013) gör i sin masteruppsats en utförlig redogörelse för olika mensrörelser i Europa. Sedan studien publicerades har dock mycket skett på den mensaktivistiska fronten. Persdotter har i sin uppsats inte heller ett tydligt fokus på sociala medier, troligen då exempelvis de mensaktivistiska konton som utgör denna studies empiriska material ännu inte etablerats då. Som redogjorts för tidigare är sociala medier i allt större utsträckning den huvudsakliga arenan för mensaktivism i Sverige. Därför är det möjligt att påstå att det finns en lucka i forskningen att fylla kring mensaktivismen på sociala medier i en svensk kontext.

Forskning kring mensaktivism kan förhoppningsvis bidra till ett bredare forskningsfält av sociala medier och aktivism i stort. Det går även att argumentera för att det möjligen kan bidra till forskning på fältet om demokratiskt deltagande. Som nämnts i tidigare forskning sker förändringar i demokratiskt och politiskt deltagande, där särskilt den unga generationen riktar ett större fokus mot sakfrågor och flyttar ut diskussioner på de digitala plattformarna. Mensaktivismen på Instagram skulle därför kunna vara ett uttryck för en ny typ av politiskt deltagande. Det går därför att argumentera för att studier på rörelsens närvaro på sociala medier skulle vara relevant utifrån en demokratisk synvinkel.

Som argumenterats för i den samhälleliga relevansen kan vidare forskning kring mens främja ett öppnare samhälleligt samtal om ämnet. Det kan i sin tur bidra till att belysa de orättvisa förhållanden som råder kring mens i Sverige och i andra delar av världen. Samt, som nämndes ovan, vill vi genom denna uppsats uppmuntra akademien till högre forskning kring mensrelaterade ämnen, där aktivism kan vara ett av dem. Vår förhoppning är att, genom denna studie, bidra kumulativt till kommunikationsfältet i form av en multimodal kritisk diskursanalys kring mensaktivism.

## 5. Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att undersöka hur svenska mensaktivistiska inlägg på Instagram i både text och bild utmanar rådande samhällsstrukturer och normer kring mens. Detta syfte besvaras genom följande frågeställningar:

- 1. Vilket innehåll publiceras av de utvalda mensaktivistiska inläggen?*
- 2. Hur förmedlas budskapet i mensaktivisternas inlägg?*
- 3. I vilka kontexter diskuteras mensrelaterade ämnen?*



## 6. Metod

### 6.1 Multimodal kritisk diskursanalys

Kritisk diskursanalys (CDA) kan verka som både teori och metod, och kan anpassas efter varje enskild studie. Således är CDA ett samlingsnamn, snarare än benämningen för ett homogent tillvägagångssätt. Vanligtvis analyseras språkliga ordval och uttryck för att avslöja underliggande ideologi och maktförhållanden. Några av de framstående forskarna inom det diskursanalytiska fältet är Fairclough, van Dijk och Wodak. Trots de något olika angreppssätten finns en gemensam syn på språk som socialkonstruktionistiskt och meningsskapande, där språk formar samt formas av samhället. Utgångspunkten är därför att analysera språket på en makronivå snarare än en mikronivå, och se till de många sociala processer som skapas och upprätthålls genom språk och diskurs (Fairclough & Wodak, 1997;272).

Den kritiska forskningstraditionen, som CDA tar avstamp i, syftar till att belysa normativa ideologier, underliggande strukturer och maktförhållanden. En utgångspunkt är att makt utövas och överförs genom diskurs, och att maktförhållanden kan synliggöras genom en kritisk diskursanalys. Det huvudsakliga syftet är alltså inte att kritisera språket, utan snarare att deneutralisera det, för att förstå vad som förmedlas (Machin & Mayr, 2015:4f). Då är det även möjligt att analysera huruvida diskursen förstärker de rådande samhällsstrukturerna, eller om de snarare syftar till att utmana och dekonstruera dem – så kallade “discursive struggles”. Det kritiska angreppssättet i diskursanalysen syftar till att belysa orättvisa samhällsförhållanden och därmed göra ett försök för att bidra till förändring (Winter Jørgensen & Phillips, 2000:152). Slutligen är det viktigt att poängtera att målet med en kritisk diskursanalys inte är att avslöja en ideologi som helt och hållet falsk kunskap, för att sedan presentera en icke-ideologisk, absolut sanning. Detta då ingen kommunikativ arena i samhället är helt och hållet neutral och alla idéer mer eller mindre bär på någon form av ideologi (Zizek 1999:327ff).

Från de traditionella varianterna av diskursanalys, som främst analyserar språk, har en multimodal genre utvecklats. Denna gren av diskursanalys växte fram under slutet av 80-talet och början 90-talet (Machin & Mayr, 2015:6). I och med den teknologiska utvecklingen och nya sociala nätverk, där olika kommunikativa verktyg som text, bild, film och ljud används, var det ohållbart att se på kommunikation som enbart språk (Sindoni, 2013:1). Istället blev den nya utgångspunkten att mening även förmedlas semiotiskt i olika visuella element. Kress

och van Leeuwen (1996) argumenterade därför för behovet av att utveckla visuella analysverktyg i den kritiska diskursanalysen. Dessa skulle vara lika tillämpningsbara som verktygen för den lingvistiska analysen (Machin & Mayr, 2015:6). En multimodal utgångspunkt innebär att varje semiotisk resurs, från text till färg, rörelse till blick, bidrar i den meningsskapande processen och är därför av vikt att undersöka (Sindoni, 2013:9f).

Ett par studier belyser vikten av det multimodala perspektivet när det gäller studier av sociala medier. Detta då det publicerade materialet som helhet vanligen är en kombination av olika semiotiska element (Seko, 2013, Veum & Undrum 2018). Den erkända semiotikforskaren Barthes, citerad i Seko (2013), menar att en bild i sig själv inbjuder till många tolkningar, och att det är därför texten till bilden som fixerar meningen. Detta kan vara ett argument för betydelsen av att se samspelet mellan text och bild, och inte elementen var för sig. Seko (2013) undersöker bilder och bildtexter publicerade på Flickr ur ett multimodalt perspektiv. Detta då hon menar att bilder är ett kraftfullt medium, men att texterna också kan förstärka meningsskapandet i den visuella presentationen. Veum och Undrum (2018:87,96) studerar selfies på Instagram och de menar att även om bilden är mer framträdande spelar bildtexten en stor roll för kommunikationen på nätverket. De talar för att material som publiceras på sociala nätverk är en kombination av olika semiotiska element. Därför finns det ett behov av forskning som kombinerar CDA med en multimodal ansats (ibid.).

Den multimodala ansatsen är ett teoriparaply och en metod vilket innehåller både teorier och verktyg (Sindoni, 2013), och det är därför vanligt med ett eklektiskt förhållningssätt (Bergström & Boréus, 2014:381). Ett vanligt tillvägagångssätt för forskare är att inkludera semiotik och lexikal analys i MCDA (Machin & Mayr, 2015), vilket även är fallet i denna studie.

### **6.1.1 Semiotisk och lexikal analys**

En semiotisk analys innebär att studera teckens betydelser. Inom MCDA används semiotiken för att studera denotationer och konnotationer och på det sättet synliggöra implicita meddelanden. Vigsø (2004:74), menar att en multimodal produkt, som består av både bild och text, innehåller fyra typer av meddelanden:

1. Det språkliga denotativa meddelandet
2. Det språkliga konnoterade meddelandet

### 3. Det bildmässiga denotativa meddelandet

### 4. Det bildmässiga konnoterade meddelandet

Det denoterade meddelandet är en identifikation av scenen som bilden visar. För att tolka iakttagelserna krävs ingen djupare förståelse för kontext och associationer, utan kan snarare ses som allmän kunskap. Till exempel kan de allra flesta se ett rektangulärt stycke färgglatt tyg på en stång och förstå att detta är en flagga. Det konnoterade meddelandet däremot är symboliskt kodat och befinner sig i en kulturell kontext. Detta färgglada stycke tyg kan då symbolisera ett land och kopplas till ett större sammanhang. Exempelvis kan en person som har förståelse för den svenska kulturella kontexten se ett blågult tygstycke, och tolka detta som en svensk flagga. Utifrån detta kan personen koppla flaggans betydelse till svenska traditioner som midsommarfirande med sill och potatis, likväl som prestationer i OS. Vigsø (2004:74), menar att denotativa och konnoterade meddelanden hör ihop och läses samtidigt, men på olika nivåer. För att kunna förstå en bilds konnoterade betydelse, måste en först kunna tolka bildens denotativa betydelse – de är således oskiljaktiga. Detta eftersom det denotativa meddelandet, i sin helhet, uppträder som uttryck för ett annat innehåll i det konnoterade meddelandet.

Att analysera visuella uttryck och inte enbart språk, och således implementera en semiotisk analys, kan i stor omfattning bidra till att besvara studiens syfte. Enligt Machin och Mayr (2015:31) kan en bild kommunicera budskap som är svårare att uttrycka i språk. I en bild är meningen inte lika fixerad, utan öppnar upp för en variation av tolkningar. Detta möjliggör för avsändaren att förmedla ett budskap som i text hade uppfattats som hårt och fixerat, då det hade haft en mer definitiv tolkning. Ämnen av mer känslig karaktär kan därför gynnas av att förmedlas genom porträttering i bild (ibid.).

Den semiotiska analysen syftar till att analysera Instagraminläggens visuella och språkliga meddelanden. För analysen kommer bilderna och språket i inläggen analyseras efter den denotativa samt den konnoterade betydelsen. Att analysera denotation syftar till att beskriva vad som syns och hur det syns, samt se till egenskaper som färg och komposition. En analys av konnotationen avser att undersöka det meddelande som är symboliskt och kodat, och invävt i en kulturell kontext. En konnotativ analys undersöker alltså hur bild och text kan tolkas och vilken djupare innebörd dessa kan sägas ha (Vigsø, 2004:73ff).

Att studera ordval genom en lexikal analys är ett vanligt tillvägagångssätt inom CDA. Det är en form av lingvistisk semiotisk analys av själva språket i en diskurs. Genom att studera vilka

ord som används går det att se meningar och budskap som uttrycks implicit i texten. Denna diskurs, eller de så kallade "lexikala fält", som en författare skapar kan visa på typer av identiteter, värderingar eller sekvenser av aktiviteter. Detta fält, eller karta över ett territorium, går att synliggöra genom en lexikal analys (Machin & Mayer, 2015:30ff).

En lexikal analys innebär att forskaren studerar vilka ord som används respektive exkluderas, samt vilka konnotationer orden ger. Att studera vad som exempelvis exkluderas, är ett verktyg för att urskilja en diskurs. Det ingår även att studera om det finns en överanvändning av vissa ord och synonymer – en så kallad överlexikalisering. Överlexikalisering används vanligen när avsändaren har syftet att övertala mottagaren, i vissa fall utifrån en ideologi. Analysen utgår från att författaren har gjort ett motiverat ordval utifrån hens syfte med texten, och att det därför är möjligt att blotta en diskurs genom att studera ordvalen (Machin & Mayer, 2015:30-32,37).

## 6.2 Multimodal kritisk diskursanalys

Vår analysmodell är inspirerad av Berglez analyschema för en kritisk diskursanalys (Berglez, 2010). Modellen har dock utvecklats och anpassas efter studiens multimodala angreppssätt. Vissa delar kommer också att redigeras då empirin inte är av samma typ som den som metoden ursprungligen togs fram för. En multimodal analys betonar vikten av att analysera bild och text gemensamt. Detta tillämpas även i denna studie då inläggen främst studeras som en helhet. Modellen finns bifogad som Bilaga 1.

### **Steg 1: Analys av det explicita**

Det första steget i analysen syftar till att få ett grepp om inläggets huvudsakliga innehåll samt primära och sekundära teman. Bild och text kommer att beskrivas kortfattat och neutralt. Vad texten och bilden säger, alltså tolkningen, kommer i senare steg.

### **Steg 2: Analys av aktörer och perspektiv**

I detta steg kommer inläggets aktörer och målgrupp behandlas för analys. Vidare kommer vilka perspektiv som lyfts analyseras samt huruvida inlägget innehåller några uppmaningar.

### **Steg 3: Analys av det implicita**

I detta steg kommer en djupare analys ske jämfört med steg 1 och 2. I detta skede kommer en semiotisk samt lexikal inläggsanalys ske. Detta steg syftar till att få en förståelse för underliggande tolkning samt analysera tonalitet och strategiska val.

### **Steg 4: Sociokulturella kontextualiseringar**

Den fjärde och sista delen av analysen tar avstamp i stegen före, och sätter inläggen i en större kontext. Detta steg vilar till stor del på tidigare forskning kring rådande diskurs och samhällseliga normer. Här kommer det undersökas huruvida inläggen utmanar befintliga normer och diskurser. För att synliggöra den diskurs som är mest framstående bland de mensaktivistiska kontona kommer det bland annat att ses till om mensaktivisterna visar tendenser att presentera en problem-orsak-lösning-modell (Bergström & Boréus, 2012:388). Slutligen kommer även analyseras om mensens sätts in i en viss kontext, exempelvis offentligheten eller den privata sfären.

## **6.3 Material**

Studien kommer att avgränsas till att undersöka konton på det sociala mediet Instagram. Detta då det är ett nätverk där mensaktivister rör sig och utövar sin aktivism. Instagram är ett lämpligt nätverk för det syftet då det ger möjlighet att ha offentliga konton och använda hashtags som exempelvis #mensutanmoms. Det är även en bildbaserad plattform vilket Jamieson (2007) menar är ett kraftfullt sätt att förmedla information, då det kan få mottagaren att påverkas känslomässigt.

Studiens empiri kommer att bestå av ett antal inlägg från utvalda Instagramkonton som bedriver mensaktivism. För att avgöra vad som räknas som ett mensaktivistiskt konto, och därmed lämpar sig för analys, har ett antal kriterier formulerats. Dessa är följande:

1. Kontot utövar mensaktivism. Mensaktivistiska konton definieras som konton som pratar om mens med syftet att utmana befintliga strukturer och därmed syfta till att bryta tabun kring ämnet.

2. Det är ett öppet konto. Detta då ett öppet konto är en förutsättning för att kunna lyfta frågan kring mens offentligt. Detta är också av praktiska skäl, då privata konton inte kan inkluderas för analys.
3. Det ska vara ett svenskt konto, då det är studiens syfte att undersöka mensaktivism i en svensk kontext. Kontot måste däremot inte skriva alla inlägg på svenska, utan även engelska är accepterat men kontot ska främst verka för sin sak i en svensk kontext.
4. Kontot ska drivas av en privatperson eller ideell organisation, och alltså inte av ett kommersiellt företag. Det går att argumentera för att även kommersiella företag idag bedriver någon form av aktivism eller opinionsbildning, om de utmanar normer och strukturer genom att prata öppet om mens på sociala medier. Trots detta har dessa konton valts bort då studien syftar till att undersöka hur Instagramaktivister bedriver aktivism ur ett counterpublics-perspektiv.
5. Kontot har de senaste 18 månaderna, vid minst fyra tillfällen, publicerat material som på något sätt rör ämnet mens. Kontot behöver alltså inte vara vikt endast åt mensaktivism, då många mensaktivistiska konton även publicerar annat material.

För att ändamålsenligt kunna identifiera inlägg som är relevanta för analys har även ett antal kriterier för inläggen formulerats:

1. Inlägget ska ha publicerats de senaste 18 månaderna.
2. Inlägget ska på något sätt förmedla ett budskap kring mens, antingen genom text eller visuella uttryck. Även ämnen tydligt anknutna till mens kommer att accepteras, exempelvis PMS och endometriosis<sup>2</sup>.
3. I de fall där en film publicerats kommer helhetsintrycket av filmen analyseras på liknande sätt som en bild.

---

<sup>2</sup> "Endometriosis innebär att livmodersslimhinna växer utanför livmodern. Ungefär var tionde person som har mens har sjukdomen. Ett vanligt symptom är att ha mycket ont i samband med mens. Hos en del läker endometriosis ut av sig själv, men det vanligaste är att man behöver behandling för att smärtan ska lindras eller försvinna" (Vårdguiden, 2018).

4. Om inlägget är snarlikt ett tidigare publicerat inlägg, väljs inte detta.

### 6.3.1 Urval

För att besluta vilka konton som kommer analyseras har ett strategiskt samt målinriktat urval av 8 stycken konton skett. Detta för att en bredd eftersträvas bland de olika typerna av mensaktivistiska konton. Genom sökningar på Instagram har det kartlagts vilka typer av mensaktivister som finns och därefter har de delats in i fyra kategorier. Från dessa kategorier väljs två konton från varje kategori ut för analys. Därefter väljs fyra inlägg som uppfyllt kriterierna från varje konto. Det empiriska materialet uppgår därför till totalt 32 inlägg.

De fyra kategorier av konton som kunde identifieras är:

1. Aktivist 1 (allmän)
2. Konstnär
3. Ideell organisation
4. Aktivist 2 (offentlig person)

De konton som identifierats nedan har kategoriserats efter kontoinnehavarens huvudsakliga sysselsättning. Vissa av kontona hade även kunnat passa in under andra kategorier. Skillnaden på Aktivist (allmän) och Aktivist 2 (offentlig person) är att den senare betraktas som känd av allmänheten. Vår egen subjektiva bedömning har här styrkts av faktumet att kategorin Aktivist 2 har ett synnerligen högre följjarantal än den första kategorin. I resultatet kommer inte kategorierna att jämföras, utan urvalet är utfört på detta vis enbart för att få en bredd av konton. För en utförlig beskrivning av de konton som valts ut, se Bilaga 2.

### 6.4 Metodreflektion

Studien har en tydlig socialkonstruktionistisk ansats. Således kommer utgångspunkten vara att verkligheten är socialt konstruerad, genom meningsskapande kommunikation. Denna socialkonstruktionistiska syn på verkligheten är svårförenlig med genomförandet av en fullständigt objektiv studie, vilket inte heller är studiens epistemologiska ambition.

Utgångspunkten är den att forskaren till viss del är en medskapande aktör i forskningen, på grund av dennes bakgrund och förförståelse. Samtliga ovan nämnda bedömningar kan komma att påverka studiens resultat, och är därför av vikt att redogöra för samt ta i beaktande i diskussionen (Eksell & Thelander, 2014:198f).

Först och främst kan – och bör – studiens validitet, reliabilitet och objektivitet inte bara diskuteras, utan även omvärderas, på grund av dess kvalitativa tillvägagångssätt. Validitet förutsätter en objektivt existerande och mätbar verklighet, vilket är oförenligt med ett socialkonstruktionistiskt synsätt. Vidare kan krav på reliabilitet te sig problematiskt ur en kvalitativ utgångspunkt (Eksell & Thelander, 2014:219ff). Som precis nämndes saknas ett objektivt tillvägagångssätt, och det är därför inte troligt att om studien genomförs på nytt av en annan forskare, att resultatet blir detsamma. Dock är inte heller syftet att presentera ett resultat som är kvantitativt prövbart. Istället bör studien i sin helhet, och resultatet i synnerhet, diskuteras utifrån kriterier som är möjliga att uppfylla ur en socialkonstruktionistisk synvinkel. Dessa är, efter förslag från Eksell och Thelander (2009): generaliserbarhet, överförbarhet och trovärdighet (ibid.).

Som tidigare nämnts kan studiens reliabilitet ifrågasättas, på grund av dess kvalitativa tillvägagångssätt. Därför är inte studien direkt överförbar till vidare forskning. Studiens empiri kan snarare ses som ett flertal mindre fallstudier av mensaktivism, som bildat en helhet. Således består av empirin av kontextberoende kunskap, och därför kan en statistisk generalisering bli omöjlig. Istället görs en analytisk generalisering där studien och dess resultat kopplas till det bredare perspektivet, exempelvis teori och tidigare forskning (Eksell & Thelander, 2014:227).

Avslutningsvis vilar studiens trovärdighet i att resultatet är baserat på ett rikt insamlat empiriskt material (Eksell & Thelander, 2014:221).



## 7. Resultat och analys

Resultatet, och analysen av det, har strukturerats efter analysmodellens fyra steg. Genom att följa stegen besvaras således de tre frågeställningarna, då analysmodellen baseras på dessa. Nedan redovisas de delar ur resultatet som ansetts vara av störst betydelse för studiens syfte och frågeställningar.

### 7.1 Steg 1: Analys av det explicita

Det första steget i analysen syftar till att analysera den explicita informationen i inlägget. Denna analys utförs för att besvara frågeställning ett om vad för innehåll som publiceras av mensaktivister på Instagram. I analysen studerades allt ifrån färgval och aktörer, i bild till användandet av emojis, kontotagningar och hashtags. Utifrån all denna information har det viktigaste och mest väsentliga tagits till vara på och i resultatet presenteras därför tre skilda typer av inlägg som kunnat urskiljas från materialet. Andra aspekter som inte redogörs för här, men som finns formulerat i analysens schemat, har inte funnits tillräckligt intressant i detta skede av analysen. Dessa har i vissa fall legat till grund för kommande analys i de senare stegen.

#### 7.1.1 Typer av inlägg

De tre typer av inlägg som urskiljts från materialet är inte fullständigt heltäckande och i vissa fall överlappar de varandra. Det ger dock en passande översiktsskildring av materialet.

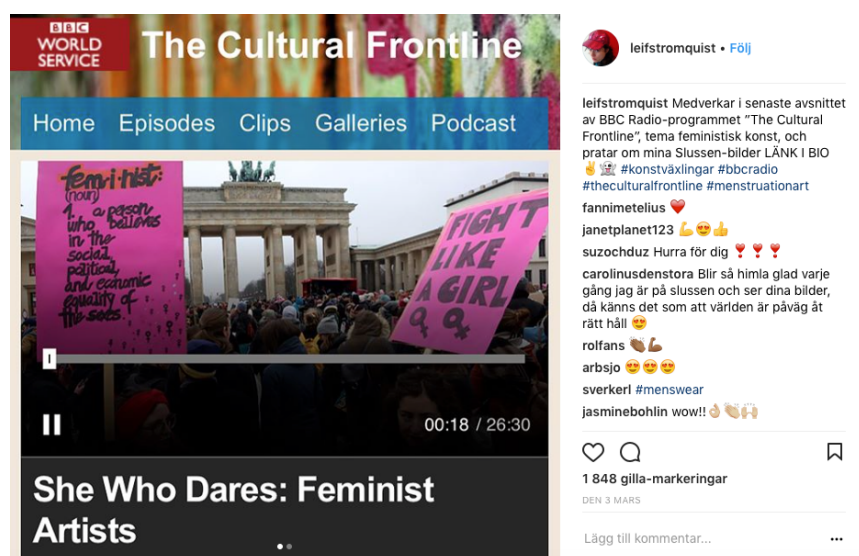
##### ***Skärmdumpar och re-postat<sup>3</sup> material***

En stor del av bilderna som publiceras av aktivisterna är antingen skärmdumpar eller re-postat material från andra konton. Skärmdumparna föreställer ofta medieinnehåll från såväl svenska som internationella nyhetsmedier som berör ämnet mens. I vissa fall handlar det om att kontoinnehavaren själv figurerar i artikeln eller programmet, och lyfter fram detta genom en skärmdump på det egna kontot. Detta kan exempelvis ses när Liv Strömquists (@leifstromquist) menskonst diskuterades i ett videoklipp från BBC, vilket Liv publicerade i form av en skärmdump på sitt konto. Bildtexterna till skärmdumpar av medieinnehållet

---

<sup>3</sup> En re-post på Instagram är när en användare publicerar material från ett annat konto på nätverket.

diskuterar ofta innehållet samt uppmanar mottagaren att ta del av det. Det re-postade materialet har generellt många likheter med det skärmdumpade materialet i termer av att återge innehåll som kontoinnehavaren finner intressant, och önskar dela med sina följare. I bildtexten kommenteras ofta innehållet samt taggar det ursprungliga kontot. Ett exempel på ett re-postat inlägg är ett av Emily Comeau Hellsing (@emilycomeauhellsing) som föreställer ett mensrelaterat citat av Gloria Steinem.



**KONSTNÄR: @LEIFSTROMQUST**

### **Verk och publikationer**

Ytterligare ett återkommande tema bland inläggen var verk och publikationer som handlar om mens. Till övervägande del är detta egenproducerat material, där exempelvis konstnärerna Jessica Hallbäck (@jessicahallback) och @leifströmquist publicerar bilder på sin egen konst samt Anna Dahlquist (@baraliteblod) som lade ut en bild på sin egen bok. Inläggen har en liknande funktion som skärmdumpar och re-posts, där avsändaren uppmanar mottagaren att ta del av innehållet genom att till exempel se filmen eller köpa boken.



## AKTIVIST 1 (ALLMÄN): @BARALITEBLOD

### **Personer**

Det tredje och sista tydligt återkommande temat vad avser typ av inlägg, var att porträttera människor. Denna typ av inlägg är den kategori som varierar i störst utsträckning. Dock har det iakttagits att många av dem har det gemensamma sekundära temat vardagsliv, vilket diskuteras utförligare nedan. Aktörerna på bilderna är till nästan uteslutande del kvinnor, med undantag för två bilder på en transperson, och det är vanligtvis kontoinnehavaren själv som syns i bilden. Bildtextens innehåll till de inlägg som porträtterade personer på bild varierar mycket. Dock har dessa inlägg ofta en lättsammare bildtext.



IDEELL ORGANISATION: @\_MENSEN\_

### 7.1.2 Primära och sekundära teman

Vidare var det möjligt att urskilja ett antal återkommande primära och sekundära teman i inläggen. Av analysen framgår det att flertalet primärt handlade om just mens – antingen specifikt eller genom övriga mensrelaterade ämnen. Temat mens, oavsett om det presenteras som primärt eller sekundärt tema, tog sig uttryck i såväl bild som text. Ämnet mens har talas om i termer som menskonst, endometriosis samt PMS. En iakttagelse är att även om mens i bild inte alltid syns som blod, används ofta den röda färgen – som det i analysens senare delar redogörs för – som skulle kunna konnotera blod. Detta syns över alla kategorier av aktivister och tar sig uttryck i både illustrationer, bokomslag, konst, kläder, med mera.

Exempel på ämnen som fungerar som sekundära teman är vardagsliv, transsexualitet, samhällsstrukturer, med mera. Även de gånger då mens är det sekundära ämnet och det primära är exempelvis transrättigheter, fungerar mens som en aspekt som ger inlägget en annan vinkling. Ett exempel på detta är när transsexualitet och mens diskuteras tillsammans i inläggen från @lingonkollektivet och @mensen. Något som är av intresse att lyfta är att när mens inte är det primära ämnet, utan något annat är i fokus, integreras mens något subtilt in i budskapet. Något som iakttagits är att de båda aktivisterna som var offentliga personer – @glasclara och @karinadelskold – vanligen använder mens som sekundärt ämne snarare än primärt.

Slutligen går det att se att mensaktivisterna är snabba på att reagera på nyheter i samhället kopplat till mens. Mensaktivisterna lyfter i sina inlägg även upp övriga aktuella händelser, som ett boksläpp, föreläsning eller en kommande vernissage.

### 7.1.3 Samspel mellan text och bild

Bildtextens funktion varierar i de olika inläggen. I vissa fall talar bilden ett tydligt budskap där bildtexten enbart förstärker det, i andra fall har den en förklarande funktion. I några av inläggen har bilden i sig själv gett upphov till en viss tolkning, men i kombination med bildtexten fixeras en annan tolkning av bilden. Detta stämmer överens med Sekos utläggning som redogörs för i det teoretiska ramverket. Ett exempel på detta är en pressbild på Clara Henry och hennes vän som står på röda mattan. Bilden ser ut som en typisk pressbild från ett evenemang. Bildtexten fokuserar dock mer på hur Clara hade haft enorm mensvärk bara timmar innan bilden hade tagits. I sin helhet var det bildtexten som befäste tolkningen av bilden som en efter-mensvärks-bild snarare än en vanlig festbild. Bildtexten har även i vissa fall en förklarande funktion.

## 7.2 Steg 2: Aktörer och perspektiv

Steg 2 syftar till att undersöka aktörer och perspektiv i mensaktivisternas inlägg och avser att tillsammans med steg 3 besvara studiens andra frågeställning.

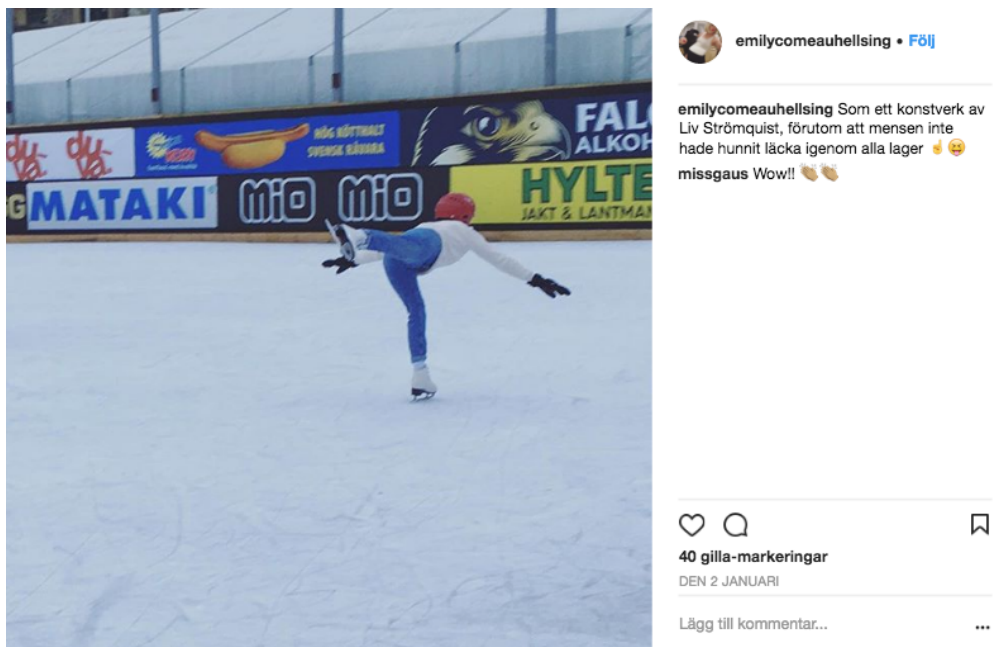
### 7.2.1 Avsändare och riktning

De som har talan i inläggen är nästan uteslutande kontots innehavare själv. I vissa fall vidarebefordrar kontot även någon annans talan, exempelvis från en artikel, men ställer sig då även bakom dess budskap. Exempel på detta är @baraliteblod som delat ett inlägg från @theperiodprince, men där hon även uttrycker stöd för det han säger. Något som också upptäcktes var att de ideella organisationerna i vissa fall för en slags allmän talan och ser sig själva som en större rörelse människor. Ett exempel är ett inlägg av @\_mensen\_ där de ger ett svar till SD:s menskonstkritik. De skriver att “många menstruerande personer [känner] sig socialt obekväma”, och att menskonst är ett “frigörelse-moment för alla menstruerande som fått lära sig att gömma sin mens”. De gör sig till talesmän för många fler människors eventuella åsikter än bara sina egna, och tycks mena att detta är en allmänt accepterad hållning.

Avsändaren för inläggen identifierar sig oftare som enskild individ snarare än en grupp, bortsett från de ideella organisationerna. Det fanns ett antagande att fler av inläggens

avsändare skulle identifiera sig med en större grupp, exempelvis “vi kvinnor”. Konstnären @jessicahallback uttrycker inte explicit ett “vi” och att hon för kvinnors talan – samtidigt sätter hon samhället och mannen i motsättning till kvinnans verklighet och uppfattning. Hon förmedlar ett tydligt vi-och-de-tänk vilket naturligt skapar ett “vi” gentemot dem som står i motsättning.

Övervägande delen av inläggen verkar vid första anblick rikta sig till en bred målgrupp – alltså inte specifika grupper, utan till “alla”. Många av inläggen bygger dock på att mottagaren har viss förkunskap som därför endast vissa grupper har förståelse för. Andra innehåller viss information som också intresserar och tilltalar vissa grupper mer än andra. Exempel på förkunskap är vissa inlägg som förutsätter att mottagaren är införstådd i mensrelaterade ämnen. Till exempel publicerade @emilycomeauhellsing en bild på en person som åker skridskor med bildtexten: “Som ett konstverk av Liv Strömquist, förutom att mensen inte hade hunnit läcka igenom alla lager (två emojis)”. Detta inlägg exkluderar alla som inte har sett Livs Strömquist menskonst och vet att hennes konstverk ofta innehåller mensblodsfläckar. Även om inlägget explicit tycks tilltala samtliga som tar del av inlägget, riktar det sig snarare implicit till en smalare målgrupp som har denna kunskap. Andra inlägg riktar sig till en mycket bred publik då de har en förklarande ton och förutsätter inte att läsaren har någon förkunskap.



**AKTIVIST 1 (ALLMÄN): @EMILYCOMEUAHELLSING**

Ett tema i riktningen bland några inlägg är de som implicit riktar sig till kvinnor och placerar dem i motsättning till män. Detta är framförallt inlägg av konstnären @jessicahallback som har en tydlig feministisk prägel med en något hårdare ton än inlägg från övriga konton. Hennes inlägg har ett tydligt kvinnofokus, som till exempel en bild på ett av hennes prints med texten "Kvinnor är grymma, för de kan blöda en hel vecka utan att dö". Även om män också kan hålla med om den åsikten, går det att anta att syftet snarare är att uppmuntra kvinnor. Ett sådant här inlägg skulle snarare tilltala kvinnor än män, då det troligen är kvinnor som tycker att inlägget är både humoristiskt och viktigt.

En intressant iakttagelse gjordes kring det redan nämnda inlägg av @\_mensen\_ vilket berör SD:s kritik kring mensrelaterad konst. Trots att @\_mensen\_ i sin bildtext menar att inlägget är ett svar på SD:s uttalande, tycks texten i fråga inte rikta sig till någon särskild aktör. Partiet tilltalas eller adresseras inte heller på något annat vis, exempelvis genom att tagga partiets Instagramkonto. Det är därför möjligt att anta att inlägget fyller en annan huvudsaklig funktion än att möta SD:s kritik; att klargöra sin ståndpunkt inför de egna följarna. På så vis sätts kontots agenda, och det skapas en gemenskap med följare med likadana åsikter. Att lyfta sådana frågor bland de egna följarna skulle kunna syfta till att bygga upp den egna gruppen av anhängare samt skapa en känsla av att vara allierade i en kamp mot en motståndare.

### 7.2.2 Perspektiv

Mensaktivisterna tar sig an olika roller i inläggen och lyfter olika perspektiv; till stor del ett kvinnligt perspektiv som tar sig varierande uttryck. Aktivisterna i kategorin offentliga personer lyfter till stor del den menstruerande kvinnan. Exempelvis beskriver ett av @karinadelskolds inlägg hur hon tar sig an en vardagsutmaning i att byta bläckpatroner i skrivaren, samtidigt som hon har PMS och även @emilycomeauhellsing lyfter den menstruerande mammans perspektiv. De konton som inte utgår ifrån ett personligt perspektiv lyfter snarare ett samhällskritiskt eller faktagrundat perspektiv i mensfrågan, vilket inbegriper framförallt de ideella organisationerna, konstnärerna samt @baraliteblod. Till exempel handlar en del av inläggen om SD:s kritik mot menskonsten i Slussens tunnelbanestation samt kontonas motkritik. Några av inläggen har ett feministiskt, och ibland starkt kritiskt, perspektiv mot patriarkala strukturer kring mens. Det är främst konstnären @jessicahallback som har detta perspektiv i sina inlägg. Även det intersektionella perspektivet lyfts i flertalet inlägg. I dessa inkluderas en mångfald av etniciteter såväl som icke-normativa personer och transsexuella. Detta tar sig uttryck i exempelvis @lingonkollektivets inlägg om en nylanserad informerande film om mens i vilken mångfaldsperspektivet är tydligt framträdande. Detta

stämmer väl med den tidigare forskningen som menar att de senare vågornas feminism där intersektionalitet och queerteori är integrerat.

### **7.2.3 Uppmaningar**

En stor del av inläggen innehåller olika uppmaningar till läsaren av varierande karaktär. Även om uppmaningarna är mest framträdande bland de ideella föreningarna, finns uppmanande inslag bland alla aktivister. Till stor del handlar det om att på olika sätt ta del av kontots eget material, att exempelvis gå på event de anordnar, läsa blogginlägg, lyssna på en podd, köpa en bok, se en film de har producerat, och så vidare. De uppmaningar som syftar till köp är oftast något subtilt framlagda och är snarare inbyggt i det övriga innehållet i inlägget. Det finns även uppmaningar till engagemang, framförallt från de ideella föreningarna. Det är till exempel att skriva under ett remissvar, till att följa deras partners konton, kommentera om medhåll finns, och så vidare. Det går att anta att detta tillhör en strategi av identitetsbyggande och gemenskap för de ideella föreningarna och deras följare. Ett konto som sticker ut i sammanhanget är @glasclara, då de inlägg som studerats har saknat uppmaningar.

## **7.3 Steg 3: Analys av det implicita**

Steg 3 syftar till att undersöka det implicita i mensaktivisternas inlägg. Detta steg, tillsammans med steg 2, avser att besvara studiens andra frågeställning om hur budskap förmedlas i mensaktivisternas inlägg. Till en början kommer det mest framträdande i den semiotiska och lexikala analysen redogöras för. Därefter kommer inläggens tonalitet och strategi redovisas.

### **7.3.1 Semiotisk och lexikal inläggsanalys**

#### ***Blodet och dess betydelse***

I den semiotiska analysen är, kanske föga förvånande, mensblod den vanligaste konnotationen. Det är olika element i bilderna som gav upphov till denna konnotation. Få inlägg porträtterar verkligt mensblod, utan de flesta inlägg skildrar mensblodet i illustrationer eller konstverk. Slutligen används den röda färgen frekvent i inläggen i exempelvis emojis,



kläder och på bokomslag. Den röda färgen konnoterade i många fall mensblod. Även i text nämns begrepp som "blöda" eller "blod", vilket även det i sammanhanget ger konnotationer till mensblod. Som redogjordes för i tidigare forskning ses mens i många kulturer som skamligt och orent. Som argumenterats för är detta också fallet i vår egen svenska sociokulturella kontext, då mensblodet än idag porträtteras som en klarblå vätska i mensskyddsreklamer. Det går därför att anta att mensblod i traditionella medier är ovanligt. Att visa mensblod i illustrationer och konst, eller bara att använda färgen röd som en koppling till mens, är inte lika provocerande som att visa verkligt mensblod. Dock står det fortfarande ut i ett Instagramflöde som något kontroversiellt. Det kan också vara ett tillvägagångssätt att rent praktiskt kringgå Instagrams tendens att plocka ner bilder som skildrar mensblod – oavsett om det är verkligt eller inte, och trots att detta inte strider mot några publiceringsregler. Ett exempel på en konnotation till mensblod är @baraliteblods inlägg som skildrar en vit bok med en bloddroppe på framsidan. Även detta är ett exempel på hur något som ses som en ren och prydlig yta befläckas av en röd bloddroppe – det smutsiga mensblodet.

Två av de analyserade inläggen visar upp blod på ett sådant sätt att de, med sitt underliggande budskap, konnoterar något mer än bara mensblod. Den första av dessa är en re-post på @\_mensen\_s konto från transpersonen Cass Bliss (@theperiodprince), som visar hur personen i fråga håller upp en hand med blodtäckta fingrar. Tillsammans med det besvärade ansiktsuttrycket, och den förklarande texten, blir det tydligt att Cass besväras av sin mens. Här blir då konnotationen att mensblodet är något mer än bara en besvärande vardagsföreteelse; mensen blir en påminnelse och symbol för upplevelsen att vara fast i fel kropp. Det andra inlägget är det av @glasclara i samband med Halloween, där hon på bild syns hand i hand med en man. På Claras vita byxor syns en röd fläck i skrevet, medan mannen har en röd fläck runt munnen som rinner längs med hakan. Bildtexten lyder: "Fan sorry att vi är sena till festen, vi eeeeeeh ja. Kul att vara här". Konnotationen blir här inte bara att Clara har mens utan även att mannen utfört oralsex på Clara. Att koppla ihop mensblod och sex är, om möjligt, en än mer kontroversiell koppling. Intressant i detta inlägg är även att en man porträtteras (det enda inlägg där detta görs) och att upplevelsen av bilden är att han står på Claras sida i den mensaktivistiska kampen. Detta är förenligt med den tidigare forskningen av de senare vågorna av menskativismen, där även män blir inkluderade i kampen för jämställdhet (Munro, 2013).



**AKTIVIST 2 (OFFENTLIG PERSON): @GLASCLARA**

### ***Intersektionalitet och jämlikhet***

Något som några inlägg konnoterar är intersektionalitet och jämlikhet. Som tidigare nämnts, är det intersektionella synsättet något som inkluderats i feminismen från och med den tredje vågen. Ett exempel är när @\_mensen\_ i ett inlägg talar om “menstruerande personer” istället för att tala om dem som kvinnor – vilket historiskt sett har varit det vanliga. Ytterligare ett exempel på detta är @lingonkollektivets inlägg om kontots nylanserade informationsfilm om mens. Bilden är en skärmdump från filmen och består av fem stycken individer som står framför en bakgrund föreställande en stor livmoder. Personerna har olika ålder och etnicitet, medan en person har slöja och en person sitter i rullstol. Vissa av dem ser ut som kvinnor medan ett par inte har ett tydligt identifierbar könsidentitet. Detta ger tydliga konnotationer till mångfald, då så många olika typer av personer porträtteras trots att det endast är fem personer på bilden. Som redogjordes för i teori och tidigare forskning är detta inlägg även ett tydligt exempel på egna initiativ till kunskapsproduktion och informationsspridning, som enligt Della Porta och Diani förklarar som en del av den feministiska kampen.

### **Betydande, överexikaliserade och exkluderade ord**

I den lexikala analysen utkristalliseras inget direkt tydligt mönster gällande betydande ord eller överlexikalisering. Mens var ett ord som står ut som betydande i många inlägg, vilket är logiskt då det ofta är det inläggen primärt handlar om. Dessutom är mens som sagt ett tabubelagt ämne och att nämna ordet explicit gör att det blir anmärkningsvärt – inte minst i Instagramdiskursen. Exempel på andra betydande ord i analysen är trans, PMS, partnerskap, blöda, med flera. Slutligen är ett intresseväckande ordval ordet “MENSIMPERIET” som används av @\_mensen\_ i samband med deras inlägg om att de blivit partners med @lingonkollektivet. Ordet imperium är något som konnoterar något stort, ett välde med en härskare. “MENSIMPERIET” verkar i inlägget syfta på samarbetet mellan @lingonkollektivet och @\_mensen\_, och det går därför att anta att de vill vara den styrande makten – imperiet – när det gäller mens. Övriga ordval som kan anses vara intressanta i analysen är en viss tendens bland mensaktivisterna att använda kraftiga eller rent av överdrivna ordval i beskrivningar av mens och mensvärk. @glasclara beskriver att hon “däckt i soffan av smärta”, samt att hon legat i “fosterställning”. Ordvalen är mycket målande och kan upplevas som något dramatiska.

Angående överlexikalisering kan inga övergripande mönster bland inläggen identifieras. Dock, i inläggen av @emilycomeauhellsing och @jessicahallback, är ordet “kvinnor” något överlexikaliserat. I den lexikala analysen för exkluderade ord i diskursen är det dock möjligt att se mönster. Till att börja med är det något anmärkningsvärt att @karinadelskold i alla sina inlägg exkluderade ordet “mens” i bildtexterna. I tre av fyra inlägg är det huvudsakliga fokuset PMS, vilket är ett ord som hon däremot inkluderar frekvent. Då PMS har en tydlig koppling till mens upplevdes ordet vara medvetet exkluderat. Ett av @karinadelskolds inlägg föreställer ordet “MENS” klottrat på ett elskåp. Bildtexten lyder: “Gissar att klottraren är en kvinna med pms som längtar”. Även om bilden tydligt säger “MENS” är det intressant att Karin i sina egna ord inte väljer att skriva mens, utan att nämner PMS. Som redogjorts för i tidigare forskning kan det i vissa fall finnas en större acceptans för saker som sägs i bild istället för i text. Detta kan därför vara ett medvetet val av Karin, om hon inte önskar förmedla budskapet mens explicit. Det är dessutom tydligt i inlägget att budskapet “mens” inte är klottrat av Karin själv utan av någon annan, och det är alltså inte Karin som “säger” ordet.

En iakttagelse i analysen är att det görs en diskursiv exkludering av ordet män. Det är tydligt att inlägget berör män, men ändå görs ett val att inte explicit nämna dem i inläggen. Ett exempel på detta är återigen @jessicahallbacks inlägg av ett print med texten: “Varför är samhället mer äcklat av mens än av våldtäkt?”. I bildtexten står det att konstverket på bilden

hänger på kontorets toalett för att den som står upp och kissar ska se den. Implicit är det tydligt att det är mannen Jessica syftar på, utan att skriva det uttryckligen. Detta mönster syns i flera av Jessicas inlägg samt bland andra mensaktivister, vilket skulle kunna tyda på ett medvetet val. Möjligtvis vill aktivisterna inte ge mannen någon plats eller makt, och gör detta genom att diskursivt exkludera dem.

I många fall innehöll inläggen implicit information där läsaren behövde tänka mer kreativt, eller ha vissa förkunskaper för att till fullo förstå budskapet. Enligt det teoretiska ramverket går det att, genom att studera underliggande information, blotta en viss diskurs. En del av inläggen förutsatte att mottagaren redan till viss del var insatt i aktuella kvinno- och mensrelaterade ämnen. Detta syns exempelvis i Emilys “vägran att gratulera på Internationella kvinnodagen”, där anledningarna bakom detta antas vara givna. Det förutsätts att detta är något som läsarna håller med om. Annan underliggande information som ses för som för givet accepterad, är att SD:s åsikter bör avfärdas. Partiets åsikter kring menskonst nämns i flertalet inlägg, men vad de mensaktivistiska kontona faktiskt tycker om SD:s politik generellt formuleras aldrig explicit. Det verkar vara självklart att partiets åsikter är felaktiga samt att sympatier för deras politik helt saknas bland kontots följare.

### 7.3.2 Tonalitet och strategi

I analysen identifieras vissa strategier och tonaliteter i inläggen. Det är möjligt att påstå att valet av en viss strategi kan resultera i en särskild tonalitet. Därför har i resultat och analys valet gjorts att presentera dessa tillsammans för att få en lättare överblick.

Syftet med studien har inte varit att studera de olika kontona eller kategorierna av konton separat, utan snarare se på mensaktivismen som en helhet. Genom analysen har det dock inte gått att undvika att se att kontona har olika strategier, ton och tillvägagångssätt, och att dessa skulle kunna ha koppling till olika funktioner inom mensaktivismen. För att återknyta till Persdotters uppdelning av rörelsen kring mensaktivism (som hon benämner som MCM) går det att se att de olika kontona kan kategoriseras enligt dessa och har därmed olika funktion. @lingonkollektivet, @\_mensen\_, och @baraliteblod hör tydligt till gruppen “Menstrual Educators” som vill, med en pedagogisk ingång, ändra hur mens uppfattas genom böcker, bloggar och workshops, med mera. De resterande kontona, @glasclara, @karinadelskold, @jessicahallback, @leifstromquist och @emilycomeauhellsing, tillhör istället “Menstrual Talkers”. De vill snarare provocera och, genom att prata mer om mens genom personliga erfarenheter, bryta tystnaden kring ämnet. Den sista av Persdotters kategorier, “Alternative

FemCare/ers”, som är förespråkare av alternativa mensskydd, tar sig inte tydligt i uttryck i de inlägg vi studerat men troligen skulle denna roll kunna synas hos många av kontona till viss del. Denna kategoriindelning skulle kunna ligga till grund för varför de olika kontona använder de strategier och tonaliteter som de gör.

### **Abjektifiering och attractification**

Genom den insamlade empirin blir det tydligt att abjektifieringsstrategin används bland de undersökta mensaktivistiska kontona, där syftet är att destabilisera ordning och utmana normer. Detta är främst tydligt genom de redan diskuterade inläggen där blod, antingen äkta mensblod eller konstgjort sådant, syntes. Att verkligt mensblod, som vanligtvis ses som mycket privat, porträtteras på ett offentligt socialt medium, är ovanligt. Att lyfta något som för många kan klassas som äckligt, med syftet att utmana normer är ett tydligt exempel på hur mensaktivister använder abjektifieringsstrategin. Som också nämnts används ofta humor eller ironi i samband med abjektifiering, vilket @glasclaras halloweeninlägg är ett exempel på.

Att visa blod i bild – oavsett om det är verkligt eller fiktivt – visar på en abjektifieringsstrategi. Ett exempel på när mens skildras som något äckligt är när @emilycomeauhellsing i ett inlägg har en bild där hon är utklädd till en blodig tampong i mänsklig storlek på Sergels Torg. Då blod kan väcka äckel blir tanken på en gigantisk blodig tampong något obehaglig. I analysen syns även ett mönster på hur det äckliga stundtals presenteras i ett mer städat sammanhang. Som nämnts i teorikapitlet är denna strategi – attractification-strategin – vanligt förekommande tillsammans med abjektifiering. Ett exempel på detta är @glasclaras selfie från en konsert där de fyra tjejerna på bilden ser mycket iordninggjorda ut, vilket ger en känsla av fräschhet. Bildtexten blir därför en kontrast till det rena, när Clara beskriver hur “mensen rann längs låret från första låten” under konserten. Denna attractification-strategi gör att Clara har möjlighet att tala om mycket explicita och privata detaljer kring sin mens, exempelvis hur tampongen läcker och blodet rinner nedför låret, då hon placerar händelsen i ett mer städat sammanhang. Texten är normavvikande och utmanande, medan bilden faller inom ramarna för en typisk anspråkslös Instagrambild. Detta gör att det budskapet förankras i en mer lättsmält bild.

### ***Humor, ironi och nonchalans***

En ton och en strategi som förekommer frekvent var humor. Analysen visar att en humoristisk jargong främst användes av @glasclara, @karinadelskold samt @emilycomeauhellsing. Humorn som används visar ofta på en självdistans, där kontoinnehavaren framhäver sina personliga brister, dråpliga vardagshändelser samt egna misslyckanden. Även konstnärerna använder sig av humor, men en mörkare sådan som bekräftar den tidigare forskningen om att feministisk humor till stor del syftar till att skratta åt rådande maktstrukturer och diskurser.

Humorstrategin tog sig i vissa fall skepnaden av ironi och nonchalans. Detta syns i exempelvis @karinadelskolds inlägg om att installera färgpatroner i en skrivare samtidigt som hon har PMS, vilket hon beskriver med en ironisk och låtsad glädje över situationen. Genom att använda humor kan Karin prata om PMS mer öppet än vad som annars varit accepterat, vilket stärker Weavers och Alberto Moras forskning. Den nonchalanta tonen används uteslutande av de konstnärliga kontona. Exempel på detta är @leifstromquists skärmdump av en The Guardian-artikel som berättar om Livs menskonst, men också att inte alla uppskattar den. I bildtexten nämner inte Liv den uppenbara kritiken utan skriver enbart: “Men Gud va bra The Guardian blivit på sista tiden ce n’est pas?! Intressanta rep”. Tonen blir något nonchalant då inlägget ger ett intryck av att Liv inte bryr sig om vad hon får för kritik.

Det finns även återkommande drag i mensaktivisternas inlägg att använda sig av förlöjligande som strategi. För detta utgör tidigare nämnda @leifstromquists kritik mot SD det mest belysande exemplet. Här bemöter hon SD:s kritik genom tre skrattgråtande emojis, tillsammans med ett tydligt politiskt ställningstagande hashtag – #entartetkunst (tyska för “urartad konst”). Detta är troligtvis ett mycket medvetet val från Livs sida, där hon inseminerar att SD är nazister. Istället för att uttrycka ilska, sårbarhet eller en känsla av kränkhet, väljer Liv att porträttera SD:s uttalande som det verkliga misslyckandet.

### ***Hyper-personalisation***

Persdotter talar om en typ av hyper-personalisation som mensaktivister använder sig av, där det främst handlar om intima mensupplevelser som befinner sig på gränsen mellan personligt och privat. Denna typ av strategi används främst av @glasclara, där öppenheten framförallt är tydlig i inläggens texter snarare än i bild. Exempelvis beskriver hon sin upplevelse av mensvärk inför konserten med Bo Kaspers Orkester, som tidigare nämnts, både ingående och personligt: “Här har jag precis kommit ut på andra sida från den värsta mensvärk jag någonsin upplevt och har fortfarande sovmärken på ena kinden [...]”. Som beskrivits i det teoretiska ramverket kan detta vara ett sätt för Clara att komma på samma nivå som mottagaren, och på

så vis bryta tabun kring en mensrelaterad upplevelse.

Något som kan ses i analysen är att hyper-personalisation i vissa fall samspelar med något som skulle kunna vara ett försök att väcka känslor hos mottagaren. Ett exempel på detta är inlägget från @\_mensen\_; en re-post från @theperiodprince som beskriver hur han som transperson upplever det att ha mens:

“This morning I woke up in a panic because I’d packed away the only other @lunapads boxers I own aside from the one that hung bloodily of my hips after a night of no sleep, painful cramps, and relentless dreams about family rejection and people attacking me for being trans”.

@theperiodprince delar här en personlig berättelse som skulle, i linje med hyper-personalisation, kunna räknas som på gränsen till privat. Förutom hyper-personalisations funktion att bryta tabun och att människor ska kunna identifiera sig med honom genom det han berättar, går det att argumentera för att inlägget även väcker känslor hos mottagaren.



**IDEELL ORGANISATION: @\_MENSEN\_**

### ***Frustration och missnöje***

Ett mönster bland inläggen är en kombination av en ton av frustration och missnöje samt en känsla av kampvilja. Dessa inlägg är oftast en beskrivning av ett problem kopplat till mens eller kvinnofrågor, och innehåller i vissa fall någon uppmaning till agerande. Ett exempel på detta är inlägget från @lingonkollektivet om Socialstyrelsens nya riktlinjer kring endometrios. I inlägget beskriver kontot att riktlinjerna är otillräckliga, och att dessa kommer leda till “fortsatt diskriminering och vanvård”. Efter problembeskrivningen står det: “Vi kräver mer – DET RÄCKER INTE”; vilket förstärker känslan av missnöje. I slutet uppmanas mottagaren att skriva under ett remissvar som kritik till Socialstyrelsens egna riktlinjer.

### ***Saklighet och förtroende***

I analysen iakttas att många av aktivisterna använde sig av en förtroendebyggande strategi med hjälp av saklighet. Flertalet av aktivisternas inlägg lyfter faktabaserade argument medan de tonar ner känslaspekten. Detta kan exempelvis ses i @baraliteblods där hon presenterar statistik kring olika länders momssatser på mensskydd. Syftet med inlägget är att lyfta en fråga, uttrycka ett missnöje och skapa diskussion genom att bygga sina argument på verkliga fakta. Detta syns även i exempelvis @karinadelskolds inlägg då hon lyfter upp PMS-frågan ur ett sakligt perspektiv som bygger på vetenskaplig forskning eller fakta kring ämnet. Genom att lyfta fram denna typ av information syftar troligen kontoinnehavaren att skapa ett förtroende hos mottagaren genom att visa på legitim kunskap.

### ***Assimilerings-, överenskommelse- och separationsstrategi***

Hur dessa konton bedriver mensaktivism är också möjligt att analysera utifrån hur de förhåller sig till den dominanta kulturen, som tidigare omnämnts som Muted group theory. I detta fall innebär den dominanta kulturen den diskurs som upprätthåller strukturen vilken mensaktivismen syftar till att utmana. Vilket förhållningssätt kontona anammade skiljer sig märkbart dem emellan, och därför kan ingen sådan generalisering göras. Dock iakttogs vissa återkommande strategier för varje specifikt konto.

Ett frekvent använt förhållningssätt var att sträva efter överenskommelser mellan den egna gruppen och den dominanta kulturen. Som nämnts tidigare i rapporten är syftet med en sådan strategi att sträva efter att få den dominanta kulturen att förstå livserfarenheterna hos en



marginaliserad grupp, en muted group. Genom att göra detta är förhoppningen att den dominanta kulturen ska inkludera dessa erfarenheter i sin världsbild och därmed bredda förståelsen och öka acceptansen. Ett framträdande exempel på detta är inlägget där @baraliteblod re-postar ett inlägg från @theperiodprince. Inlägget är en film där @theperiodprince förklarar hur det är att vara trans och ha mens. Tonen är personlig och vänskaplig, men också tydlig och saklig, och på så sätt blir budskapet relativt okomplicerat att ta till sig. Detta förhållningssätt syftar alltså till att informera den dominanta normativa kulturen om hur en muted group – i det här fallet transpersoner – hanterar sin mens.

Vidare finns ett flertal exempel på konton som tillämpar assimilering i sitt förhållningssätt till den dominanta kulturen. Gemensamt för dessa inlägg är deras mer städade uppsyn och att de inte framför någon öppen kritik. Vidare är en ytterligare likhet bland dessa inlägg att de ofta tilltalar en bredare publik snarare än enbart den menstruerande kvinnan. Dessa inlägg rör bland annat lanseringen av @baraliteblods bok, @\_mensen\_s föreläsning, @leifstromquists artikel i The Guardian samt @karinadelskolds förord i boken om PMS. Dessa inlägg syftar troligtvis till att lyfta ett samtal som inkluderar fler samhällsgrupper än enbart de menstruerande kvinnorna. Rimligtvis är det också därför de väljer ett mjukare sätt genom plattformar som anses vara mer legitima för att närma sig ämnet mens; genom litteraturen, kunskapen och vetenskapen. När de assimilerande mensaktivisterna förmedlar sitt budskap görs detta med den dominanta kulturens språk; de anpassar sig – assimilerar – för att nå fram.

En del av mensaktivisterna anammar snarare ett separatistiskt tankesätt. Dessa inlägg visar ingen större vilja att föra en dialog med den dominanta gruppen – istället intar de en motsäggande position med syftet att utmana och uppröra. Det tydligaste exemplet på ett sådant konto är @jessicahallback som frekvent publicerar material med en mycket kritisk hållning. Trots att det kan antas vara underförstått att Jessica håller männen ansvariga, förs ingen dialog eller försök att nå överenskommelser med männen. Detta kan illustreras av att Jessica som tidigare nämnts exkluderar ordet män i sina inlägg. Hon tycks vilja hålla diskussionen med kvinnor, för kvinnor, och det är exkluderingen av männen i denna fråga som gör hennes separationsstrategi tydlig. Den separatistiska hållningen anammas även av @emilycomeauhelsing; inte minst i det inlägg hon publicerar i samband med Internationella kvinnodagen. I detta inlägg uttrycker Emily en stark sympati för kvinnokamp och systerskap. Hon “vägrar säga grattis” till kvinnorna på Internationella kvinnodagen samt nämner “det jämställda Sverige” med stor ironi. Detta tyder på ett tydligt ställningstagande och separationsstrategi från Emilys sida.

## 7.4 Steg 4: Analys av det kontextualiserade

Det fjärde och sista steget i analysen syftar till att besvara studiens tredje frågeställning samt en betydande del av studiens syfte. Detta sker genom att placera mensaktivisternas inlägg i en större kontext. Till en början analyseras huruvida inläggen ifrågasätter den samhälleliga diskursen samt vilken kontext mensen placerades i. Här utkristalliserade sig ett antal olika teman, varav de mest framträdande redogörs för nedan. Efter detta redogörs för den mest betydande informationen som framkom av problem-orsak-lösning-modellen.

### 7.4.1 Kontexter

#### ***Mens i offentligheten***

Som redogjorts för tidigare har mens historiskt sett varit något som förpassats till den privata sfären, och har därmed inte fått ta plats på offentliga arenor. Detta är en struktur som vi ser att mensaktivisterna genomgående utmanar genom att föra mensen ut ur den privata sfären och placera den i nya arenor.

Då Instagram i sig kan räknas som en offentlig plattform, innebär det att mensaktivisternas närvaro och diskussioner på plattformen kan ses som en form av aktivism som etablerar en normbrytande diskurs. Det skulle därför kunna gå att argumentera för att samtliga inlägg passar in under temat mens i offentligheten. De inlägg vi identifierat har dock även innehållsmässigt visat på ett offentligt perspektiv. Det är när mens konkret har rört sig i det offentliga rummet, exempelvis i inläggen som porträtterar Livs Strömquists menskonst i Slussen eller Jessica Hallbäcks adbusters<sup>4</sup> i Stockholms tunnelbana. Detta är två exempel på när mens ges och tar plats i det fysiska offentliga rummet. Kollektivtrafiken är kanske ett av de handgripligare exemplen på ett offentligt rum där många människor rör sig. I den rådande strukturen och diskursen där mens är något som tabubelagts visar dessa inlägg på ett tydligt ifrågasättande av tystnadskulturen kring ämnet. Mensen blir inget som förpassas till en privat sfär eller en arena där bara kvinnor rör sig, utan tar plats i det offentliga.

Det finns även en mer informell aspekt av offentligheten, som skulle kunna tänkas röra fler människor än de faktiska rumsliga uttrycken. I ett inlägg från @lingonkollektivet re-postas

---

<sup>4</sup> Jessicas adbusters innebär att hon tar ner reklam på tunnelbanan och ersätter dem med sina egna prints.

förslaget från @plan\_uk om en mensemoji. Inlägget beskriver hur @plan\_uk skickat in ett förslag på en mens-emoji som nekats, och hur de arbetar för att ta fram en ny emoji. Emojis kan idag räknas som en självklar del i de digitala nätverkens språk, och vissa menar att de har potentialen att bli ett nytt universellt språk (Bliss-Carroll, 2016). Att etablera en mensemoji visar på konkreta ansträngningar att introducera ämnet mens på denna arena. Forskning visar att en avsaknad av ord för att beskriva kvinnors upplevelser kan leda till att kvinnor blir tystade och inte finner upplevelserna legitima (Griffin, et. al., 2015). Då emojis skulle kunna räknas till de digitala nätverkens språk, kan bristen på en mensemoji förstärka tystnadstabu kring mens. En mensemoji hade på ett symboliskt sätt visat att mens är del av diskursen och lanseringen av en sådan emoji hade gett människor möjlighet att prata om det mer öppet och nyanserat. Detta går att knyta an till Della Porta och Dianis teori som redogjorts för, om hur feminister i de senare vågorna för en kamp för det symboliska och meningsskapande värdet – i det här fallet emojis.



**IDEELL ORGANISATION: @LINGONKOLLEKTIVET**

### ***Mens i finrummet***

Inom mens i det offentliga urskiljdes ett antal underkategorier av arenor som aktivisterna för in mens på. Den mest framträdande av dessa arenor benämns här som “finrummet”. Detta innebär att mens har tagit plats på arenor som litteratur, forskning, konst, tidningar, med mera – arenor som historiskt sett tillhört en elit och inte varit tillgängliga för samtliga i samhället. Dessa arenor kan därför räknas till en finkultur; ett metaforiskt finrum dit inte alla

är inbjudna. Exempelvis iaktogs mensens inträde i finrummet i @baraliteblods inlägg, där det beskrivs att hennes bok har blivit översatt till engelska. En bok om mens är att flytta in något som kan räknas som smutsigt in på en mer exklusiv arena. I inlägget tycks det exklusiva vara något som eftersträvas då bokomslaget är klassiskt utformat. Det lyfts även fram i text och i hashtag att boken finns på The London Book Fair, vilket är en erkänd stor bokmässa – ett finrum. Liknande strategi att lyfta fram erkända plattformar är när aktivisterna publicerat skärmdumpar av artiklar och tv-program på ämnet mens från the Guardian, BBC och New York Times.

Ett annat exempel på ett slags finrum är det rum dit enbart personer med viss kulturell och social legitimitet har tillträde. Detta är alltså inte rum som bygger på att aktörerna har stor kunskap och därmed får legitimitet, utan det rör sig snarare om ett socialt kapital då de är kända av många. Detta fenomen iakttas i de offentliga aktivisternas inlägg, och då framförallt Clara Henry som av många skulle benämnas som en känd person. I ett av @glasclaras inlägg porträtteras hon och en vän på röda mattan vid en premiär av Bo Kaspers Orkester på Cirkus i Stockholm. Bilden konnoterar exklusivitet och kändisskap på grund av dess typiska pressbildsegenskaper; den röda mattan, fotoväggen och de poserande kändisarna. Claras bildtext har en annan ton än bilden då den istället presenterar en transparent berättelse om hur Clara bara timmar innan haft kraftig mensvärk. Besökarna på konserten märkte högst troligen inte att Clara hade mens – det var alltså inget hon konkret presenterade i det fysiska finrummet. Detta är en aspekt av Claras premiärkväll som enbart de som tar del av hennes Instagraminlägg får veta. För dessa blir det dock uppenbart att Clara för in mensens i ett finrum, då hon kopplar sin mensupplevelse till själva premiärkvällen. Ett finrum, som präglas av det städade yttre, elegans samt exklusivitet, får plötsligt sällskap av mensens som inte har lika fina konnotationer. Trots dess städade tillvägagångssätt är även detta en form av mensaktivism. Denna genre är inte tillgänglig för alla mensaktivister, men Clara har möjlighet att bedriva den i egenskap av känd person.



glasclara • Följer

glasclara Eftersom allt jag gör nuförtiden är att sitta hemma i samma svettiga t-shirt och skriva på Bok 2.0 SAMT gå på trevliga event om kvällarna består mitt flöde just nu till typ 33% av röda mattan-bilder. Så. Ja. Här kommer en till. Jag och @melaniewehbe var på @bokaspersorkester nya show förra veckan! Här har jag precis kommit ut på andra sidan av den värsta mensvärk jag någonsin upplevt och har fortfarande sovmarker på ena kinden efter att ha däckat i soffan av smärta & värktabletter typ två timmar innan vi skulle vara på plats. Tack gud för täckande smink, kroppens förmåga att ligga i fosterställning och trevliga fotografer. Just här plåtade Jari Kantola. Trevlig kväll!

Visa alla 24 kommentarer

molla\_biom Har du slutat med yt?□



11 779 gilla-markeringar

DEN 29 JANUARI

Lägg till kommentar...

## AKTIVIST 2 (OFFENTLIG PERSON): @GLASCLARA

Dessa arenor som benämns som “finrum” har i sig själva stor legitimitet. Exempelvis läses stora nyhetsmedier av många människor och tar upp viktiga samhällsämnen. Att dessa källor lyfter ämnet mens, som inte räknas som ett “fint” ämne, gör att det vinner legitimitet. Detta skulle kunna vara den bakomliggande anledningen till att föra in mensen i finrummet, då det verkar vara en återkommande strategi inom mensaktivismen. När det finns litteratur, poddar och forskning kring mens blir det ett öppet ämne för diskussion på ett annat sätt, då det finns erkänt innehåll att diskutera. Att någon väljer att skriva en bok eller artikel, eller forska kring mens, ger vikt till ämnet – det upplevs som viktigt och relevant. Det blir fördelaktigt för mensaktivistkontona att lyfta fram dessa exempel när mensen tas in i finrummet, då det visar att de engagerar sig för ett ämne som fler har intresse för.

### ***Mens som politik***

Som nämnts i det teoretiska ramverket har feministiska rörelser ofta ett gemensamt drag; att göra det privata till något politiskt. Enligt Langellier och Hall är det när något privat lyfts ut i det offentliga som det blir politiskt (Langellier & Hall, 1989). Sådana drag har även iakttagits i empirin. Detta bekräftar den tidigare redovisade forskningen av Munro, Drüeke och Zobl om att det privata kan bli politik.

En hashtag som stod ut från de andra som särskilt politisk var #entartetekunst som används

av menskonstnären @leifstromquist i samband med ett inlägg om att SD kritiserat hennes verk i tunnelbanan. De menar, som även nämnts tidigare i rapporten, att menskonst inte är ett passande val av konst för en så offentlig plats. Uttrycket, "Entartete Kunst" är tyska för "urartad konst", och var ett begrepp som användes i Nazityskland för att beskriva konst som uppfattades som mindervärdig eller oduglig. Konst av denna sort var den typ av verk som nazityskarna ansåg vara "icke-tysk", judisk, homosexuell eller kommunistisk. Tusentals konstverk brändes, många konstnärer tilldelades utställningsförbud och en del förbjöds att måla helt och hållet. Med denna bakgrundsinformation i åtanke är det möjligt att anta att @leifstromquist gör en sammanlänkning mellan SD:s konstkritik och naziregimens reglering av konst. Detta kan ses som ett tydligt politiskt ställningstagande från Livs sida där mens blir ett ämne för diskussion inte bara på kulturell nivå, utan även politisk.

Ytterligare ett av de konton som drev mensfrågan ur ett tydligt politiskt perspektiv var @jessicahallback. Hon publicerar en bild där hennes print syns uppsatt i ett tunnelbanetåg, föreställande en person med blodiga underkläder. Bildtexten lyder: "SD tycker att menskonst är stötande så fixade lite mer"; följt av visat stöd för Liv Strömquists menskonst genom en positiv bildtext. Även @\_mensen\_ tar politisk ställning mot SD genom ett öppet brev publicerat på kontot. Utöver @leifstromquists och @jessicahallbacks politiska inlägg finns även konton som snarare använder en assimilerings- eller överenskommelsestrategi, där kontona iklär sig rollen som politiker, och talar på politikers vis.

Ett flertal övriga inlägg med en politisk hållning, utan att vara specifikt riktade mot ett parti eller en makthavare, kunde också identifieras. Dessa inlägg tycks kritisera en struktur eller samhället i sin helhet. Här är kritiken mot patriarkatet återkommande, trots att det ofta uttrycks något implicit. Exempelvis uttrycker @emilycomeauhellsing en kritisk ton kring "det jämställda Sverige". Som nämnts tidigare "vägrar [Emily] naturligtvis att säga grattis till alla 'starka kvinnor'". Utifrån detta är det möjligt att anta att Emily kritiserar vanligt förekommande uttryck i samband med Internationella kvinnodagen, och att hon motsätter sig den rådande diskursen. Det blir tydligt i inlägg som kritiserar patriarkatet, att mens är en av många frågor som drivs i kritik mot det. De inlägg som pratar om mens, pratar även implicit om kvinnans plats i samhället i stort; mens är en av frågorna i en större feministisk rörelse. Exempel på detta är @jessicahallback, som för en tydlig politisk kamp mot patriarkatet med mensfrågan som det explicita. I sitt inlägg med printen "Varför är samhället mer äcklat av mens än av våldtäkt?" är det explicit mensfrågan som är i fokus. Implicit är det dock våldtäkter och trakasserier mot kvinnor, kvinnors rättigheter och plats i samhället som diskuteras som politisk fråga. Mensen blir politik, och för samtidigt in andra kvinnorelaterade

frågor i fokus. Bland de inlägg som – om än implicit – ifrågasätter en patriarkal struktur, förespråkas systerskapet och kvinnokampen parallellt.



**KONSTNÄR: @JESSICAHALLBACK**

### ***Mens i vardagslivet***

Mensaktivisterna utmanar även diskursen kring mens i vardagskontexten. Att visa upp sitt vardagsliv är något som är populärt att göra på Instagram. Här är mensaktivisterna inget undantag, eftersom de anser att mens är en naturlig del av vardagen, och följarna får ta del av den. Detta kan exempelvis ske genom att som vissa konton tala om sin egen mens; som @karinadelsköld när hon skriver att hon har PMS och byter färgpatroner. Eller också att, som @glasclara, nämna mens generellt, som att hon såg menskonst på tunnelbanan och instagrammade detta. Möjligen kan strategin att inkludera mens i vardagen vara ett sätt att avdramatisera ämnet. Mensen ges på det sättet en självklar plats i vardagen och mensaktivisterna tycks därför nämna mens utan inlindande och diskretion som att det vore lika normalt som att nämna exempelvis huvudvärk.

#### 7.4.2 Mensaktivism som alternativ offentlighet

Mensaktivismen består inte av helt isolerade aktivister och Instagramkonton utan någon koppling till varandra. Det finns tydliga symboliska band av systerskap och en gemensam kamp integrerad i mensaktivismen. Dessa mensaktivistiska konton skulle, som beskrivits tidigare, kunna förklaras i termer av Bennett som förverkligande medborgare (actualizing citizens). Dessa bildar löst organiserade nätverk som verkar för sakfrågor genom mer konkreta handlingar, snarare än att enbart engagera sig i konventionell politik. I flertalet inlägg ifrågasätts den rådande konventionella politiken, där såväl SD:s kulturpolitik som momssatser på mensskydd kritiserar. Istället är ett mycket tydligt utmärkande tema bland mensaktivisterna ett samhälleligt och politiskt deltagande som har stora likheter med den förverkligande medborgaren. Det tycks finnas en generell misstro mot den konventionella politiken och därför tas ingen partipolitisk ställning. Även detta bekräftar Bennetts forskning om den förverkligande medborgaren och dennes sakfrågepolitiska engagemang. Dock, som tidigare bevisats i rapporten, kan mens ur sakfrågeperspektiv ändå bli ett ämne för diskussion på konventionell politisk nivå.

Med avstamp i Frasers forskning skulle de mensaktivistiska kontona kunna vara en alternativ plattform för diskussion som en slags alternativ offentlighet – en “counterpublic”. En marginaliserad grupp, som kvinnor, skapar en egen parallell offentlighet där det ges möjlighet till andra diskussioner än i den konventionella offentligheten. Fraser, som nämndes i det teoretiska ramverket, beskriver hur gruppen där får utveckla sina identiteter, intressen och behov samt ifrågasätta samhällets uteslutande normer. Vid analysen av empirin har drag av counterpublics varit tydliga i olika utsträckning. På ett sätt är det möjligt att tala för att mensaktivismen som helhet är en enda counterpublic, då de tillsammans utgör en plattform för en diskussion som – enligt tidigare redogörelser – inte alltid tillåts i den konventionella offentligheten. Även vissa enskilda konton skulle kunna ses som en mindre counterpublic, då några av dem stämmer bättre överens med Frasers förklaring av begreppet än andra. De konton som stämmer in till störst del på denna beskrivning är de ideella organisationerna, @\_mensen\_ och lingonkollektivet. En anledning till detta är att aktivisterna, trots skenet av att vilja påverka makthavare och nå ut till andra människor med sina åsikter, verkar ha ytterligare syften med inläggen. Ett av dessa skulle kunna vara att bygga upp en känsla av gemenskap, snarare än att tilltala människor med andra åsikter. Inläggen verkar snarare syfta till att få gensvar för åsikten, än att skapa dialog i kommentarsfältet med motståndare. Inga större ansträngningar verkar göras för att nå nya följare utöver de som redan är förespråkare av mensaktivism. Till exempel används inte hashtags till relaterade ämnen eller taggningar i



någon stor utsträckning. Möjligtvis är det så att när en gemenskap och tillit finns kan följarna, som Fraser redogör för, få möjlighet att utveckla sin mensaktivistiska identitet och sina sakfrågeintressen. Dessa konton och dess kommentarsfält kan då fungera som en frizon för mensaktivisterna och deras anhängare. Det formas en parallell offentlighet där syftet inte är att de dominanta rösterna i samhället ska få något utrymme att yttra sina åsikter – såvida de inte gör det på mensaktivisternas villkor. I denna offentlighet kan kontots följare få utvecklas och sedan föra vidare den information och kunskap de tillgodogjort sig, och sprida detta på sina egna digitala plattformar. Detta tillvägagångssätt bekräftar Bennetts forskning hur den förverkligande medborgaren på digitala plattformar kan producera, ta del av och sprida andras material i en sakfråga.

### **7.4.3 Patriarkatet och systerskapet**

Som en del av studiens Berglez-inspirerade analysmodell undersöktes även huruvida mensaktivisterna formulerade en problembild, orsakerna bakom denna samt en potentiell lösning. Detta steg i analysen syftar till att ge en bild av hur mensaktivisterna ser på den sociokulturella kontexten samt de diskurser som utmanas respektive etableras. Endast det mest betydande från analysen kommer här att presenteras.

Det huvudsakliga problemet som mensaktivismen tycks stå inför är inte greppbara konkreta faktorer med konkreta lösningar. Istället förklaras problemet som abstrakta övergripande strukturer som genomsyrar samhället i stort. Sådana strukturer medför en diskursiv tabubeläggning och tystnadskultur, som i sig orsakar en negativ kvinnosyn, nedprioritering av kvinnorelaterade sjukdomar inom sjukvården samt politiska stadgar som är ogynnsamma ur kvinnlig synpunkt. Ett konkret problem – som ligger till grund för tabubeläggningen av mens, och motiverar mensaktivismens existens – presenteras sällan. Dock, när ett problem väl presenteras, som nämndes ovan under rubriken Mens blir politik, hålls det patriarkala ansvarigt. Oavsett inläggets strategi, målgrupp eller innehåll, var missnöjet mot denna struktur och dess medföljande problematik ett ihållande tema. Kritiken mot patriarkatet var endast i vissa fall explicit, medan den oftare förmedlades latent. Hur problemet presenteras – om det presenteras – tycks skilja sig beroende på vilken typ av kamp kontot för. Detta redogörs för utförligare senare.

Då det inte sällan är en patriarkal struktur som ses som det främsta problemet, är det föga förvånande att det är just kvinnokampen, med tydliga inslag av systerskap, som ses som lösningen på det. I mensaktivisternas strävan efter en lösning på problematiken räds de inte att

ta saken i egna händer. Detta sker exempelvis genom att omforma diskursen till menstruerandes fördel inom olika samhälleliga arenor, vilket redogjorts för tidigare. Det tycks vara ett genomgående tema inom mensaktivismen att aktivisterna driver frågor och bildar opinion likt politiker, utan att egentligen uttrycka en partipolitisk tillhörighet. Om problemet är att det råder okunskap och tystnad är lösningen samtal genom föreläsningar, nyhetsartiklar, litteratur och poddavsnitt – vilket det tydligt argumenteras för i en stor del av inläggen. Om problemet är att den rådande lagstiftningen och reformerna är inadekvata, kritiserar detta offentligt samtidigt som konkreta alternativ på dessa tas fram. Samtliga initiativ som iakttagits sker alltid med ett tydligt feministiskt fokus, där kvinnans åsikter, känslor och vilja sätts i främsta rummet.

Missnöjet över den rådande situationen, och viljan att ta kampen själv, är det som tycks karakterisera mensaktivismen. Detta stödjer den tidigare forskning och teori som nämnts om aktivism i stort, och då specifikt forskningen kring medborgarnas förändrade politiska engagemang av Bennett. Där mensaktivisterna tycker att politiken och myndigheter brister, tar de egna initiativ och agerar i vissa fall exempelvis en utbildningsfrämjande instans, likt skolan. Detta syntes till exempel när @lingonkollektivet publicerade en informerande mensfilm.

### ***Två olika sätt att föra kamp***

Från empirin identifierades ett antal olika sätt att motsätta sig den normativa diskursen. Denna typ av strukturell motsättning tog sig uttryck i främst två olika sätt att bedriva mensaktivistisk kamp: den städade kampen som fokuserar på saklighet, samt den mer ostädade kampen som snarare syftar till att provocera och störa ordningen.

Den städade kampen tar sig i uttryck i exempelvis @lingonkollektivets inlägg om endometriosis. I inlägget skriver @lingonkollektivet att de har gjort en granskning av Socialstyrelsens riktlinjer för endometriosis och menar att rapporten brister på viktiga punkter. I slutet av inlägget finns en uppmaning att skriva under kontots egen remissversion. Det går därför att tala för att @lingonkollektivet för en kamp med sakliga argument – de talar ett språk som liknar det politikerna själva talar. De bjuder in läsaren att vara med i kampen genom att skriva under den alternativa remissversionen, och på det sättet påverka politiken. Det som studien definierar som den städade kampen är när argumentationen är saklig och inte främst syftar till att provocera i sin mensaktivism. Syftet är snarare att föra en dialog med de som har möjlighet att påverka.

Exempel på den ostädade kampen är @emilycomeauhellsings inlägg i vilket hon beskriver sina “stoltaste kvinnokampsögonblick”. I inlägget framgår det att Emily fört denna kamp på ett flertal olika sätt, men alla syftar till att på något sätt störa ordningen eller provocera – i detta inlägg genom att vara utklädd till en blodig tampong eller skrika i en demonstration. Tonen i inläggen är vanligen frustrerad och formuleringar som kan uppfattas som provocerande används frekvent – exempelvis används svordomar i högre grad. Gemensamt för inläggen som för en ostädad kamp är avsaknaden av en saklig argumentation som anpassar sig efter en samhällsordning – istället är budskapet oensurerat och direkt. Det är tydligt att budskapet i större utsträckning präglas av avsändarens känslor och troligen vill påverka mottagaren genom att uppröra.

### ***Kampens strategi***

Det har nu konstaterats att mensaktivistiska konton kan betraktas som en alternativ offentlighet – en counterpublic – samt en marginaliserad grupp – en muted group – utifrån den redovisade teorin. Utifrån dessa teorier finns olika strategier att utmana den konventionella offentligheten och dominanta kulturen. Det har även redogjorts för två olika sätt att bedriva kamp – den städade respektive den ostädade kampen. I analysen kan samband iaktas mellan val av kamp samt val av muted group-strategi. Assimileringsstrategin respektive separationsstrategin, som befinner sig i varsin ände av detta spektrum, fyller två olika funktioner i en mensaktivistisk kamp trots att aktivismens mål och syfte är detsamma. Det som kan utrönas från analysen är att assimileringstrategin tycks användas i större utsträckning bland de konton som för en mer städad kamp, exempelvis aktivister som är offentliga personer och rör sig i sociala och samhälleliga “finrum”. I den andra änden finns separationsstrategin, och det är möjligt att se att dessa konton generellt för en mer ostädad kamp; de kritiserar patriarkala strukturer och håller samhället och makthavare ansvariga för menstaben. Däremellan finns, som diskuterats i resultatet, en relativt frekvent användning av en överenskommelsestrategi i vilken aktivisterna syftar till att få den dominanta kulturen att förstå en marginaliserad grupp. När denna strategi används kan kampen kategoriseras som såväl städad som ostädad.

En slutsats som framkommit när empirin har studerats, är att den ostädade kampen i kombination med separationsstrategin först och främst väcker uppmärksamhet på grund av sitt kontroversiella tillvägagångssätt. Det är också möjligt att denna typ av strategi främst tas emot av den egna följarskaran samt bygger upp den och dess gemenskap; detta då aktivisten

ställer kampen i motsättning till andra grupper och strukturer. Den städade kampen, med den assimilerade strategin, syftar istället till att tilltala den bredare målgruppen. Den riktar sig vanligen inte till en viss grupp, utan präglas av att inte exkludera någon aktör. Då budskapet är mer lättsmält och fint inlindat upprör det troligen inte mottagaren i samma utsträckning. Den städade kampen är därför sannolikt lättare att ta till sig om mottagaren inte har ett eget ännu utvecklat intresse för mensfrågan. Detta då deras budskap inte bygger på att få gehör för en provocerande åsikt, utan snarare mer sakligt redogöra för frågan utan att kräva förkunskap.

## 8. Diskussion

### 8.1 Slutsats och reflektioner

Studien har syftat till att undersöka hur svenska mensaktivistiska inlägg på Instagram, i såväl text som bild, utmanar rådande samhällsstrukturer och normer kring mens. Detta har studerats genom att analysera vilket innehåll som publicerats av mensaktivisterna, samt hur budskapet har förmedlats i mensaktivisternas inlägg. Slutligen analyserades i vilka kontexter mensrelaterade ämnen har diskuterats genom aktivisternas inlägg och vad mensaktivisterna ser som problemet samt lösningen. Efter sammanställning av resultatet samt genomförd analys har samtliga frågeställningar besvarats.

Genom studien har en stor bredd iakttagits bland mensaktivisternas publicerade innehåll på Instagram, där inga generella mönster utkristalliserats. Möjligt att säga är dock att mensaktivister frekvent lyfter fram aktuella händelser kopplat till mens – gärna från andra etablerade källor för att vinna legitimitet åt det egna kontot samt ämnet mens i stort. Många av inläggen innehåller uppmaningar till att ta del av annat publicerat material som böcker, poddar och artiklar producerat av kontot själv eller andra aktörer. De inlägg som porträtterade människor bestod i stort sett uteslutande av antingen kvinnor eller transpersoner. Vidare var det intersektionella perspektivet kring mens ett genomgående tema bland mensaktivisternas publicerade innehåll. Även budskapen förmedlades på en mängd olika sätt med olika strategier. Framstående var dock ändå humor samt abjektifiering och attractification som hade funktionen att göra budskapet mer lättsmält. För att förmedla budskapet om mens användes mensblod eller röd färg till stor del för att representera frågan. Mensblodet tog sig uttryck i en mängd olika skepnader, men till störst del i konst och illustrationer.

Slutligen var det tydligt att samtliga mensaktivister återkommande placerade ämnet mens i en arena där den tidigare inte varit representerad i samma utsträckning. Oavsett om detta var i ett socialt finrum eller i politiken, tycks det finnas en gemensam strävan mot att utmana var mensen hör och inte hör hemma i samhället. Således är en slutsats av detta att mensen placeras i en mängd olika kontexter – ofta mycket varierande beroende på i vilka sammanhang mensaktivisten själv rör sig. Mensaktivisterna som grupp går att ses som en alternativ offentlighet, eller counterpublic, och de har olika sätt att bemöta den dominanta kulturen. I resultatet redogjordes för två olika sätt att bedriva kamp på. Först och främst urskiljdes den städade kampen som utgår från saklighet och assimilering. Därefter definieras den ostädade kampen, som utgår från känslomässig och provocerande argumentation med en

tydlig separationsstrategi. En möjlig slutsats av detta är att den städade kampen respektive den ostädade fyller två olika funktioner i en mensaktivistisk kamp, trots att aktivismens mål och syfte är detsamma.

Den menstruerande kvinnan, och mensen i sig, har historiskt sett varit förtryckt och tabubelagd av rådande samhällsstrukturer och diskurser. En gemensam ståndpunkt bland mensaktivisterna tycks vara att mensen drivits så långt in i det privata att mensen blivit skamlig. Tystnaden kring mens i samhällsdiskursen har bidragit till att även ämnen kopplade till mens, som inte rör det intima, har tystats ner. Även om mensblod per definition inte är en politisk fråga, är exempelvis debatten kring moms på mensskydd utan tvekan det. För att återta makten över mensen och den egna kroppen, som ju är en del av en större feministisk rörelse, driver mensaktivisterna kampen på olika nivåer och arenor. Mensen talas både om på en personlig och intim nivå, samtidigt som mensaktivisterna lyfter ämnet till det högre politiska perspektivet. Frågan är om målet med aktivismen är att främja ett öppet samtal om det intima, eller om det intima – i det här fallet mensblodet – snarare används som ett redskap för att utmana strukturer. Den högre strukturella nivån rör allt från konst i tunnelbanan till moms på mensskydd, och blir ämnen för politisk debatt. Således har mensen, det privata, inte bara blivit offentligt utan även politiskt. Något som är tydligt är att, genom att lyfta mensfrågan i allmänhet, har också kringliggande problem och orättvisor åskådliggjorts. Detta knyter an till vår problematisering gällande hur viktigt det är att bryta tabun kring mens för att ett öppet samtal ger ljus till relaterade problem som tidigare varit gömda, exempelvis tidigare nämnda period poverty.

Sammantaget är en möjlig slutsats att essensen av mensaktivismen vilar i det latent, där argumentationen ofta uttrycks inbäddat i en sociokulturell kontext. Svaret på hur mensaktivister utmanar rådande diskurser har således inte ett sådant enkelt svar som att de innehåller ett särskilt bild- eller textmaterial. Mensaktivism bedrivs på samhällets alla arenor, oavsett om det är genom en selfie från hemmet eller en bild på röda mattan. Mensaktivister tycks ha ett gemensamt ändamål att placera mens i sammanhang där den inte tidigare fått utrymme, och för ämnets talan där det tidigare varit tystat. I analysen har stor kreativitet iakttagits i mensaktivisternas strategi att föra in mensen i offentlighetens olika arenor. Oavsett vad den enskilda mensaktivisten anser att det sammantagna problematiken kring ämnet mens är, tycks det finnas en homogen hållning kring hur den bör lösas – och lösningen stavas kvinnokamp.

## 8.2 Vidare forskning

Sammanfattningsvis, med ny vetenskap om hur mensaktivism bedrivs och utmanar rådande diskurser, bör resonemang föras om framtida möjliga forskning. Som nämnts tidigare i studien har viss mensaktivism funnits sedan 70-talet, men att den svenska mensboomen inte kom förrän 2014. Sedan dess har mensen gjort framfart på nya platser och tagit sig ett stort antal uttryck. Clara Henrys bok lanserades 2015, år 2016 inleddes diskussionen av moms på mensskydd och 2017 satte SL upp menskonst i tunnelbanan. Kanske är det så att 70-talets feminism, med inslag av mensrelaterade ämnen, var första vågens mensaktivism. Kanske upplever vi nu den andra vågen där kampen börjar i en alternativ, ofta digital, offentlighet och sedan tagit sig upp på politisk nivå. För vidare forskning kring mensaktivism hade det möjligtvis varit av vikt att identifiera sådana olika vågor, likt inom den feministiska aktivismen i stort. En intressant iakttagelse är att mensaktivistiska initiativ, som tagit avstamp i den alternativa offentligheten, till viss del nått den konventionella offentligheten och integrerats med den. Frågor på den mensaktivistiska agendan har nått konventionell politisk nivå, och nu återstår att se hur dessa debatter utvecklar sig. Än är det inte möjligt att uttala sig om vilken verklig påverkan dessa initiativ haft. Därför anser vi det vara av mycket stor vikt att i framtiden forska på fler aspekter kring den mensaktivistiska påverkanskraften, och därmed bidra kumulativt till ett – än så länge – relativt outforskat svenskt forskningsfält.

I denna studie har syftet varit att undersöka mensaktivismen i stort, och därför är resultatet inte utformat efter analys av det enskilda kontot. Ingen hänsyn har därför tagits till hur många följare kontona haft, hur många gilla-markeringar ett visst inlägg fått, eller vilket övrigt innehåll kontot publicerar. Detta är något som i vidare forskning skulle vara intressant att inkludera i en liknande studie. @glasclara är ett konto som står ut i förhållande till de andra kontona som studerats i denna studie. Räckvidden är, i förhållande till de andra mensaktivisterna, mycket stor på grund av kontots höga följartantal på 468 000 följare (@glasclara, Instagram, 21 maj 2018). De ideella organisationerna har ett större fokus på mens i sitt innehåll än exempelvis Clara Henry, som endast publicerar sådana inlägg sporadiskt. Det varierade innehållet gör att Claras konto tilltalar en större målgrupp – inte minst de människor som saknar intresse för mensrelaterade ämnen. Ett belysande exempel på detta är att Clara fick närmare 50 000 gilla-markeringar på sitt inlägg med ämnet mens vid Halloween. På så vis är Clara något unik inom mensaktivismen, då det går att argumentera för att hon har en fot i vardera offentlighet – såväl den alternativa som den konventionella. För vidare forskning hade det därför varit intressant att studera enbart Claras Instagraminnehåll.

Denna studie har inte syftat till att undersöka vilken påverkan mensaktivismen på Instagram

har haft på varken större maktstrukturer eller den enskilda individen. I vidare forskning hade det varit intressant att undersöka vilka inlägg som ger störst påverkan och exempelvis vilka strategier och tonaliteter som har störst genomslagskraft. Sådan forskning hade kunnat vara till stor vikt för mensaktivism och aktivism i stort.

### 8.3 Metoddiskussion

Som tidigare klargjordes i metodreflektionen har studien en socialkonstruktionistisk ansats, och präglas således av mycket tydliga kvalitativa forskningsdrag. Av denna anledning är det av vikt att föra en diskussion kring huruvida studiens tillvägagångssätt påverkat resultatet, och vilka konsekvenser detta medfört.

Valet av empiri påverkar givetvis till stor del studiens resultat. Det är rimligtvis så att innehållet i de mensaktivistiska inläggen skiljer sig över olika tidsperioder. Den inhämtade empirin för studien sträckte sig över en tidsperiod där SD:s kritik mot menskonsten var uppe på dagordningen, vilket syntes tydligt i vår empiri då flertalet av inläggen berörde just detta. Detta faktum i kombination med att våra 32 inlägg ur en svensk kontext inte är så många sett till mensaktivismens totala mängd inlägg, gör att en fullständig bild av mensaktivismens innehåll inte kan redogöras för i denna studie. Det bör poängteras att även två inlägg som bestod av videoklipp valdes ut för analys även om analysverktyget främst var anpassat till bild. Detta då inläggen ansågs intressanta för studien samt att de följde det kronologiska mönstret i urvalet för empirin. Videoklippen analyserades på snarlikt sätt som de övriga bilderna – röstläge och övrig information som hör specifikt videor till, lades ingen större vikt vid. På grund av detta något ytliga tillvägagångssätt vid behandling av videomaterial, kan därför information gåttts miste om.

Trots studiens tydliga kvalitativa utgångspunkt valdes 32 inlägg ut för analys, vilket i detta fall kan ses som en riklig mängd information. Det kan argumenteras för att den svenska mensaktivistiska sfären är så begränsad, att fyra inlägg från två konton vardera ur fyra olika aktivistgrupper, är tillräckligt för en gedigen analys. Empirin bör således ge en relativt överskådlig bild över hur svenska mensaktivister verkar för att utmana rådande diskurser på Instagram.

Studiens resultat är baserat på våra egna tolkningar av mensaktivisternas inlägg och saknar ett objektiva tillvägagångssätt. Således kan resultatet präglas av våra egna förkunskaper och



åsikter samt sociokulturella tillhörighet. Exempelvis lär det faktum att vi båda är menstruerande kvinnor påverka vår syn på studiens empiri och resultat.

## 8.4 Slutligen

Denna studie redogör inte för vilka verktyg som är bäst lämpade för att bedriva mensaktivism, utan snarare beskriver vilka de är och hur de tar sig till uttryck. Vår förhoppning är att studien kan ligga till grund för kommande mensaktivistisk forskning och därigenom väcka ett större intresse för området på samhälls nivå. Vi är av denna uppfattning då vi, som redogjorts för i problematiseringen, anser att det är ett viktigt ämne såväl ur en svensk som ur en internationell kontext. Det är möjligt att vid första anblick av mensaktivismen enbart se den ostädade kampen och tro att den uteslutande syftar till att provocera. Inte att förglömma är att den mensaktivistiska kampen ämnar till att lyfta av ett ok av skam ifrån menstruerande människors axlar. Därigenom innebär mensaktivistiska initiativ en strävan mot ett mer jämlikt samhälle. Slutligen är därmed vår förhoppning att denna studie ska öka läsarens förståelse för ämnet mens samt väcka ett intresse för ett tidigare skambelagt ämne.

# Referenser

- Baer, H. (2016). *Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism*. *Feminist Media Studies*, 6(1), 17-34. doi:10.1080/14680777.2015.1093070
- Bennett, W. Lance. "Changing Citizenship in the Digital Age." Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Edited by W. Lance Bennett. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 1–24. doi: 10.1162/dmal.9780262524827.001.
- Berglez, P. (2010). Kritisk diskursanalys. I M. Ekström & L. Larsson (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap* (s.265-288). Lund: Studentlitteratur AB.
- Bergström, G., & Boréus, K. (2000). *Textens mening och makt : Metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Bergström, G., & Boréus, K. (2012). *Textens mening och makt : Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys* (3., [utök.] uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Björnvik, J., Agnar, J., & Adolfsson, J. (2017). "TABU. SCHH!": *En Analys Av Diskursen Kring Menstruation I Sportmedia under 2016*. (Kandidatuppsats). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs Universitet. Tillgänglig: <http://hdl.handle.net/2077/51754>
- Bliss-Carroll, N. (2016). *The nature, function and value of emojis as contemporary tools of digital interpersonal communication* (Master's thesis). Boiling Springs, NC: Department of English, Gardner-Webb University. Tillgänglig: <https://search-proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/docview/1853455658?pq-origsite=primo>
- Bobel. (2010). *New Blood, Third Wave Feminism and the Politics of Menstruation*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Bogert, L. (2017, 22 feb). *Så är det att ha mens i andra delar av världen*. Metro. Hämtad 2018-03-27, från: <https://www.metro.se/artikel/s%C3%A5-%C3%A4r-det-att-ha-mens-i-andra-delar-av-v%C3%A4rlden>
- Brown, M., Ray, R., Summers, E., & Fraistat, N. (2017). #SayHerName: *A case study of intersectional social media activism*. *Ethnic and Racial Studies*, 40(11), 1831-1846.
- Car, V. (2014). *Digital Activism*. *Southeastern Europe*, 38(2-3), 213-231.
- Carlén, L. & Engvall, C. (2015, 23 april). Varför anses mens fortfarande "äckligt?". *Metro*. Hämtad 2018-03-26 från <https://www.metro.se/artikel/varf%C3%B6r-anses-mens-fortfarande-%C3%A4ckligt-xr>
- Clark, R. (2016). "Hope in a hashtag": *The discursive activism of #WhyIStayed*. *Feminist media studies*, 16, 788-804. doi: 10.1080/14680777.2016.1138235

- DeMers, J. (2017, 28 mars). Why Instagram Is The Top Social Platform For Engagement (And How To Use It). *Forbes*. Hämtad 2018-04-28 från <https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2017/03/28/why-instagram-is-the-top-social-platform-for-engagement-and-how-to-use-it/#4b903b3636bd>.
- Della Porta, D. & Diani, M. (2006). *Social movements: an introduction*. (2. ed.) Malden, MA.: Blackwell.
- Derblom Jobe, M. (2017, 28 september). Nakna gubbar och mensblod – nu får tunnelbanan ny konst. *SVT Nyheter*: Hämtad 2018-04-11, från <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/ny-konst-i-tunnelbanan>
- Dijk, T.A.V. & van Dijk, T.A. (red.) (1997). *Discourse as structure and process : Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction [Elektronisk resurs]*.
- Drüeke, R. & Zobl, E. (2016). *Online feminist protest against sexism: the German-language hashtag #aufschrei*. *Feminist Media Studies*, 16:1, 35-54, DOI 10.1080/14680777.2015.1093071
- Edenheim, Sara. 2005. *Begärets lagar: moderna statliga utredningar och heteronormativitetensgenealogi*. Eslöv: Symposion.
- Eksell, J. & Thelander, Å. (red.) (2014). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur
- Ekström, M. & Larsson, L. (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Ekström, M. & Sveningsson, M. (2017). *Young people's experiences of political membership: from political parties to Facebook groups*, *Information, Communication & Society*. Information, Communication & Society. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1358294.
- Fairclough, N. & Wodak, R. (1997) "Critical Discourse Analysis," in T. van Dijk (ed.) *Discourse as Social Interaction*, pp. 258-84. London: SAGE.
- Falkirk, J. (2018, 29 mars). SD kritiska mot konst i tunnelbanan. *Dagens Nyheter*. Hämtad 2018-04-11, från <https://www.dn.se/sthlm/sd-kritiska-mot-konst-i-tunnelbanan/>
- Fraser, N. (1990). *Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy*. *Social Text* 25/26:56-80.
- Fuentes, M. (2018). *Digital Activism*. *Britannica Academic*. Tillgänglig: <https://academic-eb-com.ezproxy.ub.gu.se/levels/collegiate/article/digital-activism/609332>
- Griffin, E.A., Ledbetter, A. & Sparks, G.G. (2015). *A first look at communication theory*. (Ninth edition, McGraw-Hill International edition). New York, NY: McGraw Hill Education.

- Habermas, J., & Ratzlaff, J. (2003). *Borgerlig offentlighet : Kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället (4., översedda uppl. ed., Arkiv moderna klassiker)*. Lund: Arkiv.
- Harris, A. (2010). *MIND THE GAP*. *Australian Feminist Studies*, 25(66), 475-484.
- Henry [Instaglasclara]. (2018, 21 maj). Tillgänglig: <https://www.instagram.com/glasclara/>
- Human Rights Watch (27 augusti, 2017). Menstrual Hygiene a Human Rights Issue [Blogginlägg]. Hämtad från <https://www.hrw.org/news/2017/08/27/menstrual-hygiene-human-rights-issue>
- Hunt, E. (2017, 2 november). 'Enjoy menstruation, even on the subway': Stockholm art sparks row. *The Guardian*. Hämtad 2018-04-11, från <https://www.theguardian.com/cities/2017/nov/02/enjoy-menstruation-subway-stockholm-art-row-livstromquist>
- IIS. (2017) *Svenskarna och Internet*. Stockholm: IIS.
- Jamieson, H. (2007). *Visual communication [Elektronisk resurs] : more than meets the eye*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage.
- Keller, J. M. (2012). *VIRTUAL FEMINISMS*, *Information, Communication & Society*, 15:3, 429-447, DOI: 10.1080/1369118X.2011.642890
- Keller, J., Mendes, K. & Ringrose, J. (2016). *Speaking unspeakable things: 'documenting digital feminist responses to rape culture'*. *Journal of Gender Studies*, 1-15. doi:10.1080/09589236.2016.1211511
- Kissling, E. (1996). Bleeding out Loud: Communication about Menstruation. *Feminism & Psychology*, 6(4), 481-504.
- Kissling, E. (2002). On the rag on screen: Menarche in film and television (1). *Sex Roles: A Journal of Research*, 45, 5-12. doi 0360-0025/02/0100-0005/0
- Kjeldsen, J.E. (2002). *Visuel retorik*. Diss. Bergen : Univ. Bergen.
- Kramarae, C. (2005). *Muted Group Theory and Communication: Asking Dangerous Questions*. *Women and Language*, 28(2), 55-52.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge.

- Kristeva, J. (1982). *Powers of horror – an essay on Abjection*. New York: Columbia University Press.
- Kvist, R. (2013). *Biologiskt frisk men kulturellt sjuk (Kandidatuppsats)*. Lund: Centrum för Genusvetenskap, Lunds universitet. Tillgänglig: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=3809857&fileId=3809866>
- Langellier, K. & Hall, D. (1989). Interviewing women: A phenomenological approach to feminist communication research. Kathryn Carter, Carole Spitzack (Eds.), *Doing research on women's communication: Perspectives on theory and method*, Ablex, Norwood, NJ (1989), pp. 193-220
- Larsson, L. (2005). *Opinionsmakarna: en studie om PR-konsulter, journalistik och demokrati*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, L. & Manns, U. (2018). Feminism. I *Nationalencyklopedin*. Tillgänglig: Nationalencyklopedin, feminism. <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/feminism> (hämtad 2018-04-09)
- Liinason, M. & Cuesta, M. (2016). *Hoppets politik: feministisk aktivism i Sverige idag*. Göteborg: Makadam.
- Lindblom, C. (2016, 11 augusti). Här är första reklamen för mensskydd som visar blod. *Baaam*. Hämtad 2018-03-26 från <https://www.baaam.se/har-ar-forsta-reklamen-for-mensskydd-som-visar-blod>
- Looft, R. (2017). #girlgaze: Photography, fourth wave feminism, and social media advocacy. *Continuum*, 31(6), 892-902.
- Lundqvist, C. & Ström, L. (2017). *Blodigt allvar: En kritisk diskursanalys om Libresse reklam ur ett feministiskt medieperspektiv (Kandidatuppsats)*. Karlstad: Institutionen för geografi, medier och kommunikation, Karlstads universitet. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1118068/FULLTEXT01.pdf>.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis : A multimodal introduction*. London ; Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Mensen – Forum för menstruation. (2017, 20 oktober). Äntligen en reklam utan utan blå vätska. Hämtad 2018-03-26 från <https://mensenorg.wordpress.com/2017/10/20/antligen-en-reklam-utan-bla-vatska/>
- Mensen – Forum för menstruation. (2016). Manifest för MENSEN – Forum för menstruation. Hämtad 2018-04-16 från <https://mensenorg.files.wordpress.com/2014/05/manifest-begreppslista-rev-2016.pdf>
- Mensen – Forum för menstruation. (2016). Projekt: Mensmegafonen. Hämtad 2018-04-16 från <https://mensenorg.wordpress.com/projekt-mensbildning-i-skolan/>
- Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2), 22-25.
- Nilsson, E. (2017). *Menstruella klichéer - En visuell diskursanalys om hur visuella attribut påverkar föreställningen om menstruation (Kandidatuppsats)*. Malmö: Fakulteten för Kultur & Samhälle, Malmös universitet. Tillgänglig: <http://muep.mau.se/handle/2043/23513>

- Persdotter, J. (2013). *Countering the Menstrual Mainstream A Study of the European Menstrual Countermovement. (Master's thesis)*. Göteborg: Statsvetenskapliga Institutionen, Göteborgs Universitet. Tillgänglig: <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/34369>
- Persdotter, J (2014, 24 oktober). Sweden's Year of Menstruation – Is it the Menstrual Decade? Maybe the Menstrual Millennium? Guest Post by Josefin Persdotter, Gothenburg University [Blogginlägg]. Hämtad från <http://www.menstruationresearch.org/2014/10/24/swedens-year-of-menstruation-is-it-the-menstrual-decade-maybe-the-menstrual-millennium/>
- Persson, L. (2009). *Klassisk feminism*. Stocksund: Hydra Förlag AB.
- Piiva, K. & Karlsson, L.B. (red.) (2012). *Genusperspektiv i socialt arbete*. (1. utg.) Stockholm: Natur & kultur.
- Plan International UK (20 december, 2017). #Freeperiods - Research on period poverty and stigma [Blogginlägg]. Hämtad från <https://plan-uk.org/media-centre/freeperiods-research-on-period-poverty-and-stigma>
- Renegar, V & Sowards, S. (2004) *The Rhetorical functions of consciousness-raising in third wave feminism*. *Communication Studies* 55(4), 535-552. doi:10.1080/10510970409388637
- Saul, H. (2016, 8 september). Instagram apologises for deactivating photographer Harley Weir's account after pictures showing menstrual blood. *The Independent*. Hämtad 2018-03-26 från <https://www.independent.co.uk/news/people/instagram-deactivates-photographer-harley-weirs-account-after-pictures-showing-menstrual-blood-a7232186.html#gallery>
- Seko, Y. (2013). *Picturesque wounds: A multimodal analysis of self-injury photographs on Flickr*. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 14(2).
- Shaw, A. (2014). The Internet Is Full of Jerks, Because the World Is Full of Jerks: What Feminist Theory Teaches Us About the Internet. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(3), 273-277. doi: 10.1080/14791420.2014.926245
- Sondoni, M. (2013). *Spoken and written discourse in online interactions : A multimodal approach (Routledge studies in multimodality ; 7)*. New York: Routledge.
- Slotte, N. (2017). *Ja ja har mens, hurså? (Kandidatuppsats)*. Örebro: Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap, Örebro Universitet. Tillgänglig: <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1128372&dsid=-1026>
- Smolak, H. (Producent). (2017, 27 november). Under 15 Del 3 [Podcast]. Hämtade från <https://www.dagensmedia.se/poddar/under-femton/darfor-hade-metoo-aldrig-kunnat-bli-sa-stort-utan-sociala-medier-6885628>
- Sveen, H. (2016). Lava or Code Red : A Linguistic Study of Menstrual Expressions in English and Swedish. *Women's Reproductive Health*, 3(3), 145-159. doi: 10.1080/23293691.2016.1237712

- Sveningsson, M. (2014). "I don't like it and I think it's useless, people discussing politics on Facebook": Young Swedes' understandings of social media use for political discussion. *Cyberpsychology : Journal Of Psychosocial Research On Cyberspace*, 8(3), Cyberpsychology : *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2014, Vol.8(3).
- Sverigedemokraterna Stockholms läns landstings. (2018, 23 mars). Det är skillnad på konst och konst. [Facebook status]. Hämtad från <https://www.facebook.com/SDSL/posts/2016008495388219>
- Thorell Rågsjö, A. (2017, 6 november). Undersökning: Så spreds #Metoo rörelsen i Sverige. *Resumé*. Hämtad 2018-03-26, från <https://www.resume.se/nyheter/artiklar/2018/03/21/dagens-industri-terror-overallt/>
- Thorén, P. (2017, 15 augusti). "Vi utmanar Sverige att börja snacka om mens". *Sportbladet*. Hämtad från 2018-04-11, från: <https://www.aftonbladet.se/sportbladet/fotboll/a/01MnB/vi-utmanar-sverige-att-borja-snacka-om-mens>
- Thornton, L. (2013). "Time of the Month" on Twitter: Taboo, Stereotype and Bonding in a No-Holds-Barred Public Arena. *Sex Roles*, 68(1), 41-54.
- Toron, A., & Andrews, Jennifer. (2012). *Funny Feminism: Humour in Canadian Women's Fiction*, ProQuest Dissertations and Theses.
- Turley, E., & Fisher, J. (2018). Tweeting back while shouting back: Social media and feminist activism. *Feminism & Psychology*, 28(1), 128-132.
- van Dijck, J. & Poell, T. (2015). Social Media and the Transformation of Public Space. *Social Media + Society*, juli-december (2015), 1-5. DOI: 10.1177/2056305115622482.
- Veum, A., & Undrum, L. (2018). *The selfie as a global discourse*. *Discourse & Society*, 29(1), 86-103.
- Vigsø, O. (2004). *Valretorik i text och bild: en studie i 2002 års svenska valaffischer = Electoral rhetoric : a study of text and image in the posters of the 2002 general election in Sweden*. Diss. Uppsala : Uppsala universitet, 2004. Uppsala.
- Vårdguiden. (2018). Endometriosis. Hämtad från 2018-05-22, från <https://www.1177.se/Vastra-Gotaland/Fakta-och-rad/Sjukdomar/Endometriosis/?ar=True>
- Wasshede, C. (2013). Med hat och smuts som vapen. Queeraktivisters självpresentationer på internet. *Lambda Nordica: Tidskrift Om Homosexualitet*, 2013(1), 35-60.
- Weaver, S., & Mora, R. (2016). Introduction: Tricksters, humour and activism. *International Journal of Cultural Studies*, 19(5), 479-485.
- Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Yoldas, A. (2018, 10 jan). Antona, 28, vill att det ska vara billigare att ha mens. *Expressen*. Hämtad 2018-0e-09, från: <https://www.expressen.se/nyheter/antonia-28-vill-att-det-ska-vara-billigare-att-ha-mens/>

Zack, N. (2005). *Inclusive feminism: a third wave theory of women's commonality*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Zakrisson, S. (Producent). (2018, 24 mars). Konflikt - Mens, moms & makt. [Podcast] Hämtad från <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/1041117?programid=1300>

Zeng, J. (2014). The Politics of Emotion in Grassroots Feminist Protests: A Case Study of Xiaoming Ai's Nude Breasts Photography Protest Online. *Georgetown Journal of International Affairs*, 15(1), 41-52

Zizek, S. (1999). *The ticklish subject: the absent centre of political ontology*. New York, N.Y.: Verso.



# Bilaga 1: Analysmodell

ANALYSVERKTYG	EMPIRI
<p><b>Steg 1: Analys av det explicita</b></p> <p>1.1 Vad syns i bilden:            a) Aktörer            b) Föremål            c) Text            d) Färgval            e) Övriga intryck</p> <p>1.2 Vad sägs i texten:            a) Vad handlar texten om?            b) Vem är avsändaren?            c) Används emojis?            d) Taggas personer i inlägget?            e) Används hashtags?</p> <p>1.3. Vad är helhetsintrycket?            a) Vilka ämnen berörs i inlägget, primärt och sekundärt?</p>	
<p><b>Steg 2: Analys av aktörer och perspektiv</b></p> <p>a) Vem har talan?            b) Hur identifierar sig avsändaren?            c) Vilka perspektiv lyfts?            d) Vem riktar sig inlägget till?            e) Uppmanar avsändaren mottagaren till något?</p>	
<p><b>Steg 3: Analys av det implicita</b></p> <p><b>3.1 Semiotisk och lexikal inläggsanalys:</b>            a) Konnotativ betydelse av utmärkande element i inlägget.            b) Finns det betydande ord i inlägget, intressanta ordval eller formuleringar?            c) Konnotativ betydelse av utmärkande ord?            d) Finns det exkluderade ord?            e) Finns det en överlexikalisering?</p> <p><b>3.2 Underliggande information</b>            a) Finns det underliggande information?</p> <p><b>3.3 Tonalitet &amp; Strategi</b>            a) Var för tonalitet används?            b) Verkar det finnas en strategi?</p>	
<p><b>Steg 4: Analys av det kontextualiserade</b></p> <p>a) Vilka sociokulturella kontextualiseringar kan identifieras? b) Finns det strukturella motsättningar (discursive struggles)? Förstärks en viss struktur, medan en annan ifrågasätts eller kritiseras?            c) Presenteras en problem-orsak-lösning-modell?            d) Vilken kontext presenteras mensen i?</p>	

## Bilaga 2: Presentation av konton

### 1. Aktivist 1 (allmän)

#### a) Anna Dahlqvist: @baraliteblod

**Beskrivning:** Författare till boken “Bara lite blod”, som även getts ut på engelska. Syftet med kontot tycks vara att publicera mensrelaterat material.

**Antal inlägg:** 87

**Antal följare:** 411

#### b) Emily Comeau Hellsing: @emilycomeauhellsing

**Beskrivning:** Privatperson som beskriver sig som “trött mamma som brinner för frågor som rör kvinnors och barns levnadsvillkor.” Varierat innehåll på kontot, men med ett tydligt feministiskt fokus.

**Antal inlägg:** 875

**Antal följare:** 827

### 2. Konstnär

#### a) Liv Strömquist: @leifstromquist

**Beskrivning:** Beskriver sig själv som influencer samt är serietecknare, podcastinnehavare och konstnär. Har bland annat fått menskonst uppsatt i Stockholms tunnelbana.

**Antal inlägg:** 964

**Antal följare:** Ca 48 700

**b) Jessica Hallbäck: @jessicahallback**

**Beskrivning:** Frilansande skribent, konstnär och kreatör. Många av Jessicas inlägg handlar om hennes adbusts i Stockholms tunnelbana, som ofta gestaltar feministiska motiv.

**Antal inlägg:** 1210

**Antal följare:** 25 600

### **3. Ideell organisation**

**a) Lingonkollektivet: @lingonkollektivet**

**Beskrivning:** Förening för mensfrågor som publicerar uteslutande mensrelaterat material.

**Antal inlägg:** 156

**Antal följare:** 666

**b) MENSEN – Forum för menstruation: @\_mensen\_**

**Beskrivning:** “Verkar för att öka folks kunskap om mens och bryta tabun.” Organisationen engagerar sig i mensrelaterade frågor och publicerar endast mensrelaterat material.

**Antal inlägg:** 405

**Antal följare:** 2530

### **4. Aktivist 2 (offentlig person)**

**a) Clara Henry: @glasclara**

**Beskrivning av kontot:** Kontot är verifierat. Clara är från början en Youtuber som även skrivit boken “Ja jag har mens, hur så?”. Hon har arbetat som programledare i flertalet sammanhang, bland annat för Melodifestivalen. Instagraminnehållet är varierat.

**Antal inlägg:** 1635

**Antal följare:** 468 000

**b) Karin Adelsköld: @kardinadelskold**

**Beskrivning av kontot:** Komiker och teknikjournalist som är generalsekreterare för PMS-förbundet. Varierat Instagraminnehåll.

**Antal inlägg:** 3569

**Antal följare:** 18 800

