



## JMG – INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

# ”WATCH ME DO THIS”

En multimodal kritisk diskursanalys av svenska kroppsaktivisters innehåll och uttryck på det sociala mediet Instagram

**Sofia Rönnkvist & Amelie Svenstedt**

---

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet med inriktning PR, opinionsbildning och omvärld
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2018
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

## Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsvetarprogrammet med inriktning PR, opinionsbildning och omvärld
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2018
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson
Sidantal:	52
Antal ord:	18 808
Nyckelord:	Sociala medier, Fettaktivism, Kroppsaktivism, Instagram, Multimodal kritisk diskursanalys, Semiotik

---

Syfte:	Syftet med denna studie är att kartlägga och undersöka hur svenska kroppsaktivister uttrycker och gestaltar sin aktivism i det sociala mediet Instagram, utifrån ett kritiskt perspektiv.
Teori:	Multimodal kritisk diskursanalys, Socialsemiotik
Metod:	Kvalitativ innehållsanalys
Material:	Profiler och inlägg på Instagram för sex unga, kvinnliga kroppsaktivister i Sverige. Inläggen sträcker sig från 16 januari 2018 till 16 maj 2018.
Resultat:	Studiens resultat visar på att kroppsaktivismen på det sociala mediet Instagram är starkt identitetsbaserat och ofta liknar annan digital feministisk aktivism. Det som främst gestaltas i materialet är bilder på och text om aktivisterna, trots det upplevs en stark känsla av gemenskap till följare och aktivisterna emellan. Det framgår även tydligt att kroppsaktivismen i Sverige är en del av populärkulturen då det finns kommersiella inslag hos majoriteten av de undersökta Instagramkontona, ofta gällande samarbeten och reklam för klädesmärken som erbjuder kläder av större storlekar. De digitala plattformarna är viktiga för spridning av aktivismens budskap om att tjocka människor måste bli en del av kroppsnormen i samhället. Däremot finns det en risk att detta endast når följare eller likasinnade i slutna rum, vilket kräver att aktivisterna uppmärksammas eller erbjuds möjligheter att uttrycka sig i andra typer av medier eller via kommersiella företag.

## **Tack till**

Vår handledare Malin Sveningsson för stöttning och engagemang under arbetets gång.

Oss, som har stått ut med varandra och kämpat in i det sista för att skapa bästa möjliga forskningsbidrag.

Alla kroppsaktivister som gjort uppsatsen möjlig.

## Executive summary

Feminism is a political ideology which branches out into many different aspects concerning womanhood. Since women are oppressed in a multitude of ways in society today, feminism at large encompasses a plethora of questions and situations to be dealt with to further ensure a more equal world. One of these issues to be addressed, which is the main subject of research for this study, is that of rights of female bodies. Therefore this essay is focused on body activism in general and fat activism in particular, studying young women expressing their body activism via the social media platform Instagram.

This study has shed light upon how young Swedish female activists advocate for a more accepting and equal society in regards to different sizes of the body and use their social media to do just so. By researching what they express and how, the aim of this study is to unveil how this reflects the society and the culture in which they are active to contribute to the slim but existing research applied in this specific field.

Through a qualitative analysis of the content posted by Swedish body activists, this essay has posed questions regarding the body activism movement in Sweden and its practitioners. These aid in answering the purpose of this study, which is to map and analyze the existing situation through the utilization of multimodal critical discourse analysis. The questions were designed to function in a contributing way to one another and to create layers on which to base the analysis. Question number one therefore asked what type of content that is published, in order to discover themes and patterns across the six accounts that were chosen to be analysed in this study. Secondly it was asked how these body activists utilize textual and visual communication on Instagram in order to portray their activist causes. The third and final question asks how the results from the previously posed questions relate to a greater societal context in which these women live and practice their activism. Methodically this essay implements the theories of multimodal discourse analysis and social semiotics, which is closely linked to the tools used for analyzing the material.

The analysis of this study show that there were a number of prevalent topics in the content published by the different body activists. These themes were *normalization of the body, sexualization of the body, clothing, mental illness, community and advertisement*. These themes were identified through an initial mapping of the published posts by all of the concerned body activists, and show that the range of issues brought up are addressed quite similarly, whilst also establishing that the most common theme is normalization of the body, which all of the activist post about.

Following the six themes, a micro oriented analysis was then made using a code guide containing the previously mentioned tools for analysis. This stage focused of six posts chosen on the criteria that they were especially representative of one of the specific themes. By studying these posts more closely we discovered how they used visual metafunctions and textual modes to frame their messages, especially resulting in the finding that they all express high levels of immediacy for what they advocate in their pictures. It was also clear that the language used to express thoughts regarding these themes were often quite vague in their nature, demanding a range of implied knowledge for properly understanding the activists true meaning.

The final step of the analysis showed these previous results connected to a societal context including predominantly cultural and social aspects. What was discovered by doing so was for example that the identified theme of mental illness was something that was never explicitly portrayed in pictures, which indicates that there is a lack of visual signifiers for this type of topic in the social context or perhaps a discourse regarding mental illness which does not promote visualizing it as much as writing about it in text. The contextual analysis also resulted in the finding that the themes commercial and clothing often

overlapped, whilst also displaying a significant impact on the clothing industry in meeting the demands from some of the activist for catering to larger sizes.

All of the topics were found to be more or less closely tied to breaking or altering societal norms, whilst also portraying quite homogenous forms of expressions for doing so across the various themes. Through a critical discursive perspective it was relatively apparent to which dominant form of cultural ideology that the body activists where either adhering to or actively seeking to alter. What was present in all of these forms of expression though was the constant focus on identity and relating the different topics brought up to the personal experience of the activist.

# Innehållsförteckning

Begreppsapparat .....	8
1. Inledning.....	9
2. Bakgrund .....	11
2.1 Definition av digital aktivism .....	11
2.2 Definition av feminism .....	11
2.3 Definition av kroppsaktivism .....	11
2.4 Instagram som socialt medium.....	12
2.4 Studiens Relevans .....	12
3. Syfte och frågeställningar.....	14
4. Tidigare forskning .....	15
4.1 Förändrade former för deltagande.....	15
4.2 Digital aktivism .....	15
4.3 Feministisk digital aktivism .....	16
4.4 Kroppsaktivism .....	17
5. Teoretiskt ramverk.....	20
5.1 Multimodal kritisk diskursanalys .....	20
5.2 Socialsemiotik .....	20
6. Metod .....	22
6.1 Val av metod - Multimodal kritisk diskursanalys.....	22
6.2 Urval.....	22
6.3. Material .....	23
6.3.1 Cassandra Klatzkow (@cassklatzkow) .....	23
6.3.2 Vanessa Almeida (@vanessanoir) .....	23
6.3.3 Ebba Nilsson (@babe_ebba).....	24
6.3.4 Linda-Marie Nilsson (@lindamariie).....	24
6.3.5 Gabrielle Chellig (@riechellig).....	24
6.3.6 Ayan Jamal (@naya.lamaj).....	24
6.4 Tillvägagångssätt för analys .....	24
6.4.1 Analysredskap .....	25
6.4.2 Visuella metafunktioner .....	26
6.4.3 Textuella nivåer .....	27
6.4.4 Test av analysredskap.....	27
6.5 Etisk reflektion .....	27
6.6 Metodkritik .....	28

6.6.1 Reflektion över tillvägagångssätt .....	28
7. Resultat och analys .....	30
7.1 Innehåll och uttryck .....	30
7.1.1 Normalisering av kroppen .....	30
Mikroanalys - Normalisering av kroppen .....	31
7.1.2. Sexualisering av kroppen .....	32
Mikroanalys - Sexualisering av kroppen .....	33
7.1.3. Kläder .....	34
Mikroanalys - Kläder.....	35
7.1.4. Psykisk ohälsa .....	36
Mikroanalys - Psykisk ohälsa.....	37
7.1.5. Gemenskap .....	38
Mikroanalys - Gemenskap.....	39
7.1.6 Reklam .....	40
Mikroanalys - Reklam .....	41
7.2 Kontextualisering .....	42
8. Slutsats .....	46
9. Slutdiskussion.....	47
9.1 Vidare forskning .....	47
10. Referenser.....	49

# Begreppsapparat

*Gilla-markering:* När en person klickar på gilla/älska/hjärta i samband med ett publicerat inlägg.

*Följare:* Personer som har klickat på "följ" för att uppdateras om när ett konto eller en kanal har publicerat nytt innehåll.

*Instagram:* Ett socialt medium där användarna lägga upp bilder eller video med tillhörande bildtext.

*Post/Posta:* Att publicera något på sin egen profil eller kanal som kan vara bild, text eller video.

*Hashtag "#":* Används för att ett inlägg på sociala medier ska göras sökbart genom användandet av ett speciellt ord eller ihopdragen mening som relateras till en viss diskussion eller ämne.

*Meme:* Ett fenomen som sprids snabbt, ofta bestående av bild, text eller video som representerar ett beteende, ett tema eller någon slags mening som många personer kan relatera till.

*Influencer:* Personer som jobbar med sociala medier, ofta med ett stort antal följare.

*Intersektionalitet:* Perspektiv som uppmärksammar hur relationer av underordning och överordning skapas och upprätthålls, i samspel mellan exempelvis etnicitet/kön/genus/ funktionsvariationer/ sexualitet/religion.

*Marginalisering:* Ett begrepp som innebär att individer utestängs från makt, status och diskurs.

*Tjock:* Ett ord som ofta används i negativ mening om en person med mycket kroppsfett eller högt BMI. Ordet används av svenska kroppsaktivister som något positivt, för att normalisera betydelsen.



# 1. Inledning

I dagens moderna samhälle är människans fysiska uppenbarelse någonting som påverkar hur vi uppfattas och behandlas i vår sociala värld. Den psykiska utvecklingen, vår identitet samt livskvalité har förkroppsligats och våra fysiska karaktärsdrag värderas ständigt utifrån en kulturell och könsstereotypisk kontext (Cash, 2012). Den smala kroppen anses idag vara idealkroppen och associeras direkt med attraktivitet, social dragningskraft och självkontroll, medan en tjock kropp ofta kopplas till en svag karaktär, misslyckande och depression. Och trots att idealkroppen är svår eller omöjlig att uppnå så kan en icke-normativ kropp leda till psykisk ohälsa, utanförskap och marginalisering (Furnham & Nordling, 1998).

Att kvinnor specifikt genom historien har haft en samhällelig press på sig att vårda och ta hand om sitt yttre är inte något nytt. Kvinnor bedömer sitt yttre och värderas även av andra utifrån samhällets ideal i högre utsträckning än män (Swami, V., Coles, R., Wyrozumska, K., Wilson, E., Salem, N., & Furnham, A., 2010). Just det smala kroppsidealet är något som bevisligen avgörande påverkar kvinnor, där ätstörningssjukdomar som anorexia nervosa och bulimia nervosa statistisk sett domineras av kvinnor (Cash, 2012). Som en konsekvens av könsroller och ideal objektifieras kvinnors kroppar ständigt i det västerländska samhället, något som bland annat tar sig i uttryck av idealiserade och sexualiserade bilder av kvinnokroppar i exempelvis medier och reklam. Med objektifiering menas att en människa reduceras till sin kropp, sexualiserad och utan några andra egenskaper (Furnham & Nordling, 1998). Att upprätthålla skönhet och attraktivitet handlar därmed endast om yttre faktorer, där jaget eller personlighet inte har någon betydande funktion (Cash, 2012).

Förutom att traditionella medier länge har varit ett medel för att reproducera bilden av idealkroppen, har digitaliseringen och uppkomsten av sociala medier gjort att det idag även sker avgörande interaktioner mellan människor och producerat innehåll online (Lindgren & Eriksson, 2010). Allt fler är uppkopplade dygnet runt via smartphones, och möjligheten att ta plats i det offentliga, via exempelvis bloggar och sociala medier, gör att självpublicering idag även kan resultera i kändisskap eller vinstdrivande varumärken (Konsumentverket, 2015). Att bilder och innehåll kring den normativa kroppen och det "perfekta" levet har blivit allt mer tillgängligt att reproducera är något som dessutom ständigt utnyttjas av kapitalistiska aktörer.

Samtidigt har det blivit enklare att göra ställningstaganden i sociala medier och nya möjligheter för diskurs har resulterat i att allt fler väljer att engagera sig i politiska frågor och digitala aktivismrörelser (Baer, 2012). Den demokratiserande effekten av den politiska diskussionen online är dock något som ständigt diskuteras utifrån dess möjligheter, där vissa påstår att den bidrar till en demokratisk utopi medan andra anser att den visar på en alltmer fragmenterad och polariserad "offentlighet" (Papacharissi, 2002). För den feministiska rörelsen har internet och den digitala diskursen online exempelvis varit avgörande. Flera av de digitala aktivismrörelserna är feministiska, där fler och fler, specifikt unga kvinnor, vänder sig till dessa för att diskutera och uppmärksamma marginalisering och intersektionalitet i samhället (Munro, 2013). Samtidigt skapar de digitala plattformarnas funktion även en paradox för feminismen när de verkar identitetsskapande samtidigt som innehållet ständigt utvärderas och reduceras till det som syns i bild och text, ofta med kroppen i fokus. Det finns även en del motsättningar i att den moderna feminismen verkar i en nyliberal verklighet, då man i denna kontext anses kunna lösa personliga problem via individuella framgångar, istället för att motarbeta övergripande strukturella ojämlikheter (Baer, 2016).

Den kvinnliga kroppen som en del av feminismen har alltid varit central i kampen mot sexuellt våld, reproduktion, skönhetsoperationer, ätstörningar eller funktionsnedsättning. Då den digitala feminismen idag kopplas nära samman med nyliberalismen, som fokuserar på individens fria val och ansvar, gör det att den fysiska kroppen också blir en nyckelfaktor för identitet, kontroll och makt (Baer, 2016). Ur detta har den gren inom feminismen som kallas "fettaktivism" växt fram, där man

aktivt arbetar mot diskriminering av tjocka personer. Fettaktivismen är inget nytt fenomen i sig, men i och med sociala medier har just denna form av aktivism utvecklats och uppmärksammats. Det främsta målet är att motverka diskriminering och exklusion av personer med kroppar som inte tillhör normen (Cooper, 2012).

Den digitala utvecklingen, fettaktivismen och den aktuella diskussionen om kvinnlig objektifiering har bidragit till att språkrådet på "Institutet för Språk och Folkminnen" år 2016 klassade det övergripande begreppet Kroppsaktivism som ett nyord, vilket betyder att det är ett ord som har fått stor spridning i samhället och uppstått ur ett samhällsfenomen eller teknikutveckling (Institutet för Språk och Folkminnen, 2016). Uppkomsten och den växande betydelsen av kroppsaktivismen väcker frågor hos oss om dess företrädare och hur aktivismen tar sig uttryck där de verkar, i sociala medier. Utifrån ett visst producerat innehåll är det därför intressant och aktuellt att vidare undersöka hur svensk kroppsaktivism, och fettaktivism i synnerhet, tar sig uttryck i det sociala mediet Instagram utifrån ett kritiskt diskursivt perspektiv. Finns det återkommande ämnen och inslag som representerar kroppsaktivismen specifikt, samt vad kan detta innehåll säga om sociala strukturer och normer i det svenska samhället?

## 2. Bakgrund

Här presenteras definitioner av begrepp och bakgrundsinformation som är relevant för studien. Först redogörs för en definition av digital aktivism. Därefter beskrivs feminismen i Sverige och en definition av denna. Sedan följer en definition av begreppet kroppsaktivism ur ett svenskt perspektiv och en presentation av det sociala mediet Instagram. Avslutningsvis motiveras studiens relevans.

### 2.1 Definition av digital aktivism

Vad som menas med digital aktivism eller vad som är dess definition har diskuterats av många forskare inom olika fält, och någon konsensus om vad digital aktivism specifikt innebär existerar inte. Forskare har presenterat många olika förslag på definitioner sedan ämnet började utforskas i högre grad, men den komplexa och ständigt utvecklande naturen som både digital kommunikation och aktivism rör sig i gör det till en svår uppgift (Kaun & Uldam, 2017).

Inom media- och kommunikationsvetenskapen har den amerikanska forskaren Leah Lievrouw presenterat en definition av begreppet digital aktivism i sin bok *Alternative and Activist New Media: "alternative/activist new media employ or modify the communication artifacts, practices, and social arrangements of new information and communication technologies to challenge or alter dominant, expected, or accepted ways of doing society, culture, and politics."* (Lievrouw, 2011:19) Detta är en tolkning av begreppet som skapar en fungerande översikt av vad digital aktivism kan innebära i stort, vilken även fungerar i en global och bred kontext.

### 2.2 Definition av feminism

Nationalencyklopedin definierar feminism som "*en social rörelse för jämställdhet mellan kvinnor och män*". Det bör däremot tilläggas att det också är en global politisk rörelse som syftar till att samhället ska vara jämlikt för alla (Manns & Larsson, u.å). Feminism som ord introducerades redan på 1880-talet av Hubertine Auclert och kom till Sverige 1903, det var dock först på 60-talet som ordet populariserades och på så vis ersatte det dåvarande uttrycket "kvinnofrigörelse" (Persson, 2009).

Det talas om att de digitala plattformarna har bidragit till ett paradigmskifte för den moderna feminismen då diskurser gällande exempelvis kön och sexism har fått möjligheten att utvecklas globalt. Även kreativa metoder för att sprida budskap har tillkommit, bland dessa nämns exempelvis hashtag-feminism och feminist "memes" (se begreppsapparat) som effektiva sätt att skapa medvetenhet och mobilisering av feministiska tankar. Digitala plattformar har även, som tidigare nämnts, möjliggjort uppkomsten av nya slags intersektionella samtal mellan olika feministiska subkulturer (Baer, 2016).

### 2.3 Definition av kroppsaktivism

Den definition av kroppsaktivism som vi har valt att utgå från i vår studie, grundar sig i ett modernt svenskt perspektiv.

"Kroppsaktivism handlar om att synliggöra andra kroppstyper än den smala som passar in i normen. På sociala medier sprids bilder taggade med ord som silycklig, hälsainifrån och alladuger, i syfte att visa att alla duger som de är. Den som är kroppsaktivist har bestämt sig för att ta makten över sin egen

kropp genom att visa upp den på sina egna villkor, oavsett hur den ser ut och oavsett vad någon annan tycker om det. Andra närliggande ord är kroppspositivism, kroppsacceptans och fettaktivism.”

(Institutet för Språk och Folkminnen, 2016)

Viktigt att påpeka är dock att den kan uppfattas som exkluderande för de aktivister som är aktiva utanför sociala medier, något som främst beskrivs i tidigare anglosaxiska studier men som även existerar i Sverige idag. Begreppet inkluderar även alla typer av icke-normativa kroppar så som funktionsvarierade, åldrade, rasifierade, trans och tjocka personer. I denna studie kommer vi däremot främst att referera till den riktning benämnd som fettaktivism, där fokus ligger på personer med kroppar tjockare än vad som är normen.

## 2.4 Instagram som socialt medium

Instagram är ett sociala medie-nätverk som via en mobilapplikation ger tillgång till användaren att dela bilder och videor med sina följare. Innan innehållet delas kan materialet redigeras, bildtext kan läggas till och personer samt geografisk placering kan anges. Nätverket grundades under 2010 och har sedan dess vuxit rekordsnabbt till att bli världens andra mest populära plattform, efter Facebook som även äger Instagram, med 800 miljoner registrerade användare (Instagram, 2017). Även i Sverige är populariteten hög, där 53% av befolkningen från 12 år och uppåt, har använt sig av Instagram någon gång. Det är en större andel kvinnor än män som använder Instagram inom samtliga åldersgrupper och det finns även ett tydligt samband mellan ålder och användning. De yngre målgrupperna dominerar användandet, där mer än 80% av personer mellan 12-25 år använder mediet (Internetstiftelsen i Sverige, 2017).

Det höga användandet hos unga kvinnor har i ett flertal amerikanska studier undersökts, där resultaten har visat på att ett frekvent användande kan leda till en sämre självbild och ökad självobjektivering. Att fokus ligger främst på Instagram är just för att det handlar om att posta och dela bilder, till skillnad från exempelvis Facebook som innefattar ett mer varierat utbud av innehåll. Internaliseringen av skönhetsideal anses därmed ske både på grund av det massiva utbudet av bilder (80 miljoner uppladdningar per dag), samt möjligheten till redigering och retuschering av materialet som delas. Vilket kan skapa en verklighetsfrånvänd uppfattning om vad skönhet är (Fardouly, J. Willburger, B. Vartanian, L, 2018).

## 2.4 Studiens Relevans

Denna studie är relevant att genomföra ur flera synpunkter, både för att skapa sig ytterligare förståelse för kroppsaktivismen som rörelse samt för den ständigt utvecklande digitala aktivismen i stort.

Vi lever i ett allt mer individualiserat samhälle där ansvaret för åsikter och problemlösning har flyttats från kollektivet till individen, även när det gäller samhällsliga frågor. Samtidigt ser det politiska deltagandet annorlunda ut, där aktiva medlemmar i politiska partier minskar och aktivism under “lösare” organisationsformer på exempelvis sociala medier ökar. Detta har även gjort att det har skett ett skifte i vad man tenderar vara engagerad inom. Istället för att identifiera sig med ett politiskt parti med tydligt uttalade åsikter kring samtliga aspekter av samhället, är det idag allt mer vanligt med ett ämnesorienterat engagemang där specifika frågor är i fokus (Ekström och Sveningsson, 2017). Då kroppsaktivismen i Sverige idag just fokuserar på ett specifikt ämne och är situerat främst i specifika sociala medier och på digitala forum, krävs det därför att man bland annat vidare undersöker kroppsaktivismens uttryck och form.

Då tjocka personer inte uppfyller samhällets normer för skönhetsideal är det inte ovanligt att de ses som mindervärdiga och på så vis blir en marginaliserad grupp i samhället, ofta exkluderade från exempelvis politiska och offentliga sammanhang (Cooper, 2012). Ur det hänseendet är kroppsaktivismen något som på flera plan har möjligheten att just öppna upp samhället för grupper som tidigare har diskriminerats. Det är därför av stor betydelse att kartlägga och analysera hur kroppsaktivismen idag fungerar och ser ut, för att också kunna diskutera dess roll i samhället, både politiskt och socialt. Detta är av intresse för både kroppsaktivister specifikt, men även för den digitala aktivismen i stort.

Ur ett inomvetenskapligt perspektiv är studien av relevans då digital aktivism och kroppsaktivism är något som har forskats på tidigare, men då främst utifrån ett anglosaxiskt perspektiv. Varken forskningsområdet kring digital aktivism, eller kroppsaktivism i synnerhet, är särskilt fördjupade. Vilket gör det intressant att exempelvis utveckla och applicera tidigare internationella studier i en svenskt kontext.

Då kroppsaktivismen är sprungen ur den feministiska aktivismen innebär det att studier gällande feminism och digitalisering är aktuella att utgå ifrån. Baer skriver att "*There appears to be a consensus, that digital activism constitutes a paradigm shift within feminist protest culture*", något som visar på att feministisk aktivism i stort har förändrats i och med sociala medier (Baer, 2012:18). Även Charlotte Cooper menar att det som hon kallar tredje vågens feminism har präglats starkt av möjligheten att kommunicera via sociala medier och att bedriva sin aktivism där (Cooper, 2012). Det finns även de som talar om en fjärde våg, och att det som är specifikt för den är nätmiljöerna och de verktyg som erbjuds. Det är därför viktigt för vidare studier att undersöka hur förhållandet ser ut för svenska kroppsaktivister, samt sociala mediernas betydelse för aktivismen ur ett svenskt perspektiv.

Att fundera över hur digital aktivism ser ut och påverkar de rådande normerna i det svenska samhället är dessutom något som författaren Nils Gustafsson uppmärksammar som en övergripande intressant forskningsfråga i sin litteraturgranskning av boken *Digital politik - Sociala medier, deltagande och engagemang*. "*I vilken mån förskjuts värderingar i samhället av internt homogena sub-offentligheter?*" skriver han, något som är högst relevant att undersöka utifrån den svenska kroppsaktivismen och dess förespråkare (Gustafsson, 2016:284).

### 3. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att kartlägga och undersöka hur svenska kroppsaktivister uttrycker och gestaltar sin aktivism i det sociala mediet Instagram, utifrån ett kritiskt perspektiv.

För att besvara studiens syfte har vi formulerat följande frågeställningar:

#### **Vilken typ av innehåll postar svenska kroppsaktivister i det sociala mediet Instagram?**

Denna frågeställning syftar till att ta reda om det finns återkommande teman i innehållet som är kopplat till kroppsaktivismen.

#### **Hur använder de svenska kroppsaktivisterna text- och bildfunktionerna på Instagram för att gestalta sin aktivism?**

Frågeställningen eftersträvar att undersöka uttrycket och formen för de centrala frågorna inom aktivismen genom språk och bild.

#### **Hur kan de ämnen som svenska kroppsaktivister adresserar och gestaltar i det sociala mediet Instagram relateras till en större samhällskontext?**

Denna frågeställning avser undersöka vilka ämnen som aktivisterna använder sig av för beskriva den samhällsproblematik som finns kopplat till tjocka och kroppsaktivismen.

## 4. Tidigare forskning

### 4.1 Förändrade former för deltagande

I dagens samhälle har det politiska deltagandet genomgått en avgörande förändring, där den partipolitiska aktiviteten har sjunkit markant samtidigt som högerextrema rörelser växer sig allt större (Dahlgren, 2014). Då det politiska deltagandet anses vara vad som reflekterar det demokratiska välmåendet i ett samhälle, kan situationen vid en första anblick uppfattas som oroväckande. Dock handlar det snarare om ett betydande skifte i den politiska sfären, där politiska grupper och nätverk idag främst verkar online och i digitala medier (Ekström & Svenningsson, 2017).

Det är i första hand på sociala medier som det politiska deltagandet sker. I detta sammanhang menas deltagande att en person är aktiv inom någon form av politik genom att föra en kamp för eller mot makten i samhället. Makten kan exempelvis finnas inom en viss kultur eller i specifika diskursiva former (Dahlgren, 2014). Just det politiska deltagandet som sker på sociala medier handlar främst om att sprida ett visst budskap och att skapa sociala nätverk med andra individer. Målet är att avsändarens budskap ska uppmärksammas men också att likatänkande ska ha möjlighet att mobilisera sig. De sociala plattformarnas karaktär bygger även på att regelbundet producera inlägg och uppdatera sitt flöde, både för att informera följare men också för att upprätthålla sin egen politiska identitet (Svensson, 2014).

Hur man deltar är också något som skiftat från exempelvis formella medlemskap i politiska organisationer till att deltagandet idag regleras utifrån individen. Man kan gå med, eller ur, en organisation med ett klick och man kan spontant dela ett politiskt inlägg utan att behöva ta något vidare ansvar. Deltagandet har blivit allt mer autonomt och på så vis även mer individualiserat (Ekström & Svenningsson, 2017). Just det individualiserade deltagandet handlar mycket om identifikation och att man vidare även väljer att engagera sig inom frågor som reflekterar ens identitet, socialt och politiskt. Svensson (2014) menar att detta gör att deltagande och människors politiska orientering ofta motiveras av specifika sakfrågor, som i detta fall kroppsaktivism.

### 4.2 Digital aktivism

Ämnet digital aktivism har utifrån ett flertal discipliner forskats på flitigt, speciellt sedan 1990-talet då utbredningen av internetanvändande har ökat främst i västvärlden. Tidigare forskning inom digital aktivism har enligt Kaun och Uldam dock allt för ofta en alldeles för bred applicering av begreppet på så sätt att det appliceras som en universellt likställd aktivitet vad gäller formen av aktivismen eller teknologin. De menar att framtida forskning inom ämnet måste ta hänsyn till och redovisa de situationsberoende faktorerna för digital aktivism, samt att ett kritiskt perspektiv mot teknikens möjligheter måste implementeras (Kaun & Uldam, 2017).

I en svensk kontext undersökte Christensen (2011) hur den svenska regeringen i ljuset av uppror under den arabiska våren, där sociala medier tillskrivits stor påverkanskraft för mobilisering, relaterade till och beskrev digital aktivism och dess möjligheter för demokratiskt deltagande och förändring. Christensen menar att den svenska regeringen uttryckte en liberal teknologisk syn på digital aktivism, vad gäller både nationella och internationella perspektiv, och tillskrev digital aktivism stor kraft att påverka samhället och politiken. Specifikt möjligheterna till påverkan på politik och samhälle genom sociala medier menar Christensen är en punkt som den svenska regeringen drev kraftigt, samtidigt som han även menar att dessa uttalanden saknade det tidigare nämnda kontextuella perspektivet på digital aktivism (ibid). Vad som kan utläsas här om den svenska situationsbaserade digitala aktivismen är att

den från höga politiska instanser tidigare sett har uppmuntrats och målats upp som ett nästintill utopiskt medel för påverkan.

Ett viktigt perspektiv att lyfta vad gäller digital aktivism är att den inte kan särskiljas från vanlig aktivism eller den sociala, politiska och kulturella verkligheten som existerar utanför eller runt omkring digital kommunikation. Teknologisk utveckling och digitala kommunikationsmedel uppstår och utvecklas utifrån dessa förutsättningar och existerande förhållanden, vilket innebär att digital aktivism inte kan förstås som en separat och avskild form av interaktion från det som sker offline. Givet har digital aktivism sina specifika aspekter som gör det viktigt att undersöka och förstå, samtidigt som det moderna västerländska samhället idag präglas av just en hybridverklighet där aktivitet online och offline är svår att särskilja från varandra (Lindgren, 2013). Aspekter av digital aktivism som lyfts fram som positiva från diverse forskare är till exempel dess nationsöverskridande natur, demokratiska potential, enkla mobiliseringskraft, möjlighet till identitetskonstruktion, närhet till politiska engagemang och kollektivskapande initiativ. Genom att engagera sig via digitala kommunikationsformer skapas lägre trösklar för deltagande som enligt tidigare forskning kan göra att fler väljer att delta och uttrycka sig i frågor de bryr sig om (Dahlberg-Grundberg, 2013).

### 4.3 Feministisk digital aktivism

Inom feministiska rörelser är digitala plattformar viktiga för att bedriva aktivism idag. Ämnet har forskats på från många olika synvinklar och med olika fokus, och diskussioner förs ständigt kring vad detta innebär för den moderna feminismen. Genom att internet är en integrerad del av många människors vardag är det inte konstigt att även feministiska frågor förs via internetbaserad kommunikation, samtidigt som frågan om digitala klyftor som är viktig inom medievetenskap även är relevant inom feministiska frågor. I en artikel av Julia Schuster (2013) undersöktes hur olika generationer av feminister i Nya Zeeland var synliga för varandra, där hon kom fram till att de yngre feministernas aktivism via främst sociala medier inte var synlig för de äldre som inte använde sig av eller hade tillgång till de plattformarna. Hon menar därför att det delvis är en generationsfråga såväl som en fråga om tillgång och kunskap att delta i feministisk aktivism på nätet. Detta diskuteras även av Ealasaid Munro (2013) som menar att den feministiska rörelsen idag är starkt präglad av användandet av internet och sociala medier. Även hon understryker hur detta främst är något som unga, kvinnliga feminister tar del av då det är denna åldersgrupp som främst använder sig av sociala medier i sitt engagemang inom feministisk aktivism.

Unga kvinnor och tjejer har historiskt sett ofta varit exkluderade från feminismen, menar Keller (2012), som beskriver hur det kan förklaras ur ett historiskt perspektiv varför en yngre generation feminister använder internet och sociala medier för att uttrycka och lära sig om feministiska frågor. Unga kvinnor har ofta vänt sig till olika subkulturer för att skapa och forma sina identiteter, och genom sociala mediers uppkomst och avsaknad av en äldre generations bevakande eller styrande funktion har detta blivit en plats att få uttrycka sig på. Keller menar även att akademiker måste ta denna form av deltagande och aktivism på större allvar, då unga kvinnors sätt att delta i samhället på sina egna villkor via sociala medier ofta förenklas och undervärderas (ibid).

I en artikel av Guillard (2016) diskuteras de olika möjligheter och fallgropar som feministisk aktivism online innebär. Genom att lyfta till exempel Bennetts (2016 i Guillard) forskning och tankar om politiskt deltagande och aktivism online redogör Guillard för den forskningen som menar att digital aktivism är för lättillgängligt, inte betydelsefullt i sina konsekvenser och att det är något typiskt för en generation med stort individuellt fokus att se sina handlingar online som verkligt effektiva och förändrande. En annan intressant punkt som Guillard lyfter är Lims (2016 i Guillard) tankar om att aktivism via sociala medier är nära kopplat till populärkultur generellt samtidigt som det även till viss del förhåller sig till etablerade mediers kultur, vilket kan skapa en förenklad bild av och angreppssätt



mot de viktiga frågorna som tas upp. Samtidigt framhåller Guillard vikten av att inte förminska möjligheterna för mobilisering och social påverkan som aktivism via digitala medel kan ha, vilket hon exemplifierar genom till exempel framgångsrika hashtags som fått stor spridning och uppmärksamhet (Guillard, 2016).

I linje med tankarna om hur aktivism genom sociala medier är kopplad till populärkultur och större medieföretags logik diskuterar Gill (2016) feminismens synlighet och popularitet inom medievärlden idag. Precis som Guillard (2016) talar hon om att feminism är något som anses trendigt idag, och genom att diskutera detta ur en kritisk vinkel framför Gill många intressanta argument. Hennes artikel berör främst det som kallas post-feminism, idén om att feminismen idag bland annat inte längre tjänar något syfte då vi uppnått en hög grad av jämställdhet, samt att i ett nyliberalt samhälle där ansvar ligger på individer i det politiska och ekonomiska systemet, är patriarkatet inte längre viktigt att diskutera. Hennes kritik handlar till stor del om hur det i etablerade medier såväl som i sociala idag är trendigt att tala om feminism, men att det oftast rör sig om en förenklad form som även förvandlar allt till feministiska frågor, vilket gör att fokus på verkligt viktiga frågor som löneskillnader och systematiserat kvinnoförtryck kommer i skymundan och inte tas på lika stort allvar. Samtidigt välkomnar Gill den ökade synligheten av feminism i medierna, men menar att det viktiga är att diskutera vilka frågor det är som faktiskt får utrymme under rubriken feminism och hur detta sägs och visas upp, för att inte förminska de viktiga frågorna om strukturella förtryck som ryms inom en samtida intersektionell feministisk ideologi (Gill, 2016).

I takt med att feminismen blir ett mer och mer synligt ämne i traditionella och sociala medier är det flera forskare som menar att detta även inneburit en större grad av sexism och motstånd för kvinnor som diskuterar feminism öppet i olika medier (Keller, Mendes & Ringrose, 2016). Risken att mötas av hot på nätet är stor för feministiska aktivister, vilket många menar blivit än mer vanligt som en form av motreaktion i och med en ökad exponering (ibid). Feministiska aktivister väljer många gånger därför att skapa separatistiska forum eller plattformar där både dessa hot men även allmänheten stängs ute från ventilationer av åsikter, vilket kallas för säkra rum. Dessa digitala säkra rum fungerar som en väg för ventilation och gemenskap för de som vill ta del av en feministisk diskussion utan att riskera att bli hotade, vilket samtidigt som det kan innebära säkerhet för individerna och kollektivet skapar en digital bubbla där utbytet av åsikter är relativt homogent och inte når utanför det säkra, stängda rummet (Clark-Parsons, 2017).

## 4.4 Kroppsaktivism

Kroppsaktivismen och fettaktivismen är ämnen som forskats på främst i en anglosaxisk kontext, och benämningen Fat Studies är något som befästs som forskningsfält sedan relativt kort tid tillbaka. Litteraturen på ämnet är därmed relativt begränsad, och vad gäller svensk forskning finns det än mer begränsade källor att tillgå.

En av de mest profilerade inom området är forskaren och aktivisten Charlotte Cooper (2012), som utifrån främst en brittisk och amerikansk utgångspunkt forskat och skrivit om fettaktivismen. Charlotte Cooper skriver i sin avhandling *Fat Activism: A Queer Autoethnography* att kroppsaktivismen uppkom i USA under sent 1960-tal som en del av medborgarrättsrörelsen, då teoretiker började samtala om förtryck mot tjocka personer till följd av kommersiell exploatering av viktminskningstrenden genom livsmedel, mode, medicin och psykiatri. Utöver det institutionaliserade förtrycket mot tjocka personer nämns även bland annat fettfobi som en social konstruktion som aktivismen ständigt strävar efter att utmana och upplysa om. Hon förklarar även att kroppsaktivismen arbetar för "tjock subjektivitet", det vill säga att, på makronivå, skapa samt upprätthålla säkra platser och forum där tjocka personer kan lära sig om att överleva och motarbeta förtryck samt få en positiv upplevelse av den tjocka kroppen (Cooper, 2012).

I hennes avhandling behandlas just fettaktivism som en del av forskningsämnet Fat Studies, vilket hon talar om som en passande rubricering då detta placerar fettaktivismen som det centrala och skapar större möjligheter för förståelse och utforskande av vad det innebär. Det skapar även större möjligheter att sätta in fettaktivismen i en politisk kontext, samtidigt som det disparata fältet som fettaktivismen innebär inte behöver begränsas. Cooper poängterar genomgående att ämnet är svårdefinierat och att aktivisternas engagemang ser väldigt olika ut, men att det är deras ifrågasättande av rådande maktstrukturer och formerna för deltagande som grundläggande bör undersökas för att förstå fettaktivismen. Viktigt för Cooper är även att undersöka fettaktivismen ur ett perspektiv som inte är begränsat till stigmatisering och övervikt, då hon anser att dessa diskurser inte fullt belyser ämnet.

Cooper presenterar heller inte någon entydig definition av vad fettaktivism är, utan belyser flera olika angreppssätt som alla är rotade i tanken att det handlar om en subjektiv upplevelse. Vad som kan sägas är gemensamt är förtrycket mot den tjocka kroppen och det utanförskap och marginalisering detta skapar för tjocka personer, men själva aktivismen eller handlingarna skiljer sig åt för individer. En form av aktivism som Cooper talar om är den gemenskapsbyggande kraften som intresset för kläder av större storlekar haft för kroppsaktivister i exempelvis USA och Storbritannien. Där menar hon att många får en känsla av samhörighet och acceptans genom att visa upp eller byta kläder på exempelvis loppmarknader med andra tjocka personer. Individer kan känna sig stärkta genom att engagera sig i frågor om mode för tjocka personer, samtidigt som Cooper belyser problematiken i att mode essentiellt är en kapitalistisk industri som tjänar på denna form av kroppsaktivism (Cooper, 2012).

Fettaktivism som förs genom sociala medier är något som Cooper, av strategiska skäl i sin avhandling valt att inte gå in på till en större grad, vilket hon motiverar genom att poängtera hur integrerat användandet av internet är för många aktivister idag. Hon menar samtidigt att det är en aktivitet som inte nödvändigtvis behöver behandlas som något separat ämne, då det ses som en förlängning av den övriga aktivismen för både henne själv och för dem hon intervjuat (Cooper, 2012).

Även om kroppsaktivismen ses som sprungen ur den feministiska aktivismen, anses den ofta ha försummats som ett feministiskt ämne. Detta är något som ett flertal teoretiker uppmärksammat och argumenterat kring. Joan Chrisler skriver exempelvis i ett avsnitt av tidskriften *Sex Roles* (2011) att tjockhet måste ses som en del av den feministiska kampen och teorin. Detta för att skönhetsidealen främst innefattar personer av kvinnokön och allt som förtrycker kvinnor är ett feministiskt problem. Hon anser även att forskare inom feminism bör utbilda sina studenter bättre om intersektionalitet, och det stigma som tjocka kvinnor får utstå och hantera (Chrisler, 2011).

Att kvinnokroppar på olika sätt stigmatiseras är ett verkligt problem, dock är det en förminskning av fettaktivismen som social rörelse att enbart fokusera på tjocka kroppar som stigmatiserade. I sin artikel *Leaks, Lumps, and Lines: Stigma and Women's Bodies* undersöker Chrisler hur den stigmatiserade kvinnokroppen uppstått och fortsätter förtryckas genom att fokusera på aspekter som mens, vikt, åldrande och klimakteriet. Den stigmatiserade tjocka kroppen, beskriver hon, upplevs och målas upp utifrån normativa föreställningar som ett hot då den inte passar in i den smala normen som sedan 1950-talet förekommit i USA och västvärlden. Den tjocka kroppen anses vara något fult utifrån dessa kulturella föreställningar, och kopplas även samman med hög dödlighet, lättja, dålig hälsa och dålig självkontroll. Genom att föreställningar som dessa om den tjocka kroppen reproduceras inom kulturen, samtidigt som det även inom sjukvården upprätthålls en föreställning om att tjocka individer inte kan vara friska, skapas och förtrycks människor med en kropp vars vikt inte anses vara inom den normala viktcurvan.

Chrisler diskuterar även den stigmatiserade kvinnliga kroppen som diskriminerad bland kvinnor, eftersom att jämförelser kvinnor emellan är en bidragande faktor till varför stigman upprätthålls. Genom att visa på ett flertal studier om kvinnors självbilder och självförtroenden i relation till aspekter av kroppen som ofta stigmatiseras, så har det visats att kvinnors attityder till andra kvinnors kroppar

som avviker från normen oftast är kritiska, speciellt bland yngre kvinnor. Chrisler belyser även i sin artikel hur det finns resultat som visar på att kvinnor i kontakt med feministiska rörelser och tankar ofta får en positivare självbild, på grund av feminismens frigörande och stärkande ideologi för kvinnors rätt (2011).

Inom fettaktivismen är den centrala drivkraften för förespråkare att vilja förändra den normativa föreställningen om vad en normal kropp är, då de menar att en tjock kropp är en del av den naturliga mänskliga variationen. Begreppet ”normal” är dock en starkt normbärande klassificering som människor förhåller sig till, och författaren Zoë Meleo-Erwin (2012) menar på att denna strävan för att normalisera tjocka kroppar är problematisk. Normalitet är i västerländska samhällen ett medel för makt och styrning, då människor identifierar och kategoriserar både sig själva och andra utifrån begreppet. Även beteenden klassas som normala eller inte vilket, enligt Meleo-Erwin, gör det paradoxalt och i längden ohållbart att genom medel som klassas som normala bedriva kroppsaktivism. Genom att förhålla sig till vad som ses som socialt accepterade sätt att väcka uppmärksamhet på, upprätthålls begreppet om det normala. För gruppen fettaktivister kan därför en homogen och normaliserad föreställning skapas om hur aktivismen bör föras, där avvikande tillvägagångssätt inte ses som normalt inom ramarna som satts upp för hur kroppsaktivism får bedrivas (Meleo-Erwin, 2012).

## 5. Teoretiskt ramverk

### 5.1 Multimodal kritisk diskursanalys

Den multimodala kritiska diskursanalysen tar avstamp i den kritiska diskursanalysen, vilket följer traditionen av att med ett kritiskt förhållningssätt se kommunikation via text och bild som nära kopplat till sociala strukturer inom kontexten den befinner sig i. Detta innebär att språk och strukturer ses som nära sammankopplade, vilket gör att språket blir en bärare av dess sociala kontext. Begreppet multimodalitet inom den kritiska diskursanalysen innebär att även den visuella kommunikationen ses som en del av diskurser, då visuella element även de är meningsbärande, såsom bilder publicerade på Instagram vare sig de läggs ut med eller utan bildtext (Ledin & Machin, 2016).

Multimodalitet inom kritisk diskursanalys framkom som ett viktigt begrepp för att bredda den lingvistiska grund som teorin härstammar från, samtidigt som visuell analys länge funnits inom discipliner som konstvetenskap och journalistik (Machin, 2013). Björkvall (2009) menar att ett utvidgande av textbegreppet inom den kritiska diskursanalysen bör inkludera visuella element då bland annat kulturella, sociala och tekniska förändringar i samhället lett till att kommunikation i stort är allt mer visualiserad. På så sätt tas texters alla kommunicerande medel med i beräkning och analys. På liknande sätt menar Harrison (2003) att texter allt mer i modern tid kommit att använda sig av bilder i relation till skriven text, och att bildernas bidragande funktion för tolkning av text måste tas hänsyn till i en diskursiv analys.

Inom multimodal kritisk diskursanalys är ovan nämnda diskurser ett centralt begrepp, vilket innebär att språkbruk är konstituerat genom intersubjektiv förståelse inom en social kontext, där vissa diskurser bär mer makt än andra och därmed formar språket (Wojahn, D., Seiler Brylla, C., & Westberg, G., 2018). Detta innefattar då även bildspråk, eftersom att även det ses som bärande på diskurser. Genom att analysera en text eller bild utifrån diskurser vill en tydliggöra främst ideologiska och politiska faktorer inom de givna samhälleliga ramarna för att kritiskt granska vilka diskurser som råder (Machin, 2013).

Aspekter att ta hänsyn till i en samhällskontext är sådant som kognitiva, kulturella, sociala, politiska och ekonomiska faktorer som påverkar det en vill undersöka. Faktorer som dessa leder i en kritisk diskursanalys, multimodal eller inte, till att synliggöra maktstrukturer som upprätthåller diskurser. Att ställa sig frågan om vad texten och bilden samhälleligt är en del av eller försöker motverka är kärnan i teorin, vilket kontinuerligt är av relevans för kommunikationsvetenskapen då kommunikation ständigt förändras och utvecklas. En annan viktig grundsten inom teorin är ideologibegreppet, som är nära kopplat till maktstrukturer i samhällen. Ideologi innebär en samling tankar om någonting som produceras inom mellanmänskliga relationer, och en dominerande ideologi i ett samhälle formar människors beteenden, texter och multimodala produktioner och får således en maktposition. Genom att förhålla sig kritisk till materialet i relation till rådande ideologier går det därmed att se konflikter och konsekvenser av ideologier (Berglez, 2010).

### 5.2 Socialsemiotik

Semiotik är ett samlingsnamn för olika teorier som ursprungligen fokuserar på studiet av tecken, där mening skapas genom ett tecken kopplat till ett visst innehåll eller kontext. Innebörden av tecknet manifesteras genom ett uttryck som representerar något. Tecken existerar inom semiotiska system av icke-verbal kommunikation, detta gör att semiotiken utgör ett ramverk för forskning inom all form av uttryck såsom bild, skrift, tal, film, fotografi och radio. Viktigt att tillägga är dock att mottagare eller deltagare av kommunikation idag inte enbart läser in det som sägs via text för att skapa sig en

förståelse för innehållet, det handlar mer än någonsin om helheten och samspelet mellan exempelvis bild och text för att skapa mening (Harrison, 2003). För denna studie är det de visuella aspekterna av socialsemiotiken som kommer att fokuseras på.

Socialsemiotik är ett område inom semiotiken som har uppstått utifrån flera moderna teorier gällande social aktion och mening. Socialsemiotik använder sig av den grundläggande idén gällande tecken i semiotiska system men fokuserar även på hur människor använder sig av dessa för att skapa gemenskap. Istället för att följa strikta "koder" för analys mellan tecken och mening använder sig socialsemiotiken av "resurser" för tolkning, exempelvis ur vilken synvinkel motivet i en bild är tagen. Eftersom att inget samhälle är det andra likt skiljer sig ofta tecknets betydelse från en gemenskap till en annan, vad som betyder en sak i en del av världen kan betyda något helt annat i en annan del. På grund av detta finns det tre hållpunkter som socialsemiotiker förhåller sig till när semiotiska system som bildspråk eller text ska analyseras. Dessa är: "*Alla människor ser världen genom tecken*", "*Tecknets betydelse skapas av människor och kan inte separeras från dem eller deras sociala/kulturella gemenskap*" samt "*Semiotiska system ger människor en mångfald av källor för meningsskapande*" (Lemke, 2009).

Kortfattat betyder de socialsemiotiska principerna att även om saker och ting existerar oberoende av tecken så tolkar människor dessa enbart genom bestämda medierade tecken, och detta har vi lärt oss genom exempelvis sociala konventioner. Betydelsen av tecknet är nära kopplat till sammanhanget och gemenskapen där det existerar. Och när man väl använder ett tecken så har man gjort ett val som exkluderar andra liknande tecken som kan bidra med en annan mening (Harrison, 2003).

I socialsemiotiska teorin tillkommer även den visuella socialsemiotiska teorin, vilken fokuserar på vad som kan bli sagt och gjort genom bild eller andra visuella medel, samt hur detta kan tolkas. En bild på en hemsida kan exempelvis tolkas både utifrån motivet, dess placering och samspel med text. Genom att analysera bilden kan man på så vis avgöra om denna förhöjer eller förringar meningen av texten. Den visuella socialsemiotiska teorin utgår även från tre bildkategorier som kallas "metafunktioner", vilka är; *Den representativa metafunktionen*, *Den interaktiva metafunktionen* och *Den kompositionella metafunktionen*. Utifrån dessa kan man analysera vad motivet i en bild representerar, hur motivet interagerar med betraktaren och vad layout samt text har för betydelse för sammanhanget (Jewitt & Omay, 2011).

## 6. Metod

### 6.1 Val av metod - Multimodal kritisk diskursanalys

Denna studie syftar till att kartlägga och undersöka hur svenska kroppsaktivister uttrycker och gestaltar sin aktivism i det sociala mediet Instagram, utifrån ett multimodalt, semiotiskt och kritiskt diskursivt perspektiv. Multimodal kritisk diskursanalys lämpar sig väl för valet att undersöka bilder och text som människor ur en marginaliserad grupp publicerar på Instagram, eftersom att det därmed går att synliggöra de diskursiva förhållanden som råder i samhället, vilka går att koppla till resultatet av studien.

Den multimodala kritiska diskursanalysen förenar samhällskritik och vetenskap genom att analysera meningsskapande i tal, skrift, och bilder utifrån vilka diskussioner som förs. Med detta menas de underliggande samhällsstrukturer som formar och påverkar text och bild. Genom att granska företeelser inom kroppsaktivismen ur ett ideologikritiskt feministiskt perspektiv går det dessutom att undersöka hur situationen ser ut och vilka diskurser som dominerar (Ledin & Machin, 2016). Metoden för utförandet av denna studie har anpassats från Berglez upplägg för att utföra en kritisk diskursanalys, som ursprungligen är designad för att analysera nyhetsartiklar. Denna modell går från ett makroperspektiv till ett mikroperspektiv, och består av olika steg som innefattar beskrivande kartläggning, tematisk makroanalys, schematisk makroanalys, mikroanalys av lingvistisk karaktär och en samhällelig kontextualisering (Berglez, 2010). Modellen har justerats för att passa vår studies karaktär och inkludera multimodala aspekter och socialsemiotiska appliceringar på materialet. Analysen är därmed konstruerad i två olika steg: först en kartläggande makroanalys för att urskilja teman tillsammans med en detaljerad mikroanalys av bild och text, som sedan följs av en samhällelig kontextualisering av det som framkommit i analyserna.

Studiens upplägg grundar sig därmed i en form av kvalitativ innehållsanalys för att kunna besvara frågeställningarna, och genom att systematiskt analysera kroppsaktivisters aktivitet och hur de uttrycker sig vill vi klargöra tankestrukturer i relation till samhällelig kontext, diskurs och tidigare forskning på området (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wägnerud, 2012). Genom att undersöka text och bild som kroppsaktivisterna själva publicerar och skapar kommer vi således att kunna få en inblick i de diskurser som råder inom det som är kroppsaktivism och fettaktivism i Sverige.

Nedan presenteras det urval, material, tillvägagångssätt, samt analysredskap som kommer att användas för analysen såväl som kritik och överväganden gällande metoden.

### 6.2 Urval

Urvalet för den genomförda studien baseras på ett målinriktat urval. De utvalda analysenheterna är strategiskt handplockade för att kunna påvisa en social företeelse och anses vara bäst lämpade för att besvara forskningsfrågorna för studien. Urvalet är på så vis inte representativt för en population, däremot har det krav på sig att vara strategiskt genomtänkt (Bryman, 2011). Totalt utgör sex personers instagramkonton urvalet för studien, där alla är aktiva och utsagda kroppsaktivister. Samtliga uppfyller våra urvalskriterier då de identifierar sig som kvinnor, främst är aktiva inom fettaktivismen och har ett högt följjarantal. Vi hittade samtliga av de utvalda personerna via olika tidningsartiklar om kroppsaktivism i Sverige (se referenser från DN, SvD, Nyheter24 och Expressen). Att aktivisterna har blivit uppmärksammade medialt utanför sociala medier, var avgörande för oss i urvalet då detta kan tala för att de har en mer utvecklad aktivism som inte "enbart" handlar om att posta bilder på sig själv för att få så kallade gilla-markeringar.

År 2017 var kvinnor mellan 12 - 25 år den grupp som hade högst deltagande i sociala medier, främst på Instagram (ISS, 2017). Att det även finns forskning som belyser att det kan finnas generationsskillnader i exempelvis den feministiska aktivismen, gör att vi föreställer oss att det även kan finnas olika typer av uttryck mellan kroppsaktivister i olika åldrar. Därför har vi valt att fokusera på det yngre segmentet specifikt då det inom detta går att finna flest kroppsaktivister med högt följantal, samt för att just unga kvinnor, enligt forskning, påverkas i större utsträckning än äldre av innehåll de utsätts för på Instagram (Fardouly et.al, 2018). Att undersöka just unga kvinnor som engagerar sig i aktivismen kan på så sätt föreställningsvis även spegla trender och strömningar inom den mest aktiva åldersgruppen på Instagram.

Urvalet för de studerade inläggen har också baserats på att tillhandahålla ett lämpligt material till studien. Därför har det varit av betydelse att välja ut inlägg som är uttryck för kroppsaktivism, vilket i detta fall främst handlar om inlägg där den tjocka kroppen porträtteras eller diskuteras på olika sätt. Det kan handla om kroppen i fysisk form eller något som anses representera kroppens existens, som exempelvis en bild på ett klädesplagg. Detta gör även att antalet studerade inlägg per kroppsaktivist varierar då frekvensen på publicerat innehåll varierar från person till person. Tiden för de utvalda inläggen har begränsats till fem månader, 16 januari till 16 maj 2018, vilket innefattar perioden för studiens förberedelse och genomförande.

För en kartläggande makroanalys har samtliga urvalpersoners Instagramflöden, bestående av 30 till 100 inlägg per person, använts. För den följande mikroanalys har ett inlägg från varje person djupgående analyserats.

Antal undersökta inlägg per person (16/1-16/5 2018)

Cassandra Klatzkow	Vanessa Almeida	Ebba Nilsson	Linda-Marie Nilsson	Gabrielle Chellig	Ayan Jamal
60 st	66 st	37 st	97 st	30 st	67 st

## 6.3. Material

### 6.3.1 Cassandra Klatzkow (@cassklatzkow)

Cassandra Klatzkow är 31 år och bor i Stockholm. Den kroppsaktivistiska kampen har hon drivit via sitt Instagramkonto i cirka 4 år. Idag har hon cirka 23.400 följare och når ut till en stor mängd på sitt konto. Förutom att vara aktiv på sociala medier arbetar hon som kommunikatör på Kulturhuset, hon sjunger även i den erkända kören Tensta Gospel Choir och har körat bakom flera kända svenska artister som Ana Diaz, Min Stora Sorg och Janice. Klatzkow anser att hon omedvetet blev kroppsaktivist när hon sommaren 2014 tröttnade på att skämmas över sin kropp på stranden och la ut en bild på sig själv i bikini på Instagram. Gensvaret var enormt och den positiva responsen gjorde att hon började lägga upp bilder som avdramatiserade hennes kropp. Idag beskriver hon hur hennes mål är att förändra idén om vad för sorts kroppar som får visas upp på ett "sexigt sätt" och talar om att kroppsaktivister på Instagram idag utgör ett starkt kollektiv (Widell, u.å.).

### 6.3.2 Vanessa Almeida (@vanessanoir)

Vanessa Almeida är 22 år bor i Stockholm och har sedan hon var 18 år varit aktiv kroppsaktivist via sitt instagramkonto. Idag har hon 15.300 följare och arbetar för att utmana normerna genom att lägga ut bilder på sig själv. Hennes mål är att förändra idealbilden av vad som kallas "den perfekta kroppen".

Från 12 års ålder led Vanessa av ätstörningar och pendlade i vikt under flera år, idag anser hon att så länge hon inte lider av någon sjukdom på grund av fetma så mår hon inte dåligt av att vara kurvig. Hon beskriver kroppsaktivismen, eller "kroppspositivismen", som kärlek där hon och andra kroppsaktivister stödjer varandra under dåliga dagar (Nilsson, 2016, 23 maj).

### **6.3.3 Ebba Nilsson (@babe\_ebba)**

Ebba Nilsson är 25 år och bosatt i Uppsala, hon var en av de första kroppsaktivisterna i Sverige som hade tusentals följare på Instagram. Idag driver hon fortfarande ett av de största kontona med cirka 27.200 följare. Vi sidan av sin aktivism utbildar hon sig som lärare för att hon vill "forma ungdomar att inte bete sig som idioter" (Behdjou, 2016, 5 juli). Genom sin Instagram lägger hon dagligen upp bilder på sig själv. Hon vill på så vis förmedla en bild av glädje gentemot sin kropp och inspirera andra att göra detsamma genom att se hennes göra det (Pozar, 2015, 23 september).

### **6.3.4 Linda-Marie Nilsson (@lindamariie)**

Linda Marie Nilsson är 26 år och är boende i Stockholm. Hon kallar sig kroppsaktivist och är främst aktiv på sitt Instagramkonto med 32.700 följare, utöver detta är hon skribent och krönikör på Expressen samt har precis släppt sin första bok "*Så lärde jag mig att älska min kropp*". Hennes arbete handlar idag om att inspirera och hjälpa andra till att vara nöjda med sina kroppar som de är, i sin bok berättar hon både sin egen historia men även ett flertal konkreta tips. Hon har även skapat hashtaggen #allastorlekarärvackra som hjälper andra att dela med sig av bilder på sig själva för att dela och ta emot komplimanger oavsett hur de ser ut (Norstedts, 2018).

### **6.3.5 Gabrielle Chellig (@riechellig)**

Gabrielle Chellig är 22 år, bor i Stockholm och kallar sig själv kroppsaktivist främst på Instagram. Hon har i dagsläget 13.600 följare på sitt konto där hon dagligen lägger upp lättklädda eller nakna bilder på sig själv. För Chellig är hennes handlingar både en aktivism och ett individuellt projekt, hon gör det både för att synliggöra en kropp som skiljer sig från normen men också för att stärka sin egen självkänsla. Hon kallar sin aktivism för en feministisk handling där hon ger sina följare stöd och uppmanar till självacceptans, om detta sedan kan leda till en bättre självkänsla så anser hon att det skapar en egenmakt som tjocka personer sällan får uppleva (Persdotter Wallstrom, 2018, 19 mars).

### **6.3.6 Ayan Jamal (@naya.lamaj)**

Ayan Jamal är 26 år och bosatt i Stockholm, och hon är aktiv kroppsaktivist sedan något år tillbaka och har cirka 3841 följare på Instagram. Grunden till hennes aktivism ligger, enligt henne själv, i att hennes så kallade existens alltid varit en minoritet i det verkliga livet. Hon anser att hennes kropp, hennes kön och hennes etnicitet ständigt politiseras och att Instagram på så vis är hennes "livboj" där det finns andra typer av människor som är mer gränslösa. Hon vill därför inspirera andra, via sitt eget konto, att vägra förlika sig med rådande normer (Bon, 2017, 28 augusti).

## **6.4 Tillvägagångssätt för analys**

Upplägget för analysen i denna studie är utarbetat i takt med studiens gång. Tillvägagångssättet för analysen är konstruerad utifrån den anpassade modellen för kritisk diskursanalys av Berglez (2010),



som beskrivits i inledningen till metoden. Detta innebär att analysen är uppdelad i en makroanalys, en mikroanalys samt en samhällelig kontextualisering.

I den inledande makroorienterade analysen görs en kartläggning över det sammanslagna innehållet på kroppsaktivisternas konton. Detta steg analyserar samtliga inlägg relaterade till kroppsaktivism som samtliga kroppsaktivister i urvalet publicerat under en tidsperiod på fem månader. Denna del av analysen syftar till att identifiera teman och mönster i innehållet. Inläggens primära innehåll i text och bild registrerades med fria ord, för att sedan utkristallisera de större teman som makroanalysen utgår ifrån. Exempelvis bildade ordval från genomgången så som ”bristningar” och ”avslappnad och avklädd” temat normalisering av kroppen.

Därefter beskrivs en mikroanalys, som utgår från de teman som identifierats i kartläggningen. Här analyseras strategiskt utvalda inlägg, som relaterar till dessa teman, utifrån ett analyschema (se Bild 2) om visuella metafunktioner och textuella nivåer. Analysen går in på en detaljerad nivå för att skapa en djupare förståelse för hur aktivismens centrala teman gestaltas utifrån text och bild.

I sista steget diskuteras resultaten från de makro- och mikroorienterade analyserna ur dess samhälleliga kontext av kulturella, politiska och sociala aspekter. Denna del av analysen syftar till att svara på vilka frågor som adresseras av svenska kroppsaktivister.

#### 6.4.1 Analysredskap

Studiens analysredskap är nära sammankopplade med teorierna om socialsemiotik och multimodal kritisk diskursanalys, och är uppdelade i *visuella metafunktioner* och *textuella nivåer* som beskrivs nedan. Dessa har använts i olika grad för genomförda makro- och mikroanalyser. Den makroorienterade analysen följer inte något specifikt analyschema då den inte har som syfte att djupgående diskutera de specifika uttrycken, utan syftar till att kartlägga innehåll efter teman. Detta gör att redskapen använts i en lösare mening i makroanalysen, genom att vi löpande relaterat till den teori och tidigare forskning som dessa utgår från.

Däremot utgår mikroanalysen, uteslutande från analysredskapen och är strukturerad efter följande analyschema.

Analyschema mikronivå

Visuellt	Precisering
Representativa metafunktionen	Vad handlar bilden om? Narrativ, syntax
Interaktiva metafunktionen	Hur engagerar bilden betraktaren? Avstånd, kontakt, synvinkel
Kompositionella metafunktionen	Hur relaterar de representativa och interaktiva metafunktionerna för att skapa en helhet? Informationsvärde, framing, framträdande, modalitet
Textuellt	Precisering
Huvudhändelse	Huvudsakligt innehåll
Bihändelser	Övrigt innehåll
Perspektiv	Hur berättas texten, vem riktar sig texten till, vem är avsändaren
Resonemang	Hur förs attityder eller tankar fram, hur lyder möjlig argumentation
Latent nivå	Ordval, metaforer, underförstådd information, textuella luckor, förförståelse

Bild 2. Analyschema för visuella och textuella funktioner

Schemat utgör grunden för mikroanalysen av de specifikt utvalda inläggen som relaterar till kartlagda teman. Genom att applicera analys-schemat ämnar kunskapen om hur aktivismen gestaltas fördjupas.

#### 6.4.2 Visuella metafunktioner

Då Instagram är ett medium som kombinerar främst fotografier med text är det av vikt att de visuella redskapen för analys är passande för just fotografier. Den visuella socialsemiotiken diskuterar, som tidigare nämnt, bilders meningsskapande funktioner i dess sociala kontext. Utifrån ett socialsemiotiskt visuellt perspektiv kommer olika nivåer därmed att analyseras i bilderna utifrån dessa metafunktioner - den representativa, interaktiva och kompositionella (Jewitt & Omay, 2011).

Den *representativa metafunktionen* ställer frågan om vad bilden i fråga handlar om, och om vilka platser, personer eller saker som framträder vare sig det är konkret eller abstrakt (Harrison, 2003). Hur bildens spatiala konstruktion ser ut analyseras även inom denna metafunktion, vilket kallas för dess syntax, där vinklar och linjer i kompositionen kan säga något om dess narrativa förmedling. En bilds narrativa betydelse kan utläsas genom olika vinklar som personen eller personerna i bilden är positionerade i, vilket skapar en mening för betraktaren om vad som sker i bilden (Jewitt & Omay, 2011).

Den *interaktiva metafunktionen* handlar om hur bilden engagerar betraktaren utifrån olika visuella aspekter såsom vinklar och perspektiv. Genom att se till de i bilden representerades kroppsspråk, minspel och liknande skapas en interaktiv mening med den som ser på bilden. De tre viktigaste funktionerna här är avstånd, kontakt och synvinkel, vilka tillsammans skapar en komplex verklighet i bilden och i relation till betraktaren (Jewitt & Omay, 2011). Avstånd handlar om närheten i bilden mellan den representerade och bildens ramar, vilket skapar varierande grader av att vara antingen personlig eller social. Denna skala skapar större eller mindre grad av intimitet och avstånd för betraktaren av bilden. Kontakten i bilden handlar om vilken typ av uppmärksamhet som den representerade kräver av mottagaren, vilket innefattar sådant som kroppsspråk och blick. Detta kan delas in i att vara olika former av krävande eller passivt, där passiv blick och hållning leder till kontemplation om bilden, medan en krävande blick och hållning generellt engagerar betraktaren starkare. Synvinkel handlar om vilka horisontella och vertikala vinklar som bilden använder sig av för att skapa mening. Om en representerad deltagare i bilden till exempel är fotograferad framifrån skapas en starkare känsla av inblandning för betraktaren, eftersom den vinkeln signalerar att betraktaren och den porträtterade har en samhörighet, medan en vinkel underifrån innebär att den som får titta upp, vare sig en annan i bilden eller betraktaren, har mindre makt (Harrison, 2003).

Den *kompositionella metafunktionen* handlar om hur det representativa och interaktiva samspelar för att skapa en meningsskapande helhet. Layout och placering är sådana funktioner, vilket liknar ett lingvistisk system för att en text skall vara läsbar och förståelig inom ett språk. För den kompositionella metafunktionen är informationsvärde, framing, framträdande och modalitet de viktigaste funktionerna. Informationsvärdet handlar om placering såsom högt eller lågt och höger eller vänster, där olika placeringar innebär olika typer av tolkning. Element placerade till höger tolkas till exempel som av nyare informationsvärde än det placerat till vänster. Framing handlar om hur olika element har en samhörighet eller inte, beroende på komposition såsom genom ramar eller färger. Element kan ramas in för att förmedla en speciell typ av känsla, eller för att särskilja det från andra element för att signalera ett avbrott. Framträdande handlar om hur vissa element i en bild genom kompositionen kan göras mer framträdande än andra. Detta kan göras på flera olika sätt för att få något att stå ut från mängden och fånga uppmärksamhet. Modalitet syftar till hur en bilds validitet och reliabilitet uppfattas och om detta anses kännas äkta. Fotografier tolkas ofta som äkta då de för det mesta avbildar en naturalistisk verklighet, medan ett starkt redigerat foto med tydliga markörer för

detta såsom en bild starkt tonad i klarblått ger en svagare känsla av äkthet. Detta påverkar hur validiteten i bilden uppfattas (Jewitt & Omay, 2011; Harrison, 2003).

### **6.4.3 Textuella nivåer**

Utifrån den tidigare beskrivna modellen anpassad från Berglez (2010) kommer den textuella analysen att göras i avsmalnande steg, där det första är att gå igenom det manifesta innehållet i texten. Genom att göra detta skapas en överblick över och kännedom om materialet, vilket även innefattar en första upplevelse av bilderna som hör till texten. Att bekanta sig ytligt med text och bild på detta sätt som inledningsfas görs för att påbörja tankegångarna inför vidare analys.

Texten kommer sedan att tematiskt analyseras utifrån vad som är huvudhändelsen i texten. Istället för att spåra detta genom exempelvis rubriksättning och ingress, som man gör i Berglez schema, kommer de kortare texterna på Instagram att ses som en helhet för att upptäcka huvudteman och möjliga sidoteman. Även möjliga bihändelser som tar utrymme i texten redogörs för i detta steg.

Vidare kommer textens olika perspektiv att undersökas, vilket innebär att analysera hur texten berättas. Att se på hur inläggen i textform lyfter olika perspektiv, som personligt eller kollektivt, ger en inblick i dess schematiska struktur om vem och varför någon kommer till tals. Även resonemang som förs kring olika teman eller situationer går in i detta steg, samt att se vilka eller vem som texten riktar sig till.

Analysen kommer sedan att gå in på en allt mer detaljerad nivå genom att se till ordval, metaforer och liknande. I detta steg analyseras textens latent nivåer mer ingående, såsom dess textuella luckor och relation mellan texten och dess helhet. Även underförstådd information och möjlig förförståelse som förväntas för att förstå texten analyseras i detta stadiet.

### **6.4.4 Test av analysredskap**

Inför undersökningens genomförande gjordes en testanalys av den övergripande kartläggningen på en av kroppsaktivisternas konto för att se om teman gick att urskilja, med en månads tidsmarginal i dennes Instagramflöde. Utifrån analysens schemat (se Bild 2) testades även den mikroorienterade analysen på ett inlägg från en av de utvalda kroppsaktivisterna, detta för att undersöka ifall de bestämda analysredskapen var tillräckliga, kompletterade varandra eller som vi uppfattade som överflödiga. Vi bestämde oss för att det visuella skulle analyseras före det textuella i både den övergripande, makroorienterade analysen av utvalda Instagramflöden samt en mer mikroorienterad analys av enskilda inlägg i dessa. Detta då den visuella funktionen på Instagram är tydligt dominerande.

## **6.5 Etisk reflektion**

För kvaliteten i en studies genomförande och resultat krävs det att etiska överväganden och reflektioner har gjorts. Målet är att finna en väl avvägd balans mellan olika intressen för studien samt att dessa är legitima. Forskarens roll i studien kan innebära komplikationer och vid val av metod behöver man exempelvis fundera över sitt förhållande till exempelvis människorna som studeras. I innehållsanalytisk- eller registerdataforskning har exempelvis frågor om medverkande aktualiserats. Detta då de medverkande i dessa studier inte behöver vara medvetna om att de är föremål för forskning och därmed medverkande, vilket kan vara problematiskt ut en integritetssynpunkt. Medvetenheten kring studiens upplägg och resultat är därför också avgörande för att undvika exempelvis diskriminering eller stigmatisering (Vetenskapsrådet, 2017).

Att värdet av ny kunskap ställs mot risken av integritetskränkning är i denna studie något komplext. Allt material är hämtat från sex offentliga Instagramkonton, vilket betyder att kontoinnehavarna själva har valt att möjliggöra för vem som helst att se det innehåll som publiceras. Den kortfattade information som presenterats kring de utvalda kroppsaktivisterna utöver information kring deras Instagramkonton, anses ha varit relevant för skapa förståelse för varför de är en del av urvalet för studien. Denna information är uteslutande hämtad från publikationer som går att finna online. Syftet för studien är inte att undersöka kroppsaktivisternas privatliv utan snarare att framhäva hur dessa, i text och bild, uttrycker sin aktivism i det sociala mediet Instagram. Bedömningen är att studien inte kommer att påverka kroppsaktivisterna negativt och därför anses inte ett godkännande för medverkan ha krävts.

## 6.6 Metodkritik

Den främsta kritiken gentemot en multimodal kritisk diskursanalys är de varierande versionerna av hur metoden kan genomföras. Därför kan varierande kritiska ansatser fortfarande benämnas som kritisk diskursanalys. Trots den gemensamma teoretiska synen på hur språk och bild formar samhället, så kan resultatet mellan analyser innefattande liknande analysredskap fortfarande bli olika (Ledin & Machin, 2013). Detta innebär att resultatet för analysen sällan kan ses som den absoluta sanningen, däremot går det att anpassa och precisera analysredskapen så att en djupare tolkning av materialet möjliggörs.

Även om det kan vara användbart att ha ett socialsemiotiskt angreppssätt gentemot icke-språklig kommunikation, riktas en viss kritik mot att man applicerar lingvistiska koncept på visuell kommunikation. Detta gör att förutsättningarna för arbetet med att utläsa teman och mönster både kan variera för den visuella och den textuella analysen samt att studiens kontext behöver vara väldigt preciserad. Då större ideologiska slutsatser ibland dras i samband med den multimodala kritiska diskursanalysen, gäller det även att presentera i vilken kontext som studien är utförd (Ledin & Machin, 2013).

Eftersom metoden enbart fokuserar på innehållet, är det svårt att säga huruvida mottagare uppfattar budskapet eller inte. Detta gör att resultaten som presenteras av analysen inte kan ses som representativa för en fullständig kommunikationsprocess (Ledin & Machin, 2013). För detta krävs en ytterligare studie eller en kompletterande metod av något slag.

### 6.6.1 Reflektion över tillvägagångssätt

Studiens utförande har genomgående fungerat väl med de valda analysredskapen och modellen för upplägget av analysen. Genom att ständigt revidera och reflektera över tillvägagångssättet gjordes dock justeringar under arbetets gång, såsom omdisponering av kapitlet för resultat och analys, för att de olika stegen bättre skulle komplettera varandra. Diskussion har även ständigt förts om huruvida studiens design uppfyller kraven på validitet och reliabilitet för en kvalitativ studie (Ekström & Larsson, 2010), och det är av stor vikt att dessa begrepp hanteras kontinuerligt i en tolkande ansats. Validitet handlar om att studien undersöker det som den syftar till att göra, och att de valda redskapen har en förmåga att faktiskt undersöka det valda syftet på ett giltigt och korrekt sätt. För att försäkra så god validitet som möjligt gjordes till exempel justeringar i frågeställningarna efter att analysen börjat ta form, för att bättre formulera vad som framkom i denna. Även de valda analysredskapen testades och jämfördes med andra alternativ för att säkerställa att dessa fungerade så väl som möjligt för att analysera materialet.

Reliabilitet i sin tur innebär att studien är tillförlitlig och använder sig av relevant och sann information. För en kvalitativ studie är det svårt att säkerställa att den går att replikera med samma

resultat, vilket är viktigt för reliabiliteten. Samtidigt är forskarens roll i en kvalitativ studie alltid tolkande utifrån vissa personliga förutsättningar, och genom att noggrant undersöka varandras tolkningar i resultaten och säkerställa att dessa utfördes på samma grunder kontrollerades reliabiliteten genomgående. Att föra öppna diskussioner kring de visuella och textuella tolkningarna av materialet var speciellt viktigt för att säkerställa tillförlitligheten.

## 7. Resultat och analys

Nedan presenteras de tillämpade stegen i den multimodala diskursanalysen och dess resultat. Analysen börjar med en inledande kartläggning av vad som publiceras i kroppsaktivisternas Instagramflöden, kategoriserat efter teman. Detta för att kunna besvara studiens första frågeställning om innehåll. Under varje tema följer en mikroanalys av visuella och textuella uttryck i ett utvalt inlägg som exemplifierar det specifika temat. På så vis avser vi kunna besvara studiens andra frågeställning gällande gestaltning av aktivismen genom bild och text. Avslutningsvis diskuteras innehåll och uttryck ur en bredare samhällskontext för att kunna besvara studiens tredje frågeställning. Genomgående kommer resultat och analys presenteras löpande.

### 7.1 Innehåll och uttryck

Kartläggningen av de utvalda Instagramflödena resulterade i ett antal teman, där de sex mest framträdande presenteras nedan för vidare analys: *normalisering av kroppen*, *sexualisering av kroppen*, *kläder*, *psykisk ohälsa*, *gemenskap* och *reklam*.

Utifrån våra presenterade och analyserade teman har ett strategiskt urval gjorts av Instagraminlägg som vi anser beröra de specifika ämnena. Inläggen ingår vidare i en mikroanalys per tema, för att ytterligare skapa en förståelse för de uttryck som används i samband med det specifika innehållet.

#### 7.1.1 Normalisering av kroppen

Det tema som framgår tydligast i samtliga kroppsaktivisters flöden är bilder och text som framhäver normaliseringen av den tjocka kroppen. Ofta är kroppen gestaltad i bikini eller underkläder och beskrivs utifrån normkritik, samhällets förväntningar eller med positiva ord.

Normaliseringen av kroppen framställs ofta genom att aktivisterna själva visar upp sina kroppar iklädda bad- eller underkläder i olika ljus, vinklar och avstånd. Bilderna ger övervägande ett oretuscherat intryck där attribut, som annars skulle uppfattas som "fula" eller negativa, syns tydligt. Detta innefattar celluliter, bristningar, ärr eller hudförändringar. I vissa fall handlar det just om närbilder som visar mycket hud men när avståndet är längre ifrån poserar aktivisterna mer neutralt och tittar ofta in i kameran. Detta innebär en modalitet som avbildar en naturalistisk verklighet (Jewitt & Omay, 2011). *Linda-Marie Nilsson* är en av de aktivister vars flöde till stor del består av bilder på henne när hon visar mycket hud, däremot uppfattas få av dessa som sexualiserade då hon ståendes eller sittandes ler in i kameran eller ner mot sin kropp. På detta vis kan detta relateras till arbetet kring den stigmatiserade kroppen, då Nilsson aktivt genom att glatt visa upp sig själv, arbetar mot föreställningen om den tjocka kroppen som ett hot (Cooper, 2012).

Till skillnad från övriga aktivister visar *Ebba Nilsson* sällan sin nakna kropp under den valda perioden som undersökts, men när hon väl gör det är också det med en betoning på normalisering. På en bild står hon med ryggen mot kameran och tittar ut över ett blått hav, iförd trosor med armarna utsträckta i luften. Detta skapar en frihetskänsla hos betraktaren samtidigt som hon är passiv mot kameran och på så vis skapar ett visst avstånd. Den nakna kroppen väcker uppmärksamhet i sig men är här avpersonifierad och ofarlig (Jewitt & Omay, 2011).

Samtliga kroppsaktivister arbetar för normaliseringen av kroppen i längre eller kortare texter under den valda perioden. Ofta fokuserar texterna på dem själva eller andra tjocka personer och syftar till att uppmärksamma om problematik kring kroppsnormer. I ett inlägg skriver *Linda-Marie Nilsson*:

*"Jag vill få vara avklädd om jag vill, påklädd om jag vill, dansa om jag vill, sitta still om jag vill, vara glad, vara ledsen, vara jag jag jag. Att visa upp min kropp på bilder, med eller utan kläder, handlar*

*inte om att sexualisera den eller att bidra till någon form av utseendefixering. Tvärtom. Det handlar om min rätt till min egen kropp, min rätt att få representera en kroppstyp som sällan eller aldrig annars får synas någonstans och min rätt att försöka påverka samhället”.*

I texten framgår det tydligt att jaget och kroppen ska få existera fritt och lämnas okommenterat av andra. Denna typ av identitetsbaserad retorik är vanligt förekommande i all typ av aktivism på sociala medier och kan, enligt Keller, bidra till att problematiken ibland förenklas (Keller, 2012).

Samtidigt finns det bevisligen en positiv påverkan, på främst kvinnor, att tala om den stigmatiserade kroppen. De tidigare nämnda visuella attributen som celluliter och bristningar, kommenteras ofta textuellt som något normalt som sker i kroppen. *Vanessa Almeida* skriver i samband med en närbild på en bristning:

*“Everytime I see a new stretch mark I welcome it to the family. It’s all love here”*

Att välkomna och porträttera exempelvis bristningar eller andra stigmatiserade fysiska attribut kan alltså även bidra till en positivare självbild och frigörelse från normer (Chrisler, 2011).

### **Mikroanalys - Normalisering av kroppen**



*Bild 3. Ayan Jamal, inlägg från 17 mars 2018.*

#### **Visuellt**

Den *representativa metafunktionen* i bilden visar en tjock mörkhyad kvinnas kropp. Hennes underkläder karaktär är relativt enkla och tillsammans med hennes hållning skapas ingen större grad av sexualisering av den avklädda kroppen, bortsett från att den just är avklädd och visar mycket hud. Kroppens avslappnade position i samband med den horisontella vinkeln gör att narrativet i bilden uppfattas som att en kvinna i neutralt tillstånd visar upp sin kropp i underkläder, utan att anspela på något särskilt sexuellt.

Bildens *interaktiva metafunktion* har både en distans och närhet i sig, som uttrycks på olika sätt. Då det enbart är kvinnans rygg ner till hennes lår som visas i bilden avpersonifieras hennes kropp vilket skapar en distans till den representerade personens identitet. Samtidigt är bildens yta nästan helt fylld av kroppen i bilden, och det nära avståndet gör att kontakten med bilden blir väldigt intim för betraktaren. Vinkeln i bilden är även som tidigare konstaterat i jämn linje med betraktarens blick, och

skapar därmed en jämlik situation mellan den som poserar i bilden och den som betraktar. Perspektivet i bilden är dock att den representerade vänder ryggen mot betraktaren, och denna vinkel gör att kvinnans känslotillstånd eller möjliga tankar enbart går att spekulera om för den som ser bilden. Det skapar en lägre grad av engagemang och inblandning med motivet i bilden.

Den *kompositionella metafunktionen* i bilden har en tydligt centraliserad struktur. Bilden har raka horisontella linjer och jämnt avstånd mellan bakgrund och motivet i förgrunden. Helheten i bilden har en enkel struktur och är tydligt disponerad i vad som är det framträdande motivet.

### Textuellt

Bildtexten här är väldigt kort, och består enbart av ordet "Yum". *Huvudhändelsen* i texten är därmed enbart en kommentar som på engelska betyder "Mums", och betyder därmed att motivet i den tillhörande bilden skall uppfattas som något gott eller positivt. Ordet fungerar därmed som något förstärkande till bilden, och vittnar om avsändarens *perspektiv* i vad hon själv anser om motivet, samt vad hon anser att läsaren bör bilda för uppfattning. Valet att uttrycka sig så pass kort som kvinnan valt att göra här skapar inte så mycket utrymme för analys av argumentation eller *resonemang* som förs fram. Hennes attityd komprimeras till ett ord om att hennes porträtterade kropp är något positivt laddat, och ordet "Yum" fungerar som en metafor för att vara snygg eller åtråvärd i det här fallet. Valet att uttrycka sig på engelska uppfattas som ett stilistisk drag, som kräver både en förförståelse av det engelska språket samt den utbredda användning av ordet "Yum" som ett positivt laddat ordval när det gäller utseende.

### 7.1.2. Sexualisering av kroppen

Något som förekommer i stor utsträckning i kroppsaktivisternas flöden är inlägg där kroppen tydligt sexualiseras. Detta registreras genom text och eller bild som anspelar på sexighet genom sådant som lättkläddhet och sexuella poseringar.

Sexualiseringen av kroppen är något som historiskt sett främst sker av kvinnokroppar, samtidigt som detta länge varit kopplat till en smal sexualiserad kropp (Furnham & Nordling, 1998). Gemensamt för bilderna som sexualiserar den tjocka kroppen hos kroppsaktivisterna är att dessa anammar denna historiska trend av att sexualisera kvinnokroppen, samtidigt som de bryter mot idealet av att det enbart är den smala kroppen som är värdig att sexualiseras. På det representativa planet går det tydligt att snabbt få uppfattningen om en bilds sexuella laddning genom dels nakenheten men även kroppsspråket i bilden (Jewitt & Omay, 2011). Kroppen positioneras för att framstå som utmanande och för att framhäva de kroppsdelar av kvinnan som är kopplade till sex så som munnen, bröstet eller rumpan vilket snabbt skapar ett sexuellt narrativ. Då tidigare forskning visat att den tjocka stigmatiserade kroppen uppfattas som något fult i västerländsk kultur kan det ses som en normbrytande handling att tydligt sexualisera sin tjocka kropp (Chrisler, 2011).

Bildernas interaktiva metafunktion skiljer sig åt i uttrycket av sexualiseringen (Jewitt & Omay, 2011). Exempelvis har *Vanessa Almeida* bilder på sin Instagram där kroppen visas upp från axlar till lår när hon iklädd underkläder poserar liggandes på ett golv, vilket skapar en avpersonifiering av hennes kropp och objektifierar den. Betraktaren får således enbart en koppling till hennes kropp och inte hennes person som avsändare. På andra bilder, både av *Vanessa* och andra, har den representerade personen i bilden istället ögonkontakt med betraktaren vilket skapar en krävande interaktion mellan den avbildade och betraktande och gör att sexualiseringen av den tjocka kroppen görs till något omedelbart. Exponering av kroppen på dessa sätt kan ses som ett steg för sexuell frigörelse för kroppsaktivisterna, där fokuset är att på ett positivt sätt bryta den kulturellt accepterade bilden av vad som anses sexigt i den rådande diskursen och inte den tjocka kroppens negativa konnotationer (Cooper, 2012).



I samband med bilder på den sexualiserade tjocka kroppen förekommer ofta positiva budskap i textform. Huvudtemat har nästan uteslutande att göra med åtråvärdhet i någon form, antingen i en enklare mening, emojis eller en längre text. I många fall tas föraktet mot den tjocka nakna kroppen upp och vänds till något positivt, både i längre mer uttömmande texter och i korta kärnfulla. Textens perspektiv är oftast utifrån den egna personen och formulerat på så vis att den ska verka stärkande för avsändaren. I vissa fall riktas texten tydligt mot läsaren, och i vissa fall får bilden tala enbart för sig själv när text saknas helt. Samspelet mellan text och bild är speciellt intressant för temat med den sexualiserade kroppen, då bilden som först hamnar i fokus ofta är väldigt talande i sig. Texten blir på så sätt bara en förlängning av det huvudfokus som redan etablerats starkt i den visuella kommunikationen.

### **Mikroanalys - Sexualisering av kroppen**



*Bild 4. Gabrielle Chellig, inlägg från 23 mars 2018.*

#### **Visuellt**

På bilden poserar en ung, tjock kvinna utmanande framför en spegel medan hon tar ett foto på sig själv. Kvinnan har på sig ett par svarta trosor och en vit skjorta som har hasat ner från axlarna. Hon verkar vara själv i ett stängt rum, exempelvis ett sovrum. Hon är hårt sminkad med håret utsläppt, några tatueringar träder fram på överarmen.

Bildens *interaktiva metafunktion* skapar en känsla av makt, kvinnan ser in i mobilkameran som är vinklad svagt underifrån. Nedre delen av kroppen är vänd från betraktaren medan överkroppen är vriden mot kameran, som att hon ser tillbaka över axeln. Ljuset ligger främst på kvinnans rumpa som är placerad i det nedre vänstra hörnet, högra delen av fotot är mörkare och skuggor kastas på kvinnans lår när hon håller upp mobilkameran mot spegeln. Avståndet är längst mellan kvinnans ansikte och kameran, den nedre delen av hennes kropp är aningen närmare medan handen som tar fotot är närmast betraktaren.

Ur en *kompositionell metafunktion* uppfattas bilden vara en så kallad "selfie", där personen i fråga tar en bild på sig själv. Syftet med bilden verkar vara att påkalla uppmärksamhet och anspela på sexighet.

## Textuellt

Bildtexten för inlägget är enbart en mening på engelska; "Watch me do this" vilket på svenska betyder "Se på mig göra det här". *Huvudhändelsen* för texten handlar om att utmana och påkalla uppmärksamhet för personen och det som händer på bilden genom ord som *watch* och *me*. Textens *bihändelse* riktar fokus på vad personen egentligen gör på bilden, vilket är att posera sextigt med en icke-normativ kropp. Avsändaren är kvinnan på bilden, texten är skriven på engelska och riktar sig till läsaren. Attityden är kaxig och rak, vilket utesluter en eventuell argumentation, och läsaren antas även kunna engelska. På en *latent nivå* finns det ett flertal saker som kan läsas in. Även om texten riktar sig till läsaren så är det även en metafor för att kvinnan på bilden utmanar samhällets normer och skönhetsideal. Texten påpekar att läsaren, eller samhället, kommer att få se kvinnan på bilden göra något utmanande utan att kunna påverka det. Att texten är skriven på engelska kan bero på att kvinnan vill att internationella följare ska förstå vad som står, samtidigt som detta skapar en viss distans till läsaren ur en svensk kontext.

### 7.1.3. Kläder

Alla respondenter framhäver sina kläder på något vis, och uttrycker både i text och bild en glädje över att det finns snygga kläder i deras storlek. Kläder syftar här främst till det som inte är underkläder, och förekommer i vissa fall även i samband med reklam för företag (se mer under temat *reklam*).

Bilder som visar på diverse outfits är något som alla kroppsaktivisterna i denna studie publicerar på Instagram. Utifrån den kompositionella metafunktionen kan man urskilja att det oftast är kläderna som är mest framträdande i bilderna, och att fokus ligger på att visa upp dessa när det är det som är syftet (Jewitt & Omay, 2011). I många fall kombineras detta med funktionen att visa upp den tjocka kroppen som normal, genom att till exempel bära ett plagg som avsiktligt är väldigt åtsittande eller visar upp magen. Genom att visa upp sig själva i kläder som är väldigt åtsittande på deras tjocka kroppar och signalera en glädje i detta associeras kläder som något som skapar kreativt uttryck och inte ångest över t.ex. storlekar. Enligt den interaktiva metafunktionen skapar bilderna som fokuserar på kläder relativt sällan ett starkt engagemang med personen i bilden, utan snarare med produkterna i sig (Jewitt & Omay, 2011). Den representerade personens större kroppsform är samtidigt inte vanligtvis associerat med att vara modeintresserad, vilket gör att dessa bilder står i kontrast till den utbredda fördömen. Exempelvis *Ebba Nilsson* publicerar ofta bilder på sig själv i helkropp eller halvkropp där främst händernas positionering och blickens perspektiv signalerar att det är hennes klädsel som är i centrum för bilden. Även *Ayan Jamals* bilder har ofta en komposition där kläderna hon bär är framträdande i bildens komposition, exempelvis i ett kollage med en bild där hela kroppen syns tagen i ett kök med allvarligt ansiktsuttryck och kostymen hon bär i förstoring i nästa.

I textform är bildens fokus på kläder inte alltid explicit uttryckt, utan många gånger är dess huvudhändelse en positiv förstärkning om utseendet generellt. Detta hör i sammanhanget implicit ihop med att det är just kläderna som framkallar detta positiva känslotillstånd. Om textens huvudfokus är just kläderna är det vid ett flertal tillfällen som personerna beskriver detta med både positiva och negativa ord. Som Charlotte Cooper (2012) beskriver så är kläder något som engagerar många kroppsaktivister, eftersom att modeindustrin vanligtvis inte ser till behov hos andra än den normativa smala kroppen. Mot denna bakgrund är det därmed kläder ett laddat ämne för många av kroppsaktivisterna i denna studie, och personerna uttrycker ofta någon form av förvånad lycka över att ha hittat kläder som de anser är både snygga och i deras storlek, vilket oftast samspekar i textuellt och visuellt.

## Mikroanalys - Kläder



Bild 5. Cassandra Klatzkow, inlägg från 29 april 2018.

### Visuellt

Ur en *representativ metafunktion* poserar en kvinna i en helkroppsspegel, medan hon tar foto på sig själv med en mobil. Kvinnan har långt brunt hår och bär en militärgrön bikini. Hon verkar befinna sig hemma i ett sovrum då en madrass och vadderad sängkarm skymtar bakom kvinnan.

Den *interaktiva metafunktionen* i bilden är rätt passiv då kvinnan tittar ner i telefonen som tar bilden, mobilkameran hålls upp så att delar av kvinnans ansikte inte syns. Kvinnan ser koncentrerad och allvarlig ut. Det finns ett visst avstånd till betraktaren då det är lite mer än en halvkroppsbild. Vinkeln är rakt framåt och lite ovanifrån så att fokus riktas på kvinnans kropp. Bilden är har bra ljus och miljön består övervägande av vita väggar och trägolv.

För den *kompositionella metafunktionen* uppfattas även denna bild vara en "selfie" med en naturalistisk modalitet. Det sker inte så mycket i bilden annat än man förstår att kvinnan neutralt visar upp sin bikiniklädda kropp.

### Textuellt

Bildtexten är lång och formulerat som ett öppet brev till klädmärken och kedjor kring att dessa måste förstå och skapa kläder i större storlekar för tjocka människor. Textens *huvudhändelse* handlar främst om att uppmärksamma att personer större än storlek XL också är intresserade av mode och kläder, men att dessa inte har någonstans att vända sig för att köpa kläder. Mycket handlar även om vilja, att kvinnan i fråga samt personer som liknar henne inte längre vill uppleva diskriminering och att de istället vill få det lättare att shoppa.

Textens *bihändelse* fokuserar på att kvinnans följare idag vänder sig till henne för att få råd och tips och att hon inte kan bidra med den hjälp som behövs, hon erbjuder även att företagen som vill utvecklas kan vända sig till henne så kan hon hjälpa dem med design och anpassning av kläder för tjocka personer.

Avsändaren av texten är kvinnan på bilden och hon riktar sig uttryckligen till klädmärken och företag. Texten är, som tidigare nämnt, utformat som ett brev eller en insändare med avsändaren som skriver en introduktion och en avslutande formell hälsning i. Vissa delar i texten är skrivna i versaler och efter flertal meningar följer en rad utropstecken eller frågetecken, detta skapar en upplevelse av ilska och engagemang. Argumentationen är både krävande och frågande, det framgår tydligt att personen tycker illa om situationen men samtidigt erbjuder hon en lösning på problemet.

På en *latent nivå* är texten väldigt tydlig och utvecklad, det uppfattas som att den ska vara möjlig för alla att förstå, just för att detta är ett problem som alla bör känna till och förstå. Vissa ordval är på engelska som "*News Flash*" vilket förutsätter att mottagaren förstår engelska och vet vad detta begrepp betyder.

#### **7.1.4. Psykisk ohälsa**

Temat psykisk ohälsa har kommit till uttryck många gånger hos kroppsaktivisterna i denna studie, och då främst i textform. Anledningen till den psykiska ohälsan kopplas många gånger explicit samman med just den tjocka kroppen och diskriminering av den.

Kroppsaktivisternas personliga psykiska ohälsa kommuniceras sällan genom tydliga visuella medel. På det representativa planet är indikationerna om att inlägget som helhet handlar om till exempel ångest väldigt sällan tydliga, utan uppträder i sådana fall främst i kombination med en text. Eftersom att det textuella på så vis styr den visuella tolkningen blir den initiala tolkningen av bilden påverkad av det som läses. *Vanessa Almeida* har exempelvis lagt ut ett foto på sin Instagram som har ett intimt nära avstånd och en blick som direkt möter betraktarens, och därmed skapar engagemang och en krävande interaktion med bilden. Bilden i sig har en nakenhet och äkthet sett till modaliteten, då inga kläder syns på kroppen och redigeringen är minimal vilket står ut från hennes övriga bilder som ofta har kreativa grafiska inslag (Harrison, 2003). Enbart den visuella tolkningen skapar därmed en viss känsla av avbrott från hennes vanliga framing på kontot genom att den bryter kontinuiteten i mönstret.

I samband med *Vanessas* bild som diskuterats i det visuella är det alltså först när även det textuella läses i samspel med bilden som den fullständiga meningen i inlägget formuleras. I den är huvudfokuset hennes psykiska ohälsa, men sidoteman såsom sociala mediars skeva representation av livet och hennes för ovanlighetens skull osminkade ansikte tas även upp. Genom att se till samspelet i detta fall mellan text och bild skapas en mer komplex tolkning för båda delar av underlaget för analys. Detta exempel visar på hur de flesta av kroppsaktivisternas bilder som har en text som berör psykisk ohälsa får en ny grund för tolkning genom samspelet. Huvudämnet i texterna som berör psykisk ohälsa har även oftast allvarliga ordval (Dahlberg-Grundberg, 2013), som signalerar att detta är en fråga som kroppsaktivisterna ser som ett seriöst samhällsproblem både för sig själva och för andra och som de vill förändra diskussionen kring med hjälp av deras Instagramkonton.

## Mikroanalys - Psykisk ohälsa



Bild 6. Ebba Nilsson, inlägg från 6 mars 2018.

### Visuellt

Den *representativa metafunktion* i bilden visar en närbild av en blond kvinna med utsläppt, lockigt hår och lugg som tittar in i kameran. Kvinnan bär en röd stickad tröja och verkar befinna sig i ett rum i en bostad.

Sett ur en *interaktiv metafunktion* är bilden intim på så vis att kvinnan är i närbild med enbart ansikte, hår och axelparti som syns. Kontakten är direkt med betraktaren då kvinnan ser in i kameran, synvinkeln är rakt framifrån, dock lutar kvinnan huvudet svagt nedåt samtidigt som ögonen tittar upp i kameran. Detta gör att det skapas en viss känsla av undergivelse, samtidigt så ler kvinnan svagt med stängd mun vilket gör att interaktionen i bilden uppfattas som något förvirrande eller mystisk.

Bildens *kompositionella metafunktion* representerar än en gång en "selfie" där kvinnan har fotograferat sig själv. Som helhet är bilden ganska intetsägande annat än att det skapas en intimitet mellan kvinnan på bilden och betraktaren, som kan verka välkomnande.

### Textuellt

Texten till inlägget berättar *huvudsakligen* om avsändaren vid tillfället har någon slags existentiell ångest, personen refererar även till bilden och påpekar att denna inte har tagits vid tillfället då hon har haft ångest. Förutom detta innehåller texten "Emojis" i form av stora utropstecken, som att förstärka de redan existerande utropstecken. Avsändaren skriver även "Kram" i slutet av texten vilket gör att texten uppfattas som personlig.

Det är tydligt personen på bilden som skriver texten då denna är i jag-form. Det finns ingen tydlig person som texten riktar sig till annat än att då personen skriver "Kram" ger detta en känsla av vänskap och att detta kan refereras till avsändarens följare eller fans. Texten innehåller ingen argumentation utan snarare ett konstaterande, som för att uppmärksamma att personen i fråga också kan må dåligt ibland. Attityden är mjuk och uppfattas inte som ansträngd, ledsen eller arg. Något som kan verka förvirrande då ämnet som tas upp är stigmatiserat och ofta känsligt att tala om.

På en *latent nivå* kräver texten inte någon förståelse annat än att läsaren antas känna till “Emojis” och hur dessa används. Texten är skriven i talspråk och innehåller ett flertal förkortningar, i en mening skriver exempelvis personen enbart ett “M” vilket är kortfattat för “med”, något som kräver en viss förståelse för det svenska språket.

### 7.1.5. Gemenskap

Med gemenskap menar vi här innehåll som handlar om att aktivisterna direkt tilltalar sina följare eller andra aktivister. Detta framkommer tydligt både visuellt och textuellt i samtliga undersökta Instagramkonton där innehållet ofta är positivt laddat gällande ämnet.

I flera av bilderna på de undersökta Instagramkontona poserar aktivisterna med vänner, andra aktivister eller fans. De ler eller ser allvarliga ut och tittar ofta in i kameran eller på varandra. I princip så är det enbart i *Linda-Marie Nilssons* bilder som färgerna är ljusa och hon skrattar eller ser glad ut. Hennes bilder är dessutom ofta tagna rakt framifrån vilket, som tidigare nämnts, skapar en mening av starkare samhörighet med betraktaren (Harrison, 2003). Övriga aktivister gestaltar gemenskap mer genom attityd och positioner som skapar en känsla av maktutövning då kameravinkeln ofta är underifrån vilket gör att personerna ser ner på betraktaren (Jewitt & Omay, 2011). Färgerna är även mörka, vilket skapar ett hårdare intryck av vad som gestaltas. Föreställningsvis handlar det “hårda” intrycket om meningsskapande kring frågor som att man tillsammans är starkare och att man kämpar mot eller för något. Den direkta kontakten med betraktaren genom blicken in i kameran är dessutom något som engagerar (Harrison, 2003).

Även om det finns ett stort individuellt fokus i de texter kroppsaktivisterna publicerar gällande sig själva och deras tankar, drömmar, åsikter och problem, så skriver flertalet av dem kärleksfulla texter om människor i deras närhet som påverkat deras syn på sig själva på ett eller annat sätt. I samband med detta används ofta positivt laddade ord som “snygga”, “magisk”, “otroliga”, “coola” och “kärlek”. I ett inlägg beskriver exempelvis *Cassandra Klatzkow* i en längre text att hon, på en loppis för tjocka tjejer, känt sig bekväm med att inte vara den enda stora personen i ett sammanhang och tackar alla aktivister och tjocka personer som har deltagit. Även kortare textuellt innehåll med liknande innebörd existerar, *Gabrielle Chellig* skriver exempelvis meningen; “Magiskt häng”, när hon poserar på en bild med två andra kroppsaktivister. Detta kan kopplas till Coopers tankar kring att kroppsaktivismen skapar säkra platser i sociala medier där en positiv upplevelse av den tjocka kroppen sprids, samtidigt som det kan vara värt att reflektera över ifall säkerheten och kollektivet kan skapa en digital bubbla där utbytet av åsikter kan uppfattas som homogent (Cooper, 2012).

## Mikroanalys - Gemenskap



Bild 7. Linda-Marie Nilsson, inlägg från 8 maj 2018.

### Visuellt

Bildens *representativa metafunktion* är två vita kvinnor som står och håller om varandra. De har både tjocka kroppar och långt brunt hår, samt är tydligt sminkade och ser glada ut. Kvinnan till höger i bild håller en bok i handen, och på omslaget syns kvinnan till vänster. De befinner sig i en stadsmiljö med bilar, grönska och en större byggnad i bakgrunden. Narrativet i bilden handlar om att de båda kvinnorna är glada över boken som hålls upp i förgrunden och att de tycker om varandra baserat på kroppsspråket.

Genom att se till den *interaktiva metafunktionen* i bilden om hur de två representerade kvinnorna interagerar med varandra går det som nämnt att urskilja på deras kroppsspråk att de är vänner eller tycker om varandra. Kvinnan till vänster lutar sig tydligt in mot den andre, samtidigt som hennes hållning tyder på att den andre är en person hon vill visa upp genom att inte luta in huvudet särskilt långt. Kvinnan till höger i bild har en mer avslappnad hållning, och det går att ana att hon håller om den andra kvinnan. De tittar båda direkt in i kameran och skapar ett engagemang hos betraktaren, och då bilden är tagen rakt framifrån upplevs de som jämlikar med den som ser på bilden. Avståndet i bilden är relativt kort från kameran, vilket även syns på att de enbart är fotade från midjan och uppåt vilket skapar ett nära personligt avstånd.

Den *kompositionella metafunktionen* i bilden visar på en symmetri och jämnt utrymme för de båda kvinnorna. Boken som den ena håller i handen är tydligt framträdande och hamnar således i fokus, och dess placering till höger i bild visar på att det är något nytt som signaleras. Kompositionen i bilden skapar därmed ett tydligt narrativ i att det är en ny bok som släpps av kvinnan till höger då hon är på bokomslaget, och att de firar detta.

### Textuellt

Textens *huvudhändelse* samspelar med bilden då det är lanseringen av den avbildade boken som är huvudtemat. I textens *bihändelser* beskriver avsändaren hur tacksam hon är för sina vänner och familj som hon gett exemplar av boken, och hon talar även om att boken släpps på riktigt den nästkommande dagen. Mycket fokus riktas även till avsändarens kärleksfulla känslotillstånd som de övriga händelserna resulterat i för henne.

*Perspektivet* i texten är riktat till avsändarens följare, som i sista meningen uppmuntras att köpa hennes nya bok. Texten i sig är dock inte explicit säljande, utan uttrycker främst stolthet och glädje över projektet, vilket skapar associationer om att den är välskriven och värd att läsa om en gillar henne som person och vill stötta henne. *Resonemanget* i texten är övervägande baserad på ett kärleksfullt känslomässigt tillstånd, och detta leder fram till en diskret uppmaning att köpa boken för att göra henne glad. Innehållet i boken diskuteras inte, utan istället lyfts hennes vänner och familj som fått ett exemplar av boken och upplevs gilla henne och i förlängningen boken.

I textens *latenta nivå* analyseras hennes användande av emojis i form av hjärtan och ansikten som förstärkande visuella markörer för att beskriva ett sinnestillstånd av att vara lycklig. Detta stämmer överens med hennes formulering av att vara mosig i hjärtat, vilket fungerar som en metafor för att vara överväldigad av kärlek och positiv känslor. Vid två tillfällen skriver hon om sin bok, och den figurerar även i bilden, vilket indirekt fungerar som en säljande funktion. Genom att hon formulerar sig om att hon lämnat exemplar till människor som på ett eller annat sätt varit en del av hennes liv, i samma mening som hon nämner bästa vänner och verkligt betydande personer, förminkas dessa något av ordvalet. Bilden ovan ingår i ett kollage, och antagandet görs då att vissa av dessa inte har en lika stark personlig koppling till henne som andra. Vad kvinnan i den utvalda bilden har för roll är därmed svårt att avgöra när en ser till denna formulering i texten.

### 7.1.6 Reklam

Ett tema som framkommer på olika sätt i flera av kroppsaktivisternas instagramflöden är reklam eller så kallade "samarbeten" med företag och klädmärken. Ofta handlar det om just kläder och att aktivisten i fråga relaterar till sig själv, eller är delaktig på något annat sätt, för att sedan rekommendera sina följare att kolla in märket.

Reklam och samarbeten framgår inte lika tydligt visuellt jämfört med textuellt, det finns dock ett mönster hos samtliga inlägg inom detta tema vilket är att det finns ett mer redaktionellt inslag i bilderna där exempelvis text, logo eller layout är centralt i bilden. Produkten som marknadsförs gestaltas ofta tillsammans med avsändaren och bildkvalitén är ibland högre än i andra foton i flödet. Trots att kroppsaktivisten alltid är närvarande (som övriga bilder i flödet), så är informationsvärdet ofta högre i dessa bilder just för att produkten har en central placering i bilden (Jewitt & Omay, 2011).

Textuellt sett framgår det nästan alltid om inlägget i fråga är reklam eller samarbete om avsändaren har erhållit en kompensation för att skapa innehållet. Detta ses som marknadsföring och går därför under den svenska marknadsföringslagen, det måste därför vara enkelt och tydligt att förstå att inlägget innehåller reklam. Dold marknadsföring är enligt lag förbjudet och därför arbetar flera så kallade "influencers" på Instagram med annonsmärkning som, #reklam eller #samarbete för att mottagaren genast ska uppfatta att det är ett externt företag som står bakom marknadsföringen. Handlar det istället om att avsändaren tipsar eller föreslår något till sina läsare av egen fri vilja, anses detta gå under yttrandefrihetsgrundlagen och måste därför inte märkas ut (Konsumentverket, 2015). Både *Vanessa Almeida* och *Cassandra Klatzkow* deltar exempelvis i klädföretaget Weekdays kampanj (2018) "My Body - My Image" där de, tillsammans med 23 andra kvinnor gör reklam för klädmärkets senaste badkollektion genom att ta foto på sig själva i badkläder. I de inläggen som rör kampanjen framgår det tydligt att det är marknadsföring då företaget nämns ett flertal gånger och ord som "kampanj" och "reklam" återkommer.

Att "influencers", i detta fall kroppsaktivister, och företag samarbetar kan kopplas till det som tidigare har tagits upp om att aktivism inom sociala medier är nära kopplat till populärkultur och större medieföretags logik (Gill, 2016). Istället för att annonsera i en papperstidning eller på en hemsida kan man idag nå specifika målgrupper genom enskilda personer med högt följantal på sociala medier.



Viktigt att påpeka är dock att det finns ett stort individuellt fokus i samtlig reklam som har undersökts, till skillnad från traditionella media kopplas innehållet ofta till avsändarens egna känslor och aktivism som exempelvis; “*Jag är genuint glad att jag äntligen har hittat jeans jag kan ha?!*”. Detta går att koppla till Guillards redogörelse för att just denna generation ser sina handlingar online som verkligt effektiva men också att aktivismen på sociala medier ibland kan uppfattas som förenklande för de frågor som tas upp (Guillard, 2016).

## Mikroanalys - Reklam

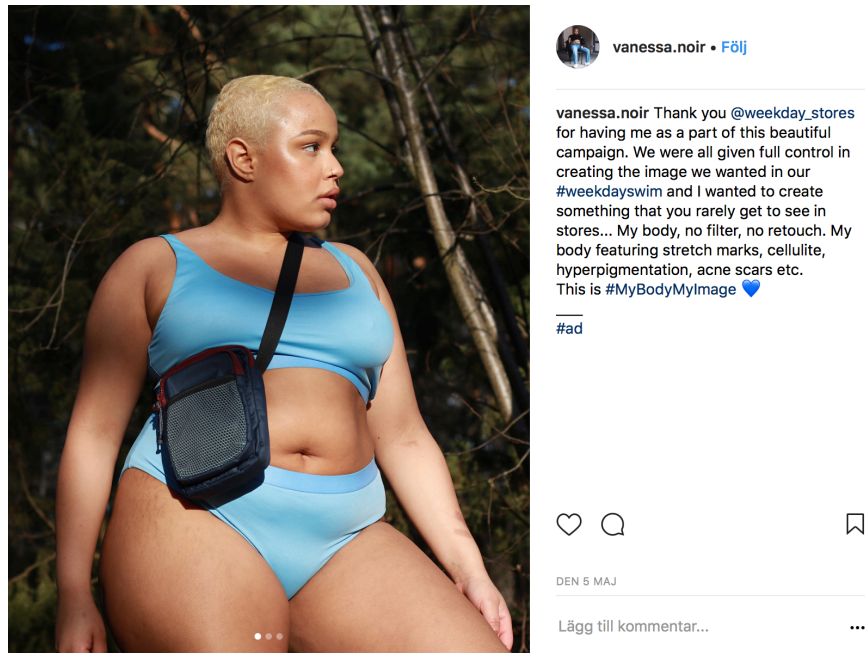


Bild 8. Vanessa Almeida, inlägg från 5 maj 2018.

### Visuellt

Genom att se till den *representativa metafunktionen* i bilden så är det tydligt en tjock kvinna som poserar i en ljusblå bikini. Kvinnan har kort ljust hår och ser till sin vänster, samtidigt som hon har en svart väska hängandes över kroppen som döljer en viss del av magen. Stilen på bilden och dess höga upplösning, tydliga komposition och tydliga fokus på vad kvinnan bär signalerar en redaktionell känsla.

Bildens *interaktiva metafunktion* skapar inte ett särskilt krävande intryck, då kvinnan i bilden är vänd bort från kameran. Detta leder till att betraktaren får begränsad kontakt med henne, då blicken är vänd mot något som inte syns i bild. Betraktaren får då en distans till kvinnan, trots att närheten i bilden har ett relativt personligt avstånd. Engagemanget för den representerade för personen i bilden tas därmed över av produkterna i bilden, bikinin och väskan, som är mer framträdande.

Som tidigare nämnt har bilden en redaktionell känsla i ljussättning och placering av produkter och personen. Utifrån den *kompositionella metafunktionen* bidrar alltså den representativa och interaktiva analysen av bilden till uppfattningen av att detta är en bild som är tagen i syfte att visa upp produkterna i form av bikinin och väskan. Detta då betraktaren distanseras från bäraren av dessa på olika vis.

## Textuellt

Bildtextens *huvudhändelse* formuleras tydligt i den första meningen, där avsändarens medverkan i en kampanj för företaget Weekday konstateras. Samtidigt fokuserar en större del av texten på det faktum att hennes kropp visas upp utan retuschering, vilket uttrycks glädje över då det är något ovanligt inom reklam för kläder. Även det faktum att hennes kropp har bland annat celluliter och bristningar, kroppsattribut kopplade till hennes kroppsstorlek, hyllas specifikt som något som aldrig får synas i sådana här typer av bilder.

Avsändarens *perspektiv* är något otydligt formulerat, då det faktum är att inlägget är reklam gör att det finns en otydlighet i om texten formulerats av det sponsrande företaget eller kontoinnehavaren själv. De hashtags som använts i texten är alla kopplade till Weekday och kampanjen, vilket tyder på att det troligtvis varit ett krav att dessa skulle inkluderas i en fritt formulerad text, eller så har texten formulerats helt av företaget. Texten riktar sig till kontoinnehavarens följare, och det *resonemang* som förs i texten är även det adresserat till följarna. Genom att *Vanessa Almeida* talar gott om företaget, och kopplar dessa argument till sin egen agenda som kroppsaktivist, tjänar båda parter på ett sådant reklamsamarbete. Weekday får en mer organisk spridning på sin kampanj, och *Vanessa* får ta plats i ett utrymme som vanligtvis domineras av smala, retuscherade kroppar. Valet att skriva texten på engelska talar för att publiken även förväntas förstå språket, och att reklamen ska nå ut till fler än svensktalande följare.

Hennes användande av t.ex. hashtaggen #ad och att hon taggar och tackar företaget Weekday gör det tydligt att hon publicerar detta inlägg i ett reklamsyfte. Samtidigt är det mycket i textens *latenta nivåer* som görs att en viss grad av förförståelse krävs för att förstå innebörden i vissa av meningarna. Avsändarens formulering "something that you rarely get to see in stores" antyder till exempel att det måste finnas en förförståelse hos läsaren om vad som vanligtvis syns i butiker och modesammanhang. Det kräver att läsaren är införstådd med problematiken och diskussionen kring att det idag nästan enbart är tunna och normativt vackra kvinnor som förekommer i reklambilder. Denna textuella lucka i texten fylls alltså enbart för den läsare som vet vad avsändaren syftar till i sin formulering, samtidigt som det delvis framkommer genom att hon exemplifierar saker som bristningar.

## 7.2 Kontextualisering

I det sista steget av analysen appliceras resultaten i en bredare diskursiv samhällskontext, vilket ämnar att se till hur dessa förhåller sig till situationsbaserade sociala, kulturella och politiska aspekter. Detta steg i analysen syftar till att svara på studiens tredje frågeställning om de ämnen som adresseras och gestaltas av kroppsaktivisterna på Instagram.

I de mikro- och makroorienterade analyserna som genomförts har ett flertal identifierade teman varit återkommande för både innehåll och gestaltning. Den höga frekvensen av dessa, som redogörs för i urvalet (se Bild 1), gör dem intressanta att analysera ur ett större samhälleligt perspektiv. Hur kan man förklara varför samtliga kroppsaktivister till exempel publicerar mycket bilder på sig själva, och belyser vissa ämnen mer än andra?

De flesta inlägg som publicerats under den valda perioden handlar om synlighet för den tjocka kroppen, vilket ständigt utmanar den kulturella makten som dikterar att den smala kroppen är normen, både i bild och text (Dahlgren, 2014; Furnham & Nordling, 1998). Makroanalysen av temat normalisering av kroppen visar till exempel att alla kroppsaktivister i studien publicerar bilder som berör detta tema, och visar på liknande vis upp attribut hos tjocka kroppar i samspel med uppmuntrande text. Förekomsten av dessa typer av bilder visar på en social omgivning där den tjocka kroppen är något avvikande som måste försvaras eller explicit kopplas ihop med positiva förstärkningar.

Diskursiva markörer framträder ofta i materialet gällande detta tillstånd, och det går genom dessa att se hur personer med tjocka kroppar i Sverige förhåller sig till en situation där normen om att vara smal verkar som ett förtryck som man vill frigöra sig från (Machin, 2013). Att just normalisering av kroppen är ett tema som kommer till uttryck på liknande sätt, både visuellt och textuellt, väcker samtidigt frågan om homogeniteten i inläggen. Som Meleo-Erwin (2012) beskriver kan normalitet verka för styrning både för och inom marginaliserade grupper av människor. De kroppsaktivister som ingår i studien följer visserligen kriterier som skapar en viss homogen grund, men det faktum att dessa uttrycker sig inom väldigt lika ramar när de syftar till att normalisera sina kroppar är värt att uppmärksamma. Inom denna grupp verkar aktivismen nämligen följa liknande mönster för hur den ska bedrivas och även vilka ämnen utöver normalisering av kroppen som tas upp. Något som kan leda till ett nedtystande för de tjocka personer som inte identifierar sig med dessa ämnen. Samtidigt beskriver flera av kroppsaktivisterna det stöd som de upplever på sina Instagramkonton, detta går att koppla till Chrislers (2011) tankar kring kontakten inom feminism, där kontakt med förespråkare som dessa kroppsaktivister kan leda till en bättre självbild, och just acceptandet av sin kropp är ett budskap som är viktigt inom kroppsaktivismen i stort (Cooper, 2012). På så vis kan denna relativt homogena grupp kroppsaktivister även ha positiva inverknings på de personer som de når ut till och bidra till en stärkt gemenskap för tjocka kvinnor.

Att ett av de mest förekommande ämnena i analyserna har varit reklam visar på att kroppsaktivisterna i studien har kommit att bli en uppmärksammas röst i samhället. Företag såsom Weekday, som exemplifieras i mikroanalysen på temat, väljer aktivt att skapa plattformar och samarbeten med kvinnor som inte följer kroppsliga normer. Många företag strävar idag efter att finna nya sätt för marknadsföring och majoriteten kroppsaktivister i studien anses vara så kallade influencers, vilket idag kan liknas vid individuella varumärken på grund av deras höga följarrantal. De samarbeten som uppmärksammats i de tidigare analyserna handlar om just kläder eller mode, vilket dokumenterat är en fråga som många kroppsaktivister väljer att engagera sig inom (Cooper, 2012).

Att just kläder, speciellt kopplat till reklam, är ett tema som förekommer ofta kan dock vara problematiskt. Mode är nära kopplat till konsumtion och kapitalism, men även till populärkultur. Att just frågan om att tillverka kläder i större storlekar oft lyfts gör att andra frågor om förtryck av större vikt kan hamna i skymundan för denna mer materiella önskan om klädstorlekar. Utrymmet som temat ges av kroppsaktivisterna kan verka som en indikation på att just detta är ett av de största problemen de möter i samhället, vilket i sin tur kan ha en förminsande effekt på andra former av förtryck. Som Gill (2016) beskriver, är det av betydelse att analysera hur olika frågor tas upp inom feminismen för att inte förminska feminismen i sig, detta gäller även för kroppsaktivismen. Men samtidigt som det är problematiskt är det inte utan betydelse. Tjocka kvinnors rätt att delta i samhället på lika villkor som smala innefattar även deras rätt att konsumera kläder. Att kroppsaktivisterna i studien medverkar i kampanjer tyder på att de åstadkommit en kulturell och ekonomisk förändring genom sin digitala aktivism (Guillard, 2016), även som det kausala sambandet inte går att bekräfta helt och hållet. I linje med det Lievrouw (2011) anser om att sociala och digitala medier kan användas för att utmana dominerande kulturella bestämmelser, så har klädindustrins anpassning för tjocka kroppar förändrat det dominerande sättet för att marknadsföra mode i en svensk kontext på grund av kroppsaktivisterna.

De plattformar som kroppsaktivisterna har använts även för att belysa ämnet psykisk ohälsa, där det i makro- och mikroanalysen av ämnet framträder ett flertal intressanta faktorer. Sett ur ett multimodalt perspektiv så samspelar det visuella och det textuella oerhört sällan, och de textuella nivåerna skapar nästan uteslutande en nytolkning av det tillhörande visuella uttrycket. Bildspråket för att gestalta psykisk ohälsa ter sig därmed vara väldigt frånvarande, och diskursivt sett verkar det vara kutym att skriva om psykisk ohälsa men inte visa upp det (Jewitt & Omay, 2011). Vad som gestaltar detta tema visuellt kan därmed sammanfattas i att det finns en avsaknad av att visa upp det. I den kulturella kontext som kroppsaktivisterna befinner sig i upplevs det inte heller finnas en vilja eller medel för att påvisa psykisk ohälsa genom visuella signalement. Genom att exempelvis välja en bild som visar upp

ett uttryck och beskrivs textuellt som ett helt annat, förminskar på så vis budskapet om psykisk ohälsa (Harrison, 2003).

Något som i kontrast till psykisk ohälsa manifesterar sig väldigt tydligt visuellt är det identifierade temat om den sexualiserade kroppen. Som de beskrivna exemplen i makroanalysen, är detta tema något som framställs tydligt i den representativa metafunktionen. Vad som uppfattas sexigt bestäms vidare av sociala och kulturella aspekter inom en specifik samhällskontext, som människor tolkar på samma sätt utifrån olika konventioner (Lemke, 2009). I mikroanalysen visas även ett exempel på den vanligt förekommande funktionen att använda sig av ett grodperspektiv i de sexualiserande bilderna. Denna vinkel tyder på att personen i bilden innehar makt, och i detta fall makt över sin egen kropp som sexuell varelse (Jewitt & Omay, 2011). Att sexualisera den tjocka kroppen går emot den dominerande bilden av vad som är en sexig kropp i en västerländsk kontext, vilket som tidigare beskrivits är att den smala kroppen är något sexigt och värdigt åtrå. Genom att uttrycka sig normbrytande i denna fråga genom bild och text på Instagram är det tydligt att kroppsaktivisterna i denna studie vill förändra denna diskursiva maktordning i samhället (Lievrouw, 2011).

Språkligt och estetiskt väljer många av kroppsaktivisterna att uttrycka sig på sätt som kan uppfattas som relativt ungdomligt och anpassat till kommunikation på Internet. Detta genom att blanda engelska med svenska, använda emojis som metaforer eller att i bilderna skapa ett estetiskt uttryck som känns populärkulturellt. Genom att uttrycka sig på ett sådant vis krävs det många gånger en förståelse för nyanser och den specifika modaliteten för att kunna tillgodose sig materialet (Jewitt & Omay, 2011). Publiken för dessa kroppsaktivisters konton kan därmed antas vara en grupp som förstår innehållet och dess olika semiotiska nivåer, vilket både kan leda till en högre grad av gemenskap men också en viss homogenitet. Som Schuster (2013) beskriver kan detta leda till att de som inte kan relatera till, eller förstå, denna typ av ungdomligt utformad aktivism inte heller registrerar att den bedrivs. Samtidigt är uttrycksformen ett medel för unga kvinnor att diskutera frågor inom feminismen och om kroppen på sina egna villkor, utan att nödvändigtvis behöva anpassa sig efter vad som hade fungerat för en, till exempel, äldre publik.

Som exemplet i makroanalysen för temat gemenskap beskriver, så uttalar sig *Cassandra Klatzkow* om en upplevd situation, specifik för just tjocka kvinnor, där det både visuellt och textuellt talas om en situation som skapar en känsla av tillhörighet. Genom att ta upp känslan av att "för en gångs skull inte vara den enda tjocka personen i ett sällskap" och den frigörande funktionen i det, kan meningen verka gemenskapsbyggande för de som direkt kan relatera till den situationen. Även i mikroanalysen på temat lyfts det hur *Linda-Marie Nilsson* genom att ge ut en bok skapar en mer tillgänglig och bredare kommunikationskanal än Instagram för att diskutera kroppsaktivism och kroppsnormer, om än mer envägs i sin form. Dessa exempel på gemenskapsbyggande inlägg visar på att aktivisterna öppnar upp för diskussion i forum utanför, och genom, sina Instagramkonton. Clark-Parsons (2017) belyser hur frågor som dessa ofta diskuteras i slutna rum på internet för att undvika hot eller diskriminering, men det är tydligt att många av aktivisterna i denna studie befinner sig i en kontext där de vågar uttrycka sig öppet om sin position och sina problem även utanför det sociala mediet.

Avslutningsvis är viktigt att belysa att det, genomgående för alla de teman som ingår i analysen, finns tydliga mönster för att dessa diskuteras utifrån ett personligt perspektiv, både visuellt och textuellt. Kroppsaktivisterna utgår oftast från sig själva när de beskriver olika problem de upplever i relation till att vara tjocka kvinnor och deras flöden domineras av selfies eller foton som andra tagit på dem. Att jaget ständigt kopplas samman med de ämnen som adresseras visar på en identitetsbaserad aktivism, vilket går i linje med den tidigare forskningen om dagens utbredda personligt politiska deltagande (Ekström & Sveningsson, 2017). Då det är kroppens plats och uttryck som är den centrala frågan för samtliga identifierade teman, anses det dock vara naturligt att en övervägande del av aktivismen tar avstamp i det personliga för att diskutera kroppsaktivism. Som Cooper (2012) beskriver så är den tjocka subjektiviteten något som måste utgå ifrån inom kroppsaktivismen, och därmed är aktivism

som är starkt kopplad till identiteten en viktig form av medverkan i rörelsen. Det är även värt att reflektera kring valet att kalla det just aktivism när det är så personligt färgat som i dessa fallen. Kvinnorna identifierar sig själva som just kroppsaktivister, men deras praktiker är inte i linje med vad som typiskt uppfattas som aktivism. Som Dahlberg-Grundberg (2013) skriver är trösklarna för att engagera sig politiskt och aktivistiskt via digitala kommunikationsformer lägre än de tidigare varit, och ofta kopplat till ett identitetsbyggande. Valet att kalla sig just aktivist av dessa kvinnor kan tänkas vara ett sätt för dem att skänka legitimitet och en bredd till sitt budskap, trots den personliga karaktären.

## 8. Slutsats

Syftet med denna studie har varit att kartlägga och undersöka hur svenska kroppsaktivister uttrycker och gestaltar sin aktivism i det sociala mediet Instagram, utifrån ett multimodalt kritiskt diskursivt perspektiv. Detta har besvarats via tre frågeställningar; (1) Vilken typ av innehåll postar svenska kroppsaktivister i det sociala mediet Instagram, (2) hur använder de svenska kroppsaktivisterna text- och bildfunktionerna på Instagram för att gestalta sin aktivism och (3) hur kan de ämnen som svenska kroppsaktivister adresserar och gestaltar i det sociala mediet Instagram relateras till en större samhällskontext.

Tidigare studier som har varit av betydelse för kunskap kring ämnet har främst handlat om förändrade former för deltagande, digital aktivism, digital feministisk aktivism och kroppsaktivism. De teoretiska utgångspunkterna för studien har grundat sig i multimodal kritisk diskursanalys samt socialsemiotik. Dessa har även inspirerat genomförandet av analysen, bestående av en makro- respektive mikroanalys av innehåll och uttryck hos sex svenska kroppsaktivisters Instagramkonton. Det identifierade materialet har därefter kontextualiserats med hjälp av tidigare studier och teori.

Av studiens resultat går det att utläsa att det finns tydliga teman för vilket innehåll som publiceras på kroppsaktivisternas Instagramkonton, dessa är; *normalisering av kroppen*, *sexualisering av kroppen*, *kläder*, *psykisk ohälsa*, *gemenskap* och *reklam*. Samtliga utvalda kroppsaktivister har via text, bild, eller både och, berört dessa ämnen på ett eller annat sätt. Där det vanligaste temat att gestalta är normalisering av kroppen, där alla förutom *Ebba Nilsson* har publicerat mer än fem bilder på sina kroppar i bikini eller underkläder under den valda tidsperioden.

Samtliga inlägg som ingått i mikroanalysen har varit kopplade till ett av de sex teman som identifierats. Även om de utvalda inläggen skiljer sig från varandra i visuella och textuella uttryck så finns det återkommande inslag. Exempelvis finns det en tydlig närvaro av vilken typ av interaktiv metafunktion som sker genom att personerna ofta söker kontakt med betraktaren, eller så uppfattas det tydligt att de tar avstånd genom vinklar och blickens riktning. När det kommer till de textuella uttrycken finns det specifikt två olika latenta nivåer som är framstående. Antingen så är avsändaren väldigt tydlig i en längre text om vad denna vill tala om, eller så använder sig avsändaren av metaforer eller underförstådda tecken, såsom "emojis", för att förmedla sitt budskap.

Hur inläggen är utformade varierar från person till person och från ämne till ämne. Vad som däremot är tydligt är att text och bild inte alltid, eller sällan, tydligt samspelar. Ett inlägg kan innehålla två eller flera olika teman, exempelvis som när *Ebba Nilsson* i sitt inlägg om psykisk ohälsa explicit skriver att bilden i inlägget inte har med ångest att göra. Eller då *Cassandra Klatzkow* skriver allvarligt om kläder och företagens skyldighet att producera större klädstorlekar, samtidigt som hon poserar i en spegel iklädd bikini.

Ur en samhällskontext går samtliga identifierade teman att applicera på den omgivande miljön och kulturen. Det framgår tydligt att de undersökta aktivisternas aktioner är påverkade av vilken kontext de rör sig i, samt att de lever i ett samhälle som är under utveckling när det kommer till aktivism och normbrytande beteende. På så vis finns det nära kopplingar till den tidigare forskning som presenterats och det är tydligt att aktivismen, trots individualisering, är påverkat av gemensamma trender och förutsättningar.

## 9. Slutdiskussion

Under studiens gång har ett flertal intressanta aspekter kunnat belysas och uppmärksammas. Vi har fått en ökad förståelse för kroppsaktivismen som rörelse i stort men också för dess situation och förutsättningar i det svenska samhället. Ursprungligen hade vi en viss förförståelse för ämnet då vi själva är kvinnor ur samma generation och aktiva på det sociala mediet Instagram. Det vi har skapat oss en större förståelse för under studiens gång handlar därför också om den samhällskontext som vi själva lever i, förutom att ingen av oss anses ha en icke-normativ eller tjock kropp. Detta kan naturligtvis ha påverkat studiens genomförande och analys, vilket därmed är något som är viktigt att medvetandegöra.

Det som har framgått tydligast under studiens gång är att uttrycken och innehållet liknar annan feministisk aktivism som finns på sociala medier, vilket redogjorts för i den tidigare forskningen. Samtliga aktivister som ingår i studien publicerar exempelvis flitigt inlägg på Instagram, och specifikt för just dessa är att merparten av inläggen relaterar till kroppen eller kroppsaktivismen på något vis. Det kontinuerliga och frekventa deltagandet på sociala medier visar på betydelsen av upprätthållandet av identiteten som kroppsaktivist specifikt, men också som feministisk aktivist i stort (Svensson, 2014).

Att deltagandet på sociala medier är starkt identitetsbaserat har nämnts tidigare, där aktivisterna ofta gestaltar och utgår från sig själva genom text och bild. Däremot får vi genomgående en stark känsla av gemenskap i de olika inläggen, antingen via tilltal till följare eller genom uttryck som handlar om vänskap, att samarbeta samt kärlek till andra personer. Även om att det ibland kan uppfattas som att inläggen som produceras är för egen räkning eller för att stärka den egna individen, så framgår det tydligt att samtliga aktivister är medvetna om att också uppmärksamma sina följare. De inspireras öppet av andra aktivister samtidigt som de, genom att visa upp sig själva, i sin tur kan inspirera andra.

Något som tydligt framgår är även att kroppsaktivismen alltmer är del av svensk populärkultur, där företag och klädmärken vill vara en del av sammanhanget och rörelsens budskap. Detta ses som något positivt, på så vis att normkritiken i aktivismen även befäster sig i kommersiella sammanhang med maktbärande positioner i samhället. Detta kan dock verka mot ett förenklande för de problem som tjocka personer utsätts för, då det ibland reduceras till att kroppsaktivisterna bidrar till meningsbärande uttryck om att konsumtion "anpassat för dem" bidrar till lycka.

Dock, oavsett innehåll och uttryck, är det genomgående underliggande budskapet tydligt på samtliga konton; tjocka människor vill och måste bli en del av normen i samhället, både i vardagslivet och i media. På så vis är de digitala plattformarna ett viktigt medel för att aktivisternas budskap ska nå ut, även om det finns en risk att det endast når följare och likasinnade. Avslutningsvis vill vi därför påpeka att för att budskapet ska kunna nå utanför specifika nätverk krävs det att kroppsaktivismen ytterligare uppmärksammas av kommersiella medier och företag, vilket i sin tur kan bidra till en inverkan på politisk nivå.

### 9.1 Vidare forskning

Även om denna studie har belyst ett flertal intressanta aspekter gällande innehåll och gestaltning av den svenska kroppsaktivismen, så finns det mer att undersöka inom detta relativt outforskade ämne i Sverige. För att fylla forskningsluckan kring kroppsaktivisters användning av sociala medier krävs det ett flertal olika studier för att få en ordentlig överblick på området. Förslagsvis genom att i intervjustudier istället fokusera på kroppsaktivisternas egen uppfattning om sitt innehåll, hur de gestaltar sig själva och vad för typ av påverkansmöjligheter de föreställer sig ha på samhället i stort.

De teman som vi har identifierat i denna studie är begränsade till en specifik tidsperiod. Att vidare undersöka vad för typ av mönster det finns i innehållet, och vilka andra teman som kan utläsas, kan vara av intresse för att ytterligare kartlägga kroppsaktivismen i Sverige. Förslagsvis skulle en jämförande analys, av tematiska kartläggningar av innehåll, från kroppsaktivister baserade i olika länder även vara intressant att studera. Detta för att kunna skapa sig en uppfattning kring kroppsaktivismen ur en global kontext, och om det följer liknande mönster världen över.

Då kroppsaktivismen har en djup förankring i den digitala sfären som ständigt är föränderlig antas denna studie enbart kunna tala för ämnet vid den period som forskningen utförts. Att fortsätta studera ämnet, oavsett tidsperiod, är därför av stor betydelse för att kunna följa kroppsaktivismens fortsatta utveckling i samhället.



## 10. Referenser

- Baer, H. (2016). Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34.
- Behdjou, B. (2016, 5 juli). Kroppsaktivismen växer i Sverige. *Dagens Nyheter*. Hämtat från: <https://www.dn.se/nyheter/kroppsaktivismen-vaxer-i-sverige/> den 10 maj, 2018.
- Björkvall, A. (2009). *Den visuella texten. Multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren.
- Bon. (2017, 28 augusti). Min kropp är politisk. *Bon, augusti*. Hämtat från: <https://bon.se/article/min-kropp-ar-politisk/> den 10 maj, 2018.
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (2. uppl.). Malmö: Liber.
- Cash, T. (2012). *Encyclopedia of body image and human appearance*. Oxford: Academic Press.
- Chrisler, J. C. (2011). Leaks, lumps, and lines: Stigma and women's bodies. *Psychology of Women Quarterly*, 35(2), 202-214.
- Clark-Parsons, R. (2017). Building a digital Girl Army: The cultivation of feminist safe spaces online. *New Media And Society*. 1-20.
- Cooper, C. (2012). *Fat Activism: A Queer Autoethnography* (Doctoral thesis). University of Limerick. Tillgänglig: [https://ulir.ul.ie/bitstream/handle/10344/2823/Cooper\\_2012\\_fat.pdf?sequence=5](https://ulir.ul.ie/bitstream/handle/10344/2823/Cooper_2012_fat.pdf?sequence=5)
- Dahlberg-Grundberg, M. (2013). Hybrid political activism and the online/offline divide. I S. Lindgren, (Red.), *Hybrid Media Culture: Sensing Place in a World of Flows* (s. 67-89). Abingdon, Oxon: Routledge.
- Dahlgren, P. (2014). Political participation via the web : Structural and subjective contingencies. *Interactions: Studies In Communication & Culture*, 5(3), 255-269.
- Ekström, M., & Sveningsson, M. (2017). Young people's experiences of political membership: from political parties to Facebook groups. *Information, Communication & Society*, 1-17.
- Ekström, M., & Larsson, L. (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (4., [rev.] uppl.) Stockholm: Norstedts juridik.
- Fardouly, J., Willburger, B., & Vartanian, L. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395.
- Furnham, & Nordling. (1998). Cross-cultural differences in preferences for specific male and female body shapes. *Personality and Individual Differences*, 25(4), 635-648.
- Guillard, J. (2016). Is feminism trending? Pedagogical approaches to countering (SI)activism. *Gender and Education*, 28(5), 1-18.

- Gustafsson, N. (2016). Eric Carlsson, Bo Nilsson & Simon Lindgren: Digital politik. Sociala, medier, deltagande och engagemang. Anmälan av Nils Gustafsson. *Statsvetenskaplig Tidskrift*, 118(2), 290-294.
- Harrison, C. (2003). Visual social semiotics: Understanding how still images make meaning. (Applied Theory). *Technical Communication*, 50(1), 46-60.
- Instagram (u.å.-a). *naya.lamaj*. Hämtat från: <https://www.instagram.com/p/BgbMT4vn5XJ/?taken-by=naya.lamaj> den 16 maj, 2018. Bild 3.
- Instagram (u.å.-b). *riechellig*. Hämtat från: <https://www.instagram.com/p/Brg2FYBo6K/?taken-by=riechellig> den 16 maj, 2018. Bild 4.
- Instagram (u.å.-c). *cassklatzkow*. Hämtat från: <https://www.instagram.com/p/BiJiHizl6IX/?taken-by=cassklatzkow> den 16 maj, 2018. Bild 5.
- Instagram (u.å.-d). *babe\_ebba*. Hämtat från: [https://www.instagram.com/p/Bf\\_MBHYHXv/?taken-by=babe\\_ebba](https://www.instagram.com/p/Bf_MBHYHXv/?taken-by=babe_ebba) den 16 maj, 2018. Bild 6.
- Instagram (u.å.-e). *lindamariie*. Hämtat från: <https://www.instagram.com/p/Bih1xo1HYP5/?taken-by=lindamariie> den 16 maj, 2018. Bild 7.
- Instagram (u.å.-f). *vanessa.noir*. Hämtat från: <https://www.instagram.com/p/BiZ0Gb2FGo0/?taken-by=vanessa.noir> den 16 maj, 2018. Bild 8.
- Instagram Press News. (2017, 29 november). *Instagram's 2017 Year in Review*. Hämtat från: <https://instagram-press.com/blog/2017/11/29/instagrams-2017-year-in-review/> den 2 maj, 2018.
- Institutet för Språk och Folkminnen. (2016). *Kroppaktivism*. Hämtat från: <http://www.sprakochfolkminnen.se/sprak/nyord/nyord/aktuellt-nyord-2016/2016-10-13-kroppaktivism.html> den 25 Mars 2018
- Internetstiftelsen i Sverige. (2017). *Svenskarna och internet 2017: Undersökning om svenskarnas internetvanor*. Hämtat från: [https://www.iis.se/docs/Svenskarna\\_och\\_internet\\_2017.pdf](https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2017.pdf) den 2 maj, 2018.
- Jewitt, C. Omay, R. (2011). Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. I T. Van Leeuwen, & C. Jewitt, (Red.), *The Handbook of Visual Analysis* (s. 134-156). London: SAGE Publications Ltd.
- Kaun, A. & Uldam, J. (2017). Digital Activism: After the Hype. *New Media And Society*.
- Keller, J.M. (2012). VIRTUAL FEMINISMS. *Information, Communication & Society*, 15(3), 429-447.
- Keller, J., Mendes, K., Ringrose, J. (2016). Speaking 'unspeakable things': documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27:1, 22-36
- Konsumentverket. (2015). *Vägledning om marknadsföring i bloggar och andra sociala medier*. Konsumentverket.
- Ledin, P., & Machin, D. (2016). A discourse–design approach to multimodality: The visual communication of neoliberal management discourse. *Social Semiotics*, 26(1) 1-18.
- Lemke, J. (2009). Multimodal genres and transmedia traversals: Social semiotics and the political economy of the sign. *Semiotica*, 173(1-4), 283-297.

- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and activist new media* (Digital media and society series). Cambridge: Polity.
- Lindgren, E.-C., & Eriksson, L. (2010). Fanatiska levnadsvanor för hälsa eller kroppsligt utseende? I L. Hallberg (Red.), *Hälsa och Livsstil: forskning och praktiska tillämpningar* (s. 237-240). Lund: Studentlitteratur.
- Lindgren, S. (Red.) (2013). *Hybrid Media Culture: Sensing Place in a World of Flows*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Machin, D. (2013). What is multimodal critical discourse studies? *Critical Discourse Studies*, 10(4), 347-355.
- Manns, U. & Larsson, L. (u.å.). Feminism. I Nationalencyklopedin. Hämtat från: <http://www.ne.se> den 2 maj, 2018.
- Meleo-Erwin, Z. (2012). Disrupting normal: Toward the 'ordinary and familiar' in fat politics. *Feminism & Psychology*, 22(3), 388-402.
- Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2), 22-25.
- Nilsson, M. (2016, 23 maj). Så vill Vanessa, 21, förändra bilden av den perfekta kroppen. *Nyheter24*. Hämtat från: <https://nyheter24.se/nyheter/trender/845310-vanessa-21-alla-tjejer-ska-alska-sig-sjalva-oavsett-sin-storlek> den 10 maj, 2018.
- Norstedts. (2018). *Linda Marie Nilsson - Så lärde jag mig älska min kropp*. Hämtat från: <http://www.norstedts.se/bocker/177017-sa-larde-jag-mig-att-alska-min-kropp> den 10 maj, 2018.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media and Society*, 4(1), 9-27.
- Persdotter Wallstrom, M. (2018, 19 mars) Kroppsaktivistens protest – att posera lättklädd. *Svenska Dagbladet*. Hämtat från: <https://www.svd.se/kroppsaktivist-att-kanna-sig-snygg-handlar-om-overlevnad> den 10 maj, 2018.
- Persson, L. (2009). *Klassisk feminism*. Stocksund: Hydra Förlag AB.
- Pozar, I. (2015, 23 september). Ebba, 22: "Min kropp är till för MIG". *Expressen*. Hämtat från: <https://www.expressen.se/nyheter/ebba-22-min-kropp-ar-till-for-mig-1/> den 10 maj, 2018.
- Schuster, J. (2013). Invisible feminists? Social media and young women's political participation. *Political Science*, 65(1), 8-24.
- Svensson, J. (2014). Political participation on social media platforms in Sweden today: Connective individualism, expressive issue engagement and disciplined updating. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 10(3), 347-354.
- Swami, V., Coles, R., Wyrozumska, K., Wilson, E., Salem, N., & Furnham, A. (2010). Oppressive beliefs at play: Associations Among Beauty Ideals And Practices And Individual Differences In Sexism, Objectification Of Others And Media Exposure. *Psychology of Women Quarterly*, 34(3), 365-379.
- Vetenskapsrådet. (2017). God Forskningssed. Hämtat från: <https://publikationer.vr.se/produkt/god-forskningssed/> den 10 maj, 2018.

- Widell, E. (u.å.). Intervju: Cassandra Klitzkow. *GÛAVA*. Hämtat från: <http://guavas.se/post/168900438739/intervju-cassandra-klitzkow-jag-har-som-m%C3%A5l-> att den 10 maj, 2018.
- Wojahn, D., Seiler Brylla, C., & Westberg, G. (Red.). (2018). *Kritiska text- och diskursstudier*. Huddinge. Hämtat från: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:sh:diva-34677> den 3 april, 2018.