



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

TJOCK OCH MANLIG?

En semiotisk bildanalys av manliga fettaktivisters innehåll på Instagram

Ebba Thorolvsen & Henric Wallin

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap MK1500
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2019
Handledare:	Theo Röhle
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap MK1500
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2019
Handledare:	Theo Röhle
Kursansvarig:	Malin Sveningsson
Sidantal:	65
Antal ord:	18 337
Nyckelord:	Fettaktivism, manlig kroppsaktivism, Instagram, sociala medier, semiotik, semiotisk bildanalys, kompositionell tolkning

Syfte: Syftet med denna studie är att undersöka hur män uttrycker fettaktivism genom bilder på Instagram.

Teori: Hegemonisk maskulinitet, visuell kultur

Metod: Semiotisk bildanalys, kompositionell tolkning

Material: Profiler och bilder på Instagram från 7 manliga fettaktivister. Inläggen är publicerade 2019.

Resultat: Studien visar att det går att identifiera ett antal teman som återkommer i bilder publicerade av manliga fettaktivister. Det tema som är mest förekommande är nakenhet vilket manifesteras i att samtliga fettaktivister inkluderade i studien använder den nakna kroppen som ett verktyg för att kritisera manliga kroppsnormer och således uttrycka fettaktivism. Av resultatet framgår att den manliga fettaktivismen liknar andra former av digital aktivism. Den karaktäriseras av avsaknad av formell protest, istället uttrycks aktivism genom att publicera normkritiserande bilder i syfte att förändra hur tjocka människor representeras i medier. Genom att kommunicera visuellt och publicera bilder som skildrar den tjocka kroppen på ett positivt sätt tar aktivisterna makten över hur de porträtteras. Detta leder till att de kan nyansera den negativa bilden av tjockhet samt normalisera den tjocka kroppen. Resultatet visar även att de undersökta fettaktivisterna även kritiserar och bryter andra normer, såsom köns- och heteronorm, genom publicerade bilder på Instagram.

Tack till

Vår handledare Theo Röhle för all hjälp och stöttning under uppsatsskrivandet.

Alla manliga fettaktivister som publicerar aktivistiskt innehåll i sociala medier.

Personalen på Johan & Nyström för fin service.

Executive summary

We live in a society influenced by norms that determine what is deemed normal and socially acceptable. Our social lives are governed by these norms and which affect how we behave, think and act in everyday situations. Norms also reflect which traits are considered superior in our culture. In Western societies there are clear norms that define how our bodies should look. This is correlated to how the human body is portrayed in media. This study is based on the theory of hegemonic masculinity which suggests that in every culture there is a certain type of masculinity that is seen as superior. This is manifested through the male body and physique which expresses desired traits and features. In modern Western culture these traits are characterised by big muscles and a toned body, often in relation to physically demanding contact sports. These male body norms affect every member of society and are disseminated through popular culture and media institutions.

There are people who defy societal body norms and use this as a basis for a type of activism. This study is based on activism that aims to change the way in which fat people, and fat men in particular, are portrayed. The purpose of this activism is to change people's negative perceptions and prejudice against fatness. The activism often takes place in digital forums such as social media platforms where content can easily be shared with a large audience. Internet platforms has enabled a new type of political participation where people can share content with their peers and followers on a large scale. We live in a society increasingly influenced by visual content. The theory of visual culture claims that humans communicate visually to a larger degree than previously. Our culture is characterised by visual material, something that permeates different aspects of our lives. This is also true for activism, where people can share visual content such as photos and videos as a way to express their opinions.

Previous research in the field has explored female fat activism through content analyses and interviews. Yet, there are no equivalent studies that include the male perspective, a gap we wish to fill with this study. Our study focuses on male body norms and the men who challenge these by posting images and thus exercise activism with the goal to change the negative image of the fat body and therefore spreading a message of body positivity. The aim of this study is to research how these men challenge body norms and express fat activism through posted images on the social media platform Instagram.

The design of the study aspires to answer questions about the content that male fat activist post by analysing the published images on their Instagram accounts. Furthermore, we are interested in how the activists criticise male body norms and if they potentially criticise any other norms. We aim to answer these questions through a qualitative content analysis by performing a compositional and semiotic image analysis. Through research in the field of visual methodology we harnessed the necessary tools for our study. We then created an analysis model with relevant questions and features to analyse all our material consistently and thoroughly. The material gathered consists of images posted on Instagram by seven male fat activists, identified by their use of a body activist hashtag.

The analysis was performed in two steps. In the first step we analysed the entirety of the accounts and posted images on a more basic level. This enabled us to identify six themes that appeared in the majority of the images. These themes were *nudity*, *clothing*, *beauty and make-up*, *community*, *LGBTQ* and *art*. Among these, nudity was the most prevalent theme, appearing in images posted by all seven activists. The naked and fat body is used as a tool to criticise male body norms by portraying the body in a proud and positive way, in contrast to

the negative portrayal of fatness in media. All the identified themes include elements of criticism towards societal norms visually through images. As a complement to body norms, gender norms and the hetero norm were also often criticised through the posted images.

In the second step of the analysis, we chose images that we deemed representative of each theme and analysed these thoroughly. The images were dissected, and the components were examined with the use of compositional and semiotic tools. This enabled an exhaustive analysis of each image and how male body norms, as well as other norms, were criticised visually. Lastly, we put our results in relation to previous research and concluded that many of our observations could be explained by and linked to phenomena found in prior studies. Our study found that male body activism, like other forms of activism, takes the form of *everyday activism* which consists of sharing personal experiences through visual content that criticise certain aspects of society. By posting images of themselves the male fat activist control the way in which they are portrayed and nuance the negative representation of fat people in media.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	8
1.1. Studiens relevans.....	8
2. Bakgrund.....	10
2.1. Porträttering av tjocka.....	10
2.2. Kroppsaktivism, fettaktivism och feminism.....	10
2.3. Digital aktivism och Instagram.....	12
3. Syfte och frågeställningar.....	13
4. Tidigare forskning.....	14
4.1. Fat studies.....	14
4.1.1. Intersektionalitet och queer teori.....	15
4.1.2. Fettaktivism.....	15
4.2. Förändrat deltagande och digital aktivism.....	16
4.2.1. Aktivism i sociala medier.....	16
4.2.2. Aktivism genom representation.....	17
5. Teori.....	18
5.1. Hegemonisk maskulinitet.....	18
5.2. Visuell kultur.....	19
6. Metod.....	20
6.1. Val av metod.....	20
6.1.1. Kompositionell tolkning.....	21
6.1.2 Semiotik.....	22
6.2. Analysredskap.....	24
6.3. Tillvägagångssätt inför materialinsamling och urval.....	25
6.4. Metodkritik.....	26
6.5. Reflektion över tillvägagångssätt.....	27
6.6. Etisk reflektion.....	28
7. Resultat.....	29
7.1. Nakenhet.....	29
7.1.1 Bildanalys – Nakenhet.....	30
7.1.2. Bildanalys – Nakenhet.....	32
7.2. Kläder.....	34
7.2.1. Bildanalys – Kläder.....	35
7.2.2. Bildanalys – Kläder.....	37
7.3. Skönhetsvård och smink.....	39

7.3.1. Bildanalys - Skönhetsvård och smink	40
7.3.2. Bildanalys - Skönhetsvård och smink	42
7.4. HBTQ	44
7.4.1 Bildanalys – HBTQ	45
7.5. Gemenskap	47
7.5.1 Bildanalys – Gemenskap	48
7.6. Konst	50
7.6.1. Bildanalys – Konst	51
7.7. Analys och slutsats	53
8. Slutdiskussion.....	54
8.1. Förslag till vidare forskning	55
9. Referenser.....	58
9.1. Referenser – Instagram.....	63

1. Inledning

“We live in a society that incessantly discusses size and weight, idealizing trim, toned bodies” (Boling, 2011:110)

I varje samhälle existerar normer som anger vad som anses normalt. Normer kan ses som ett uttryck för den tid vi lever då de återspeglar vilka kvaliteter som värdesätts av allmänheten. De som följer normer har oftast enklare att få makt och pengar, samtidigt som de som arbetar normkritiskt eller normbrytande ofta utsätts för kritik och motsättningar (Norm, 2019). I dagens samhälle råder det tydliga normer för hur kroppar bör se ut, vilket ofta manifesteras i hur den mänskliga kroppen porträtteras i medier. Kroppsnormerna skiljer sig för män och kvinnor; kvinnor förväntas vara smala och svaga och män förväntas vara vältränade, starka och tonade (Horrocks, 1995). Dock är det många som faller utanför dessa normer och det finns en utbredd kritik mot kroppsnormer. Ur detta har en ny form av aktivism växt fram, som framförallt utövas i sociala medier: *Kroppsaktivism*. Den digitala utvecklingen har skapat nya forum för utövandet av aktivism och möjliggjort att personer enkelt kan producera och publicera material i digitala kanaler för att sedan sprida detta till en stor publik.

Kroppsaktivism är ett relativt nytt begrepp och klassades 2016 som ett nyord av Institutet för språk och folkminne. Där beskrivs kroppsnormerna som en *“motreaktion mot kroppsångest och näthar”* och att det *“handlar om att synliggöra andra kroppstyper än den smala som passar in i normen”* (Institutet för språk och folkminne, 2016). Kroppsaktivismen utövas i olika forum och format. Den tar sig ofta i uttryck visuellt, då i form av bilder som publiceras i syfte att utmana rådande normer och synliggöra alternativa och marginaliserade kroppstyper. Kroppsaktivismen som rörelse har som mål att belysa samhällets orealistiska skönhetsideal samt understödja självacceptans och självförtroende oavsett storlek (Cwynar-Horta, 2016).

Kroppsaktivism kan ses som ett paraplybegrepp för aktivism som inkluderar flertalet icke normativa kroppar, till exempel tjocka, funktionsvarierade och rasifierade kroppar. Vi kommer i denna studie att avgränsa oss till att endast undersöka subrörelsen *fettaktivism*. Eftersom normer kan komma att skilja sig från tid och plats har vi även valt att avgränsa vår studie till västvärlden då dessa länder till stor del präglas av en gemensam kultur. Mycket av den forskning som genomförts inom relevanta fält har, även den, utgått från ett västerländskt perspektiv med västerländsk kultur i fokus.

Historiskt sett har aktivismen främst utförts av kvinnor. Dock finns det män som är aktiva inom rörelsen eftersom samhällets köns- och kroppsnormer även påverkar män negativt. Vår ambition är att undersöka hur den manliga fettaktivismen ser ut och tar sig i uttryck genom bilder på Instagram, samt att utreda om denna aktivism korrelerar med kritik mot andra normer.

1.1. Studiens relevans

Studiens relevans grundar sig i samhällets förakt gentemot tjocka samt hur detta bemöts och kritiserar genom fettaktivism på Instagram. Det är även relevant att genomföra denna studie ur ett könsperspektiv i syfte att utforska specifikt hur män använder sig av fettaktivism som normkritik och hur det tar sig i uttryck.

Tjocka bemöts i många situationer med negativa fördomar och porträtteras i massmedia som symboler för moraliskt förfall. I film och på TV är tjocka ofta mål för förlöjligande och framställs som korkade, lata och oattraktiva. Detta kan leda till negativa konsekvenser för den utsatte som kan drabbas av depression, ångest, självmordstankar, ätstörningar och, så klart, en dålig relation till den egna kroppen (Heuer, McClure & Puhl, 2010). Fettaktivismen har vuxit fram som ett gensvar till detta förtryck och syftar att synliggöra och motsätta sig diskrimineringen mot tjocka. Aktivismen ger marginaliserade grupper möjligheter till åsiktsuttryck och deltagande. Således är det viktigt att studera hur fettaktivismen fungerar och i vilka former den tar sig i uttryck visuellt.

Idag är det vanligt att människor engagerar sig politiskt via sociala medier (Dahlberg-Grundberg, 2013). I detta fallet ligger fokus den fettaktivism som utspelar sig på sociala medier i form av bilddelning i syfte att, bland annat, utmana fettfobi och den rådande viktminskningstrenden (Cooper, 2012). Att studera aktivism i sociala medier är relevant när det kommer till demokrati och politiskt deltagande. Dahlberg-Grundberg (2013) menar att användandet av sociala medier kan ha en positiv effekt på skapandet av politiska grupper, ökad medvetenhet inom vissa politiska frågor samt bidra till utmanande av rådande normer och paradigmer.

I vår litteratursökning har vi hittat flertalet studier som behandlar kvinnlig fettaktivism och frigörandet av den kvinnliga kroppen genom sociala medier. Vi upplever att det saknas motstycke av studier om män som utmanar kropps- och könsnormer genom fettaktivism. Vår ambition med denna studie är att fylla den forskningslucka vi identifierat och således bidra till forskningsfältet. Detta genom att utföra en grundläggande kartläggning av manlig fettaktivism på Instagram.

2. Bakgrund

Nedan presenteras den bakgrundsinformation som anses relevant för studien. Inledningsvis redogörs det för den negativa porträttering av tjocka och den diskriminering de utsätts för. Därefter beskrivs grunderna i den politiska kropps- och fettaktivismen samt hur detta knyter an till feminism. Slutligen förklaras det förändrade politiska deltagandet i relation till sociala medier.

2.1. Porträttering av tjocka

Tjocka blir i många sammanhang mötta med fördomar, till exempel inom sjukvården, skolan, på jobbet och i sina nära relationer med vänner och familj. Idag förekommer ofta negativa stereotyper av tjocka i massmedia (Shentow-Bewsh, Keating & Mills, 2016). Där porträtteras de ofta som misslyckade, odisciplinerade, omoraliska och icke önskvärda symboler för moraliskt förfall (Murray, 2008; Sandberg, 2007). Detta gäller bland annat i film och TV-program, riktade mot både barn och vuxna. Inte sällan förekommer avhumaniserande bilder på den tjocka kroppen där huvudet inte syns i bild, närbilder på specifika kroppsdelar och/eller bilder där en tjock person bär för små kläder, äter eller dricker (Heuer, McClure & Puhl, 2010). Detta visuella bildspråk förstärker fördomarna och massmediernas negativa bild av den tjocka kroppen.

Samtidigt som tjocka porträtteras negativt i massmedia hänvisar ofta nyhetsmedier till en fetma-epidemi (Saguy & Almeling, 2008). Även här används negativt laddade ord för att beskriva tjocka, till exempel "lat", "dum", "åpen" och "ohyfsad" (Sandberg, 2007). Sandberg (2007) menar att det i svenska nyhetsmedier rapporteras allt mer alarmistiskt om fetma och övervikt. Primärt så handlar rapporteringen om hur övervikt ses som ett hälsoproblem, det lyfts även relaterat till skönhet och utseende. Det framgår att övervikt anses vara en fråga som primärt rör kvinnor, även om det är fler män som lider av hälsoproblem som en konsekvens av övervikt. Män förväntas inte vara intresserade av sitt utseende eller av att räkna kalorier. *"Overweight women are beasts not beauties, but the overweight men go free from this kind of loathing treatment."* (Sandberg, 2007). I en allt mer medialiserad och visuell värld blir det svårt att skilja "onaturliga" bilder från det "äkta" (Baudrillard, 1988). Heuer, McClure och Puhl (2010) menar att bilder som visas på nyheterna har en påverkan på hur människor uppfattar tjocka; om tjocka porträtteras negativt bidrar det till ökade fördomar mot tjocka.

2.2. Kroppsaktivism, fettaktivism och feminism

Kroppsaktivism är en motståndshandling, främst utövad av kvinnor, mot västerländska skönhetsnormer där det anses vackert att vara vit och smal. Syftet med aktivismen är att ifrågasätta idealen som handlar om utseende. Kritiken riktas mot, bland annat, modeindustrin och den bristande representationen av normavvikande kroppar i medier och reklam.

Fettaktivism beskrivs som ett närbesläktat begrepp till kroppsaktivismen (Kroppsaktivism, 2019). Skillnaden mellan kropps- och fettaktivism är att kroppsaktivism inkluderar olika typer av normbrytande kroppar, till exempel rasifierade kroppar och de med funktionsvariationer, medan fettaktivism är ett underbegrepp till kroppsaktivismen som endast inkluderar tjocka kroppar. I denna studie kommer fokus att ligga på just fettaktivism, och inte den bredare, mer inkluderande kroppsaktivismen.

Fettaktivismen grundades under slutet av 60-talet i USA och knöt tydligt an till andra människorättsrörelser som engagerade för social förändring under samma tidsperiod. Syftet då, som nu, var att protestera mot den diskriminering som drabbar tjocka. Då var fettaktivism ett nytt och kontroversiellt fenomen. Idag är den mer etablerad, främst i västvärlden. Nu sträcker sig frågor om representation av tjocka kroppar utanför fettaktivistiska kretsar, och in i en mer kulturell kontext (Cooper, 2008).

Cooper (2008) menar att fettaktivismen är tätt sammankopplad till feminismen. Det är tack vare feminismen vi idag förstår att skillnaden mellan kvinnor och män främst är politisk och inte biologisk, och att maskulinitet och femininitet är sociala konstruktioner (Horrocks, 1995). Frågor om utseende och kropp har alltid, inom den feministiska rörelsen, kommit att kopplas till kontroll och makt (Baer, 2016). Därför har kroppsaktivismen historiskt sett primärt ägts av, utövas av, och riktats mot kvinnor. Feminism är både en teori och en politisk rörelse med flertalet olika inriktningar (Feminism, 2019). Det gemensamma målet för alla grenar av feminismen är att uppnå jämställdhet mellan män och kvinnor, såväl ekonomiskt som politiskt och socialt. Även om stort fokus inom feminismen alltid legat på kvinnor och deras rättigheter finns det delar av rörelsen som också menar att det är viktigt att inkludera män i kampen om jämställdhet, detta för att könsnormer inte bara drabbar kvinnor, utan även män (Hooks, 2000). Sedan slutet av 1900-talet har det, i västvärlden, förts en debatt om männens roll i könspolitiken (Connell, 1992).

Connell (1992) betonar vikten av att alla studier om män och maskulinitet måste ske i relation till den rådande könsmaktsordningen, där män är överordnade kvinnor. Detta innebär att man inte kan se på maskulinitet utan att förhålla sig till samhälleliga maktstrukturer och institutionaliserad ojämlikhet. Maskulinitet konstrueras i relation till femininitet, men också i relation till andra maskuliniteter. Det innebär att det finns en hierarki, inte bara mellan maskulint och feminint, utan även mellan maskuliniteter (Connell, 1992). Sport har kommit att spela en stor roll i hur män och kvinnor värderas. Under 1800-talet uppmanades män att sporta, motionera och finna mening utanför hemmet, samtidigt som kvinnorna fick höra att deras kroppar var ömtåliga och blev ansvariga för att sköta om hushållet. Detta har resulterat i två skilda kroppsnormer för kvinnor och män; män skall vara starka och kvinnor skall vara sköra. Bilden av sport som manligt, ofeminint och tufft lever kvar än idag (Horrocks, 1995).

De senaste årtiondena har det manliga kroppsidealet kommit att bli allt mer orealistiskt, vilket har inneburit en växande press på män vars kroppar förväntas vara mycket muskulösa och vältränade (Brown, Forney, Pinner & Keel, 2017). Varje dag exponeras vi för medier som visar upp detta manliga, ofta onaturliga, kroppsideal (Pope, Olivardia, Gruber & Borowiecki, 1998). Exponeringen av reklambilder som föreställer muskulösa män bidrar till ett ökat missnöje i hur män ser på sina kroppar (Leit, Gray, Harrion och Pope, 2001) och de som tar del av dessa bilder tenderar att tycka att deras kropp inte lever upp till en önskvärd nivå av muskelmassa. För vissa leder denna kulturella påpressning till utvecklandet av ätstörningar (Pope et al., 1998). Muskeldysmorfi är en ätstörning som ofta beskrivs som motsatsen till anorexia eftersom den som lider av sjukdomen ofta anses sig vara för smal och omuskulös. Det är mest män som drabbas och för den sjuke är målet att vara så muskulös som möjligt (Phillips, 2009). Trots att en tredjedel av alla som drabbas av ätstörningar är män handlar den mesta forskningen inom fältet om kvinnor och ätstörningar (Brown et al., 2017). Det orealistiskt muskulösa manliga idealet går att jämföra med det anorektiska ideal som riktas mot kvinnor.

På ett spektrum mellan maskulint och feminint anses muskelmassa och vassa kanter vara manligt, vilket borde innebära att övervikt och mjukhet anses mer feminint. Dock är det även för kvinnor icke önskvärdt att vara tjock. Detta innebär att den tjocka kroppen balanserar på linjen mellan vad som är maskulint och vad som är feminint (Puar, 2007). Därför kommer varken tjocka män eller kvinnor passa in i deras respektive heterosexuella könsnorm (Wykes, 2016). I västerländska medier är det endast smala kroppar som syns som objekt för heterosexuell attraktion (Pausé, Wykes & Murray, 2016). Longhurst (2016) menar därför att man kan se den tjocka kroppen som queer, för att den inte möter kraven för den heterosexuella normen och destabiliserar maktpositionerna inom patriarkatet. Queer är ett begrepp som beskriver personer som har svårigheter att definiera sig utifrån etablerade identitetsnormer i form av till exempel kön eller sexualitet.

2.3. Digital aktivism och Instagram

Framväxten av internet och sociala medier har förändrat samhället på många sätt. Sociala medier har blivit integrerat i många delar av det vardagliga livet och är idag både ett sätt att uppleva, men också ett sätt att konstruera, verkligheten. Sociala aktiviteter som innan var bundna till plats och tid kan idag utföras på sociala medier. Detta inkluderar aktivism, där människor nu kan delta och skapa mening för olika ändamål via sociala medier (Chapman, 2016).

Begreppet digital aktivism är brett och mångtydigt. Digital aktivism studeras av forskare från många fält och tolkas således på olika sätt. Forskare har inte kunnat enas eller skapa en konsensus om definitionen av digital aktivism eller vad begreppet exakt innebär. En definition föreslår; aktivism som använder fasta och mobila enheter uppkopplade till internet eller andra digitala medier för att uppnå politiska ändamål (Kaun & Uldam, 2017).

I boken *Alternative and Activist Media* (2011) presenterar forskaren Leah Lievrouw en definition av begreppet digital aktivism. "*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). Denna definition kommer stå till grund för hur begreppet digital aktivism behandlas i denna uppsats.

Instagram är världens näst största sociala medie-nätverk med över 1 miljard regelbundna användare (Boland, 2018). Det är en mobilapplikation där fokus ligger på att dela bilder och videor. Tjänsten tillåter användare att redigera bilder, videor och text för att sedan publicera dessa som inlägg på deras konton. Personer som följer dessa konton kan då ta del av detta innehåll via mobil eller dator och interagera med de som publicerat genom att gilla, kommentera och/eller skicka direkta meddelanden till dem. Instagram har medfört att användare kan kommunicera visuellt material till ett stort antal människor. Tröskeln för att producera och innehåll till en stor publik är låg och möjliggör att människor kan få ett stort antal följare utan att få utrymme i traditionella massmedier som tv, radio eller tidningar. Detta är sant även för fettaktivister som kan få stor spridning på aktivistiskt visuellt material genom att använda rätt verktyg, som till exempel hashtags. Dessa taggar används i sociala medier och gör att inlägg blir sökbara och kan kategoriseras. Det är på grund av plattformens fokus på det visuella som vi valt att avgränsa vår undersökning till Instagram.

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka hur män uttrycker fettaktivism genom bilder på Instagram. Vi har formulerat ett antal frågeställningar för att besvara studiens syfte:

1. Vilken typ av bilder publiceras?

Denna frågeställning avser att svara på hur fettaktivisternas bilder faktiskt ser ut och vad de innehåller, samt om det går att identifiera återkommande teman.

2. Hur uttrycks kritik mot manliga kroppsnormer?

Denna frågeställning avser att ge svar på hur manliga fettaktivister använder bilder för att utmana rådande kroppsnormer.

3. Utmanas övriga normer? I sådana fall vilka och hur?

Denna frågeställning avser att ge svar på om ytterligare normer, utöver manliga kroppsnormer, utmanas i samband med fettaktivismen.

4. Tidigare forskning

Nedan presenteras den forskning vi anser relevant för denna studie. Inledningsvis kartläggs forskningsfältet *fat studies*, sedan följer en beskrivning av hur det politiska deltagandet förändrats samt en summering av forskning rörande digital aktivism. Hittills finns det ingen forskning genomförd som motsvarar det denna studie syftar att undersöka; manlig fettaktivism.

4.1. Fat studies

Fat studies är ett någorlunda nytt forskningsfält som syftar till att, med ett kritiskt öga, granska de samhälleliga attityderna gentemot övervikt och främja jämlikhet oavsett kroppsstorlek. Fältet är nära besläktat med women's studies och queer studies, och likt dessa fält har även fat studies växt fram ur gräsrotsaktivism (Watkins, Farrell & Doyle Hugmeyer, 2012). Målet inom fat studies är att avlägsna och förändra de negativa associationerna kopplade till tjockhet. Det handlar inte om den tjocka kroppen i sig, fysiskt eller medicinskt, utan om tjockhet i en samhällelig kontext, alltså om kultur.

Fokus inom fat studies ligger primärt på västvärlden och det stora fokus på vikt som råder (Rothblum, 2011). En av de mest framstående forskarna inom fat studies är Charlotte Cooper, hon har skrivit flertalet böcker och tidskriftsartiklar inom ämnet. Tidigare har hon även suttit som redaktör på tidskriften *Fat studies - An Interdisciplinary Journal of Body Weight and Society* (Charlotte Cooper, 2010) som är den första akademiska tidskriften inom forskningsfältet (Fat studies, 2019).

Cooper beskriver att fat studies som fält möjliggör en omtolkning av tjockhet där det inte är den tjocka kroppen som är problemet, utan den fettfobi som växt fram ur västerländsk kultur. Mycket av den forskning som genomförts inom fat studies har USA och/eller England som utgångspunkt. Inom fat studies ligger stort fokus på att besvara varför det existerar ett förtryck av tjocka och vem som gynnas av det. Som ovan nämnt existerar det i västvärlden en missgynnande uppfattning av tjocka; de anses omoraliska, lata, åpna, patetiska, och så vidare. Denna bild är så pass allmänt förekommande att den anses som sanning (Cooper, 2008). Enligt Cooper (1998) har denna uppfattning sina rötter inom medicin och den uppehålls av maktstrukturer och intressenter, såsom läkemedelsföretag, modeindustrin och matproducenter. Chernin (1981) menar att fett-hat grundar sig i andra former av förtryck, till exempel, misogyni och en rädsla för handikapp.

Fat studies har växt som fält sedan mitten på 2000-talet. Denna tillväxt beror, enligt Cooper (2010), på den uppstådda allmänna uppfattningen om att det råder en "fetma-epidemi". Till en början var det främst feminister och andra aktivister som var intresserade av att undersöka tjockhet utifrån en kulturell kontext. Men i samband med att anti-fetma-retorik blev allt vanligare skapades en ny plattform för de som var intresserade av att studera denna utveckling. En av de som har kritiserat denna retorik är Deborah Lupton (2013) som menar att termen "fetma" är den största bakomliggande faktorn till att övervikt ses som ett medicinskt problem, en sjukdom. Hon menar också att framtagningen av body mass index-skalan (BMI) är en stor orsak till att epidemi-diskursen fått stor uppmärksamhet. Murray (2010) menar att denna medikalisering av tjockhet har möjliggjort en rationalisering av fettfobi i hälsans namn.

4.1.1. Intersektionalitet och queer teori

Solovay och Rothblum (2009) menar att intersektionalitet är en nyckelkomponent inom fat studies. Detta eftersom förtryck på grund av tjockhet ofta har kopplingar till exempelvis kön och sexuell läggning. Intersektionalitet är ett begrepp som beskriver hur olika delar av en identitet påverkar den samhällsliga maktpositionen. Denna maktposition påverkar i sin tur olika aspekter i livet och resultatet av dem, såsom sociala interaktioner och institutionella arrangemang (Davis, 2008). Till en början handlade intersektionalitet främst om kön och ras men kom sedan att inkludera sexuell läggning, och senare även kroppsstorlek (Pausé, 2014). Den forskning som hittills bedrivits inom fat studies om intersektionalitet behandlar främst kön och/eller sexuell läggning i förhållande till tjockhet. Genom att ge mer plats åt intersektionalitet inom fat studies kan marginaliserade grupper inom fältet få mer utrymme, det bidrar även till ökad representation inom den grupp som benämns som tjocka (Pausé, 2014). En intern kritik mot fettaktivismen är att de som får mest utrymme inom rörelsen ofta är vita, välutbildade, heterosexuella kvinnor (Cooper, 2008).

Queer teori har sedan länge haft en påverkan på utvecklingen av fat studies. Likt fat studies syftar queer teori att granska och kritisera normer och diskurser utifrån en samhällelig kontext. Queer teori skapar en plattform, inte bara för kritik av hetero- och könsnormer, utan även för att se kritiskt på olika typer av kroppar. Till exempel kan man ta hjälp av dessa teorier vid ifrågasättande av smal-idealet (Pausé, Wykes & Murray, 2016). LeBesco (2001, 2004, 2009) är en av de som drar tydliga paralleller mellan behandlingen av queera och tjocka kroppar. Hon menar att de båda har medikaliserats och stigmatiserats, och att båda även legat till grund för moralpanik. Som det står nämnt i bakgrunden menar även Longhurst (2016) att en tjock kropp är en queer kropp. Enligt Cooper (2010) kan man se till queer teori och andra medborgarrättsrörelser för att identifiera och göra jämförelser mellan förtrycket mot tjocka. Inte bara kan detta bidra med en typ av mall för att förstå förtrycket, utan det kan även stå som inspiration till hur det skall bekämpas (ibid).

4.1.2. Fettaktivism

Fettaktivism är en del av fat studies som forskningsfält. Aktivismen är svårdefinierad och kan ta sig olika uttryck, dock grundar den sig alltid i kritik mot rådande maktstrukturer. Att vara tjock menar Cooper är en subjektiv upplevelse vilket innebär att det är svårt att definiera vem som är tjock och vart gränsen går. I denna kontext kan man dock säga att tjock är en deskriptiv, icke-medicinsk term för att beskriva kroppar med mer fettvävnad än normen (Cooper, 2012). Det har riktats kritik mot fettaktivism, oftast handlar den om att aktivismen förespråkar fetma och en ohälsosam livsstil. Dock menar fettaktivisterna själva att fetma inte är individens ”fel”. Istället är det livsmedels- och läkemedelsindustrin samt kulturella och ekonomiska faktorer som är bakomliggande faktorer till övervikt. De menar även att skönhetsindustrin förespråkar en ”kroppsfascism” där heteronormativa kroppar är den enda referensramen (Griffin, 2017). De som är aktiva fettaktivister motsäger sig idén om att deras kroppar är problematiska och behöver fixas (Pausé, Wykes & Murray, 2016).

4.2. Förändrat deltagande och digital aktivism

Forskning visar resultat som hävdar att det politiska deltagandet minskar i flera av västvärldens demokratier, såsom USA, Tyskland och Sverige (Bennet, Wells & Freelon, 2011). Unga vuxna är den grupp som främst känner missnöje inför konventionell politik. Studier visar att intresset för deltagande i form av att rösta i politiska val, engagera sig i politiska föreningar samt ta del av politiska nyheter, minskar (Putnam, 2000). Det finns dock kontrasterande forskning som menar att unga vuxna är aktiva politiskt men att formen deltagandet ser annorlunda ut än det gjort tidigare (Bennett 2008, Bennet et al., 2011, Dalton 2008, Norris 2004). Det politiska deltagandet tar istället plats utanför den konventionella politiken, i andra forum.

Det har också skett en utveckling av begreppet *offentlighet*. Traditionellt sett betraktas offentligheten som den sfär där den offentliga debatten äger rum i samhället. I takt med att medielandskapet förändrats i hög grad, i samband med den digitala revolutionen, har också den offentliga sfären utvecklats och ändrat form. Detta fenomen kallas *the networked public sphere* (Benkler et al., 2015) och ses som en offentlig sfär som är öppnare för ett bredare deltagande på en alternativ arena för offentlig diskurs. Denna arena utsätts för mindre statlig kontroll och är i lägre grad dominerad av stora medieföretag än andra mer traditionella arenor. Dessa *networked spaces* ger möjligheter för marginaliserade grupper att uttrycka sig och delta i offentligheten (Jackson & Welles 2016:399).

Majoriteten av Sveriges befolkning känner sig delaktiga i det digitala samhället, 88% uppger att de känner sig delaktiga (Internetstiftelsen i Sverige, 2019). Enligt Barassi (2016) har sociala medie-plattformar blivit en viktig del av människors vardag, där personer uppmanas att uttrycka sina åsikter och dela med sig av sina erfarenheter. Således är det naturligt att dessa plattformar blivit viktiga arenor för medborgerligt deltagande. Forskare har hävdad att sociala medier skapat grunden för uppkomsten av nya, horisontella former för social organisering i kontrast till traditionella politiska strukturer (Benkler, 2007; Castells, 2012; Shirky, 2008; Tapscott & Williams, 2006).

4.2.1. Aktivism i sociala medier

Enligt Barassi (2018) skiljer sig aktivism i sociala medier ifrån aktivism i andra medier på två sätt. (1) Det första sättet handlar om att sociala medier bygger på personliga egenskaper där varje individ skapar sina egna personliga nätverk där det finns möjlighet att utbyta information, samt mobilisera och organisera aktivismen. Sociala medier fungerar som forum för att producera och publicera eget material, i form av bild, text och video, i syfte att sprida budskap till mottagare. (2) Det andra sättet handlar om synlighet. Aktivismen i sociala medier präglas av människor som delar med sig av sina åsikter, erfarenheter och handlingar för att göra sig själva och deras aktivism synlig för andra.

Sociala medier skapar möjligheter för likasinnade med gemensamma mål och åsikter att skapa en kollektiv identitet genom interaktion i dessa medier (Barassi, 2018). Treré (2015) menar att det finns två olika delar av sociala-medieaktivism som bidrar till att skapa en kollektiv identitet. Det ena benämns som *frontstage-taktiker* och innefattar publiceringar av bilder, texter och liknande. Det andra benämns som *backstage-praktiker* och består privata meddelanden och diskussioner. Dessa främre och bakre strategier för att bedriva aktivism i sociala medier hjälper dessa aktivister att tillsammans skapa en kollektiv identitet.

4.2.2. Aktivism genom representation

En del av forskningen inom digital aktivism i sociala medier har undersökt hur människor uttrycker aktivism genom okonventionella former. Istället för att använda sociala medier som ett forum för protest eller organisering används de för att ifrågasätta samhälleliga fenomen och normer. Målet för denna aktivism är att förändra hur olika grupper i samhället representeras i medier. Enligt Hartley (2009) har skiftet till digitala och interaktiva medier demokratiserat möjligheterna att uttrycka sig och komplicerat begreppet representation. Det räcker inte längre med enstaka representanter för olika grupper. Istället krävs direkta och differentierade röster, handlingar och kreativa uttryck från dessa grupper för att nå ökad kunskap om dem.

Den australienska forskaren Sonja Vivienne skriver, i boken *Digital Identity and Everyday Activism* (2016), om digital aktivism och marginaliserade grupper i samhället. Vivienne beskriver hur utvecklingen av digitala verktyg och plattformar skapat större möjligheter för marginaliserade samhällsgrupper att påverka hur de representeras. Hinder för att delta och uttrycka sig har minskat och människor kan dela med sig av personliga erfarenheter. I boken skriver Vivienne om begreppet *digital storytelling*, det beskriver när människor delar med sig av sina privata historier i digitala medier genom bilder, videor och text. Dessa människor går under benämningen *vardagsaktivister*, som genom att dela med sig av personliga upplevelser försöker förändra hur de representeras i medier och således skapa en förändring i samhället. Ofta ingår dessa personer i marginaliserade grupper med icke-normativa sexualiteter eller kön. Begreppet vardagsaktivister används för att visa på hur dessa aktivister är vanliga människor och inte nödvändigtvis har aktivistiska motivationer bakom deras publiceringar. De karaktäriseras även av en avsaknad av organisering och strategi bakom aktivismen. De drivs istället av att dela personliga berättelser i vardagliga miljöer för att nyansera bilden av dem och utmana sociala normer (Vivienne, 2016).

Den amerikanske forskaren Derek Conrad Murray (2015) skriver om visuell kultur och utreder hur unga kvinnor publicerar *selfies* (självporträtterande foton) som ett verktyg för att motsätta sig den mansdominerade mediekulturens besatthet och undertryckande grepp om deras liv och kroppar. Genom att publicera selfies tar kvinnorna makten över sin egen kropp och får inflytande över vilka typer av kroppar som representeras i medier. Sammantaget kan denna aktion av kvinnor, som syftar att förändra representationen av dem själva, ses som en politisk rörelse med målet att återta sina egna kroppar.

5. Teori

De teorier vi utgår ifrån i denna studie är *hegemonisk maskulinitet* och *visuell kultur*. Nedan beskrivs de två teorierna i relation till studiens syfte.

5.1. Hegemonisk maskulinitet

Vi kommer i studien att utgå från att det existerar en *hegemonisk maskulinitet* i samhället, vilket innebär att det finns vissa maskulina egenskaper som värderas högre än andra. Hegemonisk maskulinitet är en del av Connells (2005) könsmaktsordningsteori och handlar om att det existerar olika maskuliniteter beroende på tid, kultur och individ. Detta tar sig i uttryck primärt i kontrast till femininitet, men även inom maskuliniteter där det existerar en rangordning av olika typer och nivåer av maskulinitet (Connell, 2014). Inom olika kulturer höjer sig olika typer av maskulinitet över andra, och benämns därför som hegemonisk maskulinitet (Connell, 2005). Hegemonisk maskulinitet innebär de praxisar som legitimerar mäns dominans över kvinnor och andra mer marginaliserade män, och syftar att förklara hur och varför vissa män upprätthåller denna dominans.

Hegemonisk maskulinitet är, som ovan nämnt, inte statiska karaktärsdrag och skiljer sig därför från olika platser och tidsperioder. Enligt Connell (2005) finns det, dock, inom masskulturen en tro om att äkta maskulinitet är en statisk roll som inte förändras. Det existerar en bild av "den äkta mannen" vilken är starkt förknippad med den manliga kroppen. Maskulinitet mäts ofta i relation till den manliga kroppen och således är sport och idrott ett av vår tids främsta forum för att uttrycka maskulinitet, där manliga muskulösa kroppar visas upp i rörelse (ibid). "*In Western countries [...] images of ideal masculinity are constructed and promoted most systematically through competitive sport*" (Connell, 1987:84). Populariteten för konfronterande kontaktsporter bland män kan förklaras med att dessa sporter verkar som en symbol för maskulinitet, på grund av våldet och homofobin som ofta förekommer i sportsammanhang (Massner & Sabo, 1990).

Connell och Messerschmidt (2005) menar att den individuella definitionen av maskulinitet baseras på beteenden och attityder hos förebilder och hjältar, såsom professionella idrottsmän. Detta oavsett hur osannolikt det må vara för individen att uppnå denna individuella målbild av maskulinitet. Idrottsmannen representerar inte bara ett kroppsligt, fysiskt ideal, han uppvisar även ofta ett beteende som tydligt kontrasterar det som anses vara stereotypisk femininitet och homosexualitet (Anderson, 2002). "*He was [...] a model of hegemonic masculinity, since he was a football star*" (Connell, 1990:459).

Enligt Connell (2005) vilar hegemonisk maskulinitet på två grundstenar; mäns dominans över kvinnor och inommanlig hierarki. Hegemonisk maskulinitet handlar inte bara om den perfekta mannen i sig, utan även om vad mannen skall kontrollera och ha makt över (vilket är kvinnor och homosexuella) (Connell, 1987). Både Connell (1987) och Donaldson (1993) menar att heterosexualitet och homofobi har spelat en avgörande roll inom hegemonisk maskulinitet då stigmatiseringen av homosexualitet kommit att påverka utformningen av hegemonin. Konceptet av mäns dominans över kvinnor bygger på att kvinnor existerar som potentiella sexobjekt för män, samtidigt som män tävlar sinsemellan för att få kvinnlig sexuell bekräftelse (Donaldson, 1993). Eftersom den homosexuella mannen inte deltar i denna interna konkurrens om kvinnan kan han omöjligt uppnå idealet av maskulinitet.

5.2. Visuell kultur

Begreppet *visuell kultur* utvecklades i början av 1990-talet som en reaktion på förändringar inom mediasamhället och den samtida konsten. Teorin om visuell kultur bygger på att vi lever i en allt mer visuell värld där kommunikation sker visuellt i allt högre grad. Människor är omgivna av bilder och visuell kommunikation i sin vardag och varje dag kommer vi i kontakt med både rörliga och stillbilder. Forskare inom visuell kultur hävdar att det krävs verktyg för att kunna förstå och tolka bilder omkring oss. Likt hur vi lär oss läsa, skriva och tala behöver vi lära oss att tala om och tolka bilder. Läsförståelse är en viktig del av den grundläggande utbildningen där vi lär oss förstå texter och dess mening i form av olika grammatiska och litterära verktyg. Som ett komplement till detta behövs även sofistikerade metoder för att förstå bilder och visuell kommunikation. Således kan bilder förstås och förklaras med samma noggrannhet som text (Howells, 2003).

Visuell kultur beskriver, som namnet antyder, att den kultur vi lever i präglas av det visuella i allt högre grad. Det genomsyrar alla delar av livet, vilket manifesteras på olika sätt. Exempelvis påverkar det visuella vår demokrati och hur vi väljer folkvalda representanter att regera över oss. Det är viktigt för politiker att kommunicera ut en positiv bild eller *image* av sig själva, vilket ofta uttrycks rent visuellt. En del hävdar att denna del är viktigare än ord och ideologi då det visuella påverkar medborgare i stor utsträckning. Därför är det essentiellt för politiker att se bra ut i tv-sända debatter, valaffischer och annat visuellt material (Howells, 2003).

En annan del av visuell kultur återfinns i medierna. Tryckta medier använder bilder och visuellt material som ett komplement till text för att fånga publikens intresse. Löpsedlar och förstasidor använder stora bilder, istället för långa texter, för att locka människor att vilja läsa tidningen. I detta sammanhang är framsidan ofta av större betydelse än innehållet. Vidare används det visuella även för att skildra konflikter och krig i världen. Enstaka bilder kan ofta symbolisera en mycket komplex konflikt (Howells, 2003). Ett exempel på detta är treåriga migranten Alan Kurdi som drunknade under flykten från Syrien och flutit upp på en strand i Turkiet. En journalist fotograferade barnet som låg livlös på stranden och bilden spred sig snabbt över hela världen (Shoard, 2019). Denna bild fungerar som en symbol och representerar visuellt migrationskrisen i Mellanöstern och Europa under 2015. Detta exemplifierar styrkan i visuellt material och hur bilder ofta får större effekt än text i rapportering.

Den tekniska utvecklingen som skett under de senaste 20 åren, som gjort det enklare att producera och lagra visuellt material samt att kommunicera visuellt, har förändrat visuell kultur signifikant (Rose, 2014). Detta har medfört att en stor del av befolkningen idag har tillgång till digitala kameror via telefonen vilket skapar möjligheter att producera egna bilder och kommunicera via dem. Användandet av digitala plattformar betyder även att vi kommer i kontakt med bilder i större utsträckning, via digitala och sociala medier. Detta är relevant för vår studie då teorin hävdar att fler människor idag har möjlighet att sprida egenproducerat material i allmänhet och således även fettaktivistiskt innehåll visuellt via bilder.

6. Metod

Här redogörs och motiveras det för den valda metoden, strategiska överväganden, urval och redskapen för analys. Reflektion i förhållande till etik och tillvägagångssätt beskrivs även.

6.1. Val av metod

Med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys syftar denna studie att undersöka hur män uttrycker fettaktivism genom bilder på Instagram. En kvalitativ metod lämpar sig bäst eftersom den har som avsikt att skapa en helhetsbild av det specifika undersökta fenomenet (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns & Wängnerud, 2017). I förhållande till vår studie möjliggör denna metod en analys av hur innehållet publicerat av manliga fettaktivister ser ut och om det, möjligen, finns några teman att identifiera inom rörelsen. Styrkan i en innehållsanalys är att den möjliggör en kartläggning av bilderna (Denscombe, 2009). Denna metod kompletteras med en semiotisk analys för att skapa förståelse för bilderna och deras mening på ett djupare plan.

Eftersom analysmaterialet består av bilder publicerade på Instagram kommer kvalitativ bildanalys användas för att tolka symboler och mening i innehållet. I utformandet av designen övervägde vi även att genomföra en kvantitativ innehållsanalys. Detta hade möjliggjort en kartläggning av innehållet genom ett stort antal bilder från manliga fettaktivister och hur frekvent vissa typer av innehåll förekommer samt hur stort utrymme innehållet får i tid och rum (Esaiasson et al, 2017). Dock kommer vårt urval innehålla färre bilder vilket möjliggör en djupare analys av varje bild, dess innehåll och betydelse. Syftet med denna uppsats är, förutom att undersöka vilket innehåll som publiceras, att analysera hur normer kritiseras och utmanas genom bilderna. En kvalitativ analys kan anta sig frågor om normer och hur de förändras över tid. Den lämpar sig även för att undersöka hur aktivister och medier ramar in olika fenomen och frågor (ibid). Därför anser vi att en kvalitativ metod lämpar sig bättre att besvara våra frågeställningar, genom att undersöka meningsskapande processer i det analyserade innehållet.

Det innehåll som ligger till grund för analysen är bilder från Instagram. Med hjälp av kompositionell tolkning och semiotik ämnar vi att tolka bildernas innehåll och innebörd för att på så sätt få en förståelse för hur manlig fettaktivism uttrycks. Gillian Rose presenterar dessa två metoder i sin bok *Visual Methodologies* (2014). I boken redogör hon för ett antal olika metoder som kan användas för att genomföra bildanalyser.

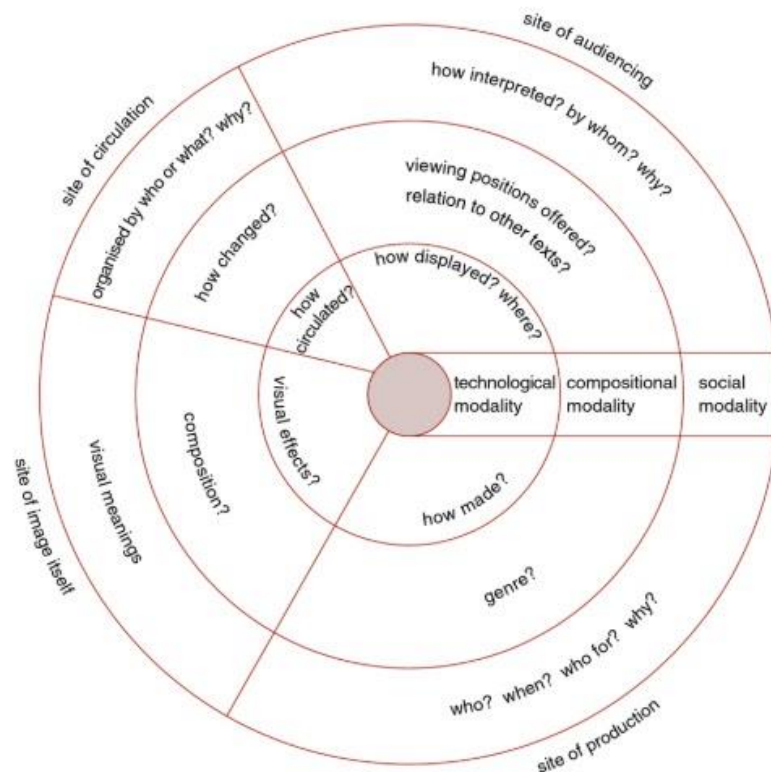


Bild 1. Analysmodell (Rose, 2014).

Analysmodellen ovan föreställer de fyra huvuddelarna som kan ligga till fokus vid bildanalys; bildens produktion, bilden i sig själv, bildens spridning, och mottagandet av bilden. För att kunna ge svar åt våra frågeställningar har vi valt att fokusera på delen av modellen som behandlar bilden i sig självt. Detta för att studiens syfte i huvudsak handlar om just det visuella. Modellen är i sin tur uppdelad i ytterligare tre delar; teknologisk, kompositionell och social modalitet. Alla dessa delar av modellen kommer att adresseras i denna studies bildanalyser.

I modellen presenterar Rose (2014) ett antal metoder som lämpar sig för analys av bilder. Vi har valt metoderna kompositionell tolkning (compositional interpretation) och semiotik (semiology). Med hjälp av den kompositionella tolkningen kommer vi inledningsvis att analysera bilderna på ett mer objektivt sätt och se på dem som i ett vakuum. Semiotiken kommer sedan att användas som komplement för att ge svar på de sociala och kulturella aspekterna av bilderna, här kommer bilderna att analyseras utifrån ett sett större sammanhang.

6.1.1. Kompositionell tolkning

Första delen av vår metod grundas på kompositionell tolkning. Metoden handlar om att se hur en bild faktiskt ser ut och sedan tolka de olika aspekterna av bilden. Man kan sedan genom denna tolkning analysera bildens olika delar var för sig utan att behöva se till kontexten, helheten av bilden. Detta gör bildanalysen mer objektiv. Syftet blir att se på bilden som den är och inte hur den används eller vad den gör (Rose, 2001).

Kompositionell tolkning baseras på vissa specifika delar av konsthistoria och hur man analyserar konst. Rogoff (1998) kallar denna ursprungliga metod för *the good eye*. Det är en sedan länge etablerad metod som används för att analysera och studera målningar. För att utveckla ett good eye krävs det mycket kontextuell information. Detta innebär att den som skall genomföra en analys av ett konstverk måste ha god kunskap om olika konstnärer, vilken typ av konst de skapade, varifrån de fick sin inspiration och så vidare (Rose, 2001). Genom att se på ett fotografi med ett bra öga förutsätts det att det ligger lika mycket tanke och medvetenhet bakom skapandet av bilden, som det gör vid skapandet av en målning.

Som namnet antyder fokuserar den kompositionella tolkningen på hur en bild är kompositionerad. Denna form av analys består av flera steg och flera olika delar, som baseras på konstanalysens good eye:

1. *Innehåll*. Man börjar med att se på vad bilden föreställer. Det är ett viktigt första steg att faktiskt förstå vad en bild visar.
2. *Färg*. Färgen har en betydande roll i hur bilden ser ut. Man kan genom färger betona olika delar av en bild och/eller skapa en viss känsla i bilden.
3. *Spatial organisering*. Alla bilder har olika element som är organiserade på olika sätt. Denna organisering kan ske inom bilden, men också utanför bilden. Hur är saker positionerade i relation till varandra och till det som är utanför bilden? Här spelar, bland annat, vinkel, distans och volym roll.
4. *Ljus*. Ljuset i en bild har en nära koppling till färg och spatial organisering. Olika typer av ljus och ljuskällor kan påverka stämningen i bilden. Ljus kan även användas för att rikta fokuset i bilden.
5. *Innehållets uttryck*. Den sista och mer tolkande delen av en kompositionell analys handlar om att beskriva känslan av en bild. Detta är summan av bildens alla delar och vilken effekt de skapar tillsammans (Rose, 2001)

Även om den kompositionella tolkningen lägger fokus på bilden i sig, tas även produktionen av bilden till viss del i betraktande. Om en bild genomgått en specifik produktionsprocess bör detta adresseras, till exempel om det är en polaroidbild eller dylikt. Som en del av analysen bör det även förekomma en notis om vem som skapat bilden och varför (Rose, 2001).

Den kompositionella tolkningens brist som metod är ointresset för den sociala kontexten av en bild. Även om analysen syftar att undersöka bilder som i ett vakuum, så existerar bilderna i ett större sammanhang där subjektiv tolkning kan komma att påverka hur bilden ses (Rose, 2001). Bryson (1991) påpekar dessa brister genom att förklara att det man ser och tolkar i en bild färgas av den sociala konstruktion vi lever i. Trots detta beskriver han kompositionell tolkning som en bra metod att inleda en kvalitativ bildanalys med då den erbjuder strategier för den som skall genomföra analysen att få ett bra helhetsgrepp om bilden. Den lucka som går att finna i kompositionell tolkning som metod ämnar vi att fylla genom att komplettera vår analys med semiotik.

6.1.2 Semiotik

Andra delen av vår analys består av en semiotisk bildanalys. Eftersom analysmaterialet består av bilder publicerade på Instagram kommer semiotik användas för att tolka symboler och mening i innehållet. Semiotik kan beskrivas som läran om tecken (Harrison, 2003). Tecken

kan uttryckas via text och bild på så sätt skapa mening. Denna metod möjliggör en djupare analys av hur bilderna publicerade av manliga kroppsaktivister ser ut och vad de uttrycker.

Semiotikens prominens härstammar från dess möjlighet att besvara frågor om hur bilder skapar mening. Till skillnad från kompositionell tolkning, som endast beskriver bilden, erbjuder semiotik som metod ett flertal verktyg för att analysera hur den kan relateras till ett större sammanhang (Rose, 2001). Semiotiken har ett utarbetat ordförråd för att beskriva hur tecken skapar mening. En semiotisk bildanalys använder etablerade begrepp för att möjliggöra detaljerade redogörelser för de exakta sätten som en bilds betydelse produceras genom bildens beståndsdelar (ibid). Tidigare semiotiska studier har utforskat sociala skillnader såsom klass, kön, ras och kroppslig kapacitet. Semiotiken antar att dessa sociala skillnader uttrycks genom bilden i sig själv, genom tecken (ibid). Detta är högst relevant för vår studie då vi ämnar undersöka hur aktivism för normbrytande manliga kroppar uttrycks genom bilder i sociala medier.

Tecknet är den mest grundläggande enheten inom semiotik. Den innehar mening, och semiologer hävdar att allt som innehar mening kan förstås i termer av dess tecken. Ferdinand de Saussure, en av semiotikens pionjärer, hävdar att varje tecken består av två delar (Rose, 2001). Den första delen, *det betecknande*, består av objektet i sig självt eller det som mottagaren faktiskt ser. I vår studie kan detta, till exempel, vara en naken kropp. Här tolkas tecknet rent objektivt som i ett vakuum, alltså helt utan subjektiva eller kulturella värderingar. Den andra delen, *det betecknade*, består av de värden och betydelser som är kopplade till objektet eller den mening som skapas bilden. För att koppla till det tidigare exemplet finns det värderingar kopplade till den nakna kroppen, som till exempel frihet eller promiskuitet. Relationen mellan *det betecknande* och *det betecknade* är flytande och påverkas av dess kontext och kultur. Tolkningen finns inte inneboende i tecknen utan är beroende av de som tolkar tecknet och deras kulturella och sociala sammanhang vilket innebär att det kan problematiseras och studeras (ibid).

En annan framstående person inom semiotiken är Roland Barthes som utvecklade idén att se tecken som *denotativa* och *konnotativa*. Det denotativa representerar den bokstavliga betydelsen och består av reella objekt såsom en bok eller en stol. Dessa tecken är hyfsat enkla att avkoda (Barthes, 1977). Det konnotativa representerar högre nivåer av mening kopplade till tecken (Rose, 2001). En bok som tecken kan konnotativt representera kunskap eller utbildning. Barthes skriver även om myter, som en andra gradens form av semiotik. Myten definieras inte av dess innehåll utan av dess form, hur den är strukturerad för att kommunicera specifika meddelanden till mottagaren (Barthes, 1973). Myter bygger på existerande tecken och konnotationer för att anspela på en särskild social eller politisk roll. Exempelvis finns det en myt om att en man är manlig om han har mycket muskler. Denotativt ses muskler som ett tecken för styrka och konnotativt som manligt. Därför skapas myten om att en muskulös man är manlig. Förståelse av myter bygger på bred kunskap om kulturen som den yttras i.

Semiotiken ligger till grund för den djupare analysen av bilder i denna studie där vi letar efter tecken och avkodar dessa för att möjliggöra en tolkning av bildens uttryck. Rose (2001) erbjuder ett antal steg att följa i en semiotisk bildanalys:

1. Bestäm vilka tecken som finns.
2. Bestäm vad tecknen betyder "i sig själva".
3. Fundera över hur tecknen relateras till andra tecken, inom bilden och i andra bilder.

4. Utforska dessa samband till bredare system av mening.
5. Återvänd till tecknen för att utforska hur de uttrycker idéer och myter.

6.2. Analysredskap

Tillvägagångssättet för bildanalysen i denna studie utgår från en del av Rose (2014) analysmodell. Mer specifikt den del som appliceras på bilden i sig självt, vad Rose kallar “*site of image itself*”. Likt Rose har vi delat upp vår analysmodell i tre delar baserat på modaliteter; teknologisk, kompositionell och social. De två första modaliteterna analyseras med hjälp av kompositionell tolkning och den sista, den sociala modaliteten, kommer att analyseras med hjälp av semiotik.

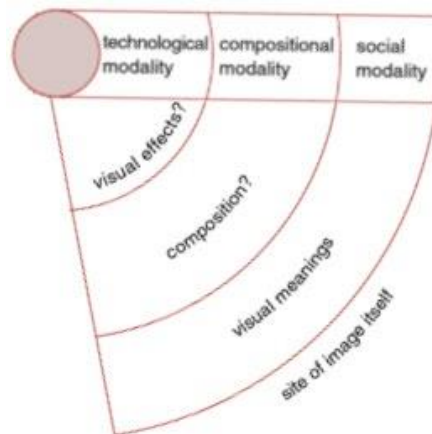


Bild 2. Del av analysmodell (Rose, 2014).

Vid analys av den teknologiska modaliteten beskrivs bildens visuella effekter och innehåll. Kompositionell modalitet handlar om bildens komposition och om hur den är organiserad. Slutligen, vid analys av den sociala modaliteten ser man på bildens helhet, mening och hur den tar sig i uttryck i ett större sammanhang. Frågorna i vårt analyschema är primärt baserade på frågor presenterade av Rose (2001) i samband med redogörelse av de två metoder vi valt (kompositionell tolkning och semiotik).

	Frågor	Precisering
Teknologisk modalitet Visuella effekter	Vad syns på bilden?	Människor, aktiviteter, saker, rekvisita, symboler
	Hur ser kroppen ut?	Ålder, kön, ras, hår, storlek, kläder, smink
	Vart är bilden tagen?	Miljö, bakgrund
	Hur ser färgerna ut?	Måttnad, nyans, värde
	Vad är det för ljus i bilden?	Ljuskällor, ljusläggning, skuggor,
Kompositionell modalitet Komposition	Hur är bilden organiserad?	Spatial organisering, djup, bredd
	Vart befinner sig saker i bild?	Inom bilden, i relation till varandra, volym
	Vilket perspektiv är bilden tagen ur?	Distans, synvinkel, under-, överifrån
	Vad/vem är i fokus?	Ljus, perspektiv
Social modalitet Visuella meningar	Vad uttrycker bilden?	Känsla, stämning, attityder
	Vad finns det för tecken?	Konnotationer, symboler
	Hur uttrycks maskulinitet/femininitet?	Könsstereotyper
	Vad utstrålar subjektet?	Pose, uttryck, känsla
	Vad får bilden för mening?	Helhetsintrycket, i en större kontext

Bild 3. Vår analysmodell.

För att säkerställa att vårt analyschema var användbart och tillräckligt för mikroanalys av bilder testade vi att genomföra en analys av en slumpmässigt vald bild från ett av kontona i vårt urval. Vi fick bekräftat att vår modell innehöll rätt verktyg för den typ av bildanalys vi ämnar utföra.

6.3. Tillvägagångssätt inför materialinsamling och urval

Vi upptäckte vid ett tidigt skede i studies planeringsprocess att det kunde bli svårt att identifiera manliga fettaktivistiska Instagram-konton. Vi övervägde alternativa tillvägagångssätt för vårt urval, till exempel kropps-/fettaktivistiska hashtags eller tidningsartiklar. Dock upptäckte vi att både taggarna och artiklarna främst inkluderade kvinnliga aktivister. Även om det fanns hashtags och tidningsartiklar specifikt för/om män så ansåg vi att detta innehåll och dessa konton inte nödvändigtvis var av fettaktivistisk karaktär. Till sist hittade vi kontot @effyourbeautystandards (EYBS) på Instagram som syftar att dela kroppsaktivistiskt innehåll. På konton delas innehåll av både manliga och kvinnliga kroppsaktivister och vi ansåg att detta skulle ge oss en god grund för urval.

EYBS började som en hashtag-kampanj på Instagram av plus size-modellen Tess Holliday år 2012. Syftet var då att rikta kritik mot de som menar att någon som är tjock inte kan vara vacker (Gordon, 2016, 14 maj). I sitt allra första Instagram-inlägg med hashtagen skriver hon *“I don't know about you, but frankly I am tired of getting told what curvy/fat/plus size girls are 'allowed' to wear”* (Tess Holliday, 2012). Sedan 2013 finns det ett konto med samma namn dedikerat till att dela inlägg taggade med #effyourbeautystandards, och i skrivande stund finns det över 4.2 miljoner bilder under hashtagen. EYBS-kontot har över 431 tusen följare. Idag handlar taggen om att visa upp även andra kroppar, utöver tjocka, som motsätter sig normen. *“EYBS is about embracing your body and being unapologetic! Share your photos by tagging #effyourbeautystandards”* (www.facebook.com/Effyourbeautystandards/about/).

Vi har i vår urvalsprocess sett efter konton med ett tydligt fettaktivistiskt syfte som innehåller många bilder på kontoinnehavaren själv. Sådant som vi ansett vara tydliga indikationer på fettaktivism har varit helkropps bilder, närbilder på kroppen och bilder på den tjocka kroppen som i vanliga fall anses osmickrande och/eller provokativa. I vår urvalsprocess har vi valt att utgå ifrån EYBS-kontot på Instagram för att identifiera manliga, fettaktivistiska konton. Eftersom alla inlägg som delas på kontot har använt hashtagen #effyourbeautystandards går det att förutsätta att allt innehåll har ett kroppsaktivistiskt syfte.

Vi har studerat alla inlägg postade på EYBS under 2019 och identifierat de konton som innehas av tjocka män. Här har vi endast sett till de konton som delats och inte till vilka som är taggade i bilderna, eftersom det då inte går att förutsätta att de använder hashtagen. I detta urval fick vi fram 30 konton där kontoinnehavarna själva identifierar sig som tjocka män. Därefter gallrades 10 bort eftersom vi ansåg att de inte mötte ovannämnda krav. Dessa konton kunde till exempel innehålla få bilder på kontoinnehavaren och/eller handla primärt om andra frågor såsom mode eller könsnormer. Kvar fanns 20 konton som sedan rangordnades utefter vad vi ansåg vara mest tydligt framstående fettaktivism. Här spelar de ovannämnda faktorerna in (helkropps bilder, närbilder på kroppen samt osmickrande och provokativa bilder). Ju fler och mer uppenbara denna typ av bilder är på kontot, desto större har vi ansett att det

fettaktivistiska-temat har varit. Efter denna rangordning valde vi att behålla 7 konton i vårt urval. Vi ansåg detta vara en rimlig mängd konton då liknande studier utgått ifrån motsvarande antal vid datainsamling.

För en första, kartläggande makroanalys har vi valt att använda samtliga inlägg postade på de valda Instagram-kontona under 2019, där kortinnehavaren själv syns i bild. Mikroanalysen har sedan baserats på ett antal bilder publicerade under samma tidsperiod, minst en från varje konto.

Kontonamn	Antal följare	Hemland	Antal inlägg för makroanalys
abearnamedtroy	59 900	USA	159
fatchuckbass	7605	USA	135
myfabulousglow	2595	Sverige	119
goodboyfashion	11 600	USA	73
frankthecity	5379	USA	36
johodaniels	2591	USA	32
wombatcereal	2074	Australien	26

Vi kommer i denna studie att utgå ifrån ett strategiskt urval, detta innebär att ett mindre, handplockat antal analysenheter kommer att ligga till grund för vår analys. Ett strategiskt urval tillåter oss som forskningsförfattare att själva välja det material som vi anser bäst representerar helheten. Om vi istället hade utgått ifrån ett slumpmässigt urval finns risken att generaliserbarheten hade blivit lidande (Östbye, Knapskog, Helland & Larsen, 2004). Då vi vid ett tidigt skede i arbetsprocessen skapat oss en bred bild av det totala material, genom en makroanalys, tillåter ett strategiskt urval oss att handplocka inlägg och konton som vi anser mest representativt. Om vi då istället använt oss av ett slumpmässigt urval hade delar av materialet kunnat över- eller underrepresenterats.

6.4. Metodkritik

Kvalitativa metoder kritiseras ofta för att vara subjektiva och till stor del bygga på forskarens egna osystematiska uppfattningar om vad som anses viktigt. Dessutom har varje enskild forskare en unik personlig relation till det som undersöks (Bryman, 2011). Även semiotik som teori och metod har kritiserats för den stora vikt som läggs vid subjektiva tolkningar av bild och text. Detta leder till att semiotiska studier är svåra att replikera (Rose, 2001). En studie med replikerande möjligheter som visar samma resultat får ökad trovärdighet. Dock är samhällsvetenskapliga studier ofta svåra att replikera (Esaiasson et al, 2017). Varje person som ser en bild tolkar den på eget sätt och påverkas av subjektiva värderingar. Därför är sannolikheten låg att olika personer kommer fram till samma slutsats gällande bildanalysen. För att undvika att analysen enbart baseras på subjektiva tolkningar från en person har vi först undersökt bilderna enskilt för att sedan diskutera resultaten med varandra. Vi har på så sätt

säkerställt att vi båda uppfattat bilden på samma sätt samt att våra tolkningar är vetenskapligt grundade.

En annan kritik som riktas mot semiotiken är dess väldetaljerade teoretiska terminologi. Det har uttryckts oro över att semiotiken tenderar att utveckla och mynta nya begrepp och termer enbart för sakens skull. Dessa begrepp är ofta komplicerade, förvirrande och/eller onödiga och anses ibland endast bidra till att göra ointressanta företeelser mer sofistikerade (Rose, 2001). Av denna anledning har vi i vår metod endast fokuserat på nödvändiga och tydliga begrepp som går att förstå och applicera i vår analys. Utöver detta kritiseras semiotiken även för att endast analysera bilden och dess uttryck, vilket gör att bildens mottagande och dess publik inte anses relevanta. I denna uppsats fokuserar vi dock enbart på bilden och meningen som skapas. För att undersöka mottagandet av dessa bilder och publiken krävs ytterligare studier med kompletterande metoder.

Ekström & Johansson (2019) skriver att *“all vetenskap har generaliserande anspråk”*, vilket innebär att en enskild studie kan ge mer generell kunskap som inkluderar en större population än just den som undersökts. Det är viktigt att vara försiktig i generaliserande påståenden. I vår studie har vi undersökt sju manliga fettaktivister med ambitioner att uttrycka oss om denna grupp som helhet. Generaliseringen som är möjlig i denna studien är mer av teoretisk natur, den bidrar till existerande forskning inom området. Resultaten från denna studie ger inte statistiskt säkra slutsatser som går att generalisera på hela populationen men vi anser att denna grupp aktivister är få till antalet och att de vi valt att undersöka representerar en del av den totala populationen.

6.5. Reflektion över tillvägagångssätt

Genomförandet av studien har fungerat väl då valet av metod för analys möjliggjort ett tydligt och väl underbyggt arbetssätt. Det är i synnerhet metoden som reviderats främst under arbetets gång då vi lagt ner mycket tid på att finna den metod som lämpar sig bäst för att undersöka bilder och dess uttryck. Även frågeställningarna har reviderats för att säkerställa att studien uppnår kraven för validitet och reliabilitet. Validitet uppnås när studien mäter det som den påstår mäta (Esaiasson et al, 2017). I vår uppsats mäter vi hur manliga kroppsnormer utmanas genom bilder på Instagram. Därför var det viktigt att vi formulerade våra frågeställningar i utgångspunkt i att undersöka visuella företeelser och att studiens metod är anpassad för visuellt material. Således valde vi bort flera metoder som fokuserade på text och skrivet material.

Reliabilitet innebär att studien genomförs utan systematiska eller osystematiska fel (Esaiasson et al, 2017). För att undvika detta har vi, som ovan nämnt, diskuterat alla analyser av bilder tillsammans för att undvika att detaljer i analysmaterialet förbises, tolkas för subjektivt eller att det finns tvetydiga tolkningar som försummas. Under arbetets gång har vi även antecknat alla tillvägagångssätt och tankegångar vid urval samt insamling av material för att säkerställa att studien utförts på ett korrekt sätt.

I studien analyserar vi bilder och hur mening skapas genom dem. *“Mening kan inte observeras utan måste tolkas och förstås”* (Ekström & Johansson, 2019). För att kunna tolka och förstå dessa bilder krävs en förförståelse för ämnet och det som studeras. Det är därför nödvändigt att vi är transparenta med vår förförståelse och relation till ämnet. Vi är två studenter vid Göteborgs Universitet, en man och en kvinna i 20-årsåldern. Vi har tidigare

kommit i kontakt med fettaktivistiskt material i sociala medier vid ett flertal tillfällen men aldrig undersökt ämnet djupare. Vår inställning till fettaktivism och dess ifrågasättandet av kroppsnormer är positiv och vi har under studiens gång utvecklat ett genuint intresse för ämnet. För att skapa oss en bättre förståelse och kunskap för att kunna utföra studien har vi läst in oss på relevant forskning och teori. Detta möjliggör en större förståelse kring vårt material samt tolkningar av högre vetenskaplig kvalitet.

Vi har själva valt att definiera de utvalda aktivisterna som fettaktivister. Detta är alltså inte ett begrepp de själva använder för att beskriva sig och sin aktivism, de kallar sig istället kroppsaktivister. Dock anser vi att de alla faller inom kategorin fettaktivister då de benämner sig själva som tjocka, de använder den aktivistiska taggen #effyourbeautystandards och deras Instagram-profiler innehåller uppenbart normkritiskt innehåll. Vårt att nämna är att hashtagen till en början var en renodlad fettaktivistisk tagg med syfte att kritisera den västerländska smal-normen.

6.6. Etisk reflektion

För att forskningsrapporten ska hålla god kvalitet bör metoden och tillvägagångssättet inkludera etiska överväganden. I arbetet med att nå resultat och ny kunskap krävs det att etiska regler inte kompromissas. I denna uppsats utgår vi från Vetenskapsrådets rapport *God Forskningssed* (2017). De eventuella etiska problem som uppstått i vårt arbete innefattar analysobjekten, som består av privatpersoner och deras publicerade bilder. Dessa personer valt att publicera sina bilder på offentliga och öppna Instagram-konton vilket betyder att de finns tillgängliga för allmänhetens beskådning. Dessutom har samtliga personer hashtagat #effyourbeautystandards och därför gjort vidare publicering till ytterligare ett konto möjligt, man kan även påstå att de uppmanat till det.

I vår analys av bilder och konton inkluderar vi endast information som är synlig. Vi exkluderar information om människans privatliv eftersom vi endast utgår från det visuella. Syftet med studien är inte att undersöka deras liv, utan istället utreda hur de uttrycker fettaktivism genom bilder. Vi anser inte att studien kommer påverka personerna negativt eller skada dem på något sätt.

För att uppfylla informationskravet har vi informerat alla aktivister som ingår i studien att deras bilder är en del av vår forskning och uppsats. Sex av de sju har godkänt att de inkluderas och ställer sig positivt till att forskning bedrivs om deras aktivism. Den enda som inte svarat på informationen är Troy som driver kontot @abearnamedtroy. Han är den som har flest följare och är i hög grad en offentlig person.

7. Resultat

Nedan presenteras studiens resultat. Analysen inleddes med en makroanalys där vi urskilt ett antal teman; *nakenhet*, *kläder*, *skönhetsvård och smink*, *HBTQ*, *gemenskap*, samt *konst*. Dessa teman har sedan legat till grund för bildanalyserna som presenteras under respektive tema. Varje tema exemplifieras med minst en bild. Inledningsvis presenteras det största temat, *nakenhet*. Sedan följer övriga teman i inbördes ordning.

7.1. Nakenhet

Ett tema som återkommer i bilder från samtliga undersökta konton är *nakenhet*. Genomgående används den nakna kroppen som ett verktyg för att nyansera bilden av tjockhet och tjocka. Det primära målet med detta tycks vara att förändra sättet som tjocka människor representeras och presenteras i media. Genom att visa upp sin nakna kropp och samtidigt uttrycka positiva känslor, såsom stolthet och glädje, förändras och ifrågasätts den negativa bilden av tjockhet. Tjocka porträtteras i allmänhet ofta som olyckliga och ohälsosamma. Den smala kroppsnormen som råder i samhället utgår från att alla tjocka personer är missnöjda med sin kropp och att det enda sättet att råda bot på missnöjet, och på så sätt passa in i normen, är genom viktminskning. Tjocka uppmanas till att skämmas över sin kropp och gömma den. Genom att publicera ett stort antal bilder i sociala medier visas en annan bild av tjockhet upp. Istället för att gömma kroppen visar aktivisterna upp den i syfte att bryta normen och ta makten över hur de porträtteras genom deras egna kanaler.

Den nakna kroppen visas upp sin naturliga form. En egenskap som återkommer i majoriteten av bilderna är avsaknaden av retuschering och bildförvrängning. Ärr, bristningar, celluliter och skavanker inkluderas i bilderna och i många av dem framhävs dessa imperfektioner. Männerna använder ljus och kamerafokus för att framhäva tjocka kroppsdelar i bilderna. Ofta tar magen upp en stor del av utrymmet i bilden samt positioneras i bildens mittpunkt. Bilderna som föreställer avklädda kroppar förespråkar en positiv inställning till kroppen och vikten av att alla kroppar bör anses vackra. Det är värt att notera att nakenhet är en självklar del av fettaktivism eftersom det till stor del handlar om att visa upp fettvalkar och feta kroppsdelar, i kontrast till att skyla och gömma. Dock använder många av männen nakenhet i kombination med kläder för att stolt visa upp i synnerhet sina magar. De bär ofta kläder som exponerar en naken överkropp och tydligt visar stora magar och fettvalkar.

De manliga fettaktivisterna visar ofta upp sin kropp i traditionellt kvinnliga, avslappnade poser. Kontrasten till den hegemoniska maskuliniteten, där maskulinitet illustreras genom en muskulös och tonad kropp i rörelse, blir tydlig i bilder där fettaktivisterna poserar passivt i vardagliga miljöer. Således utmanar de samhälleliga manliga kroppsnormer och bedriver aktivism genom att publicera bilder på deras nakna kroppar i sociala medier.

7.1.1 Bildanalys – Nakenhet



Bild 4 (Cristian, 2019a).

Visuella effekter

Bilden föreställer Cristian som sitter naken i soffan med en kopp i handen. Bredvid honom sitter en vit katt vid två kuddar och framför dem syns ett soffbord med flera ljus, varav ett är tänd. Cristians kropp är oretuscherad med tydliga fettvalkar och bristningar på magen. Huden är brun och håret och skägget är mörkt. Han tittar åt sidan med ett fundersamt ansiktsuttryck och en avslappnad hållning. Även katten tittar åt samma håll och ljuset i bilden kommer från detta håll då skuggorna faller snett bakom till vänster om dem. Det är som att de båda tittar, undrandes, in i ljuset. Bilden är tagen i ett vardagsrum. Förmodligen i Cristians eget, eftersom han är naken och bekväm samt att han sitter tillsammans med ett sällskapsdjur. Färgerna i bilden är dova och naturliga. Väggen bakom är målad i en matt gråblå nyans vilket bidrar till ett lugnt intryck.

Komposition

Bilden är tagen precis framför bordet. Eftersom bordet inkluderas i bilden skapas ett djup i bilden och avstånd mellan betraktaren och Cristian. Samtidigt kommer vi honom nära i en intim miljö där han är avklädd och avslappnad. Bilden är tagen rakt framifrån vilket gör att han betraktas från ett neutralt perspektiv. Cristian är i fokus då hans kropp tar upp stor del av bilden och syns i bildens mittpunkt. Ljusen och bordet är suddiga vilket tyder på att avsikten var att kroppen skulle hamna i fokus.

Visuella meningar

Bilden uttrycker en säkerhet och trygghet och tar plats i en miljö där Cristian känner sig avslappnad. Han är omgiven av objekt som förknippas med mys och trevnad; levande ljus, te/kaffe och ett husdjur. Posen och blicken uttrycker självsäkerhet och eftertänksamhet.

Genom att inte se in i kameran får Cristian ett mer passivt intryck, och ses då som betraktad istället för att vara en mer aktiv betraktare. Detta har en tydlig koppling till hur män och kvinnor porträtteras olika visuellt inom västerländsk kultur. Kvinnan ses ofta som passiv och som objekt för beskådning, medan mannen ofta ser in i kameran och tar på så sätt makten över bilden (Mulvey, 1975).

Cristian ser säker ut i sin egen kropp. Den nakna och naturliga kroppen kommunicerar hur han är bekväm att visa upp privata delar av hans liv och släppa in åskådaren till en intim miljö. Bristningarna på magen är ett tecken på övervikt då de uppkommer vid snabb ökning av massa och konnotationerna till dessa för tankar till medikalisering av tjockhet och på så sätt även till ohälsa. Dock visar Cristian upp dessa avsiktligt och de är en tydlig del av honom då de syns i bildens mittpunkt och hamnar därför i fokus. Cristians avslappnade uttryck återspeglar hans inställning till kroppen och att bristningar är normalt och inget att skämmas för. De behöver inte täckas över, retuscheras eller gömmas utan förtjänar till och med att hamna mitt i fokus i bilden. Koppen han håller i handen vilar han på magen vilket förstärker intrycket av att den är stor och putande.

Den lugna och avslappnade pose som Cristian använder i bilden står i tydlig kontrast till typiska manliga poser där kroppen ska vara aktiv. Musklerna ska vara spända och kroppen se hård ut. Istället sitter Cristian helt avslappnad och lugn, vilket mer kan kopplas ett kvinnligt uttryck. Bilden i sin helhet ger ett domesticerat uttryck där Cristian är en del av hemmet, tillsammans med sin katt. Både Cristian och katten befinner sig i hemmet där de båda trivs och känner sig trygga. Det finns mycket symbolik kring katten och vad den representerar. Katten symboliserar ofta kvinnlighet och mystik i kontrast till manlighet och makt. Den är ett nattligt djur och kopplas därför till månen, som i sin tur förknippas med kvinnlighet. Vidare symboliserar katten självständighet och styrka eftersom den klarar av att leva utan tillsyn och överlever höga fall samt skador. Till skillnad från hundar, som behöver mänsklig skötsel och kärlek, kan katter leva i det vilda vilket bevisar deras självständighet (Park, 2015). Dessa konnotationer kan appliceras på Cristian då han uttrycker självständighet och ett positivt självförtroende kopplat till den tjocka kroppen.

7.1.2. Bildanalys – Nakenhet

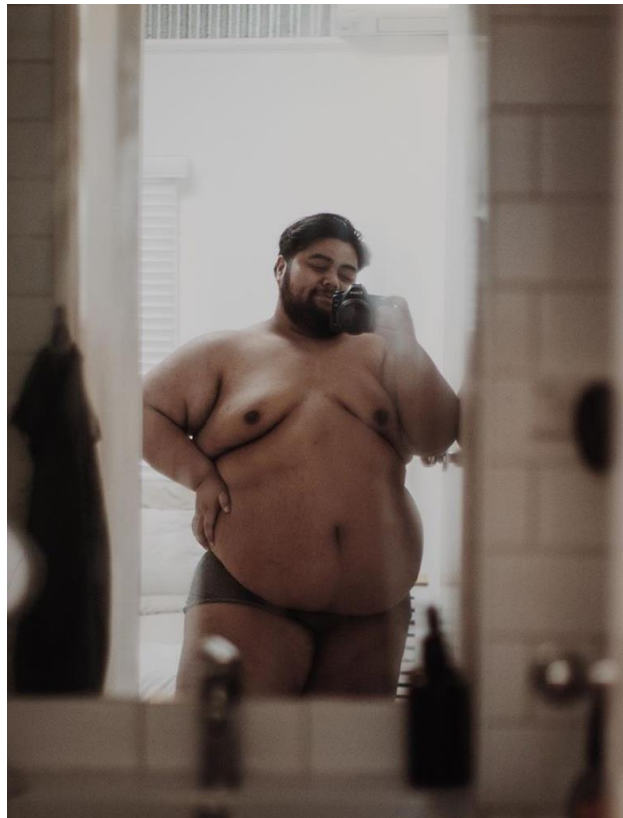


Bild 5 (Shalamah, 2019).

Visuella effekter

Bilden föreställer en avklädd man som tar en bild på sig i själv i en spegel. Det enda plagget som Shalamah har på sig är ett par kalsonger i en kort modell. Han står i vad ser ut som en dörröppning till ett badrum med en kamera i handen, och bakom honom syns en ljus bakgrund. I bilden syns även en kaklad vägg, ett handfat och en tvål. Förmodligen är bilden tagen i hans egna hem, i eller precis utanför badrummet. Kroppen är stor och Shalamah har mycket kroppsfett med en stor mage och tjocka lår. Brösten hänger och på armarna syns fettvalkar. Huden är ljust brun och håret och skägget är mörkt. Han har ett glatt ansiktsuttryck och tittar på kamerans display. Han står i en tydlig pose med sin högra hand i midjan och har kameran i andra handen framför ansiktet. Färgerna i bilden är dova, i vita och brungråa nyanser. Ljuset kommer bakifrån Shalamah och är starkt i bakgrunden. I kanterna är ljuset svagare vilket ger intrycken av han blir inramad.

Komposition

Personen i fråga, Shalamah, är bildens fokus. Hans kropp och framförallt hans mage är det som tar upp mest utrymme i bilden. Det som syns i spegeln är skarpt medan det som omger spegeln är suddigt och ofokuserat. Fotot är taget rakt framifrån och därför åskådas mannen från en neutral vinkel. Då bilden är en så kallad selfie har Shalamah själv valt bildens vinkel och fokus. Eftersom bilden troligen är tagen i personens eget hem och några av hans personliga ägodelar inkluderas tar vi del av hans vardag på en plats där han känner sig bekväm att vara avklädd. Således kommer vi mannen nära i en vardaglig situation.

Visuella meningar

Bilden uttrycker en normal och vardaglig situation där Shalamah står avklädd i sitt badrum. Färgerna är dämpade och dova och detta skapar en kontrast till personens glada uttryck och ljus som omger honom; han ler och ser nöjd och glad ut, i kontrast till det dunkla omkring honom. Det som skapar glädje och mening i bilden är hans kropp och ljuset bakom honom. Ansiktsuttrycket och den självsäkra posen Shalamah använder kommunicerar att han är stolt över sin kropp och trygg med att visa upp den i bild. Kroppen är tjock och långt ifrån den rådande normen, men detta är inte något som hindrar honom från att vara lycklig och känna sig självsäker nog att visa sin avklädda kropp för andra. Posen han står i, med handen på sidan av magen, är typiskt kvinnlig då det accentuerar midjan. Således utmanar han även den manliga kroppsnormen då han stolt visar upp en tjock, "osportig" och avklädd kropp i en mer feminin pose och ett glatt ansiktsuttryck. Meningen som skapas genom detta är att han är nöjd över sin kropp och att den har rätt att synas och få utrymme även om den inte platsar i samhällets rådande kroppsnormer.

Han har själv tagit bilden vilket ger honom makt över hur han själv porträtteras och hur bilden skall se ut. Genom avsaknaden av en utomstående fotograf som influerar uttrycket av makt blir selfies medel för att uttrycka självpresentation i relation till kroppen (Gieringer, 2015). Genom att ta kontroll över bilden blir det på Shalamahs egna premisser han beskådas. Detta uttrycket förstärks genom att han ser kamerans display, han blir beskådaren som har kommando i bilden.

Bilden är tagen i en badrumsspegel. Badrummet, tvålen och handfatet har tydliga konnotationer till renlighet. Tjockhet kopplas i media till frågor om utseende och skönhet, men beskrivs också i termer om förfall och brist på disciplin. Smuts och ofräscherhet ligger då inte långt ifrån tankar kopplade till tjockhet. Då kan Shalamahs bild ses som ett tydligt distanstagande till, den uppenbart negativa, uppfattningen.

7.2. Kläder

Många av de konton som ingår i vår studie publicerar bilder kopplade till *kläder*. Dessa klädbilder föreställer aktivisterna själva då de bär mer eller mindre fashionabla kläder. Fokus i bilderna ligger här på utstyrelsen i relation till den tjocka kroppen. Dessa bilder är inte motsatsen till nakenhet, utan även i klädbilderna framhävs och visas den tjocka kroppen upp. Trots om de här är påklädda upplevs inte någon önskan om att skyla och gömma. Tvärtom visas ofta bröst och mage upp genom öppna skjortor, magtröjor och låga uringningar. I media uppvisas den tjocka kroppen som en symbol för utseendemässigt förfall. Bilderna om mode och kläder ställs i tydlig kontrast till detta eftersom de visar upp ett tydligt intresse för presentation, i form av vad de har på sig. Bilderna faller oftast inom en av två kategorier; avslappnat och vardagligt, eller extravagant och modemedvetet.

De bilder med ett mer avslappnat uttryck är ofta tagna i vardagliga miljöer där kläderna och uttrycken är "vanliga". Det primära budskapet i dessa bilderna blir inte att framstå som en modeikon utan istället ligger fokus på att visa upp den tjocka kroppen såsom den faktiskt ser ut. Att normalisera kroppen i en vardaglig kontext, där kläderna inte sällan spelar en stor roll. Dessa bilderna handlar mer om att nyansera bilden av den tjocka kroppen i förhållande till kläderna. Som nämnt tidigare framställs tjocka ofta bärandes för små kläder med osmickrande passform i media. Genom aktivisternas egna klädbilder ställer de sig i tydlig opposition till detta.

Den andra kategorin bilder är mer modeinriktad. Här handlar det om att visa upp att även tjocka kroppar vill få och ta plats inom modevärlden. Här har aktivisterna lagt mer uppenbar tid och fokus på vad de bär, hur de accessoariserar samt hur och var de poserar. Fokus ligger tydlig på kläderna i sig och uttrycket blir att den aktivist som publicerat bilden har ett tydligt intresse för mode. Aktivismen genom dessa bilder handlar om att bemöta och kritisera den smalhetsnorm som råder inom modevärlden, där tjocka inte välkomnas. Cooper (1998) nämner modeindustrin som en stor aktör inom upprätthållandet av dessa normer.

Aktivisternas klädbilder varierar i uttryck i relation till femininitet och maskulinitet, men det går att konstatera att många av bilderna motsätter sig klassiska maskulinitetsnormer. Vi har sett att det som i allra största grad påverkar bildens uttryck, när det kommer till könsnormer, är poseringen snarare än kläderna själva. Även om en fettaktivist bär vad som skulle anses vara "vanliga killkläder" kan bilden ändå uppfattas som mer feminin tack vare en mer typiskt kvinnlig pose, ett mjukare uttryck och/eller mer intim känsla, och vice versa.

7.2.1. Bildanalys – Kläder



Bild 6 (Jordan Daniels, 2019).

Visuella effekter

På bilden står Jordan på vad som skulle vara ett college campus, en park eller i trädgården i anslutning till ett museum. Det är kväll, himlen är mörk och i bakgrunden ser man tända gatlyktor. Jordan står i skenet från gatubelysning, hans kropp kastar långa skuggor. Direkt bakom honom ligger en gräsmatta och ytterligare en bit bort går människor framför en stor byggnad, det skulle kunna vara skolungdomar eller museibesökare. Bilden känns obehandlad, färger och kontrast ser ut på ett sätt som man kan förvänta sig från en bild tagen på kvällen av en mobilkamera.

Jordan är ljus i hyn och hans hår och skägg är brunt och krulligt. Han står poserad med ena handen i fickan och den andra handen har han uppe i håret. Kroppen står vriden snett emot kameran. Vikten ligger på den bakre benet och det främre sträcks ut på tå. Bilden är inte spontan, den är poserad men ger ändå ett vardagligt intryck tack vare miljön. Jordan bär sportiga, svarta sneakers, marinblåa byxor uppdragna till naveln, även dem i en sportigare modell, en vit magröja som ser ut att vara en avklippt collegetröja och en väst i gulorange leopardmönster. Västen har en dragkedja och fickor, vilket gör att den påminner om en fiskeväst.

Komposition

Jordan blir bildens fokus, han befinner sig centrerat i den. Som åskådare har vi närmre till Jordan än till omgivningen som är distanserad och endast fungerar som bakgrund. Det sker ingen interaktion mellan honom och bakgrunden vilket gör att miljön känns mer neutral. Man

kan se hela Jordans kropp, från topp till tå, vilket ger känslan av att det är kläderna och kroppen som ligger i fokus. Även om han befinner sig en bit från kameran upplevs en viss intimitet då han ser rakt in i kameran. Perspektivet upplevs som neutralt då det varken är taget från grod- eller fågelperspektiv.

Visuella meningar

Bilden är tagen på en allmän plats, den känns obehandlad och någorlunda avslappnad vilket ger känslan av att den representerar ett blickfång i Jordans vardag. Kanske går han i skolan på platsen där han befinner sig? Eller så tog han en promenad i en stadspark då bilden togs. Jordans pose upplevs som avslappnad och vardaglig, den går att tolka som feminin. Genom att vrida sidan mot kameran gör han sig mindre och slank i bild även om hans kropp är stor. Detta är vanligen kvinnlig posering då män uppmanas att göra sig stora och breda på foto, i kontrast till kvinnor. Genom att sträcka ut benet närmast kameran upplevs det som smalare och längre än om han istället hade lagt vikt på det och på så sätt spänt benmusklerna. Handen som är placerad i håret talar för att det finns ett fokus på hur frisyren ser ut. Kläderna i sig är för det mesta könsneutrala, trots det kan man genom att tyda Jordans posering se att bilden inte är en typisk "manlig klädbild". Det klädesplagg som är tydligast framstående könsnormbrytande är magtröjan som i vanliga fall primärt bärs av kvinnor. Att visa övre halvan av magen är något oftast reserverat för kvinnor inom modevärlden. Det är även sällan man ser män dra upp sportiga byxor upp till naveln. När en kvinna gör det är det oftast för att markera midjan eftersom det anses vara kvinnligt att ha en smal midja. Blicken är riktad mot kameran, vilket inger en känsla av att Jordan ta kommando över situationen. Det inger känslan av att bilden är tagen på hans regi och villkor.

Jordan står poserad ute i offentligheten. Till skillnad från hemmets trygga rum befinner han sig nu utelämnad för den potentiella diskriminering tjocka riskerar att utsättas för i vardagen. Det är till stor del i det allmänna rummet som normer formas, utövas och bryts. Bilder tagna utomhus blir på så sätt viktiga symboler för den aktivism som utövas av kontoinnehavarna. Dessutom står han på en väl upplyst plats vilket ytterligare exponerar honom och hans kropp. Belysningen ger ett intryck av strålkastare och får platsen att likna en scen där Jordan står för allmän beskådning.

7.2.2. Bildanalys – Kläder



Bild 7 (Frank, 2019).

Visuella effekter

Bilden föreställer Frank framför en stenmur. Han står med ena foten uppe på en kant i muren och lutar kroppen mot både det upphöjda knät och mot muren. Det är bara Frank som syns i bilden. Det är naturligt ljus och skuggorna är små vilket tyder på att bilden är tagen mitt på dagen. Det känns inte som att bilden genomgått någon redigeringsprocess då färgerna och tonerna känns verklighetstroga. Frank är mörk i hyn och har svart kort skägg. Han bär en ljusgrå, dubbelknäppt kostym i lösare modell. Kavajen är djupt skuren vid bröstet och under den är han barbröstad. Till det bär Tevin silvriga, spetsiga skor med en liten klack, en gråglittrig clutch och en klargul hatt. Accessoarerna består av en stor guldig klocka, två smala metallarmband, ett guldigt halsband, en ring i örat samt solglasögon med gula glas.

Komposition

Bilden är uppenbart poserad och Frank är den självklara fokuspunkten i bilden. Då han står mot en stenmur finns det ingen övrig bakgrund som riskerar att konkurrera om åskådarens fokus. Även om Frank står med ansiktet i profil har han kroppen uppvänd mot kameran, vilket innebär att han tar upp mycket av utrymmet i bilden. Genom att stå med benen isär och ha ena armen lite i sidan så maximerar han sitt utrymmesupptagande ännu mer. Frank ser inte in i kameran vilket ger ökar distansen till åskådaren. Bilden är tagen ur ett neutralt perspektiv.

Visuella meningar

Hela utstyrseln Frank bär känns välplanerad och genomtänkt. Han upplevs som modemedveten och det går att föreställa sig att han är upplädd för ett event, eventuellt ett

modeevent. Tankarna går till Fashion Week. Omgivningen ger ett lyxigt intryck i form av utsmyckade, ljusa stenhus med mönstrade detaljer i metall. Detta skapar konnotationer till flärd och extravagans och inger känslan av att Frank rör sig bekvämt i dyra och högklassiga områden. Dessa områden och rum förknippas med makt och Frank kan anses inneha denna makt då han tillhör en grupp av människor som rör sig i exklusiva miljöer. Eftersom han tillhör en marginaliserad grupp i samhället genom att vara både överviktig och mörkhyad skapas en kontrast till hans samhälleliga status och det bilden uttrycker. Dessa sammanhang och miljöer associeras generellt inte med inklusion och välkomnande av marginaliserade grupper.

Accessoarerna förstärker intrycket av att det ligger mycket tanke bakom vad han har på sig. Franks pose och kläder ger ett maskulint intryck, trots att de silvriga skorna och väskan ger kvinnliga associationer. Eftersom Frank ser modemedveten ut får det som i vanliga fall skulle ge en självklar konnotation till femininitet ett mer könsneutralt intryck. Han behöver inte bära en clutch som normkritik, utan det kan istället vara ett "fashion statement".

Genom att Frank har blicken vänd ut ur bild upplevs inte någon intimitet gentemot åskådaren. Han ser ut att ha blicken vänd mot ett mål, trots att han tydligt står poserad ser han ut att vara på väg. Trots att en bortvänd blick skapar generellt ett intryck av att personen i bild är ett passivt objekt för åskådning får den i detta fall Frank att framstå som aktiv. Han inger en hård, och mindre inbjudande utstrålning, vilket anses vara maskulina särdrag. Han ser tuff ut i sin posering och tar mycket plats genom att breda ut sig, vilket även det anses maskulint.

7.3. Skönhetsvård och smink

Många av de utvalda fettaktivisterna har publicerat bilder relaterade till *skönhet, hudvård och smink*. Dessa bilderna är generellt normbrytande eftersom alla aktivisterna är män och skönhetsvård främst utövas av och förknippas med femininitet och kvinnlighet. Likt bilderna om mode och kläder visar dessa bilder att det finns ett intresse för utseende, i kontrast till vad som kommuniceras via media. Bilderna är ofta tagna hemma hos aktivisterna, i en intim miljö, men ett antal av dem är även tagna på vad som ser ut att vara någon typ av salong. Fokus i bilderna ligger på ansiktet då det spelar en central roll inom temat. Bilderna som faller in under detta temat handlar inte nödvändigtvis om tjockhet eller om kroppen utan primärt om den manliga aktivisten i relation till könsnormer.

En del av aktivisternas bilder har ett någorlunda könsneutralt uttryck, då handlar det ofta om hud- eller hårvård. Även om skönhetsvård anses vara feminint blir det allt vanligare att även män förväntas ta hand om sitt yttre, om än på ett annat sätt än kvinnor. Att ha välansad ansiktsbehåring och fin hy anses attraktivt hos en man. Därför kan denna typ av skönhetsvårdsbilder publicerade av aktivisterna anses någorlunda könsneutrala i sitt uttryck. Dock råder fortfarande en bild av att mannen inte skall skylta med sin utseendefokusering, då fåfänga anses omanligt. Enligt Sandberg (2007) förväntas inte män vara intresserade av sitt utseende. Av den anledningen blir även dessa i teorin könsneutrala bilder ändå ett sätt att normalisera och visa upp manlig skönhetsvård, samt att kritisera normen. I dessa bilder ligger fokus på att visa upp "self care", att aktivisterna tar hand om sig själva och sitt utseende. I medierna målas den tjocke ofta upp som någon som tappat greppet och inte bryr sig om sitt utseende. Dessa inlägg kontrasterar denna mediebild, likt bilderna inom temat för kläder.

Det är även vanligt bland de utvalda fettaktivisterna att lägga upp bilder där de bär smink. Både stora och små mängder smink förekommer. Vissa använder någorlunda diskret ögonskugga, medan andra är hårt sminkade runt ögon och använder tydligt läppstift. Dessa bilder är utan tvekan normbrytande. Det råder inget tvivel inom västerländsk kultur om att smink är till för kvinnor. Här blir det uppenbart att aktivisterna syftar att utmana dessa normer och ämnar nyansera bilden om vem som kan använda smink.

7.3.1. Bildanalys - Skönhetsvård och smink



Bild 8 (Troy, 2019a).

Visuella effekter

Bilden föreställer Troys ansikte insmört i en klarblå ansiktsmask. Det ser ut att vara en selfie. Troy befinner sig eventuellt i sitt hem då man kan skimta något som ser ut som böcker i bakgrunden. Det går inte att utesluta att bilden skulle även kunna vara tagen i någon typ av skönhetsstudio. Det är en mycket ljus bild och nästan inga skuggor går att urskilja. Det ger känslan av att studiobelysning kan ha använts, eller eventuellt ljuset från någon typ av skönhetsstudiosbelysning. Troy har på sig en rosa tröja i batikmönster, han har piercing i örat och i näsan och han visar även upp sina långa rosa och glittriga naglar. Hans mörka ansiktsbehåring ser välansad ut.

Komposition

Bilden är uppenbart poserad. Att den eventuellt är tagen i studiobelysning förstärker det intrycket. Troy ser rätt in i kameran och blinkar flirtigt med ena ögat samtidigt som han har munnen öppen. Bilden upplevs som mycket intim då den är tagen nära ansiktet och det tar upp nästan hela bilden. Den flirtiga minen och blicken riktad direkt på åskådaren förstärker detta intryck. Bredvid ansiktet håller Troy upp en skönhetsprodukt; en ansiktsmask i grön tub av märket Ole Henriksen. Texten på den gröna tuben talar om att maskens syfte är att rensa porerna i ansiktet. Genom att hålla tuben nära bildens fokuspunkt, Troys ansikte, hamnar även den i fokus. Det ger intrycket av att bilden skulle kunna syfta att göra reklam för ansiktsmasken.

Visuella meningar

Troys utseende i bilden ger en känsla av både maskulinitet och femininitet. Hans täta skägg är en tydlig manlig signal och det är också något av det första man lägger märke till när man ser på honom. Tydlig kontrast till detta blir då den klarblåa ansiktsmasken som anses mer feminin då det främst är kvinnor som är skönhetsindustrins målgrupp och användare. När man ser närmre på bilden framträder ytterligare feminina detaljer, såsom naglarna och smyckena. Åskådaren kommer Troy nära då bilden är tagen så tätt inpå hans ansikte. Detta intryck förstärks av att han ser direkt in i kameran. Hans min ser flirtig ut, vilket blir mer påtagligt på grund av närheten och intimiteten. Troy uppfattas som glad, inbjudande och lekfull. Troys flirtiga min ger tydliga feminina associationer; kvinnor förväntas och uppmuntras i större utsträckning att framstå som lekfulla och lättsamma, och då anspelar den halvöppna munnen och blinkningen på sexualitet. Den mer maskulina motsatsen blir då en stängd mun och spända käkar, detta ger ett hårdare och mer känslolokalt intryck.

Den rosa batiktröjan Troy har på sig bär politiska konnotationer. Mönstret populariserades under i USA under 60- och 70-talet och blev en symbol för kritik mot de då rådande strikta sociala normerna. De som bar mönstret var primärt hippies som stod upp emot våld, kapitalism och materialism och förespråkade kärlek och fred. Ofta är kläder med batikmönster färgglada (Hoffmann & Bailey, 1994). Att Troy, en normkritiserande fettaktivist, bär mönstret går hand i hand med vad det symboliserar. Även han, likt hippierna under USAs 60- och 70-tal, arbetar för att bryta och kritisera rådande normer.

7.3.2. Bildanalys - Skönhetsvård och smink



Bild 9 (Cristian, 2019b).

Visuella effekter

På bilden står Cristian mot en vit bakgrund, utan kläder och med blicken riktad mot kameran. Ingenting annat än Cristian syns i bild och allt fokus hamnar på honom. Han håller ömt upp händerna mot ansiktet, ena handen vilar under hakan och han lutar huvudet åt sidan mot den andra. Bilden är tagen i någon typ av studio, förmodligen med studiobelysning och fotobakgrund. Bilden ser inte ut att ha genomgått någon typ av behandling, den upplevs som oretuscherad och färgerna känns verklighetstroga. Cristian har brun hy, svart krulligt hår och lite skäggstubb. Han bär ingenting förutom en vigselring som skymtar på hans vänstra ringfinger. Runt ögonen har han sminkat sig silvrig och det går eventuellt att skymta något typ av läppglans då läpparna ser välfuktade ut. På kroppen ser man bristningar över magen och väck vid bröstet.

Komposition

Då händerna ligger runt det sminkade ansiktet upplevs det som bildens primära fokus, även om kroppen konkurrerar om uppmärksamheten. Bilden är tagen aningen underifrån vilket innebär att Cristian ser ner på åskådaren, det gör att han framstår som överlägsen.

Visuella meningar

Cristian ser ut att vara bekväm i sin kropp och han utstrålar lugn. Genom att Cristian ser åskådaren i ögonen ökar känslan av intimitet i bilden, detta intryck förstärks av att han är

avklädd. Här får man komma honom nära inpå, det är ärligt, naket och avskalat. Blicken riktad mot kameran och den ömma poseringen ger bilden ett mjukt intryck. Mjukhet och ömhet är attribut som i vanliga fall tillskrivs kvinnor vilket innebär att bilden är upplevs som mer feminin än maskulin, även och Cristian är en man med skäggstubb. Sminket förstärker det feminina intrycket eftersom smink genom historien brukats av kvinnor. Ömheten och mjukheten i relation till att bilden är tagen underifrån, ger känslan av att Cristian är mer av en förebild, en omhändertagare, än en översittare. Smink används generellt för att försköna, framhäva och/eller dölja olika delar av kroppen och ansiktet. Här har Cristian använt smink för att försköna och framhäva sitt ansikte, trots det har han inte förskönat eller dolt sin tjocka kropp.

Cristians armar ligger tätt mot kroppen och döljer på så sätt stor del av bröstet. Detta är pose som ofta används av kvinnor i sammanhang där de skall framstå som sexiga, utan att "visa för mycket". Alltså bär Christians arm-placering kvinnliga, sexiga konnotationer. Manliga bröst är inte sexualiserade och behövs därför inte döljas, till skillnad från kvinnors.

7.4. HBTQ

En del av bilderna som undersökts innehåller tydliga referenser till hbtq-rörelsen. Personer som ingår under begreppet HBTQ definierar sig som homo-, bi-, transsexuell eller queer. Alla som inkluderas inom HBTQ identifierar sitt kön eller sin sexualitet på ett sätt utöver vad som anses normativt. Flera av fettaktivisterna som ingår i denna studie är en del av HBTQ-rörelsen och visar öppet sitt stöd och sin tillhörighet genom bilder på Instagram. Det tydligaste exemplet på detta är att flera fotograferat sig själva på och i samband med Pride-festivaler och andra evenemang som förknippas med HBTQ. I många av bilderna återfinns symboler som starkt kopplas till rörelsen såsom, till exempel, regnbågsflaggan.

Likt fettaktivismen driver några av männen även HBTQ-frågor i form av aktivism. Det finns likheter mellan de två rörelserna eftersom de båda handlar om att kritisera samhällets normer och presentera en alternativ bild än den som anses eftertraktad av samhället. I båda formerna av aktivism bryts könsnormer och manliga kroppsnormer genom att, till exempel, posera på ett icke-normativt sätt, använda smink och/eller normbrytande kläder.

7.4.1 Bildanalys – HBTQ



Bild 10 (Troy, 2019b).

Visuella effekter

På bilden syns Troy sittandes på vad ser ut som en låg vit mur i betong eller tegel. Han har på sig en svartvit-randig kostym och ett par sandaler med svarta spännen och sulor i regnbågens färger. Ärmarna på kavajen är korta och midjan på byxorna är hög. Han har inget på sig under kavajen utan istället syns hans bara bröst och mage med mörkt kroppshår. Troy har även mörkt hår och skägg. Huden är ljus och kroppen är större och tjockare än normen.

Ansiktsuttrycket utstrålar lycka då Troy skrattar när bilden tas. Munnen är öppen och tänderna är synliga samtidigt som ögonen är stängda. Bilden är tagen utomhus på en gata. I fotot syns lyktstolpar, trafikljus och elledningar vilket tyder på att bilden är tagen i anslutning till en trafikerad väg. Det är fint väder, himlen är klarblå med några få moln och på marken växer palmer. Detta bidrar till att skapa en tropisk och varm miljö vilket komplimenterar det glada humör och den lyckliga stämningen i bilden. Det finns mycket ljus i bilden och solen lyser på Troy snett uppifrån till höger vilket gör att skuggorna faller snett nedåt till vänster om honom. Färgerna i bilden är starka och glada vilket ytterligare bidrar till att skapa en lycklig och varm stämning.

Komposition

Troys kropp tar upp en stor del av utrymmet i bilden och hans mage hamnar i bildens mittpunkt. Bakgrunden är oskarp vilket gör att han, och främst nedre delen av hans kropp, hamnar i fokus. Bilden är tagen underifrån vilket gör att vi ser upp på honom från marken. Detta gör att han framställs som en förebild, någon att se upp till och beundra. De andra

objekten i bilden är sekundära och det primära i bilden är Troy, hans kropp och framförallt hans skor. Fotot är taget i en miljö där personen känner sig trygg och glad.

Visuella meningar

Den tydligaste symbolen i bilden är regnbågens färger som pryder sandalerna. Troy har gjort ett aktivt val att sätta på sig dessa skor och publicera en bild med dem samtidigt som det pågår Pridefestivaler på flera olika platser i världen. Genom att ha på sig dessa skor och visa upp sig själv som lycklig, med självsäker attityd, visar Troy tydligt sitt stöd för HBTQ-rörelsen. Priderörelsen och dess kamp för HBTQ-personers rättigheter är något som Troy kämpar för och detta visas tydligt genom bilden och dess beståndsdelar. Ordet *pride* betyder stolthet och i bilden bär Troy regnbågsskorna, och en aningen feminin kostym, med just stolthet. Han är lycklig och nöjd i sin situation vilket tydligt uttrycks genom hans ansiktsuttryck och självsäkra pose. Troy är också stolt över sin kropp och visar upp sitt bara bröst med fettvalkar. Något som han lätt kunnat dölja genom att knäppa sin kavaj eller att sätta på sig en överdel. Det är ett aktivt val att visa kroppen vilket tyder på hans positiva inställning till den. Slutligen används de starka färgerna och det fina vädret som ett verktyg för att förhöja den glada och stolta atmosfär som Troy förmedlar genom bilden.

De tropiska aspekterna i bilden, såsom palmerna, anspelar till Kalifornien som är en speciell och betydande plats för HBTQ-rörelsen. Den amerikanska delstaten har en historia av politisk progressivitet inom HBTQ-relaterade frågor. Kalifornien associeras med trygghet, gemenskap och stolthet för HBTQ-personer och det finns områden i delstaten som starkt förknippas med rörelsen (Reck, 2005). Detta förstärker känslan av glädje och lycka i bilden.

7.5. Gemenskap

Fettaktivisterna som undersökts i denna studie använder bilder för att skapa en gemenskap med sina följare och andra aktivister inom samma fält. Ett genomgående budskap i de flesta bilderna är att alla kroppar är vackra och förtjänar att synas och uppskattas. Flera av aktivisterna sprider detta budskap om självförtroende och acceptans med syftet att skapa relaterbarhet till innehållet. Genom att visa upp deras "äkta" och icke-normativa kroppar kan följare, som inte känner sig representerade i media, känna igen sig i aktivisternas innehåll. Således skapas en upplevd relation till fettaktivisterna. De som tar del av innehållet bildar tillsammans med aktivisterna en gemenskap, ett *community*, där de samlas för att sprida kärlek och uppmuntran sinsemellan. Aktivismen som uttrycks i bilden är övervägande positiv och består av upplyftande budskap istället för kritik och bitterhet.

Likt bilderna inom andra teman är bilderna ofta tagna i en intim miljö och skildrar fettaktivisterna i en privat och vardaglig situation. Detta gör att materialet blir inbjudande och ger följarna möjligheten att komma närmare bakom aktivismen nära inpå. Denna personliga atmosfär skapar en gemenskap mellan följare och aktivist. Flera av bilderna är tagna med kort distans mellan kameran och dem själva vilket gör att personen betraktas nära inpå och skapar en intim känsla.

Även om majoriteten av bilderna aktivisterna publicerar föreställer dem själva skildras även gemenskap genom att männen publicerar bilder tillsammans med andra fettaktivister. Det finns en styrka i antal, där flera personer samlas och gemensamt poserar på bilder med fettaktivistiska budskap. På flera bilder syns aktivisterna stå tillsammans, med maktfulla uttryck och delar av deras kroppar tydligt exponerade. Detta demonstrerar hur dessa män visar upp en gemensam front där de tillsammans bryter och kritiserar manliga kroppsnormer. Det förekommer även skildringar av den gemenskap som finns inom fältet av både manliga och kvinnliga fettaktivister, där de stöttar varandra och den gemensamma kampen mot acceptans för den tjocka kroppen.

7.5.1 Bildanalys – Gemenskap



Bild 11 (Sir Lancelot Franklin, 2019).

Visuella effekter

På bilden syns fyra män ståendes på en bro. Samtliga har kläder på överkroppen samtidigt som de synligt visar magen. På underkroppen bär de kalsonger vilket ger ett avklätt intryck. Två av männen är mörkhyade och två har ljusare hy. Tre av dem har skägg och en är rakad i ansiktet. Två av dem bär solglasögon och en bär vanliga glasögon. Männen är märkbart överviktiga med stora magar och bröst. Samtliga har mörkt hår i en kortklippt frisyr. Två av dem bär smycken runt halsen och en av dem har en klocka på armen. Männen står alla i självsäkra poser, varav tre tittar in i bilden och den fjärde tittar snett framåt med en attityd i blicken. Bilden är tagen utomhus, på en bro i en stadsmiljö som påminner om New York. I bakgrunden syns höghus och en av brons stenpelare, samt en ljusblå himmel. Ljuset i bilden kommer från två olika källor. Dels syns solen starkt till vänster i bilden, men det riktas även ljus på männen vilket tyder på att det finns ytterligare en ljuskälla framför dem. Således finns inga skuggor i bilden, männen och deras kroppar syns tydligt. Färgerna i bilden är främst mörka med flera nyanser av svart och grått, dock finns det färglickar i männens kläder och accessoarer.

Komposition

Fotot är taget snett framifrån vilket gör att männen står i olika avstånd från kameran. Bilden är tagen ur en vinkel som gör att vi ser dem svagt underifrån, vilket gör att de skildras som förebilder eller personer att se upp till, bokstavligen. Eftersom ljuset riktas rakt på männen hamnar de och framförallt deras överkroppar i fokus. Bilden är tagen nära männen vilket gör att vi kommer personerna nära inpå.

Visuella meningar

Stämningen i bilden är självsäker och cool. De fyra männen uttrycker alla en tuffhet och en nonchalans genom sina obrydda ansiktsuttryck. Ingen av dem ler eller visar någon form av glädje, däremot uttrycks inte heller någon ledsamhet eller skam. Istället visar de stolt upp sina bara överkroppar i en miljö där människor vanligtvis bär kläder. Således utmanar de samhällets påklädda norm genom att posera avklädda utomhus i en stadsmiljö, på en offentlig plats. De gör detta som en grupp vilket ger ett intryck att det finns en styrka i att agera tillsammans. Fettaktivismen som uttrycks får en större effekt när fyra tjocka män tillsammans kommunicerar en känsla av stolthet för kroppen. Detta kommunicerar tydligt den gemenskap som finns inom rörelsen och vikten av att samarbeta för att nå ett gemensamt mål. Männen på bilden har tydliga manliga attribut som skägg och kroppshår.

De poserar med spända raka ryggar och kalla ansiktsuttryck vilket ger ett typiskt manligt uttryck. Samtidigt har de uppknäppta kläder och visar kroppar som är långt från det manliga idealet. En av männen bär en rödrutig flanellskjorta vilket bär konnotationer till skogshuggare och arbetarklass. Där finns en inneboende manlighet i plagget och det kopplas till tungt och krävande arbete. Den består av ett slitstarkt och tufft material som skall tåla mycket slitage. Två av männen på bilden bär vad som ser ut att vara negligéer, den ena i svart spetstyg och den andra i siden. Dessa material, i kontrast till flanell, ger med kvinnliga associationer. Dessa material besitter mer ömtåliga och sköra egenskaper, likt den normativa kvinnan. Negligén i siden har ett orientaliskt mönster med drakar. Asiatiska drakar symboliserar makt och styrka och de som är framgångsrika i Kina beskrivs ofta som drakar (Forbes, Henley & David, 2013). Alltså kan man se siden plagget som en paradox mellan manligt och kvinnligt.

Denna blandning av traditionell manlighet och en mer feminin form av manlighet tillsammans med normbrytande kroppar visar tydligt hur de avsiktligt använder sig av bilder som verktyg för att uttrycka fettaktivism. Det visar även att alla typer av kroppar och personer får ingå i rörelsen. Både maskulina och feminina uttryck får delta inom fettaktivismen. Det läggs inga värderingar vid köns- och heteronormen. Det ena anses inte överordnat det andra.

7.6. Konst

Många av de utvalda fettaktivisterna har publicerat bilder som vi kategoriserat som konst. Detta är ofta poserade bilder i studiomiljö och/eller självporträtt med grafiska inslag, som till exempel färger och former som lagts till i efterhand med hjälp av bildhanteringsprogram. Ett vanligt förekommande tema i konst-bilderna, utöver tjockhet, är könsnormskritik. Ofta är dessa bilder färgglada och innehåller tecken som associeras med mjukhet och femininitet; smink, blommor, rosa nyanser, mjukhet, ömhet, etcetera. Tjockheten ligger alltid i fokus i bilderna, valkarna accentueras och celluliterna framhävs.

Fettaktivisternas konstbilder ses som ett redskap för att provocera och kritisera. De förmedlar ett politiskt budskap genom att tydligt motsätta sig normen och betona delar av utseende och beteende som i vanliga fall inte är förenligt med maskulinitet. Könsrollen och tjockheten, men också hudfärgen, porträtteras annorlunda, mer positivt, genom konstbilderna än vad de vanligtvis gör i medierna. Likt de flesta av fettaktivisternas bilder och de teman som identifierats sker det ofta en positiv skildring av den tjocka kroppen genom konsten.

Likt hur *the good eye* ser på konst kan man här på ett självklart sätt förutsätta att det ligger tanke och medvetenhet bakom alla konstbildernas komponenter. Genom konstverken kan aktivisterna välja vad budskapet skall vara. Konstnären göra egna val i hur något skall porträtteras och se ut. Till exempel kan ett konstverk porträttera de marginaliserade som mäktiga, männen som mjuka och de tjocka som åtrådda och accepterade. Skapande av konsten baseras på konstnärens egen bild och vision, avskilt från normen. Dock kommer bilderna att betraktas och tolkas i relation till samhällets rådande normer.

7.6.1. Bildanalys – Konst



Bild 12 (Tevin "Milo" Evans, 2019).

Visuella effekter

På bilden ser vi Tevin som sitter uppe på en piedestal i marmor. På den syns en ljusgrå Instagram-logga och under den står det "share black stories". Bredvid Tevin står det en till piedestal som är aningen lägre än den han sitter och på den vilar han sitt ena ben. Bakom honom finns det en rosa, röd och orange bakgrund i ett abstrakt mönster. Man kan även se moln och vad som ser ut att vara en sol, vilket tyder på att bakgrunden skall föreställa en himmel i gryning eller solnedgång. Bilden är tagen i dagsljus och många olika skuggor kastar sig över Tevin och hans omgivning, men hans ansikte och majoriteten av hans kropp badar i solljus.

Tevins hud är mörk och han bär helsvarta kläder vilket gör att han tydligt sticker ut från den färgglada och ljusa bakgrunden. På huvudet bär han en guldig kungakrona som sitter lite på snedden. Skjortan han bär är uppknäppt och man kan se hela hans bara bringa och mage. Magen är ojämn med celluliter och ligger över kanten på hans svarta shorts.

Komposition

Bilden är tagen underifrån vilket innebär att Tevin ser ner på åskådaren. Han sitter tydligt upphöjd på piedestalen i mitten av bilden vilket gör honom till den självklara fokuspunkten. Som nämnt ovan urskiljer och kontrasterar han sig från bakgrunden vilket förstärker fokuset. Åskådaren får även en viss distans till Tevin eftersom bilden är tagen på distans. Bilden

upplevs inte poserad, trots att den uppenbarligen är tagen i en uppstyld miljö. Tevin sitter på ett avslappnat sätt och sittställningen ser naturlig ut.

Visuella meningar

Tevin ser stolt och respektingivande ut. Genom att sitta upphöjt ser åskådaren upp till honom, både bokstavligt och bildligt talat. Genom att Tevin med en allvarsam blick ser ner och in i kameran förstärks känslan av att han är mäktig, stor, manlig och stark. Genom poseringen gör hans sig ännu större med de särade benen och den sträcka ryggen, inte bara är hans kropp stor i sig utan han brer även ut sig. Både piedestalen kronan han bär på sitt huvud är tydliga symboler för makt. Marmor, som piedestalen består av, symboliserar lyx och flärd.

Texten ”*share black stories*” insinuerar att Tevins hudfärg är anledningen till att han sitter där han sitter och att budskapet är politiskt. Utöver kopplingen till hans mörka hudfärg blir det påtagligt att även hans tjockhet, och uppvisandet av den, är politisk. Att Tevin sitter där i sitt upphöjda tillstånd och visar sin stora mage är en tydlig signal för att han inte skäms över att vara tjock. Man kan se honom som en symbol för makt, trots att han i ”verkligheten” är marginaliserad. Han ser ut som ett helgon, en messias. Han ser gudalik ut. Även solen kan ses som en maktsymbol; i många kulturer runt om i världen har solen dyrkats som en gud.

Kronan Tevin bär liknar den som bärs av Frihetsgudinnan i New York. Statyn symboliserar frihet och styrka, den är också en tydlig symbol för USA och de värderingar som råder i landet. Placeringen av statyn, på en ö utanför Manhattan, har inneburit att den var det första många av USAs immigranter såg innan de steg iland i sitt nya hemland. Således har statyn kommit att konnoteras till tankar om välkomnande, hopp för ett bättre liv och till drömmen om självförverkligande; *the american dream*. När Tevin, en marginaliserad man, bär denna krona blir han själv en symbol för det Frihetsgudinnan står för med. Friheten att få vara sig själv och möjligheten uttrycka fritt sig är en grund för att fettsaktivismen ska kunna utövas. Trots att han på många sätt är normbrytande relateras Tevin, tack vare kronan, tydligt till det amerikanska samhället och dess kultur. Drömmen om allas lika värde och möjligheter förkroppsligas genom att den tjocka och svarta mannen porträtteras som en symbol för makt.

7.7. Analys och slutsats

Syftet med denna studie har varit att undersöka hur män uttrycker fettaktivism via bilder på Instagram. Vi har utgått ifrån tre frågeställningar; (1) vilken typ av bilder publiceras, (2) hur uttrycks kritik mot manliga kroppsnormer och slutligen (3) utmanas övriga normer? För att besvara dessa frågor har vi utfört ett antal kvalitativa bildanalyser med hjälp av kompositionell tolkning och semiotik. Den tidigare forskning studien utgått ifrån har primärt handlat om fat studies och aktivism i sociala medier. Studiens teoretiska utgångspunkter har varit hegemonisk maskulinitet och visuell kultur. Dessa två teorier har stått till grund för vår analys av det utvalda materialet. Studiens urval har bestått av sju manliga fettaktivister, deras Instagram-konton och bilder de publicerat på plattformen.

Genom en makroanalys av de konton som legat till grund för studien har det gått att urskilja ett antal återkommande teman. Det har möjliggjort oss att kategorisera en stor del av fettaktivisternas bilder under något av följande teman; nakenhet, kläder, skönhetsvård och smink, HBTQ, gemenskap och konst. Det är utifrån dessa sex teman vi sedan genomfört bildanalyser på mikronivå.

De utvalda bilderna är strategiskt utvalda och anses representativa för stor del av aktivisternas bilder som faller inom temat. Det mest framstående temat är nakenhet då alla fettaktivister har publicerat bilder som föreställer deras, mer eller mindre, nakna kroppar. Det framgår tydligt att kroppen används som ett verktyg att kritisera rådande kroppsnormer. Aktivisterna har publicerat bilder då deras tjocka kroppar syns i avdramatiserade och vardagliga situationer, de uppvisar delar av kroppen som ur ett normperspektiv ses som osmickrande och på bilderna syns ofta valkar och celluliter. Dessa bilder fyller en normaliserande funktion och det framgår att syftet med både bilder och aktivism är att kritisera den tonade kroppsnorm som råder i västvärlden.

Utöver kritik mot kroppsnormer går det att uttyda kritik mot andra normer i aktivisternas bilder. Ett återkommande tema är skönhetsvård och smink. I bilderna som faller inom detta tema går det tydligt att urskilja aspekter som bryter mot rådande könsnormer. Då aktivisterna uttrycker ett intresse för, till exempel, smink sker detta inte alltid i relation till tjockhet utan istället i relation till rollen som man. Kritiken mot könsroller går att uttyda även i bilder som faller inom andra teman. Då kan det vara posering, kläder eller blickar som upplevs som icke "typiskt manliga", och på så sätt kan ses som normbrytande. Det förekommer även en del blandning av manligt och kvinnligt, till exempel skägg och ögonskugga, då två extrema könsattribut möts. Könsnormskritiken upplevs som lekfull och prövande.

8. Slutdiskussion

Den manliga kroppen fungerar den yttersta symbolen för manlighet enligt teorin om hegemonisk maskulinitet. Detta ställs i tydlig kontrast till det fettaktivismen syftar att belysa. Manlig fettaktivism utmanar den rådande hegemoniska maskuliniteten i samhället genom att, till exempel, publicera bilder på den tjocka manskroppen som motsätter sig normer och kroppsliga ideal. Detta görs främst genom *frontstage-taktiker*. Det framgår tydligt att alla män i denna studie ställer sig i opposition till idén om kroppen som en symbol för manlighet och status. Inom fettaktivismen som rörelse går det inte att identifiera någon tydlig typ av intern hierarki, likt den som beskrivs inom hegemonisk maskulinitet.

Genom sina bilder, och således sin aktivism, motsätter sig alla manliga fettaktivister rådande kroppsnormer. Fettaktivismen som bedrivs via sociala medier öppnar upp möjligheter för likasinnade att dela mål och åsikter, och på så sätt skapa en kollektiv identitet (Barassi, 2018). Detta kan vara en faktor till varför bilderna och dess innehåll liknar varandra. Männerna i studien har deras tjockhet gemensamt vilket är grunden för deras kollektiva identitet, och således deras gemensamma uttryck. Detta kan även förklara varför många av aktivisterna delar bilder där de poserar tillsammans med andra aktivister.

Likt fat studies syftar även den fettaktivism vi sett att främja jämlikhet för alla oavsett kroppsstorlek. Aktivisterna i denna studie utövar inte sin aktivism som en typ av aggressiv protest mot samhället, utan snarare i syfte att normalisera tjockhet. De jobbar aktivt för att nyansera och kontrastera medias porträttering av tjocka. Enligt Heuer, McClure och Puhl (2010) går det att negativt påverka uppfattningen och fördomarna om tjockhet genom missgynnsamma skildringar i media. Det som aktivisterna gör genom sin mer positiva uppvisning av den tjocka kroppen kan då fungera som motvikt till detta. Fettaktivisterna i denna studie går att kategorisera som, vad Vivienne (2016) benämner som, *vardagsaktivister*. Den aktivism vi sett saknar organisering och/eller strategi och handlar i stället primärt om att dela privata berättelser för att på så sätt utmana normen. De flesta bilder som publicerats av de utvalda aktivisterna utspelar sig just i deras vardag, och de innehåller nästan alltid element av normkritik. De visar ofta upp sin tjocka kropp, oavsett situation. För fettaktivisterna handlar det om att de är normbrytande som personer, genom att vara tjocka, och inte om vad de genomför för politiska och aktivistiska handlingar utöver att "bara vara sig själva".

Politiskt deltagande ser annorlunda ut idag jämfört med tidigare. Det traditionella har bytts ut mot nya former för att vara aktiv politiskt (Bennett, 2008; Bennet et al., 2011; Dalton, 2008; Norris, 2004). Den fettaktivism som förs av männen i denna studie faller inom ramarna för denna nya typ av deltagande; den äger rum på Instagram och inte i den konventionella politiken. Sociala medier anses vara *networked spaces* som ger större möjligheter för marginaliserade grupper att delta i offentligheten och politiken (Jackson & Welles, 2016; Vivienne, 2016). Eftersom tjocka anses tillhöra en marginaliserad grupp blir deras fettaktivism på Instagram ett tydligt exempel på hur det politiska landskapet förändrats. Likt det som Vivienne (2016) benämner som *digital storytelling* delar aktivisterna i studien med sig av bilder på personliga upplevelser och stunder för att på så sätt förändra hur de representeras i media.

Något som i tidigare forskning lyfts som en intern kritik inom fettaktivismen är att de mest framstående aktivisterna ofta är vita och heterosexuella (Cooper, 2008). Det är vedertaget är att denna kritik primärt riktas mot kvinnor inom rörelsen, då den historiskt sett ägts och

utövats av kvinnor. Vi kan tack vare denna studie konstatera att denna interna kritik inte går att rikta mot fältet av manliga fettaktivister. De aktivister som inkluderats i denna studie är marginaliserade på flera sätt än på grund av deras tjockhet; fem av sju är mörka i hyn och nästan alla av dem uttrycker tydliga kopplingar till HBTQ-rörelsen. Likt Longhurst (2016) och Vivienne (2016) kan även vi i vår studie se tydliga kopplingar mellan tjockhet och queer. De manliga fettaktivisterna bryter köns- och heteronormen genom att uppvisa beteenden som anses stereotyp feminina och inte heteronormativa. Det går att föra en reflektion kring varför aktivisterna bryter fler normer än kroppnormen. Kanske är det så att ju mer normbrytande en person är, desto lättare är det att bryta ytterligare normer.

Många bilder som publicerats av fettaktivisterna har de själva tagit, de är selfies. På samma sätt som kvinnor kan använda sig av selfies för att motsätta sig den mansdominerade mediekulturens förtryck av deras liv och kroppar (Murray, 2015) använder aktivisterna dem som ett verktyg att opponera sig mot mediernas och samhällets sätt att utöva förtryck över tjocka. Likt kvinnor tar fettaktivisterna kontroll och makt över porträtteringen och representationen över den egna kroppen genom selfies som bildform.

Inledningsvis hade vi som uppsatsförfattare en grundläggande förståelse för diskrimineringen mot tjocka och motiveringarna bakom fettaktivism. Denna förståelse var primärt grundad i den kvinnliga fettaktivism vi tagit del av via vårt sociala medieanvändande. Alltså saknade vi tidigare insyn i fältet av manliga aktivister. Tack vare denna studie har vi nu fått kunskap om manlig fettaktivism och hur den tar sig i uttryck i bilder på Instagram. Vi anser att studiens design och den empiriska undersökningen hållit god kvalitet och på så sätt bidragit till ett pålitligt resultat. Studiens strategiska urval av aktivister anser vi bidra till ett resultat med ett generaliserande anspråk som möjliggör slutsatser relevanta för en större population än den som studerats. Vi anser att resultatet av denna studie bidrar till en allmän förståelse för fältet av manliga fettaktivister och hur de uttrycker aktivism via bilder på Instagram, således kan den ligga till grund för vidare forskning.

8.1. Förslag till vidare forskning

Vi har i vårt studie kartlagt hur manlig fettaktivism förs via bilder på det sociala mediet Instagram. Eftersom det inte existerar liknande studier sedan tidigare har vi valt att fokusera på fältet i sin helhet och genomfört en analys av det innehåll som publicerats. Ett förslag på vidare forskning är att genomföra mer djupgående studier, till exempel genom att fokusera på människans bakomliggande motiveringar och egna tankar i relation till fettaktivismen. Vi anser att en intervjustudie skulle vara fullt möjligt då de aktivister vi informerat ställt sig positiva till studien.

De teman vi identifierat har en tydlig koppling till tid, plats och kultur. Därför kan det i framtiden blir relevant att undersöka huruvida dessa teman förändras över tid och i sådana fall hur. Fettaktivism i andra kulturer skulle även kunna undersökas på liknande sätt; antingen genom en jämförelsestudie i förhållande till västerländsk kultur eller genom egna kartläggningar.

Även hur fettaktivismen på Instagram mottas och upplevs skulle kunna bli föremål för undersökning. Mottagarperspektivet kan utgå från följare och/eller från aktivisterna själva. Även detta skulle kunna göras genom intervjuer, då med syfte att undersöka vad mottagaren tänker om aktivismen och/eller hur aktivisterna uppfattar mottagandet.

9. Referenser

- Anderson, E. (2002). Openly gay athletes: Contesting hegemonic masculinity in a homophobic environment. *Gender & Society*, 16(6), 860–877. doi:10.1177/089124302237892
- Baer, H. (2016) Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34, doi: 10.1080/14680777.2015.1093070
- Barassi, V. (2016). Datafied Citizens? Social Media Activism, Digital Traces and the Question about Political Profiling. *Communication and the Public*, 1(4), 494–499. Hämtad från <https://doi.org/10.1177/2057047316683200> den 17 nov, 2019.
- Barassi, V. (2018). Social Media Activism, Self-Representation and the Construction of Political Biographies. I G. Meikle (Red.), *Routledge Companion to Media and Activism*. London: Routledge.
- Barthes, R. (1973). *Mythologies*. London: Paladin
- Barthes, R. (1977). *Image-Music-Text*. (Fontana communication series). London: Fontana.
- Baudrillard, J. (1988). *Selected writings*. Stanford: Stanford University Press.
- Benkler, Y., Roberts, H., Faris, R., Solow-Niederman, A. & Etling, B. (2015). Social mobilization and the networked public sphere: Mapping the SOPA-PIPA debate. *Political Communication*, 32(4), 594-624, Harvard University
- Bennett, W. L. (2008). *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Bennett, W.L., Wells, C. & Freelon, D. (2011). Communicating civic engagement: Contrasting models of citizenship in the youth web sphere. *Journal of Communication*, 32(4), 594-624, Harvard University.
- Boland, H. (2018). Instagram hits 1 billion users as it launches video service to rival YouTube. *The Telegraph*. Hämtad från: <https://www.telegraph.co.uk/technology/2018/06/20/instagram-hits-1-billion-users-launches-video-service-rival/> den 15 nov, 2019.
- Boling, P. (2011). On Learning to Teach Fat Feminism. *Feminist Teacher*, 21(2), 110-123
- Brown, T. A., Forney, K. J., Pinner, D. & Keel, P. K. (2017). A randomized controlled trial of The Body Project: More Than Muscles for men with body dissatisfaction. *International journal of eating disorders*, 50, 873-883. doi: 10.1002/eat.22724
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.
- Bryson, N. (1991). Semiology and visual interpretation. I N. Byson., M. A. Holly, & K. Moxey (Red.), *Visual theory: Painting and interpretation* (s. 61-73). Cambridge: Polity Press.

- Chapman, K. (2016). *Digital Activism: How Social Media Prevalence has Impacted Modern Activism*. (Master's thesis, University of Washington).
- Charlotte Cooper. (2010). *A queer and trans fat activist timeline*. Hämtad 2019-12-10 från http://www.charlottecooper.net/downloads/timelinezine/cooper_queertransfatactivisttimeline_zine_0411.pdf
- Chernin, K. (1981). *The obsession : Reflections on the tyranny of slenderness* (1.st ed.). New York: Harper & Row.
- Connell, R. W. & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person, and sexual politics*. Stanford: Stanford University Press
- Connell, R. W. (1990). A Whole New World: Remaking Masculinity in the Context of the Environmental Movement. *Gender and Society*, 4(4), 452-478
- Connell, R. W. (1992). A very straight gay: Masculinity, homosexual experience, and the dynamics of gender. *American Sociological Review*, 57(6), 735- 751.
<https://doi.org/10.2307/2096120>
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2). Berkley: University of California Press.
- Cooper, C. (1998). *Fat & Proud: The Politics of Size*. London: The Women's Press.
- Cooper, C. (2008). *What's fat activism* (Working paper). University of Limerick. Tillgänglig: <https://193.1.102.136/handle/10344/3628>
- Cooper, C. (2010). Fat Studies: Mapping the Field. *Sociology compass*, 4(12), 1020-1034
- 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.
- Dalton, R. J. (2008). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies* (5th ed.). Washington D.C: CQ Press.
- Davis, K. (2008). Intersectionality as buzzword. *Feminist Theory*, 9(1), 67–85.
- Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken: För Småskaliga Forskningsprojekt inom Samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.
- Donaldson, M. (1993). What Is Hegemonic Masculinity?. *Theory and Society*, 22(5), 643-657
- Ekström, M. & Johansson, B. (red) (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (red.) (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (4., [rev.] uppl.) Stockholm: Wolters Kluwer.

- Fat studies. (2019). *Aims and scope*. Hämtad 2019-12-20 från <https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=aimsScope&journalCode=ufts20>
- Feminism. (2019). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-11-12 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/feminism>
- Forbes, A., Henley, D. & Henley, D. (2013) *The Illustrated Book of Dragons and Dragon Lore*. Chiang Mai: Cognoscenti Books
- Frank, W. H. & Bailet, W. G. (1994). *Fashion & Merchandising Fads*. New York: The Haworth Press.
- Gieringer, D. (2015). *Analyzing the Selfie: Exploring Gender Identity through Nude Photography*, ProQuest Dissertations and Theses.
- Gordon, B. (2016, 14 maj). 'Eff your beauty standards': Meet the size 26, tattooed supermodel who is changing the fashion industry. *The telegraph*. Hämtad från <https://www.telegraph.co.uk/fashion/people/eff-your-beauty-standards-meet-the-size-26-tattooed-supermodel-w/>
- Griffin, G. (2017). *A Dictionary of Gender Studies*. Oxford: Oxford university press.
- Harrison, C. (2003). Visual social semiotics: Understanding how still images make meaning. (Applied Theory). *Technical Communication*, 50(1), 46-60.
- Hartley, J. & McWilliam, K. (2009). *Story circle*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Hooks, B. (2000). *Feminism is for everybody: passionate politics*. Cambridge: South end press.
- Horrocks, R. (1995). *Male myths and icons: masculinity in popular culture*. New York: St. Martin's press
- Internetstiftelsen i Sverige. (2019). *Svenskarna och internet 2019*. Hämtad från: <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/sociala-medier/> den 15 nov, 2019.
- Jackson, S. J. & Foucault Welles, B. (2016). Ferguson is everywhere: Initiators in emerging counterpublic networks. *Information, Communication & Society*, 19(3), 397-418.
- Kaun, A. & Uldam, J. (2017). Digital Activism: After the Hype. *New Media And Society*.
- Kroppssaktivism. (2019). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-11-12 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/kroppssaktivism>
- LeBesco, K. (2001). Queering Fat Bodies/Politics. I J.E. Braziel & K. LeBesco (Red.), *Bodies Out Of Bounds: Fatness and Transgression* (s. 74–87). Berkeley: University of California Press,
- LeBesco, K. (2004). *Revolting Bodies? The Struggle to Redefine Fat Identity*. Boston: University of Massachusetts Press.

- LeBesco, K. (2009). Quest for a Cause: The Fat Gene, the Gay Gene, and the New Eugenics. In E. Rothblum, & S. Solovay (Red.), *Fat Studies Reader*. New York: New York University Press.
- Leit, R. A., Gray, J. J. & Pope, H. G. Jr. (2001). The media's representation of the ideal male boy: A cause of muscle dysmorphia?. *The International journal of eating disorders*, 31(3), 334-338.
- Lievrouw, L. (2011). *Alternative and activist new media* (Digital media and society series). Cambridge: Polity.
- Longhurst, R. (2016). Queering Body Size and Shape: Performativity, the Closet, Shame and Orientation. In C. Pausé, J. Wykes, & S. Murray (Red.), *Queering Fat Embodiment* (s. 29-42). Routledge.
- Lupton, D. (2013) *Fat*. New York: Routledge
- Messner, M. A., Sabo, D. F. (Red.). (1990). *Sport, men, and the gender order: critical feminist perspectives*. Illinois: Human Kinetics
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.
- Murray, D. C. (2015). Notes to self: the visual culture of selfies in the age of social media. *Consumption Markets & Culture*, 18(6), 490-516.
- Murray, S. (2010). Women in/under control? Embodying eating after gastric banding. *Radical Psychology Online Journal*, 8(1)
- Norris, P. (2004). *Young people & political activism: From the politics of loyalties to the politics of choice?* Report for the Council of Europe Symposium: "Young people and democratic institutions: from disillusionment to participation." Strasbourg
- Östbye, H., Knapskog, K., Helland, K. & Larsen, L. O. (2004). *Metod för medievetskap*. Malmö: Liber.
- Park, A. (2015). The cat: A Symbol of Femininity. *Journal of Symbols & Sandplay Therapy*, 6(1), 43-61.
- Pausé, C. (2014). X-Static Process: Intersectionality Within the Field of Fat Studies. *Fat Studies*, 3(2), 80-85.
- Pausé, C., Wykes, J. & Murray, S. (2016). *Queering Fat Embodiment*. Routledge.
- Philips, K. A. (2009). *Understanding body dysmorphic disorder*. Oxford: Oxford university press.
- Pope, H. G. Jr., Olivardia, R., Gruber, A. & Borowiecki, J. (1998). Evolving ideals of male body image seen through action toys. *The International journal of eating disorders*, 26(1), 65-72
- Puar, J. (2007). *Terrorist assemblages : Homonationalism in queer times*. Durham: Duke University Press.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of american community*. New York: Simon & Schuster.
- Reck, J. (2005). *Be Queer...but Not Here! Queer and Transgender Youth, the Castro 'Mecca', and Spatial Gay Politics*, ProQuest Dissertations and Theses.
- Rogiff, I. (1998). Studying visual culture. I N. Mirzoeff (Red.), *The visual culture reader* (s. 14-26). London: Routledge.
- Rose, G. (2001). *Visual methodologies*. London: SAGE Publications Ltd.
- Rose, G. (2001). *Visual methodologies*. London: SAGE Publications Ltd.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies*. (4. ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Rothblum, E. D. (2011). Fat studies. I J. Cawley (Red.), *Oxford handbooks. The Oxford handbook of the social science of obesity* (s. 173–183). Oxford: Oxford University Press.
- Saguy, A. C. & Almeling, R. (2008). Fat in the fire? Science, the news media, and the “obesity epidemic. *Sociological Forum*, 23(1), 53–83. doi: 10.1111/j.1600-0838.2004.00399.x-i1
- Sandberg, H. (2007). A matter of looks: The framing of obesity in four Swedish daily newspapers. *Communications*, 32(4), 447–472. doi: 10.1515/COMMUN.2007.018
- Shentow-Bewsh, R., Keating, L. & Mills, J. S. (2016). Effects of anti-obesity messages on women's body image and eating behaviour. *Eating Behaviors*, 20, 48-56. doi: 10.1016/j.eatbeh.2015.11.012
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. New York, NY: Penguin Books.
- Shoard, C. (2019). Steven Seagal film to tell story of Syrian toddler who drowned in Mediterranean. *The Guardian*. Hämtad från <https://www.theguardian.com/film/2019/jun/28/alan-kurdi-syrian-toddler-drowned-turkey-steven-seagal-film> den 16 dec, 2019.
- Solovay, S. & Rothblum, E. (2009). Introduction. I E. Rothblum & S. Solovay (Red.), *The fat studies reader* (s. 1–7). New York: New York University Press.
- Treré, E. (2015). Reclaiming, proclaiming, and maintaining collective identity in the #YoSoy132 movement in Mexico: an examination of digital frontstage and backstage activism through social media and instant messaging platforms. *Information, Communication & Society*, 18(8), 901–915.
- Vetenskapsrådet. (2017). God Forskningsred. Hämtat från: <https://publikationer.vr.se/produkt/godforskningsred/> den 10 dec, 2019.
- Vivienne, S. (2016). *Digital Identity and Everyday Activism*. London: Palgrave Macmillan.

Watkins, P., Farrell, A. & Doyle Hugmeyer, A. (2012). Teaching Fat Studies: From Conception to Reception. *Fat Studies*, 1(2), 180-194.

Wykes, J. (2016). Introduction: Why Queering Fat Embodiment? I. C. Pausé, J. Wykes, & S. Murray (Red.), *Queering Fat Embodiment* (s. 17-28). Routledge.

9.1. Referenser – Instagram

Cristian [@myfabulousglow]. (2019a, 2 december). *Ja, jag vet att det varit ganska nedstämd stämning, förvirring och oklara funderingar här. Jag känner mig frustrerad till klimatet. Vet inte hur jag ska förhålla mig till det då jag känner att jag bidrar till det både genom att prata om det men också genom att vara tyst. En av idéerna jag hade när jag skapade kontot var att det här skulle vara en plats att kunna vila på. Där saker var härligt och det fanns en idé om att kunna fokusera på en själv. Det kanske inte är moraliskt rätt att inte adressera det som händer där ute men jag har ingen ork till att deala med det just nu. Men det tar fortfarande inte ifrån att det här är en metod. Vi alla behöver vila, ro om oss själva och det kanske är vad jag kan bidra med just nu. So här kommer det nu vara en plats av fun, skönhet och ibland allt det där andra. #kroppsaktivist #kroppspositivism #kroppspositiv #selfcare #effyourbeautystandards #kroppsaktivism #allastorlekarärvackra. [Bild]. Instagram. https://www.instagram.com/p/B5kT_7UJBCG/*

Cristian [@myfabulousglow]. (2019b, 9 december). *Fotade denna igår. Tänkte inte lägga upp för att jag har känt bilden är för mycket. Men det är den inte, det är mina internaliserade tankar om hur en man ska vara. Det är något jag kämpar med varje dag. Men det går inte bryta normer och synsätt utan att våga ta dom där jobbiga stegen. Att våga gå emot den jobbiga känslan, för det är inte magskänslan, det är patriarkatet som lärt oss att det är fel, att jag är fel. Jag är inte fel! Gör ingen annan det så gör det själv, våga vara du och den du är! Det är det minsta vi kan göra i det här ruttna patriarkatet. För jag vill påminna er om att inget jag gör, eller applicerar på min kropp, på det sättet jag för mig osv gör mig till mindre av en man för att det är det jag definierar mig som. #kroppspositivism #kroppsaktivist #smink #maskulin #genus #patriarkatet #allastorlekarärvackra #bopo #effyourbeautystandards. [Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B52hZLxJlvX/>*

Frank [@frankthecity]. (2019, 8 september). *There's so many people rooting for this black boy to create magic. I promise I won't let you down! So grateful to @curvynoire for inviting me to such an amazing event celebrating black women and their curves at the HEIGHT of #NYFW!. [Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B2KXdY-B85j/>*

Jordan Daniels [@johodaniels]. (2019, 25 oktober). *A lil crop top moment last-night for the QUEEN herself, dear @lizzobeeating. Last night was truly an experience that I won't forget. Concert, group therapy and celebration of fat/big/plus-sized bodies?? OTHER FAVES HAVE NEVER. it's also an experience celebrating body liberation around people who fit into the social standard of bodies so I hope that everyone walked away with deeper appreciation of fat marginalized bodies, and might stand for and with them just a lil bit more 🙌🙌🙌. [Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B4DamriJCwi/>*

Shalamah [@wombatcereal]. (2019, 25 juni). *"If you want to give light to others, you have to glow yourself." - President Thomas S. Monson Arguably a social butterfly, I thrive from spending quality time alone and have finally found the term to describe me; An extroverted introvert! I feel as though I carry myself differently when I'm in a social setting (a social setting for me is 1 person plus myself, lol) where I become a lot more talkative, interesting and somewhat embarrassing (I casually like to sing and dance in public, no biggie!). However, despite what presumptions people may have of me, my alone time is crucial. It helps me recharge my batteries and I feel most 'zen' when I'm alone . Most of the time you can find me exploring places, going to concerts, reading books, going to the cinema, eating at a cafe, eating food, just eating in general (lel) on my own and I'm content with that. Don't get me wrong though, I love being in a social setting with family and friends! Laughing, talking, jamming and twerking - it's all Gucci with me! But at the same time, I also love them quiet moments when I'm alone. I'm feeling great today! Hope you're all feeling top notch too! 🌿* [Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BzIzWstnPff/>

Sir Lancelot Franklin [@goodboyfashion]. (2019, 10 december). *Name this boy band... 📷: @amandaberlinski and @amandapicotte. So this year I participated in The Real Catwalk. I didn't do it last year but was so inspired by all the courageous people who strutted their bodies to the world in 2018. This year I was determined to do the same. And I conquered it. Thank you @khrystyana for creating a unique platform for self-love in a world that needs more of it. This was truly a beautiful experience all around.* #therealcatwalk #brooklynbridge #bigandtall #bigandtallmodel #pmmlovely #nobs #thickmen #celebratemysize #everybodydeserveslove #effyourbeautystandards #plussize #plusmalefashion #plussizemenswear #dcbloggers #goodboyfashion #brawnmodel #bigboypride #bodypride #bearworldmag. [Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B55PyydAKwb/>

Tess Holliday [@tessholliday]. (2012, 23 november). *I don't know about you, but frankly I am tired of getting told what curvy/fat/plus size girls are "allowed" to wear. For everyone that says we cant wear a bikini, show our tummies, wear a pencil/formfitting skirt, wear sleeveless tops... YOU can! I want YOU to join me and wear daring fashions & stop hiding you body because society tells you to. Break out those horizontal stripes and hashtag #effyourbeautystandards We will take back our right to be a total babe regardless of our size..big OR small we all deserve to feel beautiful.* #tessmunster. [Bild]. Instagram. https://www.instagram.com/p/SY4J_uPOfg/?igshid=13h42ykm06w91

Tevin "Milo" Evans [@fatchuckbass]. (2019, 25 augusti). *We are Kings and Queens and it's time to #shareblackstories! So happy to be at @afropunk again this year! It's such a joy to see all these amazing black basking and celebrating their blackness in a space where we aren't judge for our differences but celebrated for them as we are! #afropunk #fatchuckbass #king #celebrate #comeonecomeall #blackandbeautiful.* [Bild]. Instagram. https://www.instagram.com/p/B1l_K6Ehxxj/

Troy [@abearedtroy]. (2019a, 21 juni). *BABY BEARS! It's officially the first day of summer 🌞 and I legit am already sweating so I'm partnering up with @olehenrikson and using the #ColdPlunge Pore Mask to cooooool down ❄️ Aside from helping me chill out, this mask leaves my skin feeling super smooth and literally sends my pores*

into hibernation 🧊 lets #TakeThePlunge together to celebrate the first day of summer!.
[Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/By-lX83gdMn/>

Troy [@abearnamedtroy]. (2019b, 23 maj). *So proud to partner with @teva this #Pride to celebrate their collaboration with the @teganandsarafoundation, which aims to fight for economic justice, health, and representation for LGBTQ girls and women 🏳️💖.*
[Bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BxyStHDAXwo/>.