

# Redovisande Poster

## MKV 2023

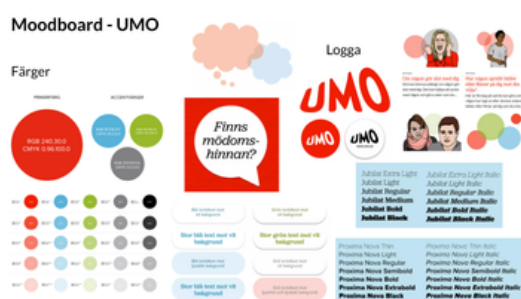
Isabella Gryckdal Watanabe

### Avsiktsförklaring

Vi har i detta arbete utgått från analyserna samt resultaten från vårt examensarbete som handlar om hur maskulinitet legitimeras och upprätthålls, genom diskurser kring vapen, på digitala plattformar/sociala medier. Vi har undersökt tre amerikanska män (Andrew Tate, Alex Jones & Ted Cruz) för att se hur, om och vilken form av maskulinitet som tar sig till uttryck i deras innehåll på digitala plattformar. Alla tre visade på någon form av maskulinitet, men Andrew Tate uttryckte mer av detta genom att inte visa känslor utan istället visa alla pengar, föremål och tjejer som han hade runt omkring sig. Detta anser vi vara toxiskt, speciellt när det kommer i uttryck och sprids till ungdomar som tar del av innehållet. Med detta ansåg vi det vara relevant att informera och upplysa killar redan vid ung ålder om toxisk maskulinitet och att man inte behöver vara på ett visst sätt för att anses vara manlig. Vi valde därför att göra en fiktiv kampanj av UMO om maskulinitet. UMO har sedan tidigare en flik på sin hemsida som handlar om att vara på ett visst sätt som kille. Syftet med kampanjen är att bygga vidare på detta och upplysa unga killar, även tjejer, om att det är manligt att visa känslor och att man inte ska tro på allt man ser på sociala medier. Eftersom att kampanjen handlar om män valde vi målgruppen killar från 12 till 16 år. Vi valde UMO som avsändare då de förespråkar jämställdhet och är ett välkänt företag i Sverige som hjälper ungdomar i åldrarna 13-25 år.

### Process

För att kunna förstå att det är UMO som avsändare valde vi att behålla deras typsnitt och även förhålla oss till deras färger. Eftersom att deras färger kan vara lite hårda valde vi att använda vissa färger i en lägre opacitet så att det inte blev lika skarpt. Vi valde att både använda oss av UMOs illustrationer samt egentillverkade illustrationer. För att göra det lättare för oss själva valde vi att dela upp arbetet, men under hela processen har vi gjort en avstämning med varandra och varit lika delaktiga i alla val som gjorts.



När jag skapade illustrationerna använde jag mig av universitetets datorer för att få tillgång till Photoshop, Illustrator, Adobe Express och InDesign. Jag möttes dock av problem då datorerna inte hade typsnitten som UMO använder sig av. Illustrationer är även lättare att göra på en Ipad, snarare än en dator, vilket ledde till att det tog betydligt mycket längre tid för mig att utföra dem då jag endast hade tillgång till datorer. Även om det tog längre tid lyckades jag skapa illustrationerna vi tänkt oss och typsnitten lyckades jag lösa genom att använda en privatpersons dator med tillgång till programmen. Även visitkortet skapade jag genom Photoshop och Indesign med de specifika måtten som ett visitkort har. De specifika måtten till korten gjorde att jag kunde skriva ut och klistra fast dem på en kartong som om de vore riktiga visitkort.

### Relaterad Medieproduktion

I grundskolan förekommer ofta konferenser där olika företag och organisationer kommer och håller i föredrag. Efter ett föredrag kunde man ofta få med sig något som de tagit med, så som väskor, pennor, pins och visitkort. Då vi tänkte oss att ungdomar uppskattar att få med sig saker efter ett event tänkte vi oss även att pins och visitkort skulle delas ut i samband med UMOs kampanj gällande maskulinitet. För att upplysa om kampanjen ytterligare tänkte vi oss att affischer skulle finnas uppsatta i busskurer runt om i städer och i skolkorridorerna. Eftersom att ungdomar använder sig av digitala plattformar ville vi även skapa ett instagram-inlägg med flera bilder som lyfter kampanjen och dess mening. Inspiration till affischerna, illustrationerna och visitkortet har vi tagit från deras tidigare affischer som de gjort.

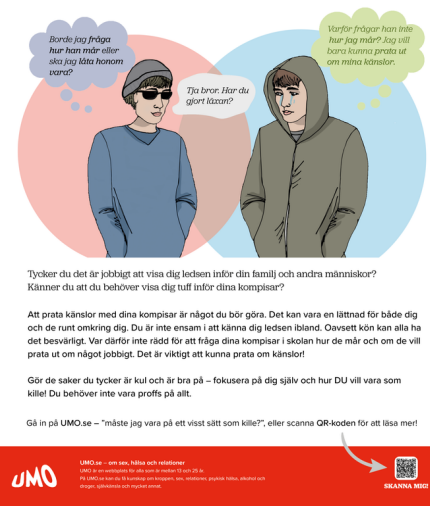
### Resultat och Summering

I samband med denna kampanj har jag skapat en pin, två olika visitkort och illustrationerna. Jag anser att vi med vår gestaltning kunnat förmedla det resultat vi fick i vårt examensarbete gällande toxisk maskulinitet. Förmedlandet av att man inte behöver vara på ett visst sätt för att vara manlig anser jag blev mer effektiv genom att välja UMO som avsändare.

Under detta projekt har kunskaperna gällande de olika programmen varit begränsade. Det har tagit tid att navigera mig till funktionerna mellan de olika programmen, men med lite tid och vilja har det blivit lättare och mer effektivt. Jag har lärt mig att skapa en balans mellan ett företags förutbestämda grafiska element i kombination med ett öppet sinne för nya färger och illustrationer. Jag hoppas på att kunna ta med mig både mina gamla och nya kunskaper till framtida projekt i arbetslivet.



### VISA DINA KÄNSLOR Det är manligt!



### Små informativa kort som lämnas ut vid föreläsningar

