

Jämförelserna bakom den “perfekta” kroppen

En kvalitativ studie om unga vuxna kvinnors
upplevelser av kroppsidealen på sociala medier

The comparisons behind the “perfect” body

A qualitative study about young adult women’s
experiences of the body ideals on social media

Examensarbete för kandidatexamen med
huvudområdet Socialpsykologi

Grundnivå 15 högskolepoäng

Vårtermin År 2026

Jonida Shala & Molly Ternander

Handledare: Daniel Masterson

Examinator: Anette Lundin

Deklarering

Härmed intygar vi, Jonida Shala och Molly Ternander, att vi genomfört studien utan otillständig hjälp enligt ramen för det Socialpsykologiska programmet på Högskolan i Skövde vårterminen 2026, för att erhålla kandidatexamen i socialpsykologi.

Denna examination har inte tidigare publicerats någon annanstans, och vi intygar att de källor som använts finns i referenslistan.

Datum: 2026-04-30

Resumé

Denna studie syftar att fördjupa förståelsen för hur unga vuxna kvinnor beskriver sina upplevelser av kroppsidealet på sociala medier, och därefter undersöka hur dessa kroppsideal påverkar deras självkänsla.

Studien genomfördes med ett kvalitativt tillvägagångssätt genom semistrukturerade intervjuer, och analyserades genom en reflexiv tematisk analys.

Studien har haft en induktiv ansats, med följande teoretiska ramverk: Sociala identitetsteorin, sociala jämförelseteorin och normativ social påverkan, som tillkom vid analysen. Dessa teorier bidrar med en fördjupning i hur informanternas upplevelser av kroppsideal betonas på en intrapersonell nivå.

Resultaten visade att kroppsidealet på sociala medier upplevs som orealistiskt samt ohälsosamt. Informanterna upplever inte en stark negativ påverkan gentemot kroppsidealen, däremot uppstår kroppsidealiserade jämförelser som kan ha en negativ inverkan, samtidigt som relaterbart innehåll leder till en selektiv jämförelse som ger upphov till en neutral påverkan. Kvinnorna betonar hur hanteringsstrategier fungerar som ett skyddsnät mot kroppsidealiserat innehåll för att motverka negativa reaktioner. Slutsatsen är att jämförelser sker ständigt, men visar sig på olika plan, som påverkar självkänslan på olika sätt. Detta bidrar med ett nyanserat perspektiv kring vad unga vuxna kvinnor jämför sig med på sociala medier och hur dem motstår sig kroppsidealen.

Nyckelord: *Kroppsideal, sociala medier, jämförelser, självkänsla, unga vuxna kvinnor*

Abstract

This study aims to deepen the understanding of how young adult women describe their experiences of the body ideal on social media, and then pay attention to how these body ideals affect their self-esteem.

The study was conducted with a qualitative approach through semi-structured interviews and was analyzed through a reflexive thematic analysis.

The study has had an inductive approach, with the following theoretical frameworks: Social identity theory, social comparison theory and normative social influence, which were added during the analysis. These theories contribute to a deeper understanding of how the informants' experiences of body ideals are emphasized on an intrapersonal level.

The results showed that the body ideals on social media is perceived as unrealistic and unhealthy. The informants do not experience a strong negative impact towards the body ideal, however, body idealized comparisons occur that can have a negative impact, while relatable content leads to a selective comparison that gives rise to a neutral impact. The women emphasize how coping strategies function as a safety net against body idealized content to counteract negative reactions. The conclusion is that comparisons occur constantly, but manifest themselves on different levels, which affect self-esteem in different ways. This contributes to a nuanced perspective on what young adult women compare themselves to on social media and how they resist body ideals.

Keywords: *Body ideals, Social media, Comparisons, Self – esteem, young adult women*

Förord

Vi vill inleda med att tacka alla informanter som har lagt ner tid på att besvara våra frågor, och ert goda bemötande mot oss studenter. Därefter vill vi rikta ett stort tack till vår handledare Daniel Masterson som har väglett oss genom hela arbetet, dina synpunkter har varit väsentliga för vårt arbete. Till sist vill vi rikta en stor eloge till våra familjer och vänner, som har varit stöttepelare för oss under hela arbetsperioden.

- Och självklart, tack till varandra, för att vi har kompletterat varandra och stöttat vardera under arbetets gång.

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och forskningsfrågor	2
2	Tidigare forskning	2
2.1	Jämförelser på sociala medier och dess påverkan	3
2.2	Hälsorelaterade normer på sociala medier	5
2.3	Beteendeförändringar genom sociala medier	6
2.4	Egen positionering till tidigare forskning	7
3	Teoretiskt ramverk	8
3.1	Sociala jämförelseteorin	8
3.2	Sociala identitetsteorin	9
3.3	Normativ social påverkan	10
4	Metod	10
4.1	Vetenskapsteoretisk utgångspunkt	10
4.2	Metodval	11
4.3	Urval	11
4.4	Instrument	12
4.5	Tillvägagångsätt	12
4.5.1	Intervjuprocess	13
4.5.2	Respondentvalidering	13
4.5.3	Transkribering	13
4.6	Analysmetod	14
4.7	Kvalitetskriterier	16
4.8	Etiska överväganden	17
5	Resultat & Analys	18
5.1	Framställning av budskap	19
5.1.1	Kritiska ställningstaganden till kroppsidealet	21
5.2	Att stå emot idealen	24
5.2.1	Selektiv jämförelse	26
5.2.2	Avståndstagande från idealiserat innehåll	27
5.3	Att dras in i jämförelse	28
5.3.1	Negativa jämförelser	31
5.3.2	Emotionella konsekvenser av kroppsidealet	32
5.4	Att anpassa sig	34
5.4.1	Upprätthållandet av kroppsidealiserade normer	35
6	Diskussion	37
6.1	Resultatsdiskussion	38
6.2	Socialpsykologisk betydelse	40
6.3	Slutsatser	41
6.4	Kritisk granskning av studien	42
6.4.1	Begränsningar	42
6.4.2	Studiens styrkor	42
6.4.3	Kvalitetskriterier	43
6.4.4	Etiska förhållningsätt	44

6.5	Praktisk nytta	44
6.6	För framtida forskning.....	44
7	Referenslista.....	1
	Bilaga 1 Missivbrev	6
	Bilaga 2 - Informations- och samtyckesblankett.....	8
	Bilaga 3 - Intervjuguide.....	11
	Bilaga 4 – Tematisk matris.....	13
	Bilaga 5 – Tematisk karta.....	17
	Bilaga 6 – Gammal version av tematisk analys	18

Förtydligande av begrepp

Denna studie använder begrepp som kan förstås på olika sätt eller uppfattas som svårbegripliga. För att minimera risken för missförstånd samt tydliggöra studiens övergripande innebörd kommer dessa begrepp att definieras i följande avsnitt.

Kroppsideal: I den här studien innefattar kroppsideal de ideal som framställs på sociala medier, där media speglar uppvisandet av den ”perfekta kroppen” (BRIS, 2025).

Självkänsla: Självkänsla definieras som den grundläggande attityden individer har om sig själva, som i sin tur påverkar individens syn på sig själv (BRIS, 2025).

Hanteringsstrategier: Begreppet innefattar betydelsen av vilka åtgärder individen vidtar för att undvika särskilt innehåll på sociala medier.

Jämförelser: Handlingar som påverkar en individ att förlikna sina egna förmågor med någon annan. Dessa förmågor kan innebära både fysiska och psykiska (SAOB, 2025).

Tripartite influence model: Modellen antyder att de finns tre primära sociokulturella huvuddelar (t.ex. familj, vänner och media) som påverkar utvecklingen av tankegångar.

Kroppsnutralitet: innefattar att fokus flyttas från hur kroppen ser ut till vad kroppen kan göra, där det betonas respekt, acceptans och omtanke om kroppen utan en ständig värdering av utseendet.

Tredje persons social jämförelse: Innefattar att social jämförelse inte enbart handlar om hur en individ ser på sin kropp, utan även på hur individen uppfattar och jämför mellan andra kroppar utifrån den egna kroppsuppfattningen.

Holistisk hälsokultur: Holistisk hälsokultur förklaras som individens uppfattning av hälsa, fysisk, psykisk, emotionell, social och spirituellt, detta görs för att bygga en bredare bild av begreppet hälsa

Selective accessibility model: Innefattar att jämförelser med en målindivid kan leda till en förbättrad självvärdering, när jämförelsepersonen uppfattar sig vara lik målindividens.

Thinspiration: Inspiration på sociala medier som främjar ett smalt kroppsideal med en livsstil anpassad utifrån den smala kroppen.

Fitspiration: Ett fenomen på sociala medier som syftar till att motivera till träning och en hälsosam livsstil.

1 Inledning

Skönhetsideal relaterade till kroppen är väldokumenterade genom historien och är fortfarande närvarande i dagens samhälle, särskilt när sociala medier blir en bidragande faktor (Oxell 2025). I Oxells rapport belyses skillnaden mellan tjejer och killar, där resultatet visar att tjejer lägger större vikt i sitt eget utseende än vad killar i samma åldersgrupp gör. Tjejerna som har svarat på Oxells rapport lägger större vikt vid alla undersökta attribut än vad killarna gjorde. Detta tyder på att unga vuxna kvinnor är särskilt utsatta för skönhetsideal, där det beskrivs att de upplever ett stort behov att uppnå idealen för att känna *social tillhörighet* (Oxell 2025). Enligt en rapport från Internetstiftelsen (2025) har den utökade digitaliseringen bidragit till att sociala medier används betydligt mer bland den svenska befolkningen, där 85% använder sociala medier dagligen. Vidare upplyser Oxell (2025) att sociala medier och skönhetsideal är sammanlänkade, förr i tiden uppmärksammades skönhetsideal på affischer, men dagens unga kvinnor exponeras för skönhetsideal så fort de öppnar telefonen. Ett anonymt frisvar från Oxells rapport, beskriver att hon önskar att hon ständigt var smalare än vad hon redan är. Rapporten visar att 67 % av unga kvinnor upplever att sociala medier påverkar deras syn på deras utseende på ett negativt sätt. Detta tyder vidare på att skönhetsidealen på sociala medier är en negativ faktor som påverkar unga vuxna kvinnors psykiska hälsa (Oxell 2025). Oxell belyser även att algoritmerna som uppstår på sociala medier är en bidragande faktor till att tjejer känner press i samband med utseendefixering. Gunter (2012, s. 459) vidare upplyser att detta inte heller är ett nytt fenomen, utan kroppsideal präglades även innan sociala mediers tid, när television var större. Där har de framkommande kroppsidealen studerats och visat att ha en triggnande påverkan på respondenterna för deras *utseende- och kroppsuppfattning*.

Det finns omfattande forskning kring hur unga vuxna kvinnor upplever kroppsidealet på sociala medier, där dessa jämförelseprocesser medför negativa konsekvenser på självkänslan vilket kan leda till en önskan att uppnå kroppsidealen. Däremot finns det en brist på forskning utifrån intrapersonell nivå, som fördjupar hur dessa gruppprocesser går i akt. Därav ligger intresset i att fylla kunskapsluckan ytterligare i denna studie med sociala identitetsteorin i åtanke, för att motivera hur kroppsidealet är en social process, och bör inte enbart tolkas på individuell nivå. Därför är det av ytterst relevans att se hur

dagens kroppsideal påverkar unga vuxna kvinnors självkänsla, eftersom dagens samhälle är digitaliserat och sociala medier präglar vardagslivet på ett annat sätt jämfört med förr i tiden. Unga vuxna kvinnor exponeras ständigt av de sociala processerna som uppstår på sociala medier, där ideal formas och delas ständigt.

Utifrån ett *socialpsykologiskt* perspektiv är *kroppsideal* och *sociala medier* faktorer som gör att individer *jämför* sig med varandra. Individer befinner sig i en ständig ömsesidig jämförelse som sker i sociala sammanhang, både medvetet och omedvetet för att få en uppfattning om sig själva (Festinger 1954, s. 117). Individer definierar sig själva och andra utifrån deras upplevda gruppstillhörighet, där *självkänslan* påverkas utifrån dessa sociala processer som sker på gruppnivå (Tajfel & Turner 1979, s. 40). Individer har ett behov att anpassa sig till de upplevda normerna och förväntningarna från omgivningen för att undvika att vara avvikande (Deutsch & Gerard 1955, s. 40, 41). Detta har i sin tur en påverkan på kvinnors *självkänsla*, därav är dessa sociala processer av stor relevans att fördjupa förståelsen i. Genom att analysera de sociala processerna, snarare än individuella processerna, kan denna studie bidra med att uppmärksamma hur kroppsidealerna på sociala medier påverkar unga vuxna kvinnors vardagsliv.

1.1 Syfte och forskningsfrågor

Syftet med denna studie att fördjupa förståelsen för hur unga vuxna kvinnor (19-29 år) beskriver sina upplevelser av kroppsidealet på sociala medier. Utöver det avser studien även att uppmärksamma hur dessa kroppsideal kan påverka deras självkänsla samt hur de hanterar den upplevda påverkan. Syftet leder till följande forskningsfrågor:

- Hur upplever unga vuxna kvinnor att sociala medier bidrar till att deras självkänsla påverkas i jämförelse med andra?
- Hur upplever unga vuxna kvinnor de kroppsideal som framkommer på sociala medier?
- Hur beskriver unga vuxna kvinnor deras hanteringsstrategier när de exponeras för kroppsideal på sociala medier?

2 Tidigare forskning

Vid artikelsökning användes databasen Scopus, därefter användes Psycinfo som ett redskap för att säkerställa att artiklarna var relevanta inom det socialpsykologiska

området. Sedan för att försäkra att artiklarna var peer reviewed, användes Ulrichsweb vid behov. Genom användning av både kvalitativa och kvantitativa studier, ges en helhetsöverblick och djupgående information som kompletterar varandra.

Söksträngen som användes var: “women” OR “woman” OR “female” AND “body image” AND (“self esteem” OR “comparison”) AND “social media”. Via denna söksträng fick vi totalt 464 träffar, genom att filtrera artiklar till de psykologiska, hälsovetenskapliga, samhällsvetenskapliga ämnena samt engelska artiklar fick vi 262 träffar. De inklusionskriterier som användes var: kvinnor, unga vuxna, *peer reviewed*, sociala medier, jämförelser, inom de psykologiska, hälsovetenskapliga och samhällsvetenskapliga ämnena. Exklusionskriterierna som användes var: studier med enbart män, artiklar publicerade innan 2015, inte peer reviewed och studier som rör ätstörningar, för att få lämplig forskning. Ätstörningar är en av konsekvenserna av kroppsideal, däremot är syftet med denna studie att få en fördjupad förståelse av upplevelser av kroppsidealet. Därav valdes ätstörningar att exkluderas på grund av den känsliga tyngden där vi som forskare känner behovet att skydda oss själva mot destruktiva diskussioner.

För att komma fram till de 10 slutgiltiga artiklarna, diskuterades titlar, nyckelord, publiceringsår och främst abstract utifrån inklusions- och exklusionskriterier, mellan forskarna för att hitta relevanta artiklar för denna studies syfte. De 10 artiklarna som valdes lästes igenom flera gånger och sammanfattades därefter tillsammans. Därefter kunde slutsatsen dras att de var av stor relevans på grund av sina olikheter i sina angreppssätt, men att samtliga hade gemensamma aspekter kring kroppsideal på sociala medier.

2.1 Jämförelser på sociala medier och dess påverkan

Jung, Barron, Swami, och Lee (2022) genomförde en kvantitativ studie med en teoretisk utgångspunkt i *Tripartite influence model*. Syftet med studien var att utgå från modellen för att se sambandet mellan sociala medier och kroppsutfattning, och hur det medieras av internalisering av utseendeideal och utseenderelaterade *sociala jämförelser*. Studien kom fram till att det fanns en vag korrelation vid hög användning av sociala medier och dess påverkan på *kroppsutfattningen*. Däremot fann forskarna att mer frekvent användning av sociala medier ökar exponering för skönhetsideal. När unga kvinnor exponeras för skönhetsideal på sociala medier leder det till att de internaliserar

skönhetsidealen som framkommer, vilket leder till en jämförelse som medför en sämre kroppsuppfattning.

I en studie av Taylor och Nichter (2024) undersöks hur 44 unga vuxna kvinnor (18-24 år) upplever och påverkas av kroppspositivt innehåll på sociala medier. De genomförde semistrukturerade intervjuer. Resultatet visar att unga kvinnor som använder sociala medier ofta befinner sig i en ständig process av jämförelse med andra. Detta leder i sin tur till att de känner missnöje gentemot sina egna kroppar. Trots att kroppspositivism försöker främja kroppsacceptans, samexisterar den med det dominerade smalidealet. Budskapet att älska sin kropp blir motsägelsefullt. Många kvinnor berättar att de undviker att lägga upp bilder där hela kroppen syns, då de är rädda för negativa kommentarer. Samtidigt använder de sig ibland av nedvärderande kommentarer i relation till sig själva för att få positiva kommentarer från andra. Studien menar att det oftast tyder på en inre konflikt att vilja acceptera sin kropp, men ändå påverkas starkt av idealen på sociala medier.

I sin studie utgår Abrevaya, Bravo, Stancelli och Ramezoni (2026) från sociala jämförelser, kroppsbild och sociala medier, och menar att exponering för idealiserade kroppar kan påverka individens syn gentemot deras egen kropp och hur de bedömer andra. Syftet med studien var att öka förståelsen av utseendebedömning med en utgångspunkt i en *tredjepersons social jämförelseteori*, genom att undersöka 80 unga kvinnors (18–25 år) förmåga att upptäcka skillnader i vikt hos andra kroppar samt huruvida denna känslighet påverkas utifrån kroppsuppfattning som viktoro och kroppsmissnöje. Detta undersöktes genom att exponera kvinnor för bilder på två olika kroppstyper i flera omgångar, där de tillfrågades om dessa kroppar såg likadana ut och hade möjligheten att svara ja eller nej. Forskarna fann att deltagarna generellt kunde identifiera viktskillnader bättre än slumpen. Att deltagare med en högre viktoro uppvisade en högre känslighet för visuella skillnader i kroppsvikt, än deltagare med lägre viktoro. Forskarna menar att individer som har ett större bekymmer över sin vikt och därmed har en högre känslighet vid uppfattning av andras vikt, kan vara mer sårbara för att utveckla kroppsmissnöje när de exponeras för sociala medier som förstärker utseendebaserad användning.

I sin studie har Seekis och Lawrence (2023) en utgångspunkt i hur kroppsneutralt innehåll på Tiktok påverkar unga vuxna kvinnor (17-28 år) i Australien.

Kvinnorna delades in i 3 olika grupper, där vissa fick se kroppsneutralt innehåll på Tiktok. Andra fick se videor som visar ett smalt kroppsideal, den tredje gruppen fick se neutralt innehåll om konst, vilket fungerade som en kontrollgrupp. Efteråt mättes deltagarnas uppskattning av kroppstillfredsställelse, kroppens funktioner, och hur mycket de jämförde sitt utseende med andra. Resultatet visade att kvinnor som såg kroppsneutralt innehåll rapporterade högre uppskattning av dessa än resterande grupper. Dessutom visade de ett bättre humör och färre uppåtriktade utseendejämförelser än gruppen som exponerades för smalt kroppsidealiserat innehåll. Den kroppsneutrala gruppen hade mer positiva tankar om det egna utseendet efter exponering. Samtidigt rapporterade båda dessa 2 grupper det egna utseendet under tiden de såg på innehållet. Forskarna drar slutsatsen att även kort exponering för kroppsneutralt innehåll på Tiktok kan ha en positiv omedelbar påverkan på unga vuxna kvinnors kroppsbild och humör. Därför kan kroppsneutralt innehåll fungera som ett mer hälsosammare alternativ till orealistiskt kroppsidealiserat innehåll, som ofta framkommer på sociala medier. Där de menar att om innehållet har ett fokus på kroppens funktioner, självrespekt och minskad fixering vid utseendet kan det bidra till en mer positiv kroppsbild.

2.2 Hälsorelaterade normer på sociala medier

Monks, Costello, Dare och Boyd (2021) undersöker i sin studie hur vuxna kvinnor i Australien hanterar och uppfattar ideal kring utseende och hälsa som förmedlas via sociala medier. Författarna vill förstå hur exponering av *holistisk hälsokultur* påverkar vuxna kvinnors självkänsla genom sociala medier. Studien utgår från sociala jämförelseteorin, där de kom fram till att social jämförelse är en mekanism som skapar ett missnöje med sin egen kropp där kvinnor ständigt jämför sig med attraktiva, smala och vältränade kvinnor på sociala medier. Idealen som framkommer orsakar en önskan att kunna sträva efter dessa ideal. Forskarna fann även att holistiska hälsocoacher på sociala medier vidare förstärker dessa orealistiska ideal, där man ska vara smal och vältränad genom att likställa utseende med hälsa.

Davies, Turner, Udell (2024) skriver i sin brittiska studie om *hyperpersonal model*, social jämförelseteorin och *selective accessibility model*. Studien syftar till att förbättra förståelsen för påverkan av skönhetsideal, samt vill de förstå och dra paralleller mellan erfarenheterna hos unga kvinnor när de exponeras för skönhetsidealiskt innehåll. Genom "think aloud interviews" gavs en inblick i tankemönster hos deltagarna vid granskning av

ett förbestämt flöde med träningsanpassat innehåll. Det visade sig att deltagarna reagerade på positiva och negativa sätt, men negativa effekter på kroppsbilden dominerade, detta motiveras med att negativa känslor väger tyngre psykologiskt än positiva känslor. Studien visade tydligt att sociala jämförelser skedde oftare när deltagarna exponeras för fitspiration-bilder än när de bläddrade i sina egna flöden.

I sin studie var Hogue, Minister, Sampsons och Mills (2023) syfte att få en förståelse kring unga kvinnors psykologiska reaktioner av särskilt innehåll som är kroppsidealiserat, särskilt fitspiration och thinspiration. 12 unga kvinnor fick titta på fitspiration och thinspiration kreatörer, och blev sedan intervjuade kring sina reaktioner. Analysen hittade flera teman, därav kroppsbild, kroppsmisnöje, diet samt ätstörningsrelaterade beteenden. Många informanter kände sig mer missnöjda med sin egen kropp efter att ha sett det smala innehållet, och vissa kopplade det till ohälsosamma ätvanor. Studien visade också att unga kvinnor ofta upplever motstridiga känslor när de ser sådana bilder. Inom områden som uppnåelighet, känslomässiga reaktioner, social jämförelse, kroppsbild och hälsa kunde de både känna motivation och inspiration, men också press, jämförelse och missnöje med sig själv i relation till de vältränade bilderna. Forskarna beskriver detta som en dialektisk relation mellan sociala medier och kroppsbild, där positiva och negativa reaktioner uppstår samtidigt.

2.3 Beteendeförändringar genom sociala medier

Hill & Oz (2024) studie har *sociala jämförelseteorin* i fokus när de undersökte om kvinnliga högskolestudenter upplever social jämförelse på Instagram. Studien kommer fram till att jämförelsetrender på Instagram skapar en cyklisk process av negativ *kroppsuppfattning*. De kommer även fram till att kvinnorna själva upplever att de har en hälsosammare relation till sin kropp nu än de hade i sina yngre år. Detta visas tydligt när de senare förklarar att kvinnorna är medvetna om att innehållet är destruktivt, och anpassar sin användning baserat på om de blir triggade av innehållet eller inte, blir de triggade så avföljer de kreatörer eller stänger av mobilen.

I Dajches, Gahler, Teran, Yan, Zeng och Stevens (2025) studie, var syftet att undersöka hur olika former av aktivitet på Tiktok sammanhänger med unga vuxna kvinnors kroppsbild och deras villighet för kosmetisk kirurgi. Studien hade kroppsmisnöje, kroppsuppskattning och sociala jämförelseteorin i utgångspunkt. De genomförde en enkätstudie som omfattade 424 kvinnor (18–31 år) i USA. Resultatet visade att kvinnor

som följer fler kända personers konton på Tiktok rapporterade högre kroppsmisnöje, vilket var kopplat till en större villighet för kosmetisk kirurgi. Däremot fann forskarna att kroppsuppskattning inte hade en motsvarande medlande effekt. Vidare visar resultatet att kvinnor som oftare kommenterade andras utseenden eller följde mer hälso- och träningskonton var mer villiga för kosmetisk kirurgi, rapporterade högre kroppsuppskattning. Forskarna i studien drar slutsatsen att publicera utseenderelaterade kommentarer på andras Tiktok inlägg, och att följa hälso- och träningskonton har ett samband med unga vuxna kvinnors villighet till kosmetisk kirurgi

I sin studie undersöker Patel, Perez och Cougle (2025) hur thinspiration-innehåll på Tiktok påverkar unga vuxna kvinnors tankar och känslor kring sitt utseende. Syftet med experimentet var att pröva om exponering för korta klipp som framhäver smalhet leder till mer utseenderelaterade jämförelser, större oro för det egna utseendet, ökad nedstämdhet, större övervärdering av utseende samt starkare impulser att använda hanteringsstrategier. Urvalet omfattade 111 kvinnor från USA, där deltagarna fick se 2 olika 5 minuter långa Tiktok klipp, ett klipp som innehöll thinspiration och ett med djur som kontrollmaterial. Därefter besvarade deltagarna ett självskattningsformulär utformat utifrån studiens syfte, vilket möjliggjorde jämförelser mellan deras svar. Forskarna fann att deltagarna som exponerades för thinspiration klipp, rapporterade mer utseendejämförelser, större oro kring sitt utseende, mer nedstämdhet, högre övervärdering av utseende och en starkare impuls att använda hanteringsstrategier än vid exponering för djurvideos. Forskarna menar att studien ger stöd för att thinspiration innehåll på Tiktok kan ha negativa effekter på hur unga vuxna kvinnor uppfattar sitt utseende och sitt värde.

2.4 Egen positionering till tidigare forskning

Flertalet artiklar (Jung et al. 2022; Hill & Oz 2024) belyser att det inte är sociala medier i sig som orsakar en sämre självkänsla utan att exponeringen och internaliseringsprocessen vid exponering av kroppsideal på sociala medier leder till en sämre självkänsla, där unga kvinnor jämför sig med kroppsideal. Detta resultat var av intresse för studien eftersom den har en direkt koppling till forskningsfråga 1, där fokuset ligger på jämförelseprocesser på sociala medier. Andra artiklar (Taylor & Nichter 2024; Davies, Turner & Udell 2024; Monks et al. 2021; Abrevaya et al. 2026; Seekis & Lawrence 2023) förklarar vidare att exponering av kroppsideal på sociala medier orsakar en ständig jämförelse, som skadar självkänslan vilket medför ett behov av att framstå som

perfekt och en önskan för social acceptans. Resultatet från dessa studier har en direkt koppling till forskningsfråga 1 och 2, där studien vill få en djupare förståelse av hur individer upplever kroppsideal och hur självkänslan påverkas av kroppsidealet på sociala medier. Vidare belyses det att exponeringen av kroppsideal leder till en ständig negativ jämförelse, där det även är viktigt att poängtera individens medvetenhet i jämförelsen och hur det påverkar dem, där två artiklar belyste hur kroppsidealistiskt innehåll vidare leder individer till en önskan att upprätthålla kroppsidealistiska utseenden (Dajches et al. 2025; Hogue et al. 2023) Bland annat har flertalet respondenter i 2 artiklar (Hill & Oz; 2024, Patel, Perez, & Cogle 2025) beskrivit olika strategier för att hantera kroppsidealistiskt innehåll, för att inte låta sig påverkas av kroppsideal. Dessa artiklar var av relevans i relation till forskningsfråga 3.

Samtliga artiklar valdes eftersom de betonar vikten av exponering av kroppsideal på sociala medier och dess påverkan på individers egen självkänsla, däremot belyser dem det individuella perspektivet, snarare än ett intrapersonellt perspektiv.

3 Teoretiskt ramverk

För att förstå hur kroppsideal lever på sociala medier, behövs det teorier som belyser ideal som uppstår på sociala medier, samt individens relation till sociala grupper. *Sociala jämförelseteorin* (Festinger, 1954) kan vara av relevans till att bidra till en förståelse kring hur jämförelser på sociala medier upplevs och dess påverkan. *Sociala identitetsteorin* (Tajfel & Turner, 1979) ger studien en djupare inblick i hur *grupprocesser* på sociala medier konstruerar självkänslan. *Normativ social påverkan* (Deutsch & Gerard 1955) ger en djupare inblick kring hur upplevda normer och förväntningar av kroppsidealet från kreatörer på sociala medier medför förändrade uppfattningar gentemot sig själva, hur man bör vara eller att upprätthålla normer. Dessa teorier bidrar till en fördjupad förståelse kring hur unga vuxna kvinnor upplever samt eventuellt hanterar påverkan av kroppsideal på sociala medier.

3.1 Sociala jämförelseteorin

Sociala jämförelseteorin (SCT) innefattar att människor lär sig om deras attityder och egenskaper i samband med jämförelser med andra (Festinger 1954). Teorin beskriver att individer har ett behov av att bedöma sina förmågor, då dessa bedömningar är viktiga för

att kunna orienteras in i sociala sammanhang (Festinger 1954, s. 117). När individen inte kan få en direkt bekräftelse på hur duktig den upplevs vara, vänder individen sig till andra för att skapa en uppfattning om sig själva. Festinger (1954, s. 118, 119, 131) belyser även att människor ofta jämför sig med personer som är relativt lika dem själva, då jämförelser med individer som är olika en själv inte blir meningsfullt. Under jämförelseprocessen som sker inom individen, utformas en press att anpassa sig till omgivningen utifrån sina egna jämförelser. Trots detta läggs det ändå en betoning på vikten av ämnet som individer jämför sig med, Festinger (1954, s. 130) beskriver att om ämnet är viktigt för personen är det större sannolikhet att den ingår en jämförelseprocess. Är ämnet däremot inte av vikt för personen, finns det ingen motivation till att ändra beteendet utifrån det egna ställningstagandet, och ingen jämförelseprocess påbörjas.

3.2 Sociala identitetsteorin

Tajfel och Turner förklarar utifrån sociala identitetsteorin (SIT) att individen definierar sig själv och andra utifrån den grupp den tillhör och att självkänslan påverkas utifrån sociala processer på gruppnivå, med värderingar som framkommer utifrån *grupptillhörigheten* (1979, s. 40). Vidare förklarar teorin (1979, s. 40, 41) att den sociala identiteten formas utifrån tre processer: den första är *sociala kategorier*, exempelvis kroppsstorlek och kön, som i sin tur skapar och definierar individens position i samhället. Den andra är *social identifiering* där individen associerar sig med somliga grupper och finner en *ingrupp*. I denna process internaliserar individens sin ingrupps normer och värderingar som sina egna. Den tredje processen är *social jämförelse* vilket innebär att individen jämför sin *ingrupp* med *utgrupper*. Vidare förklarar Tajfel och Turner (1979, s. 40, 41) att individer strävar efter att uppnå eller bibehålla en positiv social identitet. En god social identitet utgår från jämförelser baserade på individens egen uppfattning om sin ingrupp eller relevanta utgrupper, där ingruppen måste uppfattas som mer positiv i dessa jämförelser gentemot utgruppen. När individer utvärderar sin egen grupp positivt genom jämförelser via sin ingrupp eller andra utgrupper, resulterar det till att de särskiljer sig från varandra. Syftet med särskiljelse är att bibehålla eller uppnå överlägsenhet över utgruppen. Vidare förklarar Tajfel och Turner (1979 s. 43) att när individen upplever den sociala identiteten som negativ eller hotad, kommer hen att vidta en rad olika strategier beroende på om individen vill lämna sin ingrupp och gå med i en utgrupp som anses ha en mer högre status. Detta definieras som *individuell mobilitet*, eller att göra den egna

ingruppen mer positivt distinkt för att bibehålla eller uppnå en god social identitet. *Social kreativitet* innefattar att individer kan söka en positiv särskiljning för gruppen genom att omdefiniera omständigheterna i den jämförande situationen. Detta görs genom att ändra värdesättningen som tilldelats i gruppens egenskaper där jämförelserna som tidigare ansågs som negativa i stället upplevs som positiva.

3.3 Normativ social påverkan

Normativ social påverkan (NSI) (Deutsch & Gerard 1955, s. 629, 630, 635) förklaras som en process där individer anpassar sig till gruppens förväntningar och normer för att passa in, bli omtyckt eller undvika att uppfattas som avvikande utifrån andras uppfattningar om en. Dessa processer sker eftersom individer uppfattas som sociala varelser som undviker ett socialt avvisande från gruppen. Den normativa påverkan leder till en ytlig anpassning, beteendet ändras utifrån de upplevda förväntningar och normer från gruppen, men inte nödvändigtvis de egna inre övertygelserna kring beteendet.

4 Metod

Detta avsnitt innefattar studiens vetenskapsteoretiska utgångspunkt, metodval, urval, instrument, tillvägagångssätt, val av analysmetod, kvalitetskriterier och etiska överväganden.

4.1 Vetenskapsteoretisk utgångspunkt

Denna studie har vidtagit en vetenskapsteoretisk utgångspunkt i den *humanistiska och erfarenhetsbaserade socialpsykologin*. Vilket innefattar att individens upplevelser och betydelser är unika, ingen är den samma (Wetherell, M. McGhee. Stevens R. 1998, s. 9). Därefter kan inte studien ha en *experimentell ståndpunkt* eftersom studien strävat efter individers egna perspektiv snarare än en förklaring av beteenden genom mätbar data som generaliserar till resterande population (Wetherell, M. McGhee. Stevens R. 1998, s. 7, 8). Studien utgick från en *socialkonstruktionistisk ontologi*, där verkligheten är konstruerad genom sociala processer och tolkningar (Stevens, R. 1998, s. 77). Då unga vuxna kvinnors upplevelser kan variera, finns det ingen enhetlig objektiv uppfattning om hur kroppsidealet på sociala medier påverkar unga vuxna kvinnor. En *hermeneutisk epistemologi* möjliggjorde en förståelse för individens subjektiva tolkningar och meningsskapande processer. Detta är avgörande för att förstå unga vuxna kvinnors

upplevelser på sociala medier. Stevens (1998, s. 79-81) förklarar att syftet med hermeneutik är att få en förståelse för informanternas handlingar och upplevelser som formar deras självkänsla.

4.2 Metodval

Studien är av kvalitativ art och genomfördes genom en *induktiv ansats*, vilket innebär enligt Bryman (2018, s. 455) att datainsamlingen först analyseras, för att sedan koppla det till relevanta teorier och begrepp. I denna studie möjliggjordes detta genom att förhålla sig till ett hermeneutiskt förhållningsätt vid analys av data. Stevens (1998, s. 79) beskriver detta som en tolkningsprocess där individers upplevelser förstås i relation till de underliggande processer som har bidragit till att forma dem. Detta möjliggjordes genom *semistrukturerade intervjuer* där en *intervjuguide* utformades för att säkerställa relevanta frågor och teman under intervjuernas gång. I sin tur resulterade detta till en flexibilitet vid genomförandet av intervjuerna genom öppna frågor, följdfrågor, samt möjligheten att variera ordningen mellan teman och frågor (Skansholm, Jacobsson & Skansholm 2021, s. 88). Därav var semistrukturerade intervjuer en väl lämpad metod att använda i studien för att få en djupare förståelse kring unga vuxna kvinnors upplevelser av kroppsidealet på sociala medier, hur självkänslan påverkas i samband med det samt vilka hanteringsstrategier som vidtas under den upplevda påverkan. Utöver detta var semistrukturerade intervjuer väl lämpade till studien eftersom den kunde beröra *känsliga ämnen*, där forskarna haft möjligheten att styra intervjuens riktning för att motverka detta (Denscombe 2016, s. 267).

4.3 Urval

Studien har utgått från ett *målstyrt urval*, specifikt *bekvämlighetsurval*. Bekvämlighetsurval innebär att informanter väljs utifrån tillgänglighet, vilket innefattar både geografisk åtkomlighet och enheter där det finns inrättad kontakt som kan utnyttjas (Skansholm, Jacobsson & Skansholm 2021, s. 119). Urvalet omfattade 10 unga vuxna kvinnor från åldern 19 till 29 för att få en djupare insikt i deras upplevelser av kroppsidealet på sociala medier. För att säkerställa relevant data framkom det slutgiltiga urvalet, genom missivbrevet (se bilaga 1), som blev särskilt anpassat till informanter som är aktiva på sociala medier, mellan åldrarna 20–27.

4.4 Instrument

Inför datainsamlingen utformades en semistrukturerad intervjuguide (Se bilaga 3). Intervjufrågorna som tillkom i intervjuguiden byggde vidare på forskningsfrågorna, genom att formulera runt 4–5 intervjufrågor baserade utifrån en enskild forskningsfråga. Eftersom intervjufrågorna i studien är förankrade i forskningsfrågorna resulterade det i att studien fick en relevant datainsamling i relation till studiens syfte. En intervjufråga baserad på forskningsfråga 1 lyder "*Hade du önskat att du betedde dig annorlunda i förhållande till de innehållet du får upp?*". En annan intervjufråga baserad på forskningsfråga 2 lyder "*Vad har du för tankar kring hur människor framställer eller presenterar sig själva på sociala medier?*". En ytterligare intervjufråga baserad på forskningsfråga 3 lyder "*Hur påverkar sociala medier de val du gör, och hur du lever till vardags?*".

4.5 Tillvägagångsätt

Innan rekryteringen av informanter började, genomfördes en *pilotintervju*. Denscombe (2016, s. 236) förklarar att pilotintervjuer är ett redskap för forskare att säkerställa att datainsamlingen fungerar i praktik. En pilotintervju var av relevans för att säkerställa att frågorna som ställdes i intervjuguiden inte var ledande, slutna eller kunde uppfattas som känsliga. Därefter påbörjades rekryteringen genom att ladda upp missivbrevet på digitala forum som Facebook och Instagram, som nådde ut till unga vuxna kvinnor baserade i Västra Götaland. När 12 informanter gjorde sin intresseanmälan via chattfunktionen, gav forskarna information kring intervjuerna, för att sedan avstämna angående tid och plats. Då intervjuerna kunde uppfattas som personliga, fick informanterna möjligheten att välja mellan digitala intervjuer genom Zoomsamtal eller fysiska intervjuer som ägde i förbokade grupprum i Högskolan. Utöver det ville forskarna vara tillgängliga för att informanterna inte ska behöva anpassa sig för en fysisk intervju, eftersom intervjuerna kan uppfattas som känsliga. Intervjuerna genomfördes separat för att säkerställa att informanterna kan prata fritt utan att känna sig iakttagen av en ytterligare part. Detta i sin tur säkerställde att informanterna kände sig trygga under intervjuens gång. Sammanlagt genomfördes 10 intervjuer, en av de 12 informanterna valde att inte medverka genom att inte besvara en av forskarna med tid vid bokning av intervjun. En annan informant valdes bort eftersom datainsamlingen var för tunn, vilket resulterade i otillräcklighet med rik

data, av denna anledning kontaktades personen för ett uppföljarsamtal, däremot utan svar, vilket resulterade i bortfall då hela intervjun raderades.

4.5.1 Intervjuprocess

Samtliga intervjuer varade i cirka 40 till 60 minuter och skedde under vecka 10 till 12. Innan intervjuerna påbörjade blev informanterna underrättade om syftet med studien, samt deras rättigheter gällande deltagandet och personuppgifter. Varje informant fick ta del av en informations- och samtyckesblankett som de fick ta med sig och ge ett skriftligt samtycke till. Vid intervjuer via Zoom blev de tilldelade informations- och samtyckesblanketter i förväg, där de gav ett muntligt samtycke innan intervjun startade. Informanterna blev tillfrågade om inspelning och transkribering av intervjuerna var okej, och gav sedan ett muntligt samtycke till det. Detta försäkrade att informanterna blev medvetna om vad studien avser och vad deras svar används till, dessutom erbjöds möjligheten att dra sig ur studien fram till vecka 14.

4.5.2 Respondentvalidering

Efter intervjun ägde rum, tillfrågades även informanterna om det var okej att forskarna tar kontakt med dem gällande *respondentvalidering* för att säkerställa att forskarna i studien har analyserat intervjusvar korrekt, för att minska risken för förutfattade meningar vid analys (Denscombe 2016, s. 411). Forskarna mejlade varje informant deras kodningsmatris där de hade möjlighet att granska våra tolkningar av deras svar och ge bekräftelse att vi tolkat dem korrekt. Vid fall av misstolkningar av kodning har informanter korrigerat oss och ändringar i deras kodningsmatris har genomförts.

4.5.3 Transkribering

Redan vid påbörjad transkribering anonymiserades informanterna, genom att deras namn byttes ut till "Anonym". Hjälpmidlet Sunet Scribe användes för att transkribera intervjuerna, däremot kunde inte Sunet Scribe vara fullständigt tillförlitligt. Detta på grund av ofullständig transkribering, där de olika parterna blandades ihop med varandra, vilket resulterade i att forskarna behövde korrigera och markera vem det var som pratade. Utöver det raderades personliga historier som kan riskera att avidentifiera informanterna för att de inte skulle användas i den slutgiltiga analysen. Under transkriberingsprocessen lades markeringar för pauser, skratt och utfyllnadsord som "alltså", "liksom" och "typ" för att hjälpa forskarna i studien att förstå den underliggande betydelsen i svaren. Dessa

valdes sedan att tas bort vid presentationen av citat i resultat och analys avsnittet. Detta i sin tur ökade förståelsen för informanternas positionering vid sina beskrivningar av deras upplevelser med kroppsidealet på sociala medier och dess påverkan.

4.6 Analyismetod

Braun och Clarke (2006) definierar *tematisk analys* som en metod som identifierar, analyserar och sedan rapporterar återkommande mönster, med andra ord teman i en tematisk analys. Detta möjliggör djupgående tolkningar av data som i sin tur resulterar i rika beskrivningar. Det som särskiljer forskarnas analytiska angreppssätt var att studien haft syfte och forskningsfrågor i baktanke vid kodning samt tematisering, för att säkerställa att analysen som framkommer skulle vara av relevans för studiens syfte. Detta angreppssätt definieras av Braun och Clarke (2021) som en *reflexiv tematisk analys* med en induktivt ansats, där forskarna har letat efter teman, men inte nödvändigtvis återkommande teman, eftersom de ansågs som betydelsefulla i relation till syfte och forskningsfrågor. Detta tillvägagångssätt lämpar sig särskilt för denna studie, eftersom forskarna ville fånga nyanserade upplevelser.

Analysen av intervjuerna utgick från Braun och Clarkes (2022, s. 35) 6 faser för en reflexiv tematisk analys. Där forskarna började med att familiarisera sig med datan. Detta genomfördes genom att forskarna transkribera datan med Sunet Scribe, och sedan lyssnade på ljudinspelningarna för att skriva ned utfyllnadsord och pauser, innan kodningen påbörjades läste forskarna transkriberingarna för att fördjupa sig i datan. Under fas 2 som behandlar kodningsprocessen, kodade forskarna tillsammans systematisk och noggrant i samförstånd. Detta genomfördes genom att identifiera relevanta fragment av datan som sedan kodades utifrån *semantiska* koder, vilket innebär att utforska meningen på ytan av data, där koderna förhöll sig nära deltagarnas uppenbara betydelser. Ytterligare använde forskarna sig av *latenta* koder som hade fokus på mer djupa eller implicit uttryckta betydelser från informanterna (Braun & Clarke 2022, s. 57, 58). Bortfall som tillkom skedde under kodningsprocessen där forskarna i samförstånd valde att inte inkludera aspekter såsom konsumentrelaterade perspektiv samt namngivelser av offentliga personer. Under den tredje fasen identifierades koder som hade liknande uppfattning med studiens syfte i hela datamängden, där koderna konstruerades till *kandidatteman*, utifrån syfte och forskningsfrågor.

Under fas 4 bedömdes och granskades kandidateman (Se bilaga 6), där forskarna aktivt ifrågasatte analysens genomförbarhet och ständigt kritiserade kandidateman eftersom forskarna ville undvika att missa viktiga fragment. Därav gjordes ändringar där det övergripande temat ändrades till det första huvudtemat som fick ett tillhörande subtema. Sedan slogs subteman ihop, vidare tilldelades huvudtemat tillhörande subtema. Vilket säkerställde att tematiseringen var nyanserad och bidrog till en enhetlig bild i förhållande till studiens syfte. Vid fas 6 påbörjades skrivandet av resultatsavsnittet där teman presenterades utifrån ett berättande perspektiv där forskarna har utgått från alla, många, hälften och fåtalet kring informanternas upplevelser av kroppsidealet på sociala medier. Med alla uppfattades ett enhetligt perspektiv kring en aspekt, med många menades att mer än hälften delade ett enhetligt perspektiv. Vid hälften representeras halva antalet informanter, som delade enhetliga perspektiv. Sedan vid fåtalet menades att mindre än hälften delade ett enhetligt perspektiv. Sedan implementerades citat som speglade representativt innehåll för mestadels av informanterna, dessutom valdes citat som inte var representativt för att belysa olika sidor av upplevelser. En av informanterna förekommer ofta i resultatsavsnittet eftersom hon bidrog med tydliga och övergripande perspektiv som kunde representera de som resonerade likgiltigt. Därefter implementerades en analys utifrån teori och begrepp. För forskarna blev fas 5 ”att namnge teman” relevant efter resultatspresentationen och det analytiska tolkandet, där teman namngavs för att säkerställa att namnen på teman representerade innehållet.

Utdrag från tematisk matris på ett tema med tillhörande subtema (Se bilaga 4)

Citat	Koder	Subteman	Huvudteman	Forskningsfrågor
”Men det finns även de kreatörerna som kanske är...Det kan jag tycka är mer relaterbart att följa för då känner jag igen mig i personen för att den har samma yrke som mig...” (Sivbritt s. 5)	Relaterbarhet påverkar hur hon infinner sig i innehållet	Selektiv jämförelse	Att stå emot kroppsidealet	FF 1

4.7 Kvalitetskriterier

Denscombe (2016, s. 410) upplyser en problematik gällande kvalitetskriterier inom kvalitativ forskning där fullständig *replikering* av social inramning i princip är omöjlig. Skansholm, Jacobsson och Skansholm (2021, s. 125) förklarar att det finns en begränsning vid *generalisering* inom kvalitativ forskning, då studien är bunden till en särskild kontext som kan göra det svårt att generalisera till resterande befolkningen i Sverige.

Med kvalitetskriterier i åtanke byggdes studien på *transparens* vid genomförandet, vilket resulterar i att läsaren får en överblick i hela forskningsprocessen (Skansholm, Jacobsson, Skansholm, 2021, s. 125). Detta säkerställde studiens *pålitlighet* (Denscombe 2016 s. 411). Sapsford (1998, s. 150, 152) nämner att *forskarens roll* är grundläggande under hela forskningsprocessen, där förutfattade meningar eller antaganden kan vara en påverkande faktor under processen och bör undvikas för att öka *reliabiliteten*. Detta säkerställdes genom att forskarna i studien beaktade forskarens roll, där egna förutfattade meningar och antaganden undveks för att inte påverka studiens resultat. Detta säkerställdes först

vid formuleringen av forskningsfrågor samt intervjuguiden, som innehöll öppna frågor. Denscombe (2016, s. 270, 271) upplyser utifrån forskarens roll att forskaren skall förhålla sig objektiv under datainsamlingen för att undvika *intervjuareffekten*. Detta säkerställdes i studien genom att forskarna under datainsamlingen följde principerna för den hantverkskickliga intervjuaren (Kvale & Brinkmann 2014, s. 208). Detta säkerställdes genom ett respektfullt bemötande samt genom att ställa öppna, enkla frågor där informanter hade möjlighet för tid att reflektera.

Vidare säkerställdes detta genom att förhålla sig lyhörd, genom att aktivt lyssna på de meningsnyanserade svaren och hörde vid viktiga aspekter, för uppföljning. Genom att vara minnesgoda har det möjliggjort för forskarna att initiera sig kring tidigare uttalanden och be om ett utvecklande. Därefter genomfördes den reflexiva tematiska analysen med *reflexivitet* i linje med Braun och Clarkes (2022, s. 8, 55) principer för *kollaborativ kodning*. Där forskarna i studien aktivt kodade varje kod tillsammans där syftet var att öka förståelsen, samt få mer nyanserade insikter med ett reflexivt angreppssätt, vilket minimerade risken för att låta resultatet påverkas av *bias*. Detta i sin tur säkerställer pålitligheten i studien (Sapsford 1998, s. 152, 153; Denscombe 2016, s. 411). Utöver det användes *respondentvalidering* som ett verktyg efter sammanställningen av datan, för att säkerställa att forskarna analyserat intervjusvar korrekt, detta i sin tur stärker studiens *trovärdighet* (Denscombe 2016, s. 411). Den *kommunikativa* validiteten (Skansholm, Jacobsson & Skansholm 2021, s. 221) genomfördes genom att forskarna i studien hade regelbunden kontakt med handledare samt andra forskare vid opponerande tillfällen.

4.8 Etiska överväganden

Detta är en studie som berör unga kvinnors upplevelser av kroppsidealet, de jämförelseprocesserna som sker i samband med kroppsidealet och huruvida kvinnor hanterar exponeringen för kroppsideal på sociala medier. Därav kunde studien beröra *känsliga ämnen*, vilket Lee (1933, s. 2, 3, 4) definierar som ämnen som kan uppfattas *stigmatiserande* för informanterna att tala om eftersom de berör blottande eller privata aspekter av deras liv.

Därav avsåg studien att avsåg att förhålla sig till Vetenskapsrådets (2024) riktlinjer inom forskning, där informationskravet om studiens syfte, tillvägagångssätt och tidsramen för att dras ut ur studien fanns med i missivbrevet (se bilaga 1) där *informationskravet* säkerställdes genom att förklara för informanterna innan intervjuandet påbörjades om

studiens syfte, frivilligt deltagande samt möjligheten att avbryta intervjun utan att frågor tillkommer om varför eller negativa konsekvenser. Vidare informerades de om hur deras svar kommer att användas för studiens ändamål, som att deras svar först kommer att kodas, samt att forskarna i studien kommer att kontakta dem när kodningsprocessen färdiggjordes för att respondentvalidera. Dessutom har resultaten redovisats i form av citat med ett alias i resultat- och analysavsnittet i studien. Genom att använda alias, och att all identifierbar information doldes, eller raderades i resultat och analys säkerställdes anonymiteten. *Samtyckeskravet* säkerställdes efter att ha genomgått informationskravet, där informanterna gav ett muntligt samtycke och ett skriftligt samtycke. Vid intervjuer som skedde via Zoom fick informanterna informations- och samtyckesblanketten (Se bilaga 2) genom mejl ungefär 1 timme innan intervjutillfälle. Detta i sin tur säkerställde en full transparens mellan forskare och informant.

Studien förhöll sig till Högskolan i Skövdes (2021) riktlinjer gällande rutiner för behandling av personuppgifter avseende informanter i examensarbeten. *Konfidentialitetskravet* säkerställdes genom att underrätta informanter kring hur deras personuppgifter skall förvaras och skyddas under arbetets gång, där all datainsamling samlades genom inspelningar genom antingen Zoom som var uppkopplad med Högskolan i Skövdes konton, eller mobiltelefoner som inte hade röstinspelnings-appen uppkopplade med iCloud för att säkerställa att ingen obehörig kunde ta del av datainsamlingen. Utöver detta blev informanterna underrättade att deras information kommer att bevaras fram tills forskarna i studien får ett godkänt betyg i kursen, därefter kommer allt att raderas. Intervjuerna transkriberades från lösenordskyddade datorer som tillhörde forskarna, där informanternas identitet skyddades ytterligare genom att ersätta deras riktiga namn till alias i kodningen. Vidare säkerställdes *nyttjandekravet* genom att enbart använda de personuppgifter som var användbara för studiens ändamål, därav var sysselsättningsstatus och ålder inte av relevans att ta med i studien.

5 Resultat & Analys

I detta avsnitt presenteras studiens centrala resultat utifrån en reflexiv tematisk analys, genom att först sammanfatta de teman som konstruerades, samt uppvisa citat som ger en inblick från exponerarens perspektiv. Därefter ges en grund för hur självkänslan kan påverkas i dessa kontexter, med en teoretisk analys nedan.

Utifrån den reflexiva tematiska analysen konstruerades 4 huvudteman med tillhörande subteman: *Framställning av budskap* påbörjas med det tillhörande subtemat *kritiska ställningstaganden till kroppsidealet*. Vidare konstruerades huvudtemat *att stå emot idealen* med tillhörande subtema *selektiv jämförelse* och *avståndstagande från idealiserat innehåll*. Ytterligare konstruerades huvudtemat *Att dras in i jämförelse* med tillhörande subteman *negativa jämförelser* och *emotionella konsekvenser av kroppsidealet*. Det sista huvudtemat som konstruerades var *att anpassa sig* med tillhörande subtema *upprätthållande av kroppsidealiserade normer* (Se bilaga 5).

Resultatet visar att alla informanter upplever framställningen av kroppsidealet på sociala medier som ohälsosam och orealistisk, där den beskrivs som smal, vältränad och perfekt, och uttryckligen finns det en brist på representation av den ”realistiska” kvinnliga kroppen. Dessutom bidrar resultatet med en nyanserad förståelse där många informanter inte upplever en stark negativ påverkan från kroppsidealet på sociala medier, däremot beskriver hälften av informanterna att de upplever jämförelser med idealiserade utseenden. Utöver det beskriver ett fåtal av informanterna känslor av otillräcklighet, och ett behov att upprätthålla kroppsidealiserade normer för att uppnå kroppsidealet. Ytterligare använder många informanter sig av hanteringsstrategier för att skydda sig själva att inte påverkas negativt av kroppsidealet, där de har anpassat sitt innehåll utifrån sina egna preferenser. Fåtal informanter har beskrivit detta som en misslyckad hanteringsstrategi. Utöver det används sociala relationer som en hanteringsstrategi där informanter har pratat med närstående angående kroppsidealet och funnit stöd hos de.

5.1 Framställning av budskap

Det första konstruerade huvudtemat var ”Framställning av budskap” som belyser hur kroppsideal kommuniceras genom kreatörers innehåll, och besvarar hur informanterna uppfattar dessa. Alla informanter har uttryckt en obekvämlighet till hur kroppsidealen framställs, och beskriver hur dessa strategier visar sig. Genom alla informanter fanns det en fin linje, med vad som anses verkligt respektive vad som anses vara ouppnåeligt. Alla dessa faktorer blir direkt påverkade av hur kreatörer förmedlar sina budskap, genom bilder på sig själva, i hur de uttrycker sig, eller vilken livsstil de förespråkar.

”Väldigt fejk ofta ... oavsett vilka man kollar på så är det ju alltid en snedvridning ... att allt man ser är ju det bästa av en persons dag ... och att även den bästa stunden kan vara grovt redigerad”

(Inger s. 90)

I detta citat uttrycker Inger en kritisk medvetenhet kring framställningen av kroppsideal, där det upplevs som snedvridet när kreatörer på sociala medier aktivt väljer att framhäva sina bästa sidor. Vilket bland annat innefattar att kreatörer på sociala medier väljer att aktivt publicera innehåll där kroppen vinklas åt ett visst håll för att framhäva smalhet. Utöver detta framställs även upprätthållelsen av kroppsidealet på ett orealistiskt sätt, där kreatörer på sociala medier aktivt väljer att publicera innehåll från deras bästa stunder och även dessa stunder är grovt redigerade. Detta förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) där kreatörer blir en utgrupp som aktivt väljer att publicera innehåll där kroppen vinklas på ett visst sätt för att framhäva smalhet. Enligt Inger blir detta en process där hon har en aktiv medvetenhet kring vad som är realistiskt i relation till hennes omgivning, vilket representerar hennes ingrupp. Där hon särskiljer den ”vanliga” människan med kreatören utifrån hur de framställer sig på ett orealistiskt sätt i relation till kroppsidealet. Den gemensamma värderingen i detta fall blir hur utgruppen framställer budskap kring idealkroppen utifrån hur realistiskt det är för den egna ingruppen.

“Men när det blir väldigt mycket fokus på att det ska vara smalt och man ställer sig i en vinkel där det ser ännu smalare ut. Då kan jag ju uppleva att det blir en hets kring att det ska vara på det sättet ...”

(Sivbritt s. 3)

Detta citat synliggör Sivbritts uppmärksammande av att kroppsideal inte bara förmedlas genom vad som visas, utan även hur det framställs. Genom att lyfta användningen av vinklar som får kroppen att framstå som smal, menar hon att särskilda strategier används för att stärka idealet. Detta kan tolkas som en medveten, eller en omedveten konstruktion av kroppsideal, där innehållet skraddarsys för att normalisera en särskild kroppstyp. Utöver det visar citatet hur en sådan framställning kan leda till en upplevd ”hets”, vilket tyder på att budskapet inte enbart tas emot, utan även påverkar vad som uppfattas som normalt. Alla informanter beskriver hur upprepade exponeringar av sådana framställningar kan bidra till en upplevelse av att ”det ska vara så”, vilket tyder på att framställningen av budskapet påverkar vad som anses önskvärt. Denna process kan

förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) där informanter särskiljer sin ingrupp från hur andra kreatörer aktivt väljer att framställa sig som smalare, som representerar en utgrupp. Vilket ytterligare förstås genom NSI (Deutsch & Gerard 1955) där informanter får en uppfattning kring hur man bör se ut utifrån gruppens förväntningar, i detta fall blir gruppen, de kreatörer som framställer smalidealet på sociala medier. Detta leder till att informanter får en uppfattning kring hur man bör se ut i relation till kroppsidealet utifrån vad som anses vara eftersträvansvärt.

*“Jag tycker att det känns trevligare att titta på någon som är mer mänsklig...
Som har lite mer ofiltrerat innehåll och bara visar det som faktiskt händer i
livet än de som redigerar allt som en reality show.”*

(Kerstin s. 83)

Här belyser Kerstin hur olika sätt att framställa innehåll påverkar exponerarens uppfattning av innehållet. Genom att beskriva den egna preferensen som ”mer mänskligt” framkommer det att autenticitet värderas högre än innehåll som är skraddarsytt och anpassat för att upplevas som perfekt. Vidare tydliggörs kontrasten mellan det vardagliga innehållet, och innehåll som framställs som perfekt än vad informanten uppfattar som verkligt. Detta indikerar på att graden av redigering och bristen av transparens minskar trovärdigheten i budskapen, som i sin tur påverkar hur exponeraren kan relatera till det. Detta kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) där informanter värderar innehåll som speglar vardagligt liv, som representerar ingruppen, högre i dessa utvärderingsprocesser. Där alla informanter värderar sin ingrupp positivt utifrån jämförelser mellan utgruppen, där det glamoriserade och ouppnåeliga representeras, vilket leder till att en särskiljning uppstår mellan ingruppen och utgruppen. Där alla informanter uppskattar innehåll som representerar det som tolkas som ingrupp, snarare än innehåll som representerar den tolkade utgruppen.

5.1.1 Kritiska ställningstaganden till kroppsidealet

Detta subtema belyser hur alla informanter återkommande beskriver kritik kring kroppsidealet på sociala medier där kroppsidealet upplevs som orealistiskt och inte överensstämlig med hur en kvinnlig kropp ser ut i verkliga livet. Kroppsidealet beskrivs som smal och uppvisas utan imperfektioner där kreatörer på sociala medier aktivt väljer att framhäva sin smalhet utifrån olika vinklar och ljus.

”Det är orealistiskt ... att det är den enda typen av människa eller utseende jag får se... Och vi alla ser olika ut vi är olika långa, vi väger olika mycket...Men jag får ju bara se en typ...det är ju inte representativt med ... hur vi alla ser ut”

(Barbro s. 33)

Detta citat från Barbro understryker att innehåll som uppvisar enbart ett visst utseende som anses vara idealet på sociala medier är orealistiskt då det inte är representativt för resterande kvinnor, eftersom alla ser olika ut. Alla informanter har berättat under intervjuernas gång att det finns en bristande representation av kroppslig variation i relation till kroppsidealet på sociala medier, där en så kallad ”normal” kropp sällan synliggörs i en mer vardagligt eller naturlig kontext.

Detta kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) där egenskaper som valkar, finnar eller en avslappnad hållning representerar den upplevda ingruppen, exkluderas från det innehåll publicerat av utgruppen som anses vara idealiserat. Detta kan vidare förstås genom NSI (Deutsch & Gerard 1955) att informanter upplever att gruppen, vilket är större kreatörer på sociala medier, speglar och vidare förstärker snäva normer kring vad som anses vara eftersträvansvärt och acceptabelt. Detta medför en snedvriden representation kring hur kvinnor bör se ut, men kritik av informanterna riktas till gruppens innehåll som inte är överensstämliga med verkligheten, eftersom det finns en brist på representation av ”mer naturliga kroppar”. För en vidare förståelse används SIT (Tajfel & Turner 1979), där en särskiljelse förespråkas mellan ingruppen och utgruppen där kritik riktas mot utgruppen gentemot dess brist på representation för hur resterande kvinnor ser ut i verkliga livet.

”Det är extremt orealistiskt många tror ju att man bör se ut som en Victoria's Secret-modell, men det är ju inte realistiskt någonstans, eftersom att det är photoshoppat... och när folk då väljer att försöka gå till de idealen så blir det ju väldigt fel, för det är inte realistiskt...”

(Gunilla s. 78)

Citatet från Gunilla understryker att idealkroppen inte är realistisk att uppnå, eftersom kroppsidealen som framträder på sociala medier är redigerade eller presenterade på ett sätt där individer ser smalare ut än vad de gör. Det framkommer vidare att kroppsidealen

är ”orealistiska” och ”inte överensstämliga med en hälsosam kvinnlig kropp”. Utöver detta anses det att upprätthållningen av dessa kroppsideal inte är hälsosamt för kvinnor på grund av att kroppsidealet anses vara realistiska.

Detta kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) där informanter upplever den ”normala” kroppen som mer realistisk, vilket representerar ingruppen, och den idealiserade kroppen representerar utgruppen. Där informanter genomgår en jämförelseprocess där de upplever den egna ingruppen som mer överlägsen över utgruppen genom dess genomförbarhet.

”Det var mycket ryggekotor och revben och nyckelben som syntes på bilder...det blev ett representerat ideal men när det blir glamouriserat...det är väl då det blir fel för att jag är rädd för att många unga ska se det och att det fortsätter att spä på”.

(Sivbritt s. 9)

Utifrån detta citat från Sivbritt framkommer det en oro hos alla informanter över att glamoriserande av mer ”ohälsosamma” kroppsideal som framkommer på sociala medier kan vara betydligt mer skadligt för yngre kvinnor. Eftersom unga kvinnor beskrivs vara mer påverkbara och mindre källkritiska i relation till vad som kan betraktas som en ”naturlig” och ”hälsosam” kropp. Detta kan förstås genom NSI (Deutsch & Gerard 1955) där informanter upplever en oro för yngre på grund av den normativa påverkan som uppkommer kring kroppsidealiserat innehåll på sociala medier. Där det finns förväntningar kring hur man bör se ut, och normer som framställer vad som anses vara socialt acceptabelt, som kotor och nyckelben. Denna process kan förstås ytterligare genom SIT (Tajfel & Turner 1979) där informanter uttrycker denna oro eftersom de upplever yngre flickor som deras ingrupp, därav finns det ett behov att skydda sin ingrupp eftersom det kan skada deras goda sociala identitet, vilket kan främja till en önskan om individuell mobilitet, där de kan få en önskan att lämna sin ingrupp och sträva efter att efterlikna utgruppen.

Sivbritts oro om att kroppsidealet kan vara skadligt för unga kvinnor kan förstås utifrån nedanstående citat:

”Det har varit tufft att växa upp under sociala medier i tonåren det var ändå många år som man matades av ... Det fanns så mycket saker på ett utseende som kunde vara fel och det var jättesvårt att passa in i ... normen”

(Sivbritt s.6)

I detta citat förklarar Sivbritt att det har varit tufft att växa upp med sociala medier under hennes tonår och att man ständigt blev matad av vad som var fel och vad som krävdes för att passa in i normerna för att anses vara vacker. Sivbritts tidigare erfarenheter av kroppsideal under tonåren, i kombination med dagens kroppsideal på sociala medier, förstärker hennes oro för unga kvinnor som exponeras för denna glamorisering av kroppsidealet. Detta kan förstås genom NSI (Deutsch & Gerard 1955) där hon själv har upplevt den normativa sociala påverkan under hennes tonår som framkommit på sociala medier. Där det finns en rad förväntningar kring hur man bör se ut i relation till kroppsidealet, och normer för att upprätthålla dessa ideal för att uppleva att man passar in och inte uppfattas som socialt avvikande. Dessa processer sker eftersom människor är sociala varelser som har en önskan att undvika avvikande uppfattningar om en.

5.2 Att stå emot idealen

Det andra huvudtemat, att stå emot idealen, belyser hur många informanter förhåller sig och aktivt motsätter sig kroppsidealen som framkommer på sociala medier.

“Jag påverkas inte så mycket faktiskt. Jag bryr mig inte så mycket. Jag gillar alltså hur jag ser ut det är så man är född. Och jag är hellre naturlig... att jag kan visa yngre tjejer i min närhet att det är okej man får se ut precis som man vill”

(Majken s. 42-43)

Detta citat betonar hur Majken står emot aktuella kroppsideal med hjälp av en god självkänsla och acceptans mot sin egen kropp. Hon uttrycker att hon inte påverkas av idealen, och föredrar det naturliga i stället för att försöka upprätthålla något som är orealistiskt. Denna process kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979), där Majkens grupptillhörighet, som motsvarar hennes ingrupp, krockar med de sociala jämförelserna gentemot kroppsidealiserat innehåll, som motsvarar utgruppen, detta bidrar till en jämförelse som leder till upprätthållandet av en god social identitet. De värderingar hon har gentemot sin ingrupp väger tyngre än de kroppsidealiserade värderingar som hon exponeras för på sociala medier. Detta sker på grund av att hon upplever sin ingrupp som positiv i jämförelse med utgruppen.

Samtidigt visar citatet att motståndet mot ideal inte bara är individuellt, utan också något som bör tas upp i sociala grupper. Hon betonar hur hon själv brukar föregå med normkritiska ställningstaganden till yngre, som breddar perspektiven kring kropp och utseende. På så sätt framträder avståndstagandet mot idealen som både en indikation på stark självkänsla, och som en aktiv handling för att utmana idealen. Med SIT (Tajfel & Turner 1979) i åtanke särskiljer Majken sin ingrupp, yngre tjejer i hennes omgivning, med utgruppen, idealkroppen. Genom att kritisera och ställa sig emot utgruppen under jämförelseprocesser främjar hon den sociala identiteten för yngre, och förespråkar att vara trygg i sig själv. Detta blir en social kreativitet, då hon aktivt omvandlar perspektiven hos yngre för att bibehålla den goda sociala identiteten hos ingruppen.

”... där är jag stolt över mig själv faktiskt. Jag tar ganska bra avstånd till sånt som hör till skönhet och kroppsideal ... Jag är ganska nöjd i mig själv. Jag vill inte påverkas självmant”

(Gertrud, s. 73)

Här betonar Gertrud hur hon aktivt ställer sig emot aktuella kroppsideal, genom avståndstagande från utseenderelaterat innehåll. Genom hennes uttryckta stolthet över sin förmåga att inte påverkas, framträder ett medvetet motstånd mot jämförelser. Vidare visar citatet att en stark självkänsla fungerar som en sköld mot negativ påverkan. Genom att hon beskriver sig själv som ”nöjd” indikerar hon på en stark självkänsla, vilket kan minska risken för att påverkas av idealiserat innehåll. Här handlar inte motstånd enbart om att undvika att bli påverkad, utan att aktivt upprätthålla en stark självkänsla som jobbar emot normerna.

Denna handlingsprocess tolkas genom SCT (Festinger 1954), som belyser hur jämförelseprocesser påverkas baserat på huruvida personen engagerar sig kring ämnet. Då Gertrud uttryckligen tar avstånd från skönhet- och kroppsidealiserat innehåll, eftersom det inte är av vikt eller intresse för henne, därefter visas hennes motivering till hur en jämförelse inte påbörjas. Detta beror på att det finns en brist av motivation att ändra beteendet utifrån det egna ställningstagandet.

5.2.1 Selektiv jämförelse

I tillhörande subtema ”selektiv jämförelse” framkommer det att många informanter står emot kroppsidealen som framkommer på sociala medier, och aktivt väljer att engagera sig i de innehåll som uppfattas som relaterbart, motiverande och i en mer naturlig kontext.

”...Då jag också försöker efterlikna deras vardag typ att många går upp på morgonen och tränar... jag går ju liksom inte och tränar och äter nyttigt för att efterlikna någon. Utan jag gör det för min egen skull för att jag själv vill det... och för att jag själv ska må bättre”

(Majken s. 44, 45)

I detta citat understryker Majken att hon aktivt väljer att följa och upprätthålla de innehåll som hon anser som hälsosamt och intressant för henne. Där innehållet enligt henne inte riktar just mot att upprätthålla en viss typ av kroppsideal utan mot en mer hälsosam livsstil som vidare motiverar henne till att göra det för hennes egen skull och för att må bättre. Denna process kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) eftersom Majkens ingrups normer och värderingar präglas av att bibehålla en god och hälsosam livsstil, för att må bättre, snarare än att efterlikna utgruppens kroppsrelaterade värderingar kring upprätthållandet av kroppsidealet. Detta leder till att hon väljer att efterlikna kreatörer på sociala medier som speglar hennes ingrupp utifrån deras innehåll. Detta eftersom Majken har internaliserat hennes ingrups värderingar och normer som sina egna som vidare har en positiv inverkan till att upprätthålla en god hälsa för sin egen skull och inte för att upprätthålla ett visst kroppsideal.

Många informanter berättade under intervjuerna att avslappnade bilder utan fokus på kropp, redigeringar eller vinklade på ett sätt för att se smalare ut var av större intresse. Samt att innehåll som speglar ett vardagligt liv utan en viss framställning av perfektion kring kroppsideal eller livsstilar ansågs vara mer inspirerande.

”Men det finns även de kreatörerna som kanske är...Det kan jag tycka är mer relaterbart att följa för då känner jag igen mig i personen för att den har samma yrke som mig...”

(Sivbritt s. 5)

Detta citat understryker vikten av igenkänning vid exponering av innehåll som speglar mer vardagligt och riktigt innehåll på sociala medier och dess positiva inverkan. Många informanter berättar att innehåll som speglar ett vardagligt liv anses vara mer intressant att se eftersom de skapar en känsla av tillhörighet gentemot innehållet. Detta skiljer sig från innehåll som framställer en orealistisk livsstil med dyra resor där vissa större kreatörer försöker framhäva deras vardag utifrån deras bästa dagar eller vinklade på ett visst sätt för att framhäva sin kropp som smalare, eftersom det inte anses vara realistiskt utifrån informanternas egna förutsättningar till att kunna känna igen sig i innehållet.

Dessa processer kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979), där informanterna belyser vikten av relaterbart innehåll som representeras som den teoretiska ingruppen. När innehållet inte kan upplevas som relaterbart bildas det en distans mellan innehållet och individen, det idealiserade innehållet blir utgruppen och individen blir ingruppen. Detta leder till ett avståndstagande där individen inte kan identifiera sig i materialet, och kan därav inte applicera det på den sociala identiteten. Detta tyder på en god social identitet, där slutsatsen dras att de som genomför denna selektiva jämförelse är bekväma i sina egna intressen och inte låter sig påverkas av irrelevant eller oönskat innehåll.

5.2.2 Avståndstagande från idealiserat innehåll

I detta subtema förklaras det att många informanter är medvetna om skadligt innehåll och väljer att inte reflektera kring det. Detta genomförs för att många informanter är medvetna om vad som är skadligt för självkänslan.

”Jag står väldigt mycket för att du ska kunna ha självförtroende nog att gå ut ... Och jag ser ju hur de har påverkat människor så jag vill inte omge mig med för mycket sånt. Men det är också oundvikligt med reklamskyltar...”

(Gertrud, s.73)

I detta citat beskrivs Gertruds distansering från idealiserat innehåll som en strategi för att stå emot påverkan. Genom att uttryckligen avstå från innehåll framkommer ett medvetet val att begränsa exponeringen av innehåll som är idealiserat, som ett sätt att skydda sin självkänsla. Dessutom betonar hon vikten av att ha en god självkänsla oavsett utseende, vilket visar att hennes värdegrund står i kontrast emot normerna.

Utöver det betonar Gertrud en medvetenhet att innehållet har en påverkan på andra, vilket motiverar henne till att aktivt ta avstånd från innehållet. Men samtidigt uttrycker hon att det är oundvikligt att undgå exponering av idealiserat innehåll, genom reklamskyltar.

“... jag tycker inte att det är realistiskt, för jag vet att de photoshopas. Så det blir liksom inte ett realistiskt ideal att leva efter. I mina ögon så kan man inte må bra av att göra det.”

(Gunilla, s.78)

Här betonar Gunilla att hon distanserar sig från idealiserat innehåll genom att avfärda det som orealistiskt. Genom framhållning av innehåll som redigeras, som inte kan spegla verkligheten, får det därefter en benämning som inte trovärdigt. Detta skapar ett mentalt avståndstagande av Gunilla till de kroppsideal som förmedlas på sociala medier. Genom att uttrycka att kreatörer inte kan må bra av att sträva efter dessa ideal, förstärker hon distanseringen där innehållet inte kan anses som åtråvärt. I stället för att relatera till idealen, eller jämföra sig med dem, låter hon inte idealen ha en betydelse.

Dessa processer kan förstås utifrån SCT (Festinger 1954), där informanterna tar avstånd från jämförelser, där de inte anser att kreatörerna representerar ett hållbart eller realistiskt ideal. Det är ett brett avstånd mellan privatpersonen och en kreatör på sociala medier, därav blir det inte relevant för dessa informanter att ingå i en jämförelseprocess. Informanterna väljer därefter att dra slutsatsen att det inte är hållbart att sträva efter den typen av livsstil som krävs för att upprätthålla idealen. För att dessa informanter ska reflektera över innehållet krävs det antingen ett stort intresse för ämnet, eller en närmare anknytning till kreatörens levnadssätt för att upprätthålla idealiserade utseenden.

5.3 Att dras in i jämförelse

I det tredje huvudtemat förklaras det av många informanter under deras berättelser att det förekommer vissa tillfällen där de jämför sig med kvinnor som publicerar innehåll på sociala medier som föreställer kroppsidealet, idealiserade utseenden i relation till smink, hår, framgångar i livet eller träning. Denna påverkan som sker när de jämför sig med andra som anses vara mer attraktiva, disciplinerade eller framgångsrika leder till att informanterna känner sig oattraktiva. Vilket kan resultera i självkänslan försvagas under vissa tillfällen.

”Om man är i en dålig sinnesstämning och ute på sociala medier... så känns det som att det materialet kommer lätt åt en när man är sårbar...”
(Inger s. 89)

Här förklarar Inger att under de dagar hon är i en sämre sinnesstämning känns det som man är mer sårbar för att ta åt sig av innehåll som främjar kroppsrelaterade ideal och leder till att hon jämför sig med det. Vilket kan förstås genom SCT (Festinger 1954) när individen inte kan få en direkt bekräftelse på deras förmågor vänder dem sig till andra. I detta fall sker det under sämre dagar för Inger. Där hon aktivt exponeras för kroppsidealiserat innehåll på sociala medier som får henne att hamna i jämförande tankegångar, vilket leder till känslor av oattraktivitet som kan skada självkänslan under sådana tillfällen.

”Den får mig väl att känna mig lat att ... du ska lägga ner den här tiden annars är du inte fin...”
(Fideli s. 54)

I detta citat understryker Fideli att representationen av de idealkroppar som framkommer på sociala medier, ständigt förmedlar ett budskap av ett behov till en ständigt upprätthållelse för att anses vara attraktiv. Många informanter har förklarat under intervjuernas gång att det finns en framställning kring hur man uppnår kroppsidealet och att man bör lägga ner en viss tid på antingen tränings- eller skönhetsrelaterade aktiviteter för att upprätthålla det som anses som attraktivt i linje med kroppsidealet på sociala medier. Vilket kan förstås genom SIT (Tajfel & Turner 1979) i och med att Fideli i sin egen ingrupp, gällande tidsaspekter för att upprätthålla en kroppsidealiserad livsstil, hamnar hon i en jämförelseprocess gentemot utgruppen som framställer att det finns tidsmässiga krav för att upprätthålla idealkroppen, där hon jämför sin ingrupps livsstil med utgruppens livsstil. Vilket leder till att hennes sociala identitet uppfattas som otillfredsställande som ett resultat av de jämförelser gentemot utgrupper, där hon känner sig lat i relation till utgruppen.

”Men det kan ju fortfarande vara tillfällen där det inte är lätt att koppla bort det där jag kan stå på kvällen i spegeln ... och tänka om man skulle gå ner lite i vikt...sen fullföljer jag aldrig det för att jag mår bra dagen efter”
(Sivbritt s. 7)

Vidare förklarar Sivbritt att det kan uppkomma tillfällen där hon upplever att kroppsidealet påverkar henne till en önskan att upprätthålla de kroppsideal som framkommer på sociala medier, men att hon aldrig fullföljer det eftersom hon mår bättre vid senare tillfällen. Vilket många informanter har uttryckt sig om under intervjuernas gång att det är självklart att man jämför sig med andra men att det inte leder till en önskan om att upprätthålla de kroppsideal som framkommer på sociala medier. Dessa processer kan förstås genom SCT (Festinger 1954) där individer har ett behov att bedöma sina egna förmågor eftersom de är väsentliga för att orientera sig i sociala sammanhang, individer vänder sig till andra för att få en uppfattning om sig själva. Detta bidrar till en jämförelseprocess, som i sin tur leder till att man känner sig oattraktiv, därefter skapas en temporär press till att anpassa sig till de kroppsideal som framkommer på sociala medier. Däremot, efter en viss tid blir dessa jämförelser meningslösa, eftersom de baseras på en aktuell sinnesstämning vid exponeringen, därav finns det ingen motivation för att upprätthålla kroppsidealet.

”...Det värsta är väl ... utseendemässigt faktiskt alltså man compare sig själv till andra... man kan liksom inte njuta av det man själv har... utan man måste alltid ha det bättre för vad man ser från andra”

(Berit, s. 60)

I detta citat upplyser Berit att hon ständigt exponeras för idealiserade utseendet på sociala medier, vilket leder till att hon aldrig kan få vara nöjd gentemot sitt utseende utan att hon ständigt utsätts för utseendemässiga jämförelser gentemot de innehåll som hon exponeras för. I Berits citat dras en parallell med SCT (Festinger, 1954), där hon inte kan känna sig nöjd med det hon själv innehar, utan ser att det alltid är någon annan som har det bättre. I och med att hon uttrycker utseendemässiga faktorer dras därefter slutsatsen att social jämförelse sker i hennes fall på grund av att hon värderar kroppsidealet högt. Dessa jämförelser med kroppsidealiserat innehåll leder till ett ständigt behov att jämföra sig med det, vilket leder till känslor av oattraktivitet, och därefter ett kontinuerligt behov att sträva efter upprätthållelse av attraktivitet i enlighet med de innehåll som de exponeras för på sociala medier.

5.3.1 Negativa jämförelser

I tillhörande subtema ”Negativa jämförelser” framkom det ur hälften av informanternas berättelser att de har hamnat i tillfällen där de jämför sig med de idealiserade utseendet som kreatörer publicerar på sociala medier. Ytterligare har dessa jämförelser lett till en önskan att kunna vidta de åtgärder som de kvinnor som anses vara idealet på sociala medier vilket bland annat innefattar skönhets, tränings och viktrelaterade åtgärder.

”Jag tror att man känner det negativa lite efteråt... efter att man har sett någon som wow hon ser jättefin ut kanske man tänker efteråt bara oj men jag kanske borde ändra på det här som jag gör i livet för att bli som hon”

(Hillevi s. 17)

Utifrån Hillevis citat beskrivs hur informanterna utsätts för exponering för kroppsrelaterade eller livsstilmässiga ideal på sociala medier, som vidare uppmuntrar kvinnor att vidta samma åtgärder som innehållet de exponeras för, för att efterlikna dem. Detta har hälften av informanterna förklarat i sina berättelser, då det finns en önskan om att efterlikna de kreatörer som representerar både kroppsrelaterade och skönhetsrelaterade ideal i deras flöden på sociala medier.

”...Och det faktum att jag inte ser ut som den vackra tjejen på tiktok, gör ju mig superledsen att jag så gärna vill se ut sådär”

(Barbro s. 36)

I citatet beskriver Barbro att exponeringen av idealiserade utseendet gör henne ledsen eftersom hon har en önskan om att efterlikna de utseenderelaterade idealen som framkommer på sociala medier. Där de har framkommit i hälften av informanternas berättelser att dessa jämförelseprocesser som sker vid exponering för kropp- och utseendeidealiserat innehåll kan ha en negativ inverkan på självkänslan. Dessa citat kan tolkas med SCT (Festinger 1954) där det beskrivs hur människor bygger en uppfattning kring sig själv i samband med jämförelser med andra. Detta bildar en process där både Hillevi och Barbro uttrycker en önskan om att efterlikna de kreatörer som framstår som idealet, vilket blir till en upplevd press till att anpassa sig utifrån jämförelser.

”Även om jag själv kan ta bort sådana budskap så är det någonting som man internaliserar... och som en kvinna på sociala medier är det skitsvårt att inte jämföra sig i allt man gör, sport, karriär, vikt, kropp allt sånt”

(Inger s. 93)

I detta citat förklarar Inger att även om det finns en möjlighet att ta bort de förväntningar relaterade till hur en kvinna bör vara för att anses som attraktiv i relation till de utseendemässiga idealen. Finns det ändå en tendens att internalisera dessa förväntningar och att jämföra sig med de utseenderelaterade idealen som hon exponeras för på sociala medier. Hälften av informanterna har förklarat i deras berättelser att deras syn gentemot sig själva påverkas i samband med jämförelser kring livsstil, kropp samt utseende, där de inte känner sig lika framgångsrika eller attraktiva i relation till de innehåll de exponeras för på sociala medier. Utifrån NSI (Deutsch & Gerard 1955) har omgivningen på sociala medier förväntningar på kvinnor, utifrån alla aspekter enligt Inger. Däremot uttrycker Inger att hennes övertygelse kring budskapen inte överensstämmer med dessa förväntningar. Med detta i åtanke implementeras SIT (Tajfel & Turner 1979), där informanternas ingrupp blir kvinnor, som hamnar i en jämförelseprocess utifrån utgruppens förväntningar på hur kvinnor bör framstå. Detta leder till en brist i den goda sociala identiteten, då den inte kan bibehållas på grund av att de inte känner sig lika attraktiva eller framgångsrika i relation till de innehåll de exponeras för på sociala medier.

5.3.2 Emotionella konsekvenser av kroppsidealet

I detta subtema beskrivs av fåtalet informanter som uttrycker hur känslor av otillräcklighet uppkommer i samband med att informanterna dras in i negativa jämförelser, vilket i sin tur representerar det utsatta perspektivet.

”Det är så jag vill se ut...Jag kan nämna över 50 saker jag hade velat ändra med mitt utseende, men knappt något jag tycker om, de är allt jag inte är. Det blir jobbigt när jag stänger av mobilen och kollar på mig själv i spegeln...”

(Barbro s. 34)

Citatet belyser hur exponeringen av idealiserade kroppar i sociala medier kan leda till en stark känsla av otillräcklighet genom jämförelser. Barbro beskriver hur hon ser upp till

andra kvinnor då dem har utseendemässiga faktorer som hon upplever att hon själv inte besitter, detta skapar en kontrast mellan det uppfattade idealet och hennes egen kropp. I sin helhet bidrar detta till en upplevelse av att inte kunna leva upp till idealen. Denna process kan förstås genom SCT (Festinger 1979) som beskriver att individer lär sig om sina egenskaper i samband med jämförelser med andra för att kunna orientera sig i sociala sammanhang. Barbro befinner sig i en jämförelseprocess, och gör en bedömning att hennes utseendemässiga förmågor inte lever upp till idealen presenterat på sociala medier, vilket resulterar i en negativ påverkan på självkänslan. Denna påverkan identifierar en önskan att efterlikna det presenterade idealet, och slutar med att hon drar slutsatser om det egna utseendet.

“... Det är så synd att jag ska behöva tänka att jag behöver spruta in medel i min kropp för att jag ska gå ner i vikt ... Det är så lätt för de andra. Samtidigt som jag tycker att jag ska känna att jag är fin som jag är men det gör man inte...”

(Berit s. 65)

I detta citat framkommer det hur jämförelser kan leda till en upplevd känsla av otillräcklighet och påverkar Berits självkänsla negativt. Hon uttrycker viljan att acceptera sig själv, men känner samtidigt ett behov av att förändra sin kropp för att leva upp till idealen. Dessutom framkommer det hur denna konflikt får emotionella konsekvenser, där Berit uttrycker missnöje i relation till det egna utseendet. Upplevelsen av att andra har det lättare stärker känslan av att inte rätta till, vilket bidrar till att hon värderar sig själv lågt. Utifrån Berits upplevda press till att medicinera sig, som kreatörer bidrar med, implementeras NSI (Deutsch & Gerard 1955), som belyser en process där individen anpassar sig utifrån gruppens förväntningar, för att passa in. Den normativa påverkan blir att medicinera sig för att åstadkomma en smal kropp, som motiveras av hur simpel processen är. Berit hamnar i tankegångar som motiverar användandet av medicinering, eftersom den förväntade anpassningen motiverar det. Detta i sin tur går över till en jämförelseprocess utifrån SCT (Festinger 1954) där Berit lägger stor vikt i hur lätt det är för andra genom medicinering, och jämför sin egen kropp med de smalare kroppar hon exponeras för på sociala medier.

5.4 Att anpassa sig

Huvudtemat ”att anpassa sig” fokuserar på hur alla informanter har medvetna och omedvetna hanteringsstrategier som får dem att undvika destruktivt innehåll, för att skydda sig själva. Majoriteten av strategierna förklaras som att styra sitt innehåll, men även trygga sociala miljöer har stort rum.

”...Sen på TikTok till exempel ... om jag tycker att någonting är jättejobbigt så brukar jag bara trycka på inte intresserad ... Så går jag in på sökningen där och scollar på en massa Minecraft-videos...”

(Berit s. 66)

Detta citat visar hur Berit aktivt styr sitt innehåll för att undvika sådant som upplevs som destruktivt. Hon beskriver att hon undviker innehållet genom att trycka på ”ej intresserad”, vilket tyder på att hon inte blir en passiv mottagare utav innehåll, utan aktivt formar ett hållbart flöde. Därefter beskriver hon hur hon använder alternativa typer av innehåll, som Minecraft videos, för att påverka algoritmen och minska exponeringen av oönskat innehåll.

”Ibland försöker jag bara scrolla ... 'Nej, jag vill inte se' men oftast inte. Mina algoritmer vet att det där är det jag kollar på varje ... dag. Så jag är ju ständigt matad även om jag ibland, väldigt sällan då, försöker att liksom... titta bort. Men... Det är svårt”

(Barbro s. 37)

I detta citat belyses det hur Barbro försöker anpassa sitt innehåll för att få bort det som anses destruktivt, men dessa försök är begränsade. När hon uttrycker försöken att titta bort visas viljan att minska exponeringen för oönskat innehåll, men hon nämner också att detta sker utan större resultat på flödet. Detta tyder på en bristande kontroll över flödet, som resulterar i trots hennes försök att styra innehållet så exponeras hon ändå för samma typ av material. Detta bidrar med ett perspektiv på svårigheter med att försöka styra innehållet som strategi. Metoden att scrolla vidare som Berit förklarar, och är en återkommande metod hos många informanter, blir en hanteringsstrategi som går i enlighet med SIT (Tajfel & Turner 1979), där det oönskade flödet blir en utgrupp och det uppskattade flödet blir ingruppen. För att underlätta för sin sociala identitet, flyr de undan destruktivt innehåll och väljer att anpassa sitt flöde till ett bekvämt och lättamt flöde, för att nå en god social identitet. Barbro uttrycker att hon försöker använda sig av samma

strategi som Berit, däremot har hon inte samma kontroll över sitt flöde som Berit har. Detta kan tolkas utifrån SCT (Festinger 1954) där hon upplever ett ständigt behov av att bedöma sina förmågor, och söker efter jämförelser aktivt för att bilda en uppfattning kring henne själv. Genom en brist på kontroll av flödet, på grund av att den är medveten om vad hon intresseras av, tappar hon sin ingrupp och blir fast i en cykel av jämförelser.

“Jag och mina kompisar har nog alltid pratat mycket om det med kroppshets och om vi mår dåligt över vår kropp på något sätt. Att man tar stöd av varandra i det och pratar öppet om det. Det tror jag är bra för då kan man hjälpa och påminna varandra om att inte behöver se ut på ett visst sätt eller att alla är fina på sitt sätt...”

(Sivbritt s.7)

Detta citat visar hur Sivbritt använder sin sociala omgivning som ett sätt att hantera påverkan av kroppsideal. Genom öppna dialoger med vänner om kroppshets och negativa känslor skapas ett socialt sammanhang där dessa känslor kan bearbetas. Detta tyder på att anpassning av innehåll inte enbart handlar om att styra sitt flöde, men även att man söker sig till sociala relationer som ett sätt att få stöd. Denna strategi fungerar även som en utmaning till idealen, genom att påminna sin omgivning att de är fina som de är. Detta tolkas som att aktivt motverka den negativa påverkan som idealiserade framställningar kan ha. Anpassningen som görs blir i sin tur att ha en social miljö som stärker självkänslan och fungerar som en motpart till negativa budskap. Med SIT (Tajfel & Turner 1979) i åtanke fungerar Sivbritts vänner som en ingrupp, och den upplevda kroppshetsen blir en utgrupp, Genom de aktiva ställningstaganden som ställer sig emot varandra, fungerar ingruppen som ett skyddsnät för att inte identifiera sig hos utgruppen.

5.4.1 Upprätthållandet av kroppsidealiserade normer

I detta subtemat förklaras det från fåtalet av informanterna att exponering för kroppsidealiserat innehåll på sociala medier bidrog till en upplevd nödvändighet att upprätthålla rådande kroppsnormer. Detta för att passa in i de förväntningar samt följa de normer som finns kring upprätthållandet av idealkroppen.

“...Jag vill egentligen bara ta det lugnt och sen går in på instagram kanske jag ser någon som har sprungit ett halvmaraton...antingen går jag ut och tränar fast jag verkligen inte vill eller så gräver man sig i ett hål och känner

sig värdelös för att man inte kan upprätthålla det även fast man inte behöver det”

(Inger s. 91)

I detta citat förklarar Inger att när hon får se kreatörer publicera innehåll på sociala medier där de upprätthåller den idealiserade kroppen, att det leder till att hon känner att hon har ett behov att upprätthålla de normerna kring idealkroppen även om hon egentligen inte vill. Om hon inte upprätthåller normerna känner hon sig otillräcklig, eftersom de budskap som sprids kring kroppsidealet vidare uppmuntrar individer till att upprätthålla ett visst beteende för att passa in i kroppsidealet, även om det inte finns ett behov. Denna process kan förstås genom SCT (Festinger 1954) där individer lär sig om sina egna egenskaper i samband med jämförelser med andra, då individen har ett behov att bedöma sina förmågor, eftersom dessa bedömningar är viktiga för att kunna orienteras i sociala sammanhang. I detta fall värdesätter Inger sig själv som värdelös i jämförelser med andra vid exponering för kreatörer som upprätthåller idealkroppen på sociala medier. Vidare kan Ingers handlingsprocess förstås genom NSI (Deutsch & Gerard 1955), där normerna som förmedlas genom kreatörers innehåll som upprätthåller idealkroppen, påverkar henne till att anpassa hennes beteende för att passa in i de normer som finns vid dessa framställningar. Denna normativa påverkan bidrar till att Inger anpassar sig utifrån de normer som framkommer i dessa inlägg för att upprätthålla en idealkropp, även om hon är medveten om att hon nödvändigtvis inte behöver det.

Vidare har det framkommit från fåtalet informanter i deras berättelser att när de själva publicerar innehåll på sociala medier finns det en rad standarder för vad som anses vara okej respektive inte okej att publicera. Detta har lett till att de aktivt själv publicerar innehåll där de presenterar sig själva i linje med vad som framställs som eftersträvansvärt på sociala medier, vilket gäller både skönhets- och kroppsrelaterade ideal.

”Man ska ha en specifik kroppsbyggnad annars kan du inte lägga ut bilder på hela din kropp”

(Gunilla s. 77)

I detta citat förklaras det av Gunilla att det finns ett behov av att ha en viss kroppsform som faller i linje med de smala kroppsideal som framkommer på sociala medier och om man inte har det så kan man inte publicera hela bilder på sin kropp. Denna process kan

förstås genom NSI (Deutsch & Gerard 1955) där individer anpassar sig till gruppens förväntningar och normer för att passa in och att undvika att upplevas som socialt avvikande. I detta fall på grund av de förväntningar som framkommer vid publicering av kroppsrelaterat innehåll på sociala medier, där man bör se ut på ett sätt som uppfattas som socialt acceptabelt. Där informanterna har en medvetenhet om att de inte uppfyller dessa krav, vilket leder till att de undviker att publicera innehåll där hela kroppen syns. Detta görs för att falla i linje med det som anses vara eftersträvansvärt gällande kroppsrelaterade ideal, samt för att inte avvika från de förväntningar som finns gällande kroppsrelaterade ideal som framkommer på sociala medier.

*” ...då är det elaka kommentarer från folk som skriver... om deras kropp.
Då tänker jag jaha, hon ser ut som mig, då skulle andra tänka så om mig
också... då ska man nog inte ha sådana jeans ”*

(Sivbritt s. 8)

I detta citat framkommer det från Sivbritt att negativa kommentarer gentemot kreatörer som liknar henne kroppsmässigt, leder till att hon drar en slutsats att avstå från att köpa liknande kläder som kreatörer har på sig. Dessa processer kan förstås med NSI (Deutsch & Gerard 1955) som förklarar att individer anpassar sig till gruppens förväntningar för att passa in eller för att undvika att uppfattas som avvikande. Detta eftersom individen strävar efter en social acceptans, snarare än socialt avvikande gentemot andra. Därav påverkas informanter genom de normativa förväntningarna av andra, gällande kroppsidealiserade egenskaper och hur man bör anpassa sitt utseende utifrån det. I detta fall handlar det om en rädsla att uppfattas som socialt avvikande, därav avstår informanter från att både bära och publicera innehåll som man tidigare sett negativa kommentarer om, även om de nödvändigtvis inte tycker att det är fel att uppvisa sin kropp på ett visst sätt vid publicering av innehåll.

6 Diskussion

Syftet med studien var att fördjupa förståelsen för hur unga vuxna kvinnor beskriver sina upplevelser av kroppsideal på sociala medier, samt uppmärksamma hur det påverkar deras självkänsla. Detta syfte var av intresse för forskarna eftersom kroppsideal alltid har funnits samt varit i konstant utveckling. Studien har utgått från ett socialpsykologiskt perspektiv, använt sig av semistrukturerade intervjuer och en reflexiv tematisk analys för

att få en djupare förståelse för informanternas upplevelser. I detta avsnitt knyts resultat i samband med teori och tidigare forskning, dess socialpsykologiska betydelse, studiens slutsatser, en kritisk granskning av studien, den praktiska nyttan samt förslag för framtida forskning.

6.1 Resultatsdiskussion

Med första forskningsfrågan i åtanke, visar resultatet att social jämförelse är en återkommande process, men betydelsen av jämförelsen varierar. För ett fåtal av informanterna upplevs dessa jämförelser leda till negativa känslor, som otillräcklighet, vilket går i linje med tidigare forskning (Jung et al. 2022; Taylor & Nichter 2024). Som belyser de negativa effekterna av kroppsideal på sociala medier. Samtidigt visar resultatet att majoriteten inte påverkas lika negativt, vilket nyanserar den tidigare forskningen, och bidrar med ett annat perspektiv kring de som inte påverkas negativt. En viktig aspekt som framkommit är att jämförelse inte alltid leder till sämre självkänsla, utan påverkan av jämförelse beror på individens medvetenhet, aktuella sinnesstämning och tolkning av innehållet. Därav är påverkan av kroppsidealen på sociala medier situationsbunden, där hälften av informanterna beskriver att de påverkas mer i olika sammanhang, som till exempel när de befinner sig i en dålig sinnesstämning. Detta går i linje med Festingers sociala jämförelseteori (1954), som belyser att jämförelser sker baserat på individens intresse av innehållet. Abrevaya et al. (2025) stärker detta genom förklaringen att individer med högre kroppssoro är mer benägna att bli påverkade av kroppsidealiserade jämförelser. Samtidigt konstateras, utifrån resultatet, ett uppmuntrande till medicinering av kreatörer på sociala medier, där det framstår som en lätt lösning för att uppfylla ett smalideal. Detta stärks av Dajches et al. (2025) som betonar att följande av kreatörer på sociala medier orsakar en acceptans till kosmetiska ingrepp. Detta förklarar hur kreatörers framställande av budskap fungerar som en motiverande faktor, men medför inte alltid positiva konsekvenser, utan exponeraren kan hamna i negativa tankegångar.

I relation till den andra forskningsfrågan visar resultatet att kroppsideal uppfattas som tydliga, återkommande, och till viss del normaliserade. Majoriteten av informanterna beskrev kroppsidealet som smalt, vältränat och ”perfekt”. En viktig aspekt att belysa här är dock att dessa ideal inte alltid internaliseras, utan beskrivs som orealistiska. Detta innebär att exponering inte nödvändigtvis direkt leder till en påverkan av självkänsla,

vilket skiljer sig från tidigare forskning (Davies, Turner & Udell 2024; Patel, Perez & Cogle 2025). Som belyser att negativa effekter är mest framträdande. Detta betonar hur olika kroppsideal upplevs, då det skiljer sig från en dag till en annan, utifrån det aktuella måendet vid exponeringen. En viktig slutsats blir därefter att kroppsideal inte upplevs av alla på samma sätt, utan alla individuella faktorer hos exponeraren spelar roll.

Tidigare forskning betonar negativa konsekvenser av kroppsideal på sociala medier (Jung et al. 2022; Monks, et al. 2021; Taylor & Nichter 2024), så som sociala jämförelser, leder till försämrad självkänsla vilket medför ett behov att framstå som perfekt. Vår studie visar dock att detta inte är fallet, de flesta informanterna upplever att det inte är realistiskt att jämföra sig med kroppsidealiserat innehåll, därav visar detta att unga vuxna kvinnor kan förhålla sig kritiskt till innehållet de exponeras för. Resultatet stödjer dock tidigare forskning i att social jämförelse är en central handlingsprocess, men utmanar antagandet att denna alltid leder till negativa utfall. Genom att inkludera sociala identitetsteorin synliggörs även hur gruppnormer, som tas i form av en upplevd normativ social påverkan, påverkar individen på ett mer subtielt plan, även när påverkan inte upplevs som direkt negativ. Samtidigt visar resultatet att sociala processer, som social jämförelse kan ske automatiskt trots en medvetenhet att innehållet är orealistiskt. Detta kan kopplas till tidigare forskning som har beskrivit att exponering för kroppsidealistiskt innehåll leder till utseenderelaterade jämförelser som resulterar i en önskan att upprätthålla kroppsidealistiska utseenden (Dajsches et al. 2025; Hogue et al. 2023; Patel, Perez & Cogle 2025). Däremot förekom det att igenkänning vid exponering för innehåll på sociala medier väckte ett intresse hos informanterna, vilket går i linje med Seekis och Lawrence (2023).

I förhållande till den tredje forskningsfrågan framkommer det att informanterna använder sig av olika hanteringsstrategier vid exponering av kroppsideal. Dessa inkluderar att avfölja konton, begränsa sina flöden, och inta ett kritiskt perspektiv. Detta ligger i linje med Hill och Oz (2024) som betonar hanteringsstrategier som skyddsnät. En slutsats som kan dras är att dessa strategier uppfattas som relativt effektiva för många informanter, vilket kan förklara varför många inte upplever en stark negativ påverkan. Den hanteringsstrategin som uppfattas som mest effektiv, var social omgivning, som betonar hur sociala relationer främjar en god källkritik. Samtidigt visar resultatet att vissa

processer, som jämförelse, kan ske automatiskt trots en medvetenhet att det inte är hållbart. Detta betonar hur påverkan inte kan undvikas till fullo.

6.2 Socialpsykologisk betydelse

Utifrån kunskapsluckan kan slutsatsen dras att den fylls ut genom implementeringen av sociala identitetsteorin, då tidigare forskning berör sociala jämförelseteorin (Festinger 1954) belyses de individuella reaktionerna. Däremot bidrar denna studie med intrapersonella perspektiv som belyser hur grupprocesser på sociala medier påverkar dessa unga vuxna kvinnor. Genom det bredare perspektivet ökas förståelsen för hur kroppsideal på sociala medier inte enbart är ett individuellt problem, utan ett socialt och normativt problem. Där unga vuxna kvinnor exponeras för kroppsidealiserat innehåll på sociala medier som ger en inblick i vad som anses som eftersträvansvärt. Däremot har sociala identitetsteorin (Tajfel & Turner 1979) ytterligare bidragit till en djupare förståelse kring hur unga vuxna kvinnor aktivt kan ta ett motstånd till kroppsidealet genom uttryckt oro gentemot yngre samt genom att representera en ”hälsosam kvinnlig kropp”. Ytterligare har ett motstånd uttryckts genom hanteringsstrategier där omgivningen har fungerat som ett skyddsnät mot det upplevda kroppsidealet, samt den aktiva kontrollen av det egna flödet på sociala medier.

Genom att inkludera den sociala identitetsteorin möjliggjordes en djupare förståelse kring hur informanterna uppfattar det idealiserade innehållet och hur de aktivt väljer att inte exponeras för kroppsidealiserat innehåll på grund av bristen av identifikation i relation till det. Ytterligare bidrar den sociala identitetsteorin (Tajfel & Turner 1979) med en ytterligare förståelse kring omgivningens roll utanför sociala medier, där informanter vänder sig för att finna stöd och samtalar med sin omgivning som en hanteringsstrategi, för att underlätta de negativa konsekvenserna av jämförelserna. Detta går i linje med tidigare forskning som beskrivit olika hanteringsstrategier för att hantera kroppsidealistiskt innehåll på sociala medier, för att undvika att påverkas av kroppsidealet (Hill & Oz 2024; Patel, Perez & Cogle 2025). Däremot utifrån resultatet, har det framkommit att fåtal informanter upplever ett behov att upprätthålla kroppsidealet, däremot har alla upplevt förväntningar kring hur man bör se ut i relation till kroppsidealet som framträder på sociala medier. Genom att implementera sociala jämförelseteorin (Festinger 1954) och normativ social påverkan (Deutsch & Gerard 1955) fördjupades förståelsen kring hur informanterna anammar de normer och förväntningar som finns i

det kroppsidealistiska innehållet. Vilket går i linje med tidigare forskning som uppvisat att sociala jämförelser gentemot kroppsidealiserat innehåll leder till ett behov till att upprätthålla kroppsidealet (Dajsches et al. 2025; Hogue et al. 2023; Patel, Perez & Cougle 2025). Däremot finns det en brist av fördjupning kring den upplevda normativa påverkan som sker i samband med jämförelser. Om studien genomförts på nytt med denna nya kunskap hade en intervjuguide utformats med frågor kring det upplevda grupstrycket som framkommer vid kroppsidealiserat- eller träningsrelaterat innehåll. För att få en djupare förståelse i den normativa påverkan som uppkommer i samband med dessa sociala jämförelser som sker på sociala medier.

6.3 Slutsatser

Sammanfattningsvis har de slutsatser som dragits pekats på en mer nyanserad bild än vad som ofta framkommer i tidigare forskning, samtidigt som denna nyansering behöver problematiseras. Även om informanter berättat att de motsätter sig kroppsidealiserat innehåll på sociala medier, har majoriteten uttryckt en nyanserad bild på hur denna påverkan framstår. Bland annat kan återkommande jämförelser och en medvetenhet om idealens närvaro fungera som en underliggande referensram, även om detta inte alltid upplevs som negativ inverkan på synen gentemot sig själv. Dessutom visar resultatet en viktig spänning mellan upplevd kontroll av sina flöden på sociala medier och faktiskt påverkan. Informanterna beskriver en förmåga att förhålla sig källkritiskt, men samtidigt framgår det att vissa reaktioner sker per automatik. Detta problematiserar i vilken utsträckning individen fullt ut kan distansera sig från de normer som skapas på sociala medier, och pekar på att påverkan kan ske även när den inte erkänns.

En ytterligare aspekt rör hur påverkan förändras över tid. Utifrån informanternas berättelser kring deras upplevelser av kroppsidealet på sociala medier, betonas den nuvarande upplevelsen av att vara delvis opåverkad kan vara ett resultat av tidigare negativ påverkan. Detta innebär att slutsatserna bör förstås i relation till mognad och erfarenhet, snarare än som nuvarande tillstånd.

6.4 Kritisk granskning av studien

6.4.1 Begränsningar

Studiens styrkor är tydliga genom en redovisning av resultat och analys, vilket i sin tur stärker studiens pålitlighet (Sapsford 1988, s. 152, 153). Trots att studien gett värdefulla insikter, finns det några begränsningar att beakta. Resultatet inte går att generalisera till resterande population i Sverige (Skansholm, Jacobsson & Skansholm 2021, s. 125) vilket påverkar studiens yttre validitet i relation till ett begränsat urval. Genom att använda semistrukturerade intervjuer möjliggjordes en fördjupning i informanternas perspektiv. Där det kunde ställas specifika följdfrågor baserat på vad informanterna hade uttryckt, utan att begränsas av intervjuguiden. Den semistrukturerade intervjuguiden fungerade som ett redskap för att undvika att beröra känsliga ämnen (Denscombe 2016, s. 266) såsom ätstörningar och frågor som berör den privata kosten. Däremot kan det öppna förhållningssättet vid semistrukturerade intervjuer ha bidragit till en oklarhet kring vad informanterna diskuterade. Detta har resulterat i att forskarna i vissa tillfällen ställt irrelevanta följdfrågor som inte har kunnat kopplas till studiens syfte, men gjordes enbart för att hålla konversationen vid liv. Dessutom har intervjufrågorna en öppenhet för tolkningsföreträde, och de resultat som framträder med en icke påverkan kan handla om att inga frågor var direkt ställda mot en dålig självkänsla. Frågorna öppnar för ett perspektiv av önskvärdhet, där informanterna själva fått beskriva om de upplever att de påverkas eller inte, vilket kan resultera i att de vill framstå som oberörda (Edwards 1953, s. 92). Detta kan ha påverkat resultatet i relation till hur stark påverkan av kroppsideal på sociala medier är. Den reflexiva tematisk analysen (Braun & Clarke 2021) med dess induktiva angreppssätt att analysera datan utifrån syfte och forskningsfrågor, bidrog till en nyanserad förståelse under analysprocessen. Däremot skulle en abduktiv ansats med ytterligare teori implementerad, där intervjuguiden kategoriseras baserat på teoretiska utgångspunkter i SIT (Tajfel & Turner 1979), NSI (Deutsch & Gerard 1955) och SCT (Festinger 1954), snarare än känslomässiga aspekter, ha resulterat i en tydligare koppling till teori i analysen.

6.4.2 Studiens styrkor

Studien använder en kvalitativ ansats (Bryman 2018, s. 455) vilket möjliggjorde en djupare förståelse för hur unga vuxna kvinnor upplever kroppsideal på sociala medier

genom semistrukturerade intervjuer. Detta tillvägagångssätt har varit en styrka, eftersom det gett utrymme för nyanserade beskrivningar och individuella perspektiv (Sapsford 1998, s. 153). Den hermeneutiska epistemologin (Stevens 1988, s. 79 - 81) möjliggjorde en nyanserad förståelse för hur unga vuxna kvinnor beskriver sina upplevelser av kroppsideal på sociala medier. Vidare bidrog det till en ytterligare förståelse för informanternas handlingar i relation till hanteringsstrategier och perspektiv kring självkänsla.

6.4.3 Kvalitetskriterier

För att uppfylla de satta kvalitetskriterierna har forskarna aktivt arbetat med aspekter som trovärdighet och pålitlighet. Redan innan datainsamling lade forskarna stor vikt i betydelsen av forskarens roll för att undvika intervjuareffekten (Denscombe 2016, s. 270, 271). Detta säkerställdes i sin tur genom att följa principerna för den hantverkskickliga intervjuaren (Kvale & Brinkemann 2014, s. 208) under hela intervjuprocessen, där forskarna förhöll sig objektiva och ställde öppna frågor. Informanterna gavs möjlighet att välja mellan intervjuer på plats. De intervjuer som genomfördes fysiskt ägde rum i avskilda grupperum, vilket säkerställde att inga obehöriga kunde ta del av samtalen. Genom att använda ett respektfullt, empatiskt och lyhört förhållningsätt under intervjuernas gång resulterade det till trygga miljöer där de kunde prata fritt vilket bidrog till att datainsamlingen var rik och nyanserad. Forskarnas roll (Sapsford 1988, s. 150) kan ha påverkat hur materialet tolkats och vilka teman som lyfts fram, eftersom forskarna utgått från syfte och forskningsfrågor under analysprocessen. Däremot har forskarna aktivt arbetat tillsammans under bearbetningen av datan, specifikt har forskarna använt sig av kollaborativ kodning (Braun & Clarke 2022, s. 8, 55) för att undvika att låta resultatet påverkas av bias. Detta genomfördes då forskarna aktivt ifrågasatte varandras tolkningar, tills koderna utformades i samförstånd, vilket i sin tur ökar pålitligheten av studien (Sapsford 1988, s. 152, 153). För att ytterligare stärka trovärdigheten i studien samt motverka förutfattande antaganden i bearbetningen av datan har forskarna därefter använt respondentvalidering (Denscombe 2016, s. 410) för att säkerställa att materialet är tolkat utifrån informanternas perspektiv. Studien har präglats av transparens (Skansholm, Jacobsson & Skansholm 2021, s. 125) vid genomförandet, bland annat genom en tydlig redogörelse för tillvägagångssätt och analysmetod. Detta har bidragit till att ge läsaren en

överblick över forskningsprocessen som helhet, vilket ytterligare stärker studiens pålitlighet (Denscombe 2016, s. 410).

6.4.4 Etiska förhållningsätt

Studien har etiska principer i förhållande till Vetenskapsrådets riktlinjer (2024). Alla informanter fick ta del av studiens syfte och ändamål, givit deras samtycke och har anonymiserats. Informanterna fick möjlighet att avbryta sitt deltagande upp till vecka 14, utan konsekvenser. Alla informanter anonymiserades, och tilldelades alias under kodningsprocessen. Studien kunde berört känsliga ämnen, därefter har vi varit noga med att inte ha med personliga uppgifter som på något sätt kan avidentifiera informanterna. Under hela studiens gång har vi varit noga med att se över, och uppfylla, de etiska forskningsprinciperna, för att stärka pålitligheten av studien.

6.5 Praktisk nytta

Genom att integrera dessa insikter finns det ett behov av att sociala medier hanterar sina algoritmer på ett sätt som främjar hälsosammare budskap, snarare än en cyklisk process av destruktiva flöden som aktivt främjar ett kroppsideal som anses vara eftersträvansvärd. Då algoritmer är individspecifika (Svenska kommunikatörer 2022), finns även ett behov att sociala medier implementerar en form av intervention som stoppar individer att hamna i dessa ”ohälsosamma” algoritmer. Detta kan göras genom pauser i den aktiva scrollningen där det dyker upp meddelandet som “Det finns hjälp att få” eller dylikt. Vidare bör kreatörer se ansvaret hos sig själva som aktiva budbärare för en yngre målgrupp, där det finns ett stort behov för anpassning av det publicerade innehållet.

6.6 För framtida forskning

I och med att urvalet i denna studie bestod av unga vuxna kvinnor spelar mognad en stor roll kring huruvida informanterna påverkas av kroppsideal på sociala medier. Däremot uttryckte de ofta en oro för yngre, som uttrycks vara mer benägna till att ta illa vid sig av kroppsideal. Därav hade det varit av intresse att applicera denna studie på yngre flickor som befinner sig i tonåren, för att se om den uttryckta oron informanterna i denna studie upplever är av befogenhet..

7 Referenslista

Abrevaya, S., Bravo, I.F., Stancanelli, S. & Ramenzoni, V.C. (2026). Individual differences in weight concern predict sensitivity to weight differences in other people, *The Quarterly journal of experimental psychology*, 79 (1), s. 251-264.

doi: 10.1177/17470218251346775 [Hämtad 2/3]

Braun, V. & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: a practical guide*. London: SAGE

Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), s. 77-101. doi: 10.1191/1478088706qp063oa. [Hämtad 3/12]

Braun, V. and Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis?, *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), ss. 328-352. doi: 10.1080/14780887.2020.1769238 [Hämtad 18/12]

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Tredje upplagan Stockholm: Liber

Barnens rätt i samhället (BRIS) (2025). *Kropp och utseende*. <https://www.bris.se/for-barn-och-unga/vanliga-amnen/jag-och-min-identitet/kropp-och-utseende/> [Hämtad 29/12]

Barnens rätt i samhället (BRIS) (2025). *Självförtroende och självkänsla*. <https://www.bris.se/for-barn-och-unga/vanliga-amnen/jag-och-min-identitet/sjalvfortroende-och-sjalvkansla/> [Hämtad 29/12]

Dajches, L., Gahler, H., Terán, L., Yan, K., Zeng, J., & Stevens Aubrey, J. (2025). “I made you look”... and comment: Exploring the role of TikTok on body image and acceptance of cosmetic surgery. *Psychology of Popular Media*, 14(4), s. 530–538. Doi: 10.1037/ppm0000566 [Hämtad 11/4]

Davies, B., Turner, M. and Udell, J. (2024). The Importance of Social Cues When Browsing Appearance-Focused Social Media Content: A Think Aloud Protocol Analysis Using Fitspiration Images and Instagram Feed Browsing. *Media Psychology*, 27(3), s. 352-378. doi: 10.1080/15213269.2023.2242251. [Hämtad 9/12]

Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. 3., rev. och uppdaterade uppl. Lund: Studentlitteratur

Deutsch, M. and Gerard, H.B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment, *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), s. 629–636. doi:10.1037/h0046408. [Hämtad 8/4]

Edwards, A.L. (1953) The relationship between the judges desirability of a tarot and the probability that the trait will be endorsed, *Journal of applied psychology*, 37 (2). s. 90-93. doi: 10.1037/h0058073 [Hämtad 23/4]

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes, *Human Relations*, 7(2), s. 117-140. [Hämtad 19/11]

Gunter, B (2012). The Role Of The Media. I Ramsey, N & Harcourt, D. (Red.) *The Oxford handbook of the psychology of appearance*. New York, NY: Oxford University Press, s. 455-464.

Halliwell E, Diedrichs P, C. (2012). Influence Of The Media. I Ramsey, N & Harcourt, D. (Red.) *The Oxford handbook of the psychology of appearance*. New York, NY: Oxford University Press, s. 217-232.

Hill, P & Oz, M. (2024). Instagram ideals: College women's body image and social comparison, *First Monday*, 29 (9). doi:10.5210/fm.v29i9.13638. [Hämtad 9/12]

Hogue, J., Minister, C., Sampson, L., Mills, J. (2023). Young women's dialectical responses to fitspiration and thinspiration: A qualitative study, *Eating Behaviors*, 50, doi: 10.1016/j.eatbeh.2023.101758 [Hämtad 2/3]

Högskolan I Skövde (2023). *Behandling av personuppgifter*.
<https://www.his.se/gdpr> [Hämtad 7/12]

Internetstiftelsen (2025). *Svenskarna och Internet 2025* Stockholm: Internetstiftelsen
<https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2025/09/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2025.pdf> [Hämtad 3/2]

Jung, J. Barron, D. Lee, Y-A., Swami, V. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women, *Computers in Human Behavior*, 135. doi:10.1016/j.chb.2022.107357. [Hämtad 4/11]

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Tredje [reviderade] upplagan Lund: Studentlitteratur

Lee, R.M. (1993). *Doing research on sensitive topics*. London: Sage. [Hämtad 7/11]

Monks, H., Costello, L., Dare, J., Boyd Reid, E. (2021). "We're Continually Comparing Ourselves to Something": Navigating Body Image, Media, and Social Media Ideals at the Nexus of Appearance, Health, and Wellness. *Sex Roles* 84, s. 221-237 <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01162> [Hämtad 9/12]

Oxell, A. (2025). *Hyperidealen: En rapport om normer, skönhetsideal och dess effekter på unga. Tjejzonen & Kicks* <https://tjejzonen.se/wp-content/uploads/2025/05/Hyperidealen-2025-Tjejzonen-KICKS.pdf> [Hämtad 4/11]

Patel, T. A., Perez, A., & Cogle, J. R. (2025). The Effects of Thinspiration Social Media on Overvaluation of Appearance, Safety Behavior, and Appearance Concerns.

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 28(10), s. 717-722. Doi: 10.1177/17470218251346775 [Hämtad 11/4]

Sapsford, R. Still, A. Miell, D., Stevens, R. & Wetherell, M. (red.) (1998). *Theory and social psychology*. London: SAGE.

Sapsford R. (1998). Evidence. I Sapsford, R., Still, A., Miell, D., Stevens, R. & Wetherell, M. (red.) *Theory and Social Psychology*. London: SAGE, s. 143-157.

Seekis, V. & Lawrence, R.K. (2023), How exposure to body neutrality content on TikTok affects young women's body image and mood, *Body Image*, 47, s. 101629. Doi: [10.1016/j.bodyim.2023.101629](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101629)

Skansholm, A, Jacobsson, K, Skansholm, S. (2021). *Handbok i uppsatskrivande - för psykologiämnet*. Studentlitteratur: Lund

Stevens, R. (1998). Trimodal Theory As A Model For Interrelating Perspectives In Psychology. I Sapsford, R., Still, A., Miell, D., Stevens, R. & Wetherell, M. (red.) *Theory and Social Psychology*. London: SAGE, s. 75-83.

Svenska Akademiens Ordbok (SAOB) (1934). *Jämförelse* https://www.saob.se/artikel/?unik=J_0259-0127.Ln6N [Hämtad 29/12]

Svenska Kommunikatörer (2022). *Gör dig synlig på sociala medier – så fungerar algoritmerna*. <https://www.sverigeskommunikatorer.se/kunskap/nyheter/gor-dig-synlig-pa-sociala-medier--sa-fungerar-algoritmerna> [Hämtad 27/4]

Tajfel, H. and Turner, J.C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict, I Austin, W.G. & Worchel, S. (Red.) *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Monterey, Calif.: Brooks-Cole. s. 33-47. [Hämtad 19/11]

Taylor, N. & Nichter, M. (2024) "I Love My Body, but Hers is Better!" Body Positivity and Social Media Among College Women', *Emerging Adulthood*, 13(2). <https://doi.org/10.1177/216769682412731> [Hämtad 28/4]

Vetenskapsrådet (2024). *God forskningssed*. Stockholm: Vetenskapsrådet. <https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2024-10-02-god-forskningssed-2024.html> [Hämtad 4/11]

Wetherell, M. McGhee, P. Stevens, R. (1998). Defining social psychology. I Sapsford, R., Still, A., Miell, D., Stevens, R. & Wetherell, M. (red.) *Theory and Social Psychology*. London: SAGE, s. 5-18.

Bilaga 1 Missivbrev

Förfrågan om att delta i en studie om huruvida kroppsideal på sociala medier påverkar unga vuxna kvinnor

Hej! Vi är två studenter från Högskolan i Skövde som går det sista året på det socialpsykologiska programmet. Vi skriver vår kandidatuppsats och söker intervjupersoner för att delta i vår studie.

Syftet med vår studie är att fördjupa förståelsen för hur unga vuxna kvinnor beskriver sina upplevelser och tolkningar av kroppsideal på sociala medier. Utöver detta avser studien att uppmärksamma kroppsidealens påverkan på självkänslan. Vi söker dig som identifierar dig som kvinna och är mellan 19 och 29 år gammal, och använder sociala medier dagligen. Intervjuerna sker i första hand fysiskt, men möjligheten finns för digitala intervjuer via Zoom om det önskas.

Intervjuerna sker vid v. 10-13 och de beräknas att ta ca 45 till 60 minuter. Intervjuerna kommer även att spelas in och skrivs ned i text efterhand. Efter intervjuerna kommer deltagandet bli en del av vårt examensarbete, där deltagarna har möjlighet att dra sig ur studien fram till v. 14. När vårt material är färdigt kommer vi att ta kontakt med deltagarna för att säkerställa att vi tolkat deras upplevelser korrekt.

Vår studie utgår från de forskningsetiska kraven när det gäller insamlandet av material. Detta innebär att den information som du bidrar till kommer att behandlas säkert och förvaras där ingen obehörig kommer att få ta del av materialet. Vi vill även tillägga att redovisningen av resultatet kommer att presenteras där alla deltagare har avidentifierats och därför blir anonyma. Resultatet kommer att presenteras i form av en kandidatuppsats samt en muntlig presentation. Efter att kandidatuppsatsen är färdig och godkänd av examinator kommer det att finnas i en databas vid Högskolan i Skövde. Materialet från intervjuerna, inspelningar och texten, kommer att raderas när examensarbetet är godkänt.

Deltagarna kommer även ha en möjlighet att få en kopia av arbetet, om det skulle önskas.

Deltagandet är helt frivilligt och under intervjuernas gång har du all rätt att dra dig ut ur intervjun utan att några frågor tillkommer. Innan intervjun börjar kommer du att få möjligheten att skriva under en samtyckesblankett där du godkänner ditt deltagande.

Vi frågar dig härmed om du vill delta i denna studie, med ett returnerande meddelande eller mail godkänner du att du medverkar i denna studie. Vi kommer att kontakta dig med information kring intervjun, där du kan besvara med valfri tid och plats som du önskar.

Studenternas namn: Jonida Shala & Molly Ternander

Handledare: Daniel Masterson

Vår kontaktinformation:

Molly Ternander

Mail: a22molte@student.his.se

Telefonnummer: 070 055 41 59

Jonida Shala

Mail: a22jonsh@student.his.se

Telefonnummer: 076 174 62 00

Bilaga 2 - Informations- och samtyckesblankett

2026-26-02

Informations- och samtyckesblankett för studentarbeten vid Högskolan i Skövde

Information till deltagare

Du har blivit tillfrågad att delta i studien unga vuxna kvinnors upplevelser av kroppsideal på sociala medier. Enligt dataskyddsförordningen (2016/679) är Högskolan i Skövde personuppgiftsansvarig för personuppgiftsbehandlingar i studentarbeten. I det här dokumentet får du information om hur dina personuppgifter kommer att behandlas inom ramen för denna studie.

Syftet med studien

Studien utförs som en del av vår utbildning, inom socialpsykologiska programmet vid institutionen för beteendevetenskap vid Högskolan i Skövde. Syftet med studien är att fördjupa förståelsen för hur unga vuxna kvinnor (19-29 år) beskriver sina upplevelser och tolkningar av kroppsideal på sociala medier. Utöver detta avser studien att uppmärksamma kroppsidealens påverkan på deras självkänsla.

Studien går ut på att genomföra en intervju där du får svara på ett antal frågor kring dina upplevelser och erfarenheter med kroppsideal på sociala medier. Intervjun kommer att genomföras via verktyget Zoom eller fysiskt där deltagaren får bestämma tid och plats. Intervjun beräknas ta 45-60 minuter. Totalt kommer 10 intervjuer med olika deltagare att genomföras, med ett enskilt intervjutillfälle per person. Intervjun kommer att spelas in och sedan transkriberas, det vill säga skrivas ner i skriftlig form. När analysen är genomförd kommer vi att kontakta dig för att säkerställa att vi har tolkat dina upplevelser korrekt. Du kommer att förbli anonym, och inga personuppgifter kommer att finnas med i det slutgiltiga resultatet.

Personuppgifter som kommer att behandlas

För att uppnå syftet med studien kommer följande personuppgifter om dig att samlas in och behandlas:

Namn

Telefonnummer

E-postadress

Intervjusvar

Med stöd av vilken rättslig grund kommer personuppgifterna att behandlas?

Den rättsliga grunden för behandlingen av dina personuppgifter är ditt informerade samtycke. Du kan återkalla ditt samtycke utan att ange orsak fram tills vecka 14. Ett återkallande påverkar dock inte den behandling som skett innan återkallandet.

Hur personuppgifterna kommer att förvaras och skyddas under arbetets gång

Dina personuppgifter kommer att förvaras på datorer tillhörande Högskolan i Skövde, för att säkerställa att inga personuppgifter avslöjas. Du kommer att avidentifieras med ett alias, vilket säkerställer att ingen kan ta reda på vem du är.

Hur länge personuppgifterna kommer att behandlas

Dina personuppgifter kommer att behandlas till dess studentarbetet är avslutat och betygsatt med godkänt betyg. Därefter kommer personuppgifterna att raderas. Ditt namn eller något annat som direkt skulle kunna identifiera dig kommer inte att finnas med i resultatet.

Dina rättigheter enligt dataskyddsförordningen

Högskolan i Skövde är personuppgiftsansvarig för behandlingen av dina personuppgifter. Enligt dataskyddsförordningen har du rätt att få ta del av de uppgifter om dig som hanteras i studien (registerutdrag), och vid behov få eventuella felaktiga personuppgifter rättade. Du kan också begära att uppgifter om dig raderas samt att behandlingen av dina personuppgifter begränsas.

Vill du utnyttja någon av dessa rättigheter eller återkalla ditt samtycke ska du kontakta ansvarig student eller studentens handledare (kontaktuppgifter finns nedan).

Klagomål

Om du har några funderingar eller klagomål avseende hur dina personuppgifter behandlas kan du kontakta högskolans dataskyddsombud via dataskyddsombud@his.se. Du har även rätt att lämna klagomål till Integritetsskyddsmyndigheten (IMY) om du inte är nöjd med högskolans personuppgiftsbehandling. IMY nås via e-post: imy@imy.se

Ansvariga för studien

Huvudansvarig för studien är Daniel Masterson, lektor i Socialpsykologi. Nås på daniel.masterson@his.se

Studien genomförs av:

Jonida Shala, nås på a22jonsh@student.his.se

Molly Ternander, nås på a22molte@student.his.se

Samtycke till att delta i studien unga vuxna kvinnors upplevelser av kroppsideal på sociala medier.

Jag har tagit del av informationen om studien och samtycker till att delta i studien unga vuxna kvinnors upplevelser av kroppsideal på sociala medier. Jag är medveten om att mitt deltagande är helt frivilligt och att jag kan avbryta deltagandet i studien utan att ange skäl för det. Genom min underskrift väljer jag att delta i studien och godkänner att Högskolan i Skövde behandlar mina personuppgifter i enlighet med gällande dataskyddslagstiftning och lämnad information.

Datum och ort

Underskrift

Namnförtydligande

Bilaga 3 - Intervjuguide

Vi är två studenter från Högskolan i Skövde som har kallat dig till en intervju. Syftet med intervjun är att få olika perspektiv kring hur unga vuxna kvinnor upplever kroppsideal på sociala medier. Utöver detta avser studien att uppmärksamma kroppsidealets påverkan på självkänslan. Ditt deltagande är frivilligt, och skulle du vilja avbryta intervjun så är det helt okej att göra det, utan att det blir några konsekvenser för dig som deltagare.

Är det okej att vi spelar in intervjun? Inspelningen kommer bara vara tillgänglig för oss som genomför denna studie, och inspelningen kommer att förvaras på ett säkert sätt där ingen obehörig får tillgång till den. Du förblir anonym och ditt namn kommer att ändras, inga privata uppgifter kommer att uppges i studien.

Samtycker du till att delta i denna intervju? Isåfall skriv under detta samtyckes blankett.

Bakgrundsfrågor

- Berätta lite om dig själv?
- Vilka sociala medier använder du dig av?
- Kan du berätta om hur du brukar använda sociala medier i din vardag?

Sociala medier övergripande

- **Vad tänker du om sociala medier?**
Följdfråga: på vilket sätt/hurså?
- **Hur mycket scroller du på sociala medier på en dag?**
- **Vad för typ av innehåll brukar du få upp på sociala medier?**
Influencers, vänner etc.
- **Vad för fördelar samt nackdelar ser du med sociala medier?**

Kroppsideal

- **Vad har du för tankar kring hur människor framställer eller presenterar sig själva på sociala medier?**
- **Hur skulle du beskriva de kroppsideal som framträder tydligast i ditt flöde?**
Följdfråga: På vilket sätt skulle du säga att den är realistisk eller orealistisk?
- **Hur upplever du idealkroppen?**

Påverkan och Jämförelser

- **Hur upplever du att dessa kreatörer på sociala medier presenterar sin livsstil eller budskap?**
- **Hur påverkas du av att se dessa kroppar?**
Följdfråga: Hur får det dig att må?
- **Hade du önskat att du betedde dig annorlunda i förhållande till innehållet du får upp?**
Följdfråga: Vad är det som gör det, tror du? Matinnehåll, smink, vardagsinnehåll, träning etc?

Hantering

- **Hur påverkar sociala medier de val du gör, och hur du lever till**

vardags?

- Har du någon strategi för att undvika särskilt innehåll på sociala medier?
- Vad gör du om du upplever att du påverkas på ett dåligt sätt?

Övrigt

- Vilka råd skulle du kunna ge till någon som är ny på sociala medier?
- Är det något övrigt utöver det som tagits upp i frågorna som du vill ta upp?
- Avsluta och tacka för intervjun.

Följdfrågor i relation till ovanstående:

- Vill du berätta mer om..
- Hur upplever du..
- Vad är det som gör det tror du..
- Kan du ge ett exempel på..
- Skulle du kunna beskriva..
- Glöm inte att vara tolkande, uppvisa ett intresse/nyfikenhet, och ”mm” för att vidare uppmuntra informant.

För intervjuare: Vid beröring av extremt känsliga ämnen, hänvisas det till hjälplinjen: 90390 och var beredd på att avsluta intervjun.

Bilaga 4 – Tematisk matris

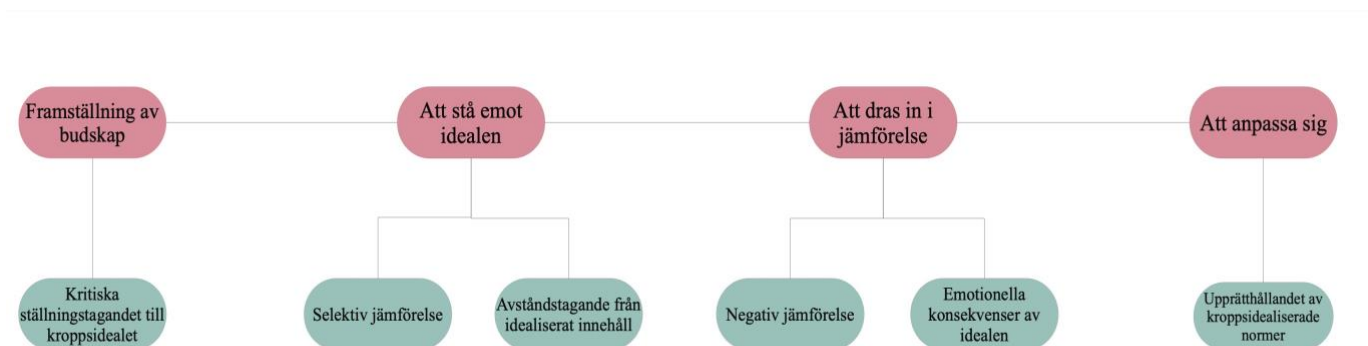
Citat	Koder	Sub tema	Huvud tema	Forsknings frågor
<p><i>”Väldigt fejk ofta ... oavsett vilka man kollar på så är det ju alltid en snedvridning ... att allt man ser är ju det bästa av en persons dag ... och att även den bästa stunden kan vara grovt redigerad”</i> (Inger s. 90)</p>	<p>Upplever att kreatörer på SM presenterar sin bästa sida (utseenderelaterad/livstilsrelaterad/redigering) orealistiskt</p>		Framställning av budskap	FF 2
<p><i>”Det är extremt orealistiskt många tror ju att man bör se ut som en Victoria's Secret-modell, men det är ju inte realistiskt någonstans, eftersom att det är photoshoppat ... och när folk då väljer att försöka gå till de idealen så blir det ju väldigt fel, för det är inte realistiskt...”</i> (Gunilla s. 78)</p>	<p>Idealkroppen är orealistisk och omänsklig pga bilder redigeras Smal idealet som ohälsosamt</p>	Kritiska ställningstaganden	Framställning av budskap	FF 2
<p><i>”... där är jag stolt över mig själv faktiskt. Jag tar ganska</i></p>	<p>Stark medvetenhet kring vad som är orealistiskt och realistiskt kring</p>		Att stå emot kroppsidealet	FF 1, 2

<p><i>bra avstånd till sånt som hör till skönhet och kroppsideal ... Jag är ganska nöjd i mig själv. Jag vill inte påverkas självant” (Gertrud s. 73)</i></p>	<p>kroppsideal → påverkas inte av kroppsidealet på SM</p>			
<p><i>”Men det finns även de kreatörerna som kanske är... Det kan jag tycka är mer relaterbart att följa för då känner jag igen mig i personen för att den har samma yrke som mig...” (Sivbritt s. 5)</i></p>	<p>Relaterbarhet påverkar hur hon infinner sig i innehållet</p>	<p>Selektiv jämförelse</p>	<p>Att stå emot kroppsidealet</p>	<p>FF 1</p>
<p><i>“... jag tycker inte att det är realistiskt, för jag vet att de photoshoper. Så det blir liksom inte ett realistiskt ideal att leva efter. I mina ögon så kan man inte må bra av att göra det.” (Gunilla s. 78)</i></p>	<p>Medvetenhet kring att bilder inte är verkligheten, på grund av redigering. Uttrycker att upprätthållelsen av idealen har en negativ påverkan på måendet</p>	<p>Avståndstagande till idealiserat innehåll</p>	<p>Att stå emot idealen</p>	<p>FF 1, 2</p>
<p><i>”Den får mig väl att känna mig lat att ... du ska lägga er den här</i></p>	<p>Beskriver normen för att upprätthålla detta som att om man inte genomför det är man inte tillräckligt fin</p>		<p>Att dras in i jämförelse</p>	<p>FF 1</p>

<p><i>tiden annars är du inte fin...</i> (Fideli s. 54)</p>	<p>självkänslan sänks vid jämförelse gentemot andras utseende som anses vara mer attraktiva</p>			
<p>”...Och det faktum att jag inte ser ut som den vackra tjejen på tiktok gör ju mig superledden att jag så gärna vill se ut sådär” (Barbro s. 36)</p>	<p>En önskan att se ut som idealet på TT vilket resulterar till negativ jämförelse som har en negativ psykisk inverkan</p>	<p>Negativa jämförelser</p>	<p>Att dras in i jämförelse</p>	<p>FF1</p>
<p>“... Det är så synd att jag ska behöva tänka att jag behöver spruta in medel i min kropp för att jag ska gå ner i vikt ... Det är så lätt för de andra. Samtidigt som jag tycker att jag ska känna att jag är fin som jag är men det gör man inte...” (Berit, s. 65)</p>	<p>Användandet och normalisering av ozempic och smala kroppar leder till en sämre självkänsla i form av oattraktivitet</p>	<p>Emotionella konsekvenser av kroppsidealet</p>	<p>Att dras in i jämförelse</p>	<p>FF1, 2</p>
<p>”...Sen på TikTok till exempel ... om jag tycker att någonting är jättejobbigt. Så brukar jag bara trycka på inte intresserad ... Så går jag in på sökningen där och</p>	<p>Hanteringsstrategi att aktivt styra innehåll genom att trycka på ej intresserad, avföljer samt styr innehållet till lättsamma ting för att inte hamna i jämförelse gentemot andra.</p>		<p>Att anpassa sig</p>	<p>FF 1, 2, 3</p>

<p>scrollar på en massa Minecraft-videos...”(Berit s. 66)</p>				
<p>”...Jag vill egentligen bara ta det lugnt och sen går in på instagram kanske jag ser någon som har sprungit ett halvmaraton... antingen går jag ut och tränar fast jag verkligen inte vill eller så gräver man sig i ett hål och känner sig värdelös för att man inte kan upprätthålla det även fast man inte behöver det” (Inger s. 91)</p>	<p>En dålig sinnesstämning kan bidra till en destruktiv upprätthållelse av hälso/träningskultur där hon känner sig tvungen att göra det.</p> <p>Och om hon inte gör det känner hon sig värdelös eftersom hon inte kan upprätthålla de träningsrelaterade normer och ideal</p>	<p>Upprätthållandet av kroppsidealiserade normer</p>	<p>Att anpassa sig</p>	<p>FF 1, 2, 3</p>

Bilaga 5 – Tematisk karta



Bilaga 6 – Gammal version av tematisk analys

