



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Kroppsideal i sociala medier och i ämnet idrott och hälsa

- En kvalitativ intervjustudie utifrån gymnasieelevers perspektiv

Navid Shamsi
Ämneslärarprogrammet med inriktning mot
arbete i gymnasieskolan, idrott och hälsa



Uppsats/Examensarbete: 15 hp
Kurs: LGID2A
Nivå: Avancerad nivå
Termin/år: VT/2022
Handledare: Britta Thedin Jakobsson
Examinator: Heléne Bergentoft

Nyckelord: Idrott och hälsa, kroppsideal, kroppsuppfattning, sociala medier, ungdomar

Sammanfattning

Samhällets kroppsideal för hur människor bör se ut är bland annat präglad av de material som går att finna i sociala medier, vilket majoriteten av ungdomar använder sig utav dagligen. Ungdomar är den åldersgrupp som har högst användning av sociala medier och befinner sig också i den åldersgrupp som är särskilt mottagliga för socialt inflytande, jämfört med äldre åldersgrupper. Enligt ämnesplanen för idrott och hälsa för gymnasiet är det idrottslärares uppgift att behandla kroppsideal och dess konsekvenser i undervisningen. Syftet med studien är att genom intervjuer med ungdomar på gymnasiet bidra med en ökad förståelse kring deras perspektiv på kroppsideal, kopplat till sociala medier och ämnet idrott och hälsa. Metoden som används i studien är en kvalitativ metod, vilket genomförs med hjälp av semi-strukturerade intervjuer med sex ungdomar från Västra Götaland Län. Deltagarna är tredjeårets gymnasielever (18-19 år) och har under de två första åren på skolan genomfört kursen idrott och hälsa 1. Studiens resultat visar att ungdomarna upplever att den främsta exponeringen av kroppsideal i sociala medier sker via plattformarna Instagram och Tik tok. Exponeringen visar sig i störst utsträckning inverka negativt på ungdomarnas kroppsuppfattning. Kroppsideal är någon som ungdomarna upplever inte genomsyrar undervisningen eller upplevs behandlas tillräckligt. Ungdomarna eftersöker en undervisning som lär ut kroppsideal genom ett bredare perspektiv på hälsa och i relation till kost och träning.

Förord

Jag vill tacka min handledare Britta Thedin Jakobsson som under denna tid har funnits tillgänglig vid funderingar en haft samt bidragit med värdefull och snabb återkoppling. Jag vill också tacka studiens deltagare som har delat med sig utav sina upplevelser.

Innehållsförteckning

1	Inledning	5
1.1	Syfte och frågeställningar	5
2	Bakgrund	6
2.1	Utseendekultur och kroppsideal	6
2.2	Sociala medier	6
2.3	Kroppsuppfattning	7
2.4	Idrott och hälsa	7
2.5	Tidigare forskning	8
2.5.1	Nationell	8
2.5.2	Internationell.....	9
2.6	Teoretisk referensram	10
2.6.1	Social jämförelse	11
2.6.2	Objektivering och självobjektivering	11
3	Metod	11
3.1	Design.....	11
3.2	Urval	12
3.3	Datainsamling	12
3.4	Databearbetning	13
3.5	Metodologiska överväganden	13
3.6	Etiska överväganden	14
4	Resultat	14
4.1	Användning av sociala medier.....	15
4.2	Exponering av kroppsideal i sociala medier	15
4.3	Sociala mediers påverkan	18
4.4	Undervisning om kroppsideal i ämnet idrott och hälsa	20
5	Diskussion	21
5.1	Metoddiskussion	21
5.2	Resultatdiskussion	22
5.3	Slutsatser och implikationer	24
6	Referenser	26
7	Bilaga 1: Intervjuguide	29

1 Inledning

I vårt västerländska samhälle lever vi i en kultur som ständigt sprider bilder och budskap om hur vi bör se ut (Kling & Frisé, 2020). Betydelsen av att ha det ideala utseendet och kroppen existerar i stor utsträckning runt omkring oss, exempelvis genom reklamfilmer, tidskrifter, på sociala medier och i våra vardagliga samtal med varandra (ibid). Som en följd kan detta inverka i hög grad på hur vi förhåller oss till vår kropp (ibid). Följaktligen florerar dagens utseende- och kroppsideal på sociala medier och inverkar på människors kroppsuppfattningar, i synnerhet för ungdomar som har högst aktivitets nivå på sociala medier jämfört med andra åldersgrupper (Sherman, 2016).

Frisé, Gattario och Lunde (2014) nämner att det är vanligt att det sker en jämförelse mellan ungdomar, kamrater och andra aktiva användare på sociala medier, exempelvis influencers och idrottsstjärnor. Wängqvist (2020) påpekar att den sociala jämförelsen på sociala medier kan bli problematisk. Detta eftersom en begränsad del av individen ofta visas, vilket kan medföra orealistiska jämförelser (ibid). Olikheterna mellan den bild som individen har av sig själv och det som visas av andra på sociala medier kan bidra till en uppfattning av att inte känna sig socialt accepterad (ibid). Alltså även en upplevd känsla av stress, skam, misslyckande samt ökad negativ kroppsuppfattning (ibid).

I ämnet idrott och hälsa exponerar elever sina kroppar mer än i något annat ämne och det sker inte enbart i idrottshallen utan också bakom stängda dörrar i omklädningsrummen (Wiker, 2017). Följaktligen kan det existera en rädsla hos elever för att bli uttittade, fotade och filmade, vilket kan medföra att eleverna väljer att inte duscha eller närvara på lektionen (ibid). Detta kan också inverka på ansträngningen hos elever i undervisningen eftersom de inte vill bli svettiga (ibid). Det har visat sig att desto bättre kroppsuppfattning en har, desto mer tillit har en till sig själv, vilket leder till en bättre självbild (ibid). Elever som har en god kroppsuppfattning och relation till sin kropp, fungerar också bättre i skolan (Ahlberg, 2015). Utifrån ämnesplanens syfte för idrott och hälsa 1, skall "Undervisningen (...) medvetandegöra och motverka stereotypa föreställningar om vad som anses vara manligt och kvinnligt samt belysa konsekvenserna av olika kroppsideal." (Skolverket, 2011). Alltså ligger det i lärarens uppdrag att behandla detta i undervisningen för ämnet idrott och hälsa. Genom intervjuer med ungdomar från gymnasiet är förhoppningen att denna studie ger en djupare förståelse för deras perspektiv på kroppsideal i sociala medier samt hur det inverkar på deras egen kroppsuppfattning. Således deras upplevelser av kroppsideal i undervisningen för ämnet idrott och hälsa, vilket är den kunskapslucka som denna kvalitativa undersökning vill fylla.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att genom intervjuer med ungdomar på gymnasiet bidra med en ökad förståelse kring deras perspektiv på kroppsideal, kopplat till sociala medier och ämnet idrott och hälsa. Utifrån syftet ställs följande frågeställningar:

- Hur upplever gymnasieelever exponeringen av kroppsideal i sociala medier?
- Hur beskriver gymnasieelever att kroppsideal behandlas i undervisningen för ämnet idrott och hälsa?

2 Bakgrund

I texten nedan kommer begreppen utseendekultur, kroppsideal, sociala medier och kroppsuppfattning att definieras, följt av kroppsideal i förhållande till ämnesplanen för idrott och hälsa 1. Därefter kommer aktuell forskning att belysa förhållandet mellan ungdomars kroppsuppfattning och kroppsideal i sociala medier. Avslutningsvis i kapitlet kommer studiens teoretiska referensramar att beskrivas. Eftersom åldersspannen kan skilja sig åt när en talar om ungdomar, har denna studien valt tidigare forskning där åldrarna 18-19 år ingår. Således för att det ingår i de åldersspann som är vanligt för att beskriva ungdomsåren (Frisén & Hwang, 2020). Likaså för att studiens deltagare befinner sig mellan 18-19 år och har läst kursen idrott och hälsa 1 på gymnasiet.

2.1 Utseendekultur och kroppsideal

Under olika givna tider och kulturer i världen har det existerat skiftande ideal kring utseende och kropp det vill säga hur både utseende och kropp bör se ut (Frisén & Hwang, 2006). Idealerna har varierat över tid och även den allmänna uppfattningen om vad som är vackert har ändrats (ibid). Med andra ord är idealerna kulturellt styrda och förändras från en tidpunkt till en annan (ibid). Begreppet utseendekultur kan enligt Thompson m.fl. (1999) användas för att beskriva en kultur som värderar skönhet högt, förstärker samt upprätthåller kroppsideal. Således beskrivs begreppet ideal vara en önskan om att uppnå något, exempelvis utseendet hos ens förebild, vilket ofta är ouppnåeligt (Nationalencyklopedin, 1). En studie gjord av Rennels (2012) visar att människor som anses ha ett attraktivt utseende automatiskt tillskrivs andra positiva kännetecken som att personen är smart, hälsosam, lycklig, framgångsrik med mera. Alltså kan kropp och utseende vara något som relaterar till hur framgångsrik och lycklig en personen är.

2.2 Sociala medier

Enligt Nationalencyklopedin (2) är sociala medier ett samlingsnamn på kommunikationskanaler, vilket ger användare tillstånd och möjligheter till att kommunicera direkt med varandra. Detta kan göras genom exempelvis text, bild och ljud (ibid). Således är sociala medier annorlunda jämfört med massmedier eftersom de bygger på ett innehåll som skapas av de människor som använder deras funktioner (ibid). Sociala medier är en kombination av teknologi, social interaktion och innehåll skapat av användare. Där sociala medier bland annat kan användas för socialt umgänge, underhållning, nyhetsförmedling och marknadsföring (ibid).

Enligt Brazill-Murray (2018) ger sociala medier ungdomar ett nytt sätt att kommunicera och ungdomar är särskilt mottagliga för socialt inflytande när det gäller positiv och negativ påverkan. Sherman m.fl. (2016) menar att ungdomar och kamrater sinsemellan influerar varandra, samt blir influerade av andra på den sociala plattformen Instagram. "Like" (gilla) funktionen på den sociala plattformen fungerar som ett socialt accepterande och desto mer "likes", desto mer stimulerar det människans kognitiva belöningsystem, vilket kan bidra till ett beroende.

2.3 Kroppsuppfattning

En av pionjärerna när det kommer till forskning om kroppsuppfattning är Paul Schilder. Han definierade kroppsuppfattning som den bild av vår kropp vi formar i vårt sinne, alltså sättet som kroppen framställs för oss själva (Kerner m.fl., 2018). Grogan (2021) menar likt ovanstående att kroppsuppfattningen handlar om människors attityder, känslor, tankar och beteenden i relation till kroppen och utseendet. Kroppsuppfattning inverkar på människor i alla åldrar, dock så blir bland annat tankar och känslor om kroppen och utseendet mer angeläget under ungdomsåren (Kling & Frisé, 2020).

Smolak (2014) nämner att en negativ kroppsuppfattning hos ungdomar kan leda till ökad risk för ätstörningar och depression i vuxen ålder. Det finns barn och ungdomar som är oroliga för sitt utseende i tidig ålder eftersom det vill bli accepterade av andra. Det kan leda till att ungdomar tränar mer eller antar dieter för att uppnå orealistiska kroppsideal (ibid). Kroppsuppfattning är ett område inom forskningen som har behandlats i näst intill ett sekel, där fokus på senare tid har handlat om negativ kroppsuppfattning utifrån ett kvinnligt perspektiv (ibid). På senare tid har forskningen börjat intressera sig för positiv kroppsuppfattning. Följaktligen har forskningen även breddats genom att den i högre utsträckning har börjat undersöka kroppsuppfattning utifrån ett manligt perspektiv (Cash, 2004).

2.4 Idrott och hälsa

Varför är kroppsideal och kroppsuppfattning relevant för idrott och hälsa lärare? Ett väsentligt skäl är för att kroppsuppfattning har kommit att bli en av de viktigaste beståndsdelarna i människors självbild (Frisén m.fl., 2014). Hur människor trivs med sig själva beror ofta på hur de förhåller sig till sin kropp. För flertalet människor kan ett missnöje över den egna kroppen bli påtagligt i deras vardag när det kommer till deras relationer och psykologiska välbefinnande (ibid). I kursplanen för ämnet idrott och hälsa är välbefinnande och hälsa centrala aspekter. Trots det menar Thedin Jakobsson (2004) att hälsans plats i ämnet idrott och hälsa har varit ett område som inte har prioriterats sedan det tillkom i styrdokumentet för Läroplanen (1994). Gemensamt med skolinspektionen (2018) granskning av ämnets roll i grundskolan visar resultat på att undervisning om hälsa och livsstil förekommer i en begränsad utsträckning.

Skolinspektionen (2018) nämner även att undervisning om kroppsideal sker i en begränsad utsträckning, på grund av att läraren tenderar att främja undervisning som behandlar ämnets kunskapskrav. Således existerar inte kroppsideal i kunskapskraven på grundskolan utan enbart i gymnasiets kursplan för ämnet idrott och hälsa. Alltså är det idrottslärarens uppgift att ”belysa konsekvenserna av olika kroppsideal” (Skolverket, 2011, s.1). Dock står det inte beskrivet hur en lärare ska eller bör gå tillväga för att utforma en undervisning som skall belysa konsekvenserna av olika kroppsideal, vilket betyder att idrottslärare har en autonomi i sitt skapande. Autonomi i sitt yrke är något som kan betraktas vara en positiv upplevelse av de allra flesta. Däremot så kan det bli problematiskt. Det här eftersom Schubring, Bergentoft och Barker, (2021) menar på att de didaktiska strategierna för att lära ut kunskaper om kroppsideal är begränsat. Schubring m.fl. (2021) tar upp en ytterligare väsentlig aspekt och det är att kroppsideal i kursplanen är relevant för elevernas hälsa och välbefinnande. Likväl är det ett komplext ämne för lärare att hantera eftersom det existerar en rad olika personliga och kulturella faktorer som inverkar på lärarens arbete. Således tenderar dessa faktorer till att vara skiftande och dynamiska (ibid).

2.5 Tidigare forskning

I texten nedan kommer tidigare forskning att presenteras utifrån ett nationellt och internationellt perspektiv. Således berör tidigare forskning ungdomars användande och upplevelser av sociala medier, hur kroppsideal i sociala medier inverkar på ungdomars kroppsuppfattning och ämnet idrott och hälsas didaktiska möjligheter för att lära ut kunskaper om kroppsideal.

2.5.1 Nationell

I mediebarometerns årliga undersökning om svenska folkets medieanvändning fann de att 90 procent av barn och ungdomar (9-14 år) använder sociala medier (Ohlsson, 2021). Hos ungdomar (15-24 år) fann de att 96 procent använder sociala medier under en vanlig dag. Det här var den åldersgrupp som ägnade mest tid till sociala medier med ett genomsnittligt användande upp till 131 minuter per dygn (ibid).

I en kvalitativ studie av Wiklund m.fl. (2019) fördes semistrukturerade intervjuer med gymnasieelever från norra Sverige. Studien visar att ungdomar uppfattar att träning, kost och normer för kroppen har blivit "ett sätt att leva", alltså en livsstil, vilket präglade alla aspekter av deras sociala tillvaro. Dessa normer var väsentliga när det kom till att få social status, anseende och erkännande. Det här införlivades genom ett regelbundet användande av sociala medier, där en skulle vara både smal och stark samtidigt. De personer som inte införlivade dessa normer sågs som "ohälsosamma" (ibid). Ungdomarna upplevde en livsstil som skapade orealistiska normer för träning, kost och för kroppen som ett sätt att leva, vilket resulterade i en "ohälsosam fitness hype". Ungdomarna upplevde att detta inverkade på deras egna kroppsuppfattningar eftersom de negativt granskade sina kroppar, vilket medförde ett missnöje över sin egen kropp. Det här eftersom de upplevde att orealistiska fitness normer existerade i deras omgivning, även i sociala medier. Välmedvetna om tendenserna till att döma varandra, valde ungdomarna att välja en specifik kontext där de kände sig villiga att exponera sina kroppar och vanor. Ungdomarna beskrev att en vältränad och snygg kropp ger social status och värde, därigenom pressas unga att följa fitness normer för att passa in och bli accepterade. Den tränade kroppen exponerades i sociala medier, där det var vanligt att framhäva hur mycket och hur hårt en tränade (ibid).

Schubring m.fl. (2021) har gjort en studie om didaktiska möjligheter och utmaningar när det kommer till kroppsideal i ämnet idrott och hälsa undervisningen på gymnasiet. I deras lektionsstudie har de använt sig av mixade kvalitativa metoder som bland annat fokusgruppsintervjuer med både lärare och elever samt lektionsobservationer från två gymnasieskolor i sydvästra Sverige (ibid). Studiens teoretiska referensram utgår från Nutbeams koncept av hälsokunskap (health literacy), vilket matchar de salutogena perspektiv på hälsa och välbefinnande som kursplanen för ämnet idrott och hälsa delvis grundar sig i (ibid). Det salutogena perspektivet på hälsa handlar om att människan betraktas i sin helhet. Där fokus är på vilka faktorer som orsakar och inverkar på människors hälsa mer än själva sjukdomen. Sammantaget visar deras resultat på att eleverna utvecklade ett mer avancerat sätt att beskriva orsaker och olika konsekvenser av kroppsideal. Deras resultat visade även att eleverna enklare kunde sätta ord på tidigare tankar, men ändrade sällan sitt sätt att beskriva ideal.

2.5.2 Internationell

I en longitudinell studie gjord av Voung m.fl. (2021) ingick 1200 ungdomar och det framkom att både tjejer och killar visade måttliga nivåer av social mediaanvändning, införlivande av smalt- och muskulärt- kroppsideal och kroppsmissnöje. Dock så visade resultat på att tjejer hade en betydligt högre social mediaanvändning, införlivande av smalt kroppsideal, kroppsmissnöje och en lägre internalisering av muskulärt kroppsideal jämfört med killar. Majoriteten av deltagarna använde sig utav Instagram (91%) och Snapchat (91%), där både killar och tjejer primärt använde dessa två sociala media plattformar. En låg del av deltagarna använde aldrig eller sällan dessa två sociala mediaplattformarna (ibid).

I en studie gjord av Mingoia m.fl. (2017) har kroppsuppfattning kopplat till användande av sociala medier hos tjejer ett betydande samband mellan ett införlivande av ”smalhetsidealet” och antalet tid spenderad på sociala medier. Det visar sig att sambandet var högst till material i sociala medier som handlar om utseende, exempelvis genom att se på andras bilder eller ta selfies. Alltså visar det sig att samspelet med en viss typ av material på sociala medier har mer inverkan på tjejers självbild i jämförelse med tiden spenderad på sociala medier (ibid). En annan studie gjord av Saiphoo och Vahedi (2019) visar på ett liknande samband mellan användande av sociala medier och ett missnöje över sin egen kropp. Följaktligen där användande i form av utseenderelaterade aktiviteter som att redigera bilder och ta selfies hade högst effekt. Oberoende av kön visade sig effekterna densamma, dock så var effekterna högst för yngre användare gentemot äldre användare (ibid).

I en studie gjord av Rettberg (2019) undersöks algoritmernas funktioner i sociala medier. Hon har inte haft tillgång till algoritmerna och undersöker därför vilka estetiska kriterier som är programmerade i dessa algoritmiska smakbedömningar. Hennes huvudargument är att algoritmer är programmerade till att ge oss fler och mer konsekventa fotografier, vilket är drivet av konsekvent kommersiellt tänkande som syftar till att användare skall konsumera mer. Algoritmerna avgör vilka bilder som överhuvudtaget tas genom estetiska slutledningsalgoritmer inbyggda i våra kameror (ibid). Utifrån en ytterligare studie om algoritmer menar Kalsnes och Pettersen (2019) att Algoritmer kan programmeras för att dela ut och reglera innehåll utifrån människors användarhistorik eller sociala nätverk. Alltså blir vi serverade mer av det vi redan gillar och använder i sociala medier (ibid).

Hausenblas m.fl. (2013) har gjort en studie där de undersökte effekten av exponering för kroppsideal i sociala medier av deltagare med ätstörning samt friska deltagare. I deras studie framkom det att båda deltagargrupperna visade effekter på nedstämdhet samt negativ kroppsuppfattning, dock så visade det sig att dessa effekter var mer omfattande för deltagarna med ätstörning (ibid). Likt denna studie visar Vries m.fl. (2016) i sin studie att exponering för kroppsideal utgör en högre risk för individer som redan är utsatta för att utveckla ätstörningar. Det här var deltagare som antingen definierades ha låg självkänsla, övervikt, hög grad av införlivande av ett smalt kroppsideal eller ätstörningar. I en tidigare studie av Vries m.fl. (2014) visar det sig att desto mer deltagarna använde sociala medier, desto mer tid investerade deltagarna på sitt utseende. Det här kunde kopplas till en förhöjd vilja av att genomgå skönhetsingrepp (ibid).

Flera studier som har undersökt effekten av användandet i sociala medier hos tjejer påvisar att jämförelser med andra användare är en avgörande faktor när det kommer till användning av sociala medier (Veldhuis m.fl., 2014; Fardouly m.fl., 2015; Tiggemann & Zaccardo, 2015; Kleemans m.fl., 2018). En förklaring tycks vara att människor jämför sig själva med andra människor som i högre utsträckning lever upp till idealen, i synnerhet tjejer. Det blir tydligt i

Hogue och Mills (2019) studie som låtit deltagare samspela med en attraktiv användare eller familjemedlem på sociala medier, där deltagarna fick jämföra sin egen uppskattning av sin kropp före och efter undersökningen. Således visade det sig att samspelen med den attraktiva användaren på sociala medier orsakade en mindre, men direkt försämring av deltagarnas kroppsuppfattning jämfört med samspelen med familjemedlemmar (ibid).

I en studie gjord av Tiggemann och Zaccardo (2015) fick slumpmässigt utvalda deltagare se på antingen bilder som berörde kroppsideal genom fitness bilder eller på foton av naturen. Deltagarna fick instruktioner i förhand som handlade om att de skulle bedöma kvaliteten på bilderna. Den grupp som såg fitness bilderna visade på ett försämrat humör, självbild och kroppsuppfattning, vilket är något som visade hur mycket deltagarna jämförde sig med bilderna (ibid). I en studie gjord av Rounds och Stutts (2021) visar deras fynd stämma överens med ovanstående studie och utöver det uppstod en negativ inverkan på deltagarnas humör, självbild och kroppsuppfattning. Det här fastän fitness bilder och resebilder blandades ihop med varandra jämfört med att bara se på resebilder (ibid).

När det kommer till redigerade bilder visar en studie gjord av Kleemans m.fl. (2018) att en grupp deltagare fick se på redigerade bilder medan den andra gruppen fick se samma bilder fast i sin original form. Den grupp som såg de redigerade bilderna upplevde en betydlig försämring av kroppsuppfattningen jämfört med gruppen som fick se motsvarande originalbilder (ibid). I en studie gjord av Kiefner-Burmeister och Musher-Eizenman (2018) uppmanades deltagarna att kritiskt fundera om kroppsideal och bilredigering. Resultatet visade på att deltagarna fick en förbättring av missnöjet de upplevde när de jämförde sin egen kropp med kroppsidealen (ibid).

Rounsefell m.fl. (2019) har gjort en studie med mixade metoder. De kvalitativa studierna resulterade i att deltagarna upplevde att bilder som handlar om selfies, kroppsfysik, mode, träning och viktminskning var de mest populära bilderna som lades upp på sociala medier. Medan vissa bilder sågs som inspiration upplevdes andra bilder som skrytsamma, vilket uppfattades som menat för att få sina kamrater att må dåligt över sitt eget utseende. Exponeringen av kropp och matrelaterade uppladdningar online framhävde känslor av kroppsmisnöje eftersom deltagarna jämförde kamraternas fysiska attribut och livsstil till sina egna uppfattade styrkor och otillräckligheter, vilket gjorde att de ofta kände att de inte kunde leva upp till dessa ideal som florerade online. Kroppsidealen online var särskilt viktigt att uppnå, i synnerhet för deltagare som använde sig utav redigeringsfilter, mode trender samt för de deltagare som marknadsförde sin fysik och fitness prestationer. Selfies togs ofta från olika vinklar, där endast de bästa bilderna eller det som lyfte fram viktiga prestationer laddades upp. Ungdomar beskrev att de använde sociala medier som plattform för kropp och matrelaterad respons. Således även för att visa på bilder av kvalitet som de hade överarbetat och för att det gav följare och likes. Detta visar på att deltagarna objektifierade sig själva online. Alltså ser sig deltagarna utifrån en tredjepersons perspektiv och blir självupptagna med hur deras kroppar framstår i förhållande till sina kamrater. Bilder som relaterade till mat hjälpte till att skapa idéer om måltidsförberedelser. Fast att deltagarna uppvisade en förståelse för att sociala medier kan ha negativa effekter fortsatte de ändå att intressera sig för dessa sociala plattformar (ibid).

2.6 Teoretisk referensram

Teorin om social jämförelse har valts som utgångspunkt i studien för att skapa förståelse för hur sociala medier inverkar på ungdomars kroppsuppfattning. Vidare har objektifiering och

självobjektifiering valts för att skapa förståelse för hur sociala medier bidrar till möjligheter för användare att engagera sig i självobjektifierande beteenden. Alltså kommer dessa teorier finnas som stöd vid tolkning och analys av det empiriska materialet tillsammans med tidigare forskning.

2.6.1 Social jämförelse

Enligt Diedrichs (2012) handlar social jämförelseteori om att människor värderar sitt egna utseende baserat på jämförelser med andra. Vanligt förekommande i mötet med medias utbud som relaterar till utseendet är att människor jämför sig själva med andra människor som i högre utsträckning lever upp till idealen (ibid). Således kan skillnaden mellan bilden i media och hur en uppfattar sig själv leda till en känsla av obehag och en negativ kroppsuppfattning. Detta på grund av att en helt enkelt inte håller måttet i jämförelse med de ideal en strävar efter (ibid). Reklam grundas vanligtvis på tankar om social jämförelse och främjas av den upplevda skillnaden mellan det en individ ser på reklam och individens egna utseende (ibid).

2.6.2 Objektifiering och självobjektifiering

Utifrån objektifieringsteorin ses kvinnors sexuella villkor i samhället bidra till en kultur där kvinnor ses som objekt för det betraktande nöjet av andra (Fredrickson & Roberts, 1997), vilket reducerar personer, i synnerhet kvinnan till samma status som ett objekt (Daniel & Bridges, 2009). Alltså särskiljs kvinnans kropp och dess funktioner ifrån hennes personlighet, vilket gör att hon enbart blir behandlad som en kropp (ibid). Samhällets kultur influerar personer, främst kvinnor till att intressera sig för självobjektifiering (Perloff, 2014). Självobjektifiering berör den utsträckning personer tillämpar ett tredjepersons perspektiv och blir självmedvetna över hur deras kroppar framträder inför andra. Det här kan leda till att personer vanemässigt övervakar den egna kroppens utseende. Genom att ladda upp bilder på sig själv, där andras kommentarer och reaktioner välkomnas, möjliggör sociala medier tillfällena för personer att engagera sig i självobjektifierande beteenden (ibid). Ursprungligen utvecklades objektifieringsteorin för att förklara bekymmer kring föreställningar av den kvinnliga kroppen, men det finns forskare som menar att teorin även är tillämpningsbar på män (Daniel & Bridges, 2010). Det här eftersom även män har bekymmer kring föreställningar av den manliga kroppen och likt kvinnor möter ett flertal objektifierande bilder i sociala medier. Således där både män och kvinnor visar på självobjektifierande beteenden (ibid).

3 Metod

I texten nedan kommer studiens metod att redogöras utifrån de val som tagits när det kommer till design, urval, datainsamling och databearbetning. Kapitlet avslutas med studiens metodologiska och etiska överväganden.

3.1 Design

I studien användes en kvalitativ metod, vilket innehåller semistrukturerade intervjuer med sex deltagare som går sista året på gymnasiet. Inför intervjuerna skapades en intervjuguide utifrån studiens syfte och två forskningsfrågor och tillhörande följdfrågor (se Bilaga 1). Intervjuerna genomfördes med en deltagare per tillfälle och spelades in via datorn. Det inspelade materialet analyserades tematiskt och står som rubriker i resultatet.

3.2 Urval

Deltagare	Ålder	Fingerande namn	Digital respektive fysisk intervju	Avklarad idrott och hälsa 1
1	18	Elliot	Zoom	√
2	19	Robin	Grupprum	√
3	19	Alex	Grupprum	√
4	18	Charlie	Zoom	√
5	18	Kim	Zoom	√
6	18	Eli	Zoom	√

Personliga intervjuer fördes med sex stycken ungdomar från tre olika gymnasieskolor i Västsverige. Ungdomarna som deltog i studien var 18-19 år och gick sista året på gymnasiet. Deltagarna har sedan tidigare år avklarad idrott och hälsa 1 kursen på gymnasiet. Arbetet har haft en begränsad tidsram och ekonomiska resurser att förhålla sig till och därför valt deltagare som varit närmast till hands. Alltså gjorde studien ett bekvämlighetsurval. Detta på grund utav att det var enkelt, effektivt och ekonomiskt sätt att få tag i deltagare till studien (Hassmén & Hassmén, 2008; Denscombe, 2009).

3.3 Datainsamling

Inför intervjuerna skapades en intervjuguide som har sin utgångspunkt i studiens två forskningsfrågor. Dessa forskningsfrågor består utav korta öppna frågor med tillhörande följdfrågor (se Bilaga 1). En pilotintervju utfördes inför intervjuerna med gymnasieleverna. Det här gjordes för att testa intervjuaren och intervjuguidens innehåll, vilket gjorde att författaren av studien var mer förberedd inför intervjuerna. Två intervjuer genomfördes på plats i en av skolorna och resterande fyra intervjuer genomfördes via Zoom, där även videon var aktiverad. Information om studien och dess syfte skickades i förhand till rektorer och lärare. Därefter kom ett bekräftande mail om att det gick bra att besöka och genomföra intervjuer på skolorna. Besök gjordes till två skolor där ungdomarna fick information om studien och dess syfte. Därefter tog fem ungdomar som var intresserade kontakt med mig i skolan där beslut om tid och plats diskuterades inför intervjuerna via Messenger. En av deltagarna kontaktades personligen via Messenger eftersom författaren sedan tidigare haft kontakt med deltagaren.

Intervjuerna var personliga, vilket betyder att det endast var intervjuaren och deltagaren som var med på intervjun. För intervjuerna som tog plats via Zoom bestämdes tid och plats i förhand via den sociala media applikationen Messenger. För intervjuerna på plats användes ett mindre grupprum i skolan, där intervjuerna kunde föras i en avskild miljö fritt från störande ljud. Alla intervjuer tog plats under en och samma vecka och spelades in via inspelningsfunktionen "röstmemon" på datorn. De inspelade intervjuerna har en genomsnittlig tid på trettio minuter. Inför intervjuerna blev deltagarna informerade om studiens syfte, dels på plats och dels via Messenger.

3.4 Databearbetning

När det kommer till vald metod för att analysera har studien tagit inspiration ifrån Braun och Clarke (2006) som menar att det finns sex faser som behöver genomföras för att tematiskt analysera sitt resultat. Således användes en tematisk analys metod för att spegla deltagarnas upplevelser, där ett tema fångade upp viktiga delar i resultatet i förhållande till studiens syfte och forskningsfrågor (ibid). Efter att alla intervjuer var genomförda påbörjades första fasen, vilket var att transkribera intervjuerna. För att underlätta denna process användes transkriberingsfunktionen i Microsoft online. Därefter överfördes de inspelade filerna för intervjuerna, vilket automatiskt formaterades om i skrift. Denna funktion var inte helt felfri, utan ett flertal korrigeringar var nödvändiga att göra. Det var även nödvändigt att lyssna på de inspelade intervjuerna för att tydligare få fram vad deltagarna svarade samt läsa igenom den framskrivna texten flera gånger för att bli bekant med datamaterialet. I andra fasen identifierade författaren koder som var relevanta för studiens syfte och två forskningsfrågor. Det här gjordes genom att färgmarkera intressanta delar, där varje färg hade sitt unika kännetecken. Följaktligen kunde alla färgmarkerade svar samlas under ett gemensamt tema. I den tredje fasen sökte författaren efter teman genom att sortera de olika koderna till potentiella teman och under teman. I fjärde fasen granskade författaren innehållet och kontrollerade hur dessa teman förhöll sig gentemot de kodade utdragen, vilket gav en tematisk karta över analysen. I femte fasen definierades resultatens teman där resultatet skrev ut i text, där fördes ett urval av övertygande citat från deltagarna, vilket presenteras i förhand och diskuteras i direkt anslutning till deltagarnas citat. I sjätte fasen skapades en resultatdiskussion, där studiens resultat kopplades samman med jämförelseteorin, objektiveringsteorin och tidigare forskning (ibid).

3.5 Metodologiska överväganden

Syftet med studien var att genom intervjuer med ungdomar på gymnasiet bidra med en ökad förståelse kring deras perspektiv på kroppsideal, kopplat till sociala medier och ämnet idrott och hälsa. Därav valdes metoden kvalitativ intervjumetod. Detta eftersom kvalitativ forskning framför allt är användbar när en försöker förstå människors upplevelser, övertygelser, värderingar, känslor och motiv (Dalen, 2019; Hassmén & Hassmén, 2008; Denscombe, 2009). Således är metoden särskilt användbar för att beskriva och/eller svara på frågor om perspektiven hos de individer som studeras (ibid). Hassmén och Hassmén (2008) påpekar att det inom den kvalitativa metoden existerar olika inriktningar som fokuserar på olika dimensioner av det mänskliga varandet. Inriktningen som används i denna studie har fokuserat på en förståelse för deltagarnas upplevelser genom att fråga om kärnan av det fenomen som upplevts, eller vad betydelsen av fenomenet är för dem som upplevt det.

Oavsett inriktning i den kvalitativa metoden så har dom alla gemensamma intressen för det individuella samt att finna sammanhang och strukturer. Följaktligen ett intresse av att gå in på djupet och få ordentligt med information från oftast ett begränsat antal undersökningsslag (ibid). Därav är det fördelaktigt att använda sig utav öppna frågor eftersom det möjliggör och skapar utrymme för deltagare att uttrycka sig med sina egna ord. Följaktligen för att det är en kvalitativ studie som undersöker upplevelser och inte kvantifiering av ett fenomen (Denscombe, 2009). Dock så kan öppna frågor även medföra två nackdelar, vilket är att det kräver ansträngning från deltagarnas sida. Detta kan medföra att deltagarna inte har en vilja av att medverka i intervjun. Den andra nackdelen handlar om att det är tidskrävande att bearbeta alla deltagares intervjuer, eftersom materialet skall transkriberas och analyser tar det lång tid innan det kan användas (ibid).

Valet av att spela in intervjuerna är för att det besitter en hög giltighet (Kaijser & Öhlander, 1999). Detta eftersom inspelade intervjuer innehåller mycket information och kan analyseras utifrån olika synvinklar (ibid). Följaktligen sparas allt material och kan avlyssnas och analyseras flera gånger (ibid). Detta möjliggör även att intervjuaren enklare kan ägna sin uppmärksamhet till deltagarna utan att tänka på att hinna med och anteckna under intervjun (ibid).

En nackdel med enbart ljudinspelningar är att de endast fångar upp det talade ordet och missar den icke-verbala kommunikation, vilket gör att videoupptagningar har fler fördelar eftersom de upptar både ljud och icke-verbal kommunikation (Denscombe, 2009). En fördel när det kommer till giltigheten med intervjuer är att det sker ansikte mot ansikte, vilket innebär en direktkontakt under intervjun (ibid). Således kan all data kontrolleras när det kommer till riktighet och relevans under tiden de samlas in (ibid). Intervjuer via internet möjliggör att misstag i datainsamlingsfasen elimineras. Detta eftersom forskare inte konfronteras av ljudinspelad intervju där rösterna inte går att höra tydligt eller att det råder tvivel om vad som faktiskt sades (ibid). En nackdel när det kommer till giltigheten handlar om att materialet från en intervju utgår från vad människor säger snarare än vad de gör (Denscombe, 2019). Alltså stämmer inte uttryck och handling överens alla gånger, vilket gör att det inte per automatik kan reflektera deltagarens upplevelser (ibid). En annan nackdel kan vara tillförlitligheten eftersom semistrukturerade intervjuer har det besvärligt att åstadkomma konsistens, eftersom att materialet från de insamlade intervjuerna påverkas av den givna kontexten och de individer som deltar (ibid). I kvalitativ forskning menar Denscombe (2019) att forskare möter utmaningar när det kommer till hur pass sannolikt det är att data kan generaliseras utifrån ett fåtal deltagare. Det existerar ingen fullständig konsensus bland forskare om hur kvalitativ forskning optimalt tar i tu med frågan om generalisering. Ett alternativt angreppssätt för kvalitativa forskning är överförbarhet (ibid). I denna studie blir läsaren rustad med relevant information om att deltagarna är tredje årets gymnasieelever som har läst kursen idrott och hälsa 1, vilket gör att läsaren själv kan överväga fyndens överförbarhet (Denscombe, 2019).

3.6 Etiska överväganden

I studien har det tagits hänsyn till de forskningsetiska principerna som formulerats av Vetenskapsrådet (2017), vilket är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Deltagarna har innan intervjun fått information om studiens syfte, vilket betyder att informationskravet har uppfyllts. Samtyckeskravet har uppfyllts genom att deltagarna har gett sitt samtycke om att vara med i studien, samt att deltagarna är över femton år, vilket innebär att ett godkännande från vårdnadshavare inte är nödvändigt. Konfidentialitetskravet har uppfyllts genom att uppgifter om deltagarna enbart har varit åtkomlig för studiens författare och därmed varit oåtkomligt för obehöriga. Nyttjandekravet har uppfyllts eftersom det insamlade materialet från intervjuerna endast kommer att användas för forskningsändamålet och därefter kommer att raderas (ibid).

4 Resultat

Resultatet av analysen presenteras utifrån olika teman och tillhörande underteman. Således börjar resultatet med att beskriva deltagarnas användning av sociala medier. Därefter genom vilka sociala medier som de främst kommer i kontakt med kroppsideal. Det andra temat beskriver deltagarnas upplevelser av vilka kroppsideal som exponeras i sociala medier. Det

här temat har två underteman: Ett konstgjort utseende och en livsstil i flödet som speglar kost och träningshets. Det tredje huvudtemat sociala mediers påverkan tar i sina underteman upp hur ouppnåeliga kroppsideal och orealistiska jämförelser påverkar deltagarna, samt vad det har fått för konsekvenser. I sista och avslutande temat beskriver deltagarna hur kroppsideal har behandlats i undervisningen för ämnet idrott och hälsa. Här beskriver deltagarna också hur de hade velat att undervisningen behandlade kroppsideal i ämnet.

4.1 Användning av sociala medier

Under det här temat beskriver deltagarna vilka sociala medier de använder samt genom vilka sociala medier de främst kommer i kontakt med kroppsideal. Följaktligen beskrivs två sociala mediaapplikationer vara utmärkande när det kommer till exponering av kroppsideal. Två av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Jag använder Snapchat, Facebook och Instagram. Instagram är väl mycket mer än alla andra och Facebook är mer för vänner och släkt och inte lika mycket reklam och det dyker ju inte upp okända folks saker i ditt flöde (Alex).

Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook och Tik tok. Jag skulle säga att Instagram och typ Tik tok är de ställena som egentligen av alla de här typiska sociala medierna där man mest kommer i kontakt med kroppar och kroppsideal (Charlie).

Ovan beskrivningar utgör en enig bild av vilka sociala medier deltagarna använder, där exponeringen av kroppsideal tenderar att ske främst genom Instagram och därefter Tik tok. De övriga sociala medierna beskrivs fylla andra funktioner och innefatta kontakter på applikationerna som deltagarna har närmare relationer med tillskillnad från Instagram och Tik tok, där okända människors inlägg dyker upp i deras flöde. Exponeringen av kroppsideal möter deltagarna i de sociala mediernas flöde och består av bekanta och obekanta användare. Där bland annat influencers eller användarkonton som handlar om träning dyker upp. Följaktligen är det en deltagare som tidigt i intervjun belyser att hen jämför sig och aktivt valt att försöka hålla sig borta från dessa typer av inlägg som framhäver kroppsideal.

I följande del presenteras också hur deltagarna besvarade frågan om hur mycket tid de lägger i genomsnitt på sociala medier. En av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Förr kunde jag sitta flera timmar konstant per dag men nu försöker jag undvika det och göra annat för att undvika att saker dyker upp hela tiden liksom. Men jag tror att man jag kan ha skrollat i tre, fyra timmar då i alla fall. Nu tror jag det är mindre, alltså om jag ska överdriva lite så det är i alla fall inte mer än typ två timmar i genomsnitt (Kim).

Ovanstående beskrivning visar att en av deltagarnas tidigare spenderade fyra timmar i genomsnittlig tid per dag på sociala medier. I dagsläget stämmer citatet ovan överens med resterande deltagares sociala media användningen vilket rör sig mellan en till två timmars genomsnittlig användning per dag.

4.2 Exponering av kroppsideal i sociala medier

Under denna rubrik kommer tre stycken underteman att beskriva deltagarnas upplevelser av kroppsideal i sociala medier.

4.2.1 Manligt och kvinnligt kroppsideal

Deltagarna upplever att det finns tydliga könsnormer i exponeringen av kroppsideal på sociala medier när det kommer till hur killar och tjejer bör se ut samt vad som inte är ett önskvärt utseende. Tre av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Stor byst stor rumpa typ och att man ska ha en midja formad som ett timglas, höga tydliga kindben och smalt ansikte. Det som inte är önskvärt är väl motsatsen typ (Eli)

Ja för killar skulle jag väl kunna säga att det är en extremt vältränad kropp du ska ha. För tjejer så det ju större bakdel och en större byst, fixade naglar lite större läppar och sådana grejer och så hur man klär sig (Alex).

Jag ser det och jag uppfattade som att man ska se ut som typ Bianca Ingrassio eller Cristiano Ronaldo för att ha kroppsidealet. Motsatsen till en önskvärd kropp är kanske att man är överviktig, alldeles för smal, inte för kort och inte för lång (Robin).

Utifrån beskrivningar blir det tydligt att det existerar ett manligt och kvinnligt kroppsideal på Instagram med ovanstående beskrivna egenskaper för utseendet, vilket deltagarna visar sig vara medvetna och eniga om. Det manliga utseendeidealet beskrevs vara en lång och vältränad kropp med stora muskler som är väldefinierade. För ett kvinnligt utseendeideal beskrev deltagarna att kurvor var viktigt. Således innebar kurvor stor byst, stor bakdel och en smal midja, alltså formen av ett timglas. Vidare var även tydlig käklinje, höga kindben, fixade naglar, hår och större läppar väsentligt för att nå kroppsidealet. Deltagarna berättar att mötet med kroppsideal främst sker i flödet där majoriteten av bilder och videos är tagna på vältränade kroppar, influencers, förebilder eller andra kända människor. Där bland annat influencers och idrottsstjärnor införlivar dessa kroppsliga normer för hur en kropp bör se ut. Motsatsen till en önskvärd kropp är överviktig, allt för smal, för kort eller för lång. Dessa kroppar framställs i betydligt mindre utsträckning på Instagram enligt deltagarna.

4.2.2 Ett konstgjort utseende

Under detta tema framkom det att deltagarna upplevde att inlägg med foton och/eller videos på Instagram ofta har manipulerats på olika sätt. Två av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Det finns ju vissa som går så långt att de faktiskt har redigerat i liksom bilden med Photoshop eller något annat bild redigeringsverktyg eller som när tjejer som vrider, alltså vrider och vänder på midjan och på röven. Man liksom manipulerar och använder sig utav vinklar för att få det se ut på ett sätt som om man hade sett ut så på riktigt. Så det är väl det jag menar med att man liksom jagar ett typ av manipulerat ideal, alltså konstgjort utseende liksom som kanske inte ens är den bild som egentligen visar hur man ser ut i verkligheten liksom (Charlie).

Som jag också nämnde förut det är så mycket filter, man vet inte vad som är riktigt eller inte riktigt längre, ser folk verkligen ut så? eller har du photoshoppat så att rumpan ser större ut? Alltså förstår du det är jättemycket sånt (Kim).

Deltagarna målar upp en gemensam bild av att inlägg genom foton och videos på Instagram är manipulerat på ett eller annat sätt, vilket skapar en förvirring över vilka inlägg som är äkta eller inte. Dessa inlägg menar deltagarna sker via användare på Instagram som poserar med olika kroppsställningar, i synnerhet tjejer. Deltagarna upplever även att tagna foton och videos redigeras en hel del innan inläggen bestäms för att laddas upp. Dessa redigeringar innefattar förändringar av bland annat justeringar av vinklar, ljus, kontraster och skuggningar. Alltså upplevs ofta de redigerade bilderna skilja sig väldigt mycket gentemot original bilderna. Dock så är det inte alltid lika enkelt att finna vilka bilder som är redigerade eller inte. Även

Photoshoppade bilder upplevs förekomma i deltagarna flöde, där redigeringar av material är näst intill oändligt, vilket gör att en helt enkelt kan skapa sitt önskade utseende digitalt. Alltså används poseringar redigeringar, Photoshop dels för att framhäva delar av sin kropp, dels dölja andra delar av sin kropp för att uppnå normen för en attraktiv kropp.

Deltagarna beskriver även att skönhetsingrepp har kommit att bli vanligare i mötet med andra användare samt genom marknadsföring på Instagram. Tre av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Man följer kanske folk som man ser upp till eller alltså kändisar eller vad det nu kan vara som har råd att göra ingrepp (Eli).

Ja men det har blivit så himla vanligt också att göra ingrepp till exempel ja men fett justera hit och dit på kroppen och man fixa läppar, näsa och allt möjligt liksom nu (Elliot).

Det är ofta väldigt vältränade personer och på så sätt är det ganska dåligt framställt, det är ju sällan en vanlig person man ser som säljer något (Alex).

Ovan beskrivningar visar på att deltagarna upplever att kosmetiska ingrepp är något som har blivit allt vanligare i mötet med bilder och videoklipp på Instagram. Således belyser deltagarna att mycket material på Instagram består av kända människor som har råd att förändra sina utseende samt att marknadsföringen oftast sker via individer som har ett önskat utseende.

I relation till det här temat fick deltagarna en följdfråga som handlade om hur de själva framställer utseenderelaterat material på sociala medier. En av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Alltså jag lägger typ endast ut bilder på Instagram. Man lägger upp nånting man tycker att man ser bra ut liksom, ”min fina vinkel”, jag tänker också på hur det ser ut i flödet, att det ska vara en fin bild som passar i flödet. Man vill ju lägga ut de bästa bilderna på sig själv, där jag själv är nöjd. Men en gång när jag var på semester lade jag ut en bild på mig själv i bikini där jag tyckte att min mage putade ut lite. Jag väntade nästan en hel dag på att våga lägga ut bilden eftersom jag var orolig för vilka reaktioner det skulle få. Jag ändrar aldrig mitt utseende, men en annan färgnyans använder jag mig av. Men jag skulle aldrig redigera bort någonting. Jag brukar vinkla mig åt ett håll som jag tycker att jag är fin ifrån. Jag har en sida som jag tycker om mer än den andra och då blir det naturligt att jag poserar med den sidan (Elliot).

Jag lägger inte ut så mycket bilder på mig själv men när jag gör det så är det väl klart att man vill se bra ut, man vill ju inte att någon ska säga ”jävlar va ful han va på den bilden”. Använder typ filter, de e nog endast det jag använder tror jag (Alex).

Utifrån beskrivningar ovan visar det sig tydligt att deltagarna är måna om att deras utseenderelaterade inlägg skall visa deras bästa sida när det framställs för andra användare. Alltså att de bilder som de själva upplever som snyggast är de bilder som läggs ut på sociala medier. Där Instagram visade sig vara den främsta plattformen för deltagarna att dela sina inlägg. Således visar deltagarna på en oro över de bilderna som skall lägga ut redan i förhand. Denna oron tycks handla om hur andra bekanta och obekanta användare skall reagera på inläggen. Exempelvis genom negativa kommentarer eller otillräckligt med ”gilla” markeringar.

4.2.3 En livsstil i flödet som speglar kost och träningshets

Under detta tema beskriver deltagarna att de upplever att det florerar en livsstil som i hög utsträckning berör träning och kost i deras flöde. Två av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

När man är inne och bläddrar i sina flöden så dyker det alltid upp reklamer och personer som är kända i sociala medier som tar mycket utrymme. Ofta är det personer som har ett kroppsideal som man vill ha och så ger dom tips för hur man når det, typ influencers, men också vänner, och mycket av det som är populärt handlar om hälsa och sånt. Personerna är oftast väldigt vältränade eller så ser de väldigt bra ut och har en livsstil som också kopplas till de (Alex).

Jag får upp jättemycket bilder på mat och träning, man ska äta nyttigt och så och träna mycket, alltså det har blivit en typ av hetsig trend liksom. Oftast är det influencers, men också några av mina vänner och andra följare som dagligen lägger upp bilder på deras mat och träning och det känns som att man inte gör det för att det är kul utan för att man vill se bra ut (Robin).

Det är mycket så här, alltså jag gillar ju träning så att mycket jag får i mitt flöde på Instagram är träningsvideos och vad man ska äta. det ju inte bara hur man tränar utan det är liksom hur man ser ut som det är mer fokus på, hur en vältränad kropp ser ut liksom än faktiskt träning om man säger så (Charlie).

Deltagarna har alltså uppmärksammat en trend på Instagram som handlar om en livsstil som består utav kost och träningshets. Framställningen av detta menar deltagarna sker via sina följare, vänner och obekanta användare. En entydig uppfattning var att företag, kända människor och influencers stod för den främsta framställningen av bilder och videos som berör dessa hälsotrender, men att även bekanta och obekanta användare införlivar dessa trender genom sina egna profiler på Instagram.

4.3 Sociala mediers påverkan

Under följande rubrik kommer två underteman att belysa hur ungdomarna upplever att dagens kroppsideal i sociala medier inverkar på deras kroppsuppfattning.

4.3.1 Ett ouppnåeligt kroppsideal

I följande tema beskriver deltagarna frågan om hur de själva samt andra ungdomar upplever kroppsideal på sociala medier. Två av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Jag tror att alla vill se ut som kända människor på Instagram. Alltså både utseendemässigt också livsstilmässigt för att ofta har ju de här kontona en annan livsstil som man kanske inte kan ha när man pluggar. Så att jag tror att det blir någon slags strävan som blir jobbig och försöka uppnå hela tiden. Alltså det skapar en skev bild av vad som äkta så det är orealistiskt att uppnå deras utseende och sättet som dom lever på (Alex).

Jag tror att det är väldigt jobbigt att växa upp just nu alltså, eftersom att det syns så mycket överallt och det finns typ kanske en bild av hur man ska se ut. Man ser ju vilka som får flest likes eller flest följare liksom, hur de ser ut och hur de lever typ och då blir det liksom som att det vill man ju uppnå för att man vill också vara populär. Många tänker att om man inte ser ut på ett visst sätt så räcker man liksom inte till ungefär (Kim).

Citatet ovan visar tydligt att deltagarna upplever att det är nästintill omöjligt att nå dessa krav för utseendet eftersom livsstilen runtomkring innebär en ekonomisk kostnad. Således handlar det om skönhetsprodukter, ingrepp, mode och livsmedel som formar en typ av lyxig livsstil, vilket deltagarna menar tillhör flertalet av de populära bilder som berör kroppsideal på Instagram.

4.3.2 Orealistiska jämförelser

Under detta tema kommer deltagarnas beskrivna frågan om hur de upplever jämförelser på sociala medier. Två av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Alltså jag får ju höra mina kompisar varje dag att dom känner sig fula och så där. Ofta så är det väl för att dom känner sig ”platta” kallar dom det att dom liksom inte har några former överhuvudtaget, eller att dom känner sig för tjocka. De flesta är väldigt osäkra för att dom inte ser ut som de här stora influenserna (Eli).

Jag jämför inte mig lika mycket tror jag med vänner och familj som jag gör med okända människor, eller typ någon jag ser på sociala medier. Alltså vissa blir ju motiverade av att se sånt och jag blir inte motiverad, så jag jämför mig själv med hur jag ser ut jämfört med dem och sen mår jag dåligt för att jag inte ser likadan ut eller orkar ta mig till gymmet. Alltså jag tycker att det var bättre innan allt det här. Så jag hade inte velat se någonting utav det om jag ska vara ärlig. Alltså kroppsideal kan ju vara olika alltså för mig eller vad jag anser att det är, jämfört med någon annan men alltså man kämpar ju, får ju kämpa varje dag för att inte liksom jämföra sig med andra. Men det är ju ganska naturligt att man gör det så att det är klart att det påverkar mig varje dag (Kim).

Ovan givna beskrivningar visar sig vara eniga med resterande deltagares upplevelser. Således upplever de att jämförelser med andra användare på Instagram är ganska naturligt förekommande. Således jämför sig deltagarna med andra användare som i högre utsträckning lever upp till idealen. Exempelvis jämförelser med influencers, vilket de uttrycker kan skapa en osäkerhet och ett missnöje över sitt eget utseende. En annan väsentlig aspekt som deltagarna berörde var att man reagerar olika beroende vem man är.

4.3.3 Konsekvenser

Under detta tema kommer frågan om hur deltagarna upplever att kroppsidealerna på sociala medier inverkar på deras kroppsuppfattning. Tre av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

För min egen del är det de mest negativa effekter, jag är också väldigt elak mot mig själv och då blir det ännu mer att om man jag ser någon med stor rumpa säger vi till exempel, så mår jag dåligt för jag själv inte har det. Eller platt mage, hur ska jag få det? Då leder det i stället till att jag slutar äta till exempel, vilket bland annat är en anledning till att jag har haft ätstörningar förut och har det väl liten kvar liksom i huvudet hela tiden (Kim).

Typ endast negativa effekter. Jag tycker att jag försöker att undvika att gå in och kolla på dom här Instagram flödena som bara publicerar bilder på sig själva när dom står och poserar. Oavsett vilken typ av kroppsform som dom har så undviker jag att vara inne på dem för att jag jämför mig med dom. Så att det påverkar mig? Ja, jag skulle säga 9 fall av 10 alltid negativt (Robin).

Ovan givna beskrivningar kan nämnas vara eniga för alla deltagare förutom när det kommer till ätstörningar, där tre av studiens sex deltagare beskrev sina erfarenheter av ätstörningar. Det blir tydligt att sociala mediernas kroppsideal inverkar på kroppsuppfattningen. Denna påverkan leder mest till negativa konsekvenser enligt deltagarna. Dessa konsekvenser handlar således om ouppnåeliga krav för utseendet och orealistiska jämförelser med bland annat influencers på Instagram, vilket somliga deltagare är mer känsliga inför tillskillnad från studiens tre andra deltagare.

En följdfråga till deltagarna var om de upplever att det existerar material som kan bidra till positiva upplevelser: En av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Om man liksom hittar någon som kanske inte riktigt är en influencer, men tycker om att träna och kanske har haft en livsstil tidigare som har varit till exempel överviktig eller tyckte det var jättetråkigt och träna tidigare och försöker pressa sig igenom den. Det kan jag tycka är inspirerande och då tycker jag att det är positivt. Men jag tycker oftast inte folk på Instagram och framförallt inte influencers pratar om det. Jag tycker det är positivt när någon faktiskt förklarar hur det ligger till och visar på exempel (Robin).

Utifrån beskrivningarna ovan beskriver en deltagare att det går det att finna inspiration främst genom användare som visar på hur de har gått igenom förändringar i sina liv. Således är det användare som är genuina och visar hur saker och ting ligger till samt visar på exempel. Således upplever deltagaren att det här oftast inte visas av andra användare och influencers på Instagram.

En annan deltagare exemplifierar detta på följande sätt:

Ibland när man skrollar så kan man få upp att folk visar ”Instagram vs reality” och så visar de ett inlägg med en bild där de står i olika vinklar och en bild där de står raka och slappnar av med kroppen och så ser det liksom väldigt annorlunda ut från den manipulerade bilden liksom. Det tycker jag är positivt faktiskt för att då får man en liten verklighet alltså man ser att allting som man ser inte är sant liksom, man får se verkligheten och inte fejk (Charlie).

Utifrån beskrivningen ovan finns det användare som aktivt synliggör problematiken med vad som är äkta och inte äkta på Instagram när det kommer till manipulerade bilder. Alltså visar dessa inläggen på hur en kropp ser ut när den har redigerats och poserar för att framhäva och dölja delar av sin kropp kontra hur kroppen ser ut i mer vardagliga ställningar. Det här upplever deltagarna som positivt eftersom det visar på en mer verklig bild av hur kropp och utseende egentligen ser ut. Dock så menar deltagarna att dessa typer av inlägg inte framställs i samma utsträckning på Instagram som de manipulerade bilderna.

4.4 Undervisning om kroppsideal i ämnet idrott och hälsa

Under följande tema beskriver deltagarna sina upplevelser av hur kroppsideal har behandlats i undervisningen för ämnet idrott och hälsa på gymnasiet. Resultat visar på att kroppsideal inte är något som har genomtyrat undervisningen. Tre av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Vi pratade sällan om kroppsideal på idrott och hälsa. Det var mer det fokus var på idrott i sig, alltså regler i olika sporter. Vi pratade sällan om någon effekt eller vad det har för påverkan på kroppen eller vad det kan ha för inverkan på det mentala. Utan det var mycket bara regler och olika sporter som vi testade på (Alex).

Tror inte att jag kommer ihåg någonting om att dom tog upp sånt här i idrotten. Det ända jag kommer ihåg är att vi har pratat om träning och kost och vad som är viktigt och vilka problem som kan komma av det. Exempelvis prata vi om risker med att försöka bli smal och att det kunde skapa svårigheter med att bli gravid typ. Så någon gång tog han nog upp det men inte speciellt mycket. Jag tror det behövs mycket mer än det vi har haft i alla fall (Kim).

Vi gick inte igenom det så ofta vi kanske gick igenom det en gång per termin men jag känner väl att det egentligen inte var någon i klassen som tog det seriöst. Vi pratade väl mest om att man inte ska behöva ha filter på Instagram bilder. Tror inte många i min ålder lyssnade på att få höra det från sin idrottslärare men visst det kanske skulle behöva bli en självklarhet. Vi gick inte igenom det så ofta men det var liksom ingen som tog det seriöst (Eli).

Utifrån beskrivningarna ovan visar det sig tydligt att behandlingen av kroppsideal i kursen idrott och hälsa 1 på gymnasiet inte har genomtyrat undervisningen. Det här eftersom kroppsideal knappt tagits upp i undervisningen. Således menar en av deltagarna att undervisningen mer handlade om att få utöva idrotter och lära sig om regler i olika sporter. Andra deltagare beskriver att det har förekommit någon gång i undervisningen kopplat till kost och träning och att det inte var tillräckligt för att belysa konsekvenserna av olika kroppsideal. En annan deltagare nämner att de hade undervisning om kroppsideal men att det förekom alldeles för sällan. Således upplevde deltagaren att ungdomar generellt inte bryr sig om vad idrottsläraren har att säga om kroppsideal och tog inte undervisningarna seriöst.

Under samma tema fick deltagarna frågan om hur de hade velat att ämnet idrott och hälsa behandlade kroppsideal i sin undervisning. Tre av deltagarna exemplifierar detta på följande sätt:

Jag tycker det är viktigt att belysa att kroppen inte behöver se ut på ett visst sätt den behöver inte väga liksom ett visst antal kilon, sen är det ju en annan sak att uppmuntra till träning för det mår man bra av. Alltså ja sånt tror jag är viktigt att prata om men att man i undervisningen är väldigt noga med att inte kommentera andras utseende (Elliot).

En sak som jag upplever är att det generellt sett finns en missuppfattning i att man inte får äta en viss typ av mat till exempel kolhydrater. ”Det får man inte äta för att då blir man tjock” att det är svårt med kost liksom man vet inte alltså vad saker och ting innehåller eller vad det gör med kroppen eller vad kroppen behöver. Jag hade jag nog uppskattat om det ingick lite mer att prata om mat och träning i kombination (Robin).

Ja, det man har velat ta upp det är varför idrottar man? och då och inte för det ska handla om utseendet utan mer för vad det faktiskt gör för hälsan. Det är ju viktiga att man pratar om att tränar man så mår man bättre på grund av det här och det där, alltså inte träna så att ni ser ut så här. Men att det också är en konsekvens av träning att folk kan må psykiskt dåligt över det. Det hade jag velat att man pratar om i idrott och hälsa (Alex).

Utifrån beskrivningarna ovan visar deltagarna på att det finns en önskan om hur de vill att kroppsideal ska behandlas i undervisningen. Deras syn på en undervisning för att belysa kroppsideal består dels av en undervisning med fokus på hälsan, där kost och behandlas i samband med träning, dels genom ett holistiskt perspektiv på hälsa, dels genom en undervisning som är normkritisk.

5 Diskussion

I texten ned beskrivs studiens valda metoder, dess styrkor och svagheter. Vidare beskrivs även hur kraven på giltighet, trovärdighet och noggrannhet har tillgodosetts. I resultatdiskussionen kommer studiens resultat att diskuteras i samband med tidigare forskning och studiens teoretiska referensramar.

5.1 Metoddiskussion

En kvalitativ metod användes för att få en djupare förståelse för ämnet kopplat till studiens syfte och frågeställningar. Intervjuformen bestod av semistrukturerade intervjuer, vilket tillåter en flexibilitet i intervjuerna (Denscombe, 2016). Anledningen till att använda personliga intervjuer var för att komma informanterna nära och förstå deras perspektiv (Dalen, 2015). En vidare anledning är att frågor om deltagarnas kroppsuppfattningar kan vara av känslig karaktär. Således hade deltagarna kanske inte valt att svara på frågan, eller svara så

att det överensstämmer med deras egna upplevelser om det fanns fler deltagare med i intervjun. Exempelvis som vid metoden fokusgruppintervjuer. Även urvalsprocessen hade kunnat stärkts genom att inte välja ett bekvämlighetsurval.

När det kommer till studiens representativitet använder Ahrne (2015) begreppet mättnad gällande kvalitativa undersökningar. Det innebär att samma svar eller typ av svarsmönster återupprepas genom flera intervjuer, vilket beskriver mättnadsnivån i studien (ibid). I denna studie har mättnadsnivån varit hög eftersom samma svar och svarsmönster har återupprepats genom flera av intervjuerna. Därav kan det tänkas rimligt att fler deltagare i studien hade medfört ökad mättnad, trovärdighet och överförbarhet. Studien har haft begränsad tid till sitt förfogande och bearbetningen av de insamlade intervjuerna har visat sig vara tidskrävande. Med mer resurser hade ett mer slumpmässigt urval kunnat tillämpas. Där fler deltagare från mer varierande kontexter hade kunnat bidra till ett mer varierat resultat till studien. Följaktligen hade även en kombination av mixade metoder som exempelvis kvalitativa intervjuer, observationer och/eller kvantitativa enkät undersökningar kunnat tillämpas. Pilotintervjun bidrog till giltigheten för studien eftersom frågornas trovärdighet säkerställdes, dvs. att frågorna var relevanta för studien samt att deltagarna kunde svara på frågeställningarna (Patel och Davidsson, 2019). Genom inspelningsfunktionen på datorn av både ljud och bild har giltigheten ökat eftersom att det har fångat upp och sparat ned hela intervjuerna på datorn. Således har det empiriska materialet kunnat återbesökas och analyserats under olika tillfällen. Det här för att korrigera delar av det transkriberade materialet som har varit otydligt. Således även för att se om deltagarna visar på icke-verbal kommunikation, vilket kan tänkas motverka giltigheten i frågan om deltagarnas ord stämmer överens med deras upplevelser eller inte (Denscombe, 2016). Trots det upplevde författaren av denna studien att deltagarnas beskrivna upplevelser uppfattades som uppriktiga.

5.2 Resultatdiskussion

Syftet med studien är att genom intervjuer med ungdomar på gymnasiet bidra med en ökad förståelse kring deras perspektiv på kroppsideal, kopplat till sociala medier och ämnet idrott och hälsa. I den här delen diskuteras studiens resultat och hur den kan förstås genom tidigare forskning samt genom studiens teoretiska referensramar; Objektivisering, självobjektivisering och social jämförelse.

Social medianvändning

I likhet med studien gjord av Voung m.fl. (2021) visade sig resultatet i denna studie på att Instagram och Snapchat var vanligt förekommande i deltagarnas sociala media användning. Trots det visar denna studien på att ungdomarna använder sig utav flera olika sociala plattformar, men att exponeringen av kroppsideal tenderar att ske främst genom Instagram och därefter Tik tok. I denna studie framkom det att deltagarna spenderade från en till två timmar i genomsnittlig tid på sociala medier. En deltagare beskrev ett tidigare användande i upp till fyra timmar. Det här är intressant med tanke på vad Saiphoo och Vahedi (2019) nämner gällande både killar och tjejer och vad Mingoia m.fl. (2017) kom fram till gällande tjejer. Nämligen att deras undersökningar visade på ett samband mellan användande av sociala medier och ett missnöje över sin egen kropp. Således där användande i form av utseenderelaterade aktiviteter som att redigera bilder och ta selfies hade högst effekt. Skillnaden här visade sig vara att Saiphoo och Vahedi (2019) visade att effekterna var densamma oberoende av kön.

Exponering av kroppsideal

Deltagarna i studien upplever att exponeringen av kroppsideal på sociala medier innehåller tydliga inslag för hur en manlig och en kvinnlig kropp bör se ut. Således vad som utmärker en önskvärd kropp och dess motsats, där människor med en icke önskvärd kropp sällan exponeras i samma utsträckning som den önskvärda kroppen i sociala medier. Vidare hur inläggen i stor utsträckning handlar om träning och kost. I likhet med studien gjord av Wiklund m.fl. (2019) exponerades den tränade kroppen på sociala medier där det var vanligt att skryta om hur mycket och hur hårt en tränade. Deltagarna upplevde att det även var vanligt med manipulerade bilder och videos genom olika former av redigeringar eller poseringar för att skapa ett mer önskvärt utseende i framställningen för andra. Det här visar sig överensstämma med Rounsefell m.fl. (2019) kvalitativa resultat, där endast de bästa bilderna laddas upp i förhoppningen av att få respons.

I likhet med studien gjord av Rounsefell m.fl. (2019) och genom användningen av objektifieringsteorin visar det sig att sociala medier medverkar till skapandet av samhällets utseendekultur. Där människors kroppar och dess funktioner separeras från deras personlighet, vilket gör att de enbart blir behandlade som en kropp för det betraktande nöjet av andra. Teorin visar att samhällets kultur har influerat deltagarna som användare på sociala medier och möjliggjort tillfällen för dem att engagera sig i självobjektifierande beteenden. Således där de ser sig själva utifrån ett tredjepersons perspektiv och blir självmedvetna över hur deras kroppar framställs inför andra. Det här sker deltagarna laddar upp bilder på sig själva, där det finns en oro över vilka kommentarer och reaktioner inläggen kommer att få. En viktig aspekt när det kommer till reaktioner som exempelvis ”gilla” funktionen går att koppla till det som Brazill-Murray (2018) nämner gällande att det fungerar som ett socialt accepterande på Instagram. Således kan funktionen likställas med ett beroende eftersom det inverkar på människans kognitiva belöningssystem.

Inverkan på kroppsuppfattningen

Fast att deltagarna var eniga om att sociala medier till mesta dels innefattade negativa konsekvenser på kroppsuppfattningen beskrev de att det existerade inlägg som upplevdes som positiva. Dessa inlägg bestod av användare som ville skildra verkligheten av hur en kropp ser ut jämfört med manipulerade bilder. Vidare existerar det positiva inlägg som ger inspiration genom en förändrad livsstil samt tips och exempel på hur en går tillväga. Dock så var dessa typer av inlägg mindre förekommande jämfört med de inlägg som berörde utseenderelaterade bilder och videos. Tre av studiens sex deltagare beskrev tydligt sina erfarenheter av åtstörningar och menade att de genom tidigare behandlingar har fått hjälp med att undvika bland annat inlägg på sociala medier som exponerar kroppsideal. Därav är det intressant att se till Hausenblas m.fl. (2013) och Vries m.fl. (2016) studier om att sociala mediers exponering av kroppsideal var mer omfattande för deltagarna med åtstörningar när det kom till negativ kroppsuppfattning i jämförelse med de friska deltagarna.

En teori som förklarar sociala mediers inverkan på ungdomars kroppsuppfattning är den sociala jämförelse teorin. I likhet med denna studien beskriver deltagarna att jämförelse med andra är en naturligt förekommande och att de oftast jämför sig med användare på sociala medier som i högre utsträckning lever upp till idealen. Där deltagarna beskriver att dessa kroppar oftast inte stämmer överens med hur de själva och ungdomar i allmänhet uppfattar sina kroppar eftersom skillnaden upplevs vara stor, vilket medverkar till en missnöjd känsla över sin egen kropp. En av deltagarna beskriver att hen inte jämför sig i samma utsträckning med familj och vänner som med obekanta användare på sociala medier. Det här visar sig stämma överens med Hogue och Mills (2019) undersökning som visade att samspelet med

attraktiva användare på sociala medier orsakade en mindre, men direkt försämring av deltagarnas kroppsuppfattning jämfört med samspelet med familjemedlemmar.

Undervisning om kroppsideal i ämnet idrott och hälsa

Utifrån resultatet i denna studie beskriver deltagarna att undervisning om kroppsideal i ämnet idrott och hälsa inte har varit tillräcklig. Alltså har ämnet kroppsideal och dess olika konsekvenser inte genomtyrats i undervisningen. Det här ligger i linje med undersökningar gjorda av Thedin Jakobsson (2004) och Skolinspektionen (2018). Det här visar sig tydligt när det kom till intervjuerna med tre av deltagarna eftersom de visade sig mindre insatta i ämnet jämfört med de övriga tre deltagarna. Det här kan bero på att de tre övriga deltagarna beskrev att de tidigare haft allvarliga ätstörningar och har fått hjälp till att undvika att falla in i samma dåliga matvanor. Genom deras erfarenhet är det rimligt att tänka att dessa deltagare är mer insatta i ämnet eftersom de själva har varit extra utsatta för exponeringen av samhällets kroppsideal, bland annat genom sociala medier. Deltagarna beskriver även hur de hade önskat att undervisningen behandlade kroppsideal. Således visar denna studien att deltagarna eftersöker en undervisning om kroppsideal som har samband till kost, träning och ett bredare perspektiv på hälsa. Likt den teoretiska referensramen i studien gjord av Schubring m.fl.(2021) om Nutbeams koncept om hälsokunskap (health literacy), vilket matchar de salutogena perspektiv på hälsa som kursplanen för ämnet idrott och hälsa delvis grundar sig i. Att deltagarna inte har upplevt en tillräcklig behandlingen av kroppsideal i undervisningen för ämnet idrott och hälsa, kan bero på det som Schubring m.fl. (2021) nämner gällande att det är ett komplext ämne och de didaktiska kunskaperna för att lära ut är begränsade.

5.3 Slutsatser och implikationer

Utifrån denna studien är slutsatsen att ungdomar använder sociala medier dagligen och att det främst är på Instagram och Tik tok de upplever exponeringen av kroppsideal. Således exponeras utseenderelaterat material genom sina följare, andra användare, företag, influencers och kända människor, där även livsstilen är starkt förknippat med utseendet. Följaktligen beskrivs majoriteten av de kroppar som exponeras tillhöra en ideal bild för hur kropp och utseende bör se ut, där motsatsen sällan framställs i samma uträkning.

Självobjektifiering är vanligt förekommande på sociala medier där även deltagarna menar att de själva är måna om hur deras kroppar framställs för andra innan de laddar upp bilder. Redigerade bilder och videos, skönhetsingrepp, kost och träningshets upplevs vara vanligt förekommande i flödet, vilket bland annat skapar en förvirring över vilka bilder som är äkta eller inte. Kroppsidealen på sociala medier upplevs vara något som deltagarna menar är omöjligt att nå upp till och jämförelse med andra är något som sker naturligt. Oftast jämför sig ungdomarna med användare på sociala medier som i högre utsträckning lever upp till idealen. Det här har visat sig inverka negativt på deltagarnas kroppsuppfattning i olika utsträckning, där tre av studiens sex deltagare har erfarenheter av ätstörningar.

Utifrån studiens intervjuer framkommer det tydligt att behandlingen av kroppsideal i kursen idrott och hälsa 1 på gymnasiet inte har genomtyrats i undervisningen tillräckligt. Således eftersöker dessa ungdomar bland annat en undervisning som lär ut kroppsideal genom flera perspektiv på hälsa och inte enbart där den fysiska hälsan står i centrum utan också den psykiska hälsan. Kroppsideal i kursplanen för ämnet idrott och hälsa är relevant för elevernas hälsa och välbefinnande, därav är det väsentligt att lärare behandlar det i sin undervisning. För vidare forskning hade det varit intressant om fler studier likt tidigare forskning gjord av

Schubring m.fl. (2021) som undersökte de didaktiska möjligheterna när det kommer till undervisning om kroppsideal. Även vidare forskning utifrån ett lärarperspektiv är av intresse när det kommer till hur lärare i idrott och hälsa ser på kroppsideal samt hur de själva arbetar med det i sin undervisning.

6 Referenser

- Ahrne, G. (2015). Kvalitativa metoder i samhällsvetenskapen. I G. Ahrne & P. Svensson (Red.). *Handbok i kvalitativa metoder*, 2(3), 8-31. Liber AB: Malmö, pp. 10-33.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Brazill-Murray, C. M. (2018). *Adolescent perceptions of addiction: a mixed-methods exploration of Instagram hashtags and adolescent interviews* (Doctoral dissertation, Pepperdine University).
- Daniel, S., & Bridges, S. K. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body image*, 7(1), 32-38.
- Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Diedrichs, P. C. (2012) Media influences on Male body image. IT.F Cash (red.), *Encyklopedia of body image and human appearance* (s. 547-553). London: Elsevier.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.
- Frisén, A., Gattario, K. H., & Lunde, C. (2014). *Projekt perfekt: om utseendekultur och kroppsuppfattning*. 1. Utg. Stockholm: Natur och kultur.
- Frisén, A., & Hwang, P. (2020). *Ungdomar och identitet*. Stockholm: Natur och kultur.
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Routledge.
- Hassmén, N., & Hassmén, P. (2008). *Idrottsvetenskapliga forskningsmetoder*. SISU idrottsböcker.
- Hausenblas, H. A., Campbell, A., Menzel, J. E., Doughty, J., Levine, M., & Thompson, J. K. (2013). Media effects of experimental presentation of the ideal physique on eating disorder symptoms: a meta-analysis of laboratory studies. *Clinical psychology review*, 33(1), 168–181. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2012.10.011>
- Hogue, J. V., & Mills, J. S. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body Image*, 28, 1–5.
- Kalsnes, B., & Pettersen, L. (2019). Algoritmer, analysedata og automatisering i det digitale medielandskapet – en avkledningsmanøver. *Norsk medietidsskrift*, 26(1), 1-10.
- Kerner, C., Haerens, L., & Kirk, D. (2018). Understanding body image in physical education: Current knowledge and future directions. *European Physical Education Review*, 24(2), 255-265.
- Kiefner-Burmeister, A., & Musher-Eizenman, D. (2018). The Benefits and Trajectory of Digital Editing-Based Media Literacy Among Girls, *Mass Communication and Society*, 21 (5), 631–656. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1465097>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21 (1), 93–110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Kling, J & Frisé, A. (2020). *Identitet, Kropp och sexualitet*. I A. Frisé & P.Hwang. (2020). *Ungdomar och identitet* (s. 149-173). Natur & Kultur.
- Mingoaia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The

- Relationship between Social Networking Site Use and the Internalization of a Thin Ideal in Females: A Meta-Analytic Review. *Frontiers in Psychology*, 8, 1351.
- Nationalencyklopedin, 1. ideal. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2022, 21 april från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/ideal>
- Nationalencyklopedin, 2. Sociala medier. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2022, 21 april från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/sociala-medier>
- Ohlsson, J. (2021). *Mediebarometern 2020*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Patel, R., & Davidson, B. (2019). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex roles*, 71(11), 363-377.
- Rennels, J. L. (2012). Physical attractiveness stereotyping. In *Encyclopedia of body image and human appearance* (pp. 636-643). Academic Press.
- Rettberg, J. W. (2019). Et algoritmisk blick: Algoritmers rolle i produksjonen av hverdagsfotografier. *Norsk medietidsskrift*, 26(1), 1-20.
- Rounds, E. G., & Stutts, L. A. (2021). The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: An experimental study. *Psychology of Popular Media*, 10 (2), 267–274. <https://doi.org/10.1037/ppm0000288>
- Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., ... & McCaffrey, T. A. (2019). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 19-40.
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Schubring, A., Bergentoft, H., & Barker, D. (2021). Teaching on body ideals in physical education: a lesson study in Swedish upper secondary school. *Curriculum Studies in Health and Physical Education*, 12(3), 232-250.
- Skolinspektionen. (2018). *Kvalitetsgranskning av ämnet idrott och hälsa i årskurs 7–9*. Hämtad 2022-04-11 från <https://www.skolinspektionen.se/beslut-rapporter-statistik/publikationer/kvalitetsgranskning/2018/kvalitetsgranskning-av-amnet-idrott-och-halsa-i-arskurs-79/>
- Skolverket. (2011). Ämne - Idrott och hälsa [Ämnesplan]. Hämtad 2022-04-11, från https://www.skolverket.se/undervisning/gymnasieskolan/laroplan-program-och-amnenigymnasieskolan/gymnasieprogrammen/amne?url=1530314731%2Fsyllabuscw%2Fjsp%2Fsubject.htm%3FsubjectCode%3DIDR%26courseCode%3DIDRIDR02%26tos%3Dgy&sv.url=12.5dfce44715d35a5cdfa92a3#anchor_IDRIDR02
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological science*, 27(7), 1027-1035.
- Smolak, L. (2004). Body image in children and adolescents: Where do we go from here? *Body Image*, 1(1), 15-28.
- Theidin Jakobsson, B. (2004). Basket, brännboll och så lite hälsa!: Lärares uppfattning om vad hälsa innebär i ämnet idrott och hälsa.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body image*, 15, 61-67.
- Vetenskapsrådet, H. (2017). *God forsknings sed* [Elektronisk resurs].

Reviderad utgåva (2017). Stockholm: Vetenskapsrådet.

https://www.vr.se/download/18.2412c5311624176023d25b05/1555332112063/God-forskningsred_VR_2017.pdf

- Veldhuis, J., Konijn, E. A., & Seidell, J. C. (2014). Negotiated media effects. Peer feedback modifies effects of media's thin-body ideal on adolescent girls. *Appetite*, 73, 172-182.
- Vries, D. A. de, de Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' Social Network Site Use, Peer Appearance-Related Feedback, and Body Dissatisfaction: Testing a Mediation Model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45 (1), 211–224. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>
- Vries, D. A. de, de Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P., & de Graaf, H. (2014). The Effect of Social Network Site Use on Appearance Investment and Desire for Cosmetic Surgery Among Adolescent Boys and Girls. *Sex Roles*, 71 (9-10), 283–295. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0412-6>
- Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social Media Use and Body Dissatisfaction in Adolescents: The Moderating Role of Thin-and Muscular Ideal Internalisation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13222.
- Wiker, M. (2017). "Det är live liksom" Elevers perspektiv på villkor och utmaningar i idrott och hälsa. (Karlstad University studies, nr. 2017:45). Doktorsavhandling, Karlstad: Karlstads universitet.
- Wiklund, E., Jonsson, E., Coe, A. B., & Wiklund, M. (2019). 'Strong is the new skinny': navigating fitness hype among teenagers in northern Sweden. *Sport, Education and Society*, 24(5), 441-454.
- Wängqvist, M, Berne, S & Frisé A. (2020). *Identitet och internet*. . I A. Frisé & P.Hwang. (2020). Ungdomar och identitet (s. 175-217). Natur & Kultur.

7 Bilaga 1: Intervjuguide

➤ Inledning

Intervjun inleds med en presentation om deltagaren, mig själv, mitt arbete samt information om de fyra etiska principerna. Alltså att jag informerar deltagarna och berättar om studiens syfte samt att den kommer att spelas in och raderas efter bearbetningen av transkriberingen. Att det insamlade materialet endast används för uppsatsen och att deras identitet inte är anonyma men konfidentiella. Detta betyder att det endast är jag som intervjuare som känner till deras identitet och ingen annan kommer att få reda på vilka dom är. Deltagarna erbjuds att få ta del av utskrifterna. Ett extra förtydligande kommer att ske gällande att deltagandet är frivilligt samt att de inte kommer behöva svara på frågor som dom inte känner sig bekväma med. Följaktligen att de kan välja att avbryta intervjun när de vill. Intervjufrågorna utgår från studiens två frågeställningar med inkluderande följdfrågor:

- Hur upplever ungdomar dagens kroppsideal i sociala medier:
 - Kroppsideal vad är det? Hur skulle du definiera kroppsideal och kroppsuppfattning?
 - Vilka sociala medier använder du?
 - Hur kommer du i kontakt med kroppsideal i sociala medier?
 - Hur upplever du sociala mediernas framställning av kroppsideal?
 - Hur skulle du beskriva att dagens kroppsideal ser ut? Vad är önskvärt och vad är inte önskvärt?
 - Hur tror du att det uppfattas av ungdomar?
 - Upplever du att kroppsidealerna har ändrats över tid?
 - Hur upplever du att detta kroppsideal påverkar din egna kroppsuppfattning? Upplever du positiva och/eller negativa effekter?
 - Finns det ideal du önskar att du kunde strunta i? Så fall vilka? Varför?

- Hur beskriver ungdomar att kroppsideal tas upp i idrott och hälsa undervisningen:
 - Hur arbetade din lärare i idrott och hälsa med kroppsideal?
 - Hur skulle du vilja att läraren behandlade kroppsideal i ämnet idrott och hälsa?

- **Avslutning**
 - Utifrån det vi har diskuterat, är det något du skulle vilja tillägga?
 - Något annat du undrar över angående studien?
 - Tack för intervjun!