

Jakten på idealet

**En kvalitativ studie om kroppsideal på sociala
medieplattformar**

Av: Elin Pettersson

Handledare: Göran Bolin

Södertörns högskola | Institutionen för kultur och lärande

Kandidatuppsats 15 hp

Medie- och kommunikationsvetenskap C | Höstterminen 2025



Abstract

Syftet med denna studie är att undersöka hur några unga svenska kvinnor i 25-årsåldern resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar. Utifrån syftet behandlar studien följande frågeställningar: (1) Hur har plattformens kontext betydelse för om unga kvinnor resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar som skadligt eller inte? (2) Hur kan unga kvinnors resonemang kring kroppsideal på sociala medieplattformar förstås i relation till den egna kontexten? (3) Hur kan unga kvinnors resonemang kring kroppsideal på sociala medieplattformar förstås i relation till social jämförelse? Uppsatsen utgår från Hirdmans (1998) teori om tysta kroppar samt Halls (1980/2003) teori om encoding decoding. Studien är baserad på en kvalitativ metod där djupintervjuer har genomförts med fyra svenska kvinnor i 25-årsåldern. Utifrån det empiriska materialet har tre betydelsefulla slutsatser identifierats. För det första framgår det att plattformens kontext spelar en betydande roll för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal som skadligt eller inte, detta baseras på den specifika plattformen, typen av innehåll och hur kroppen i innehållet kontextualiseras. För det andra framstår relationen mellan kroppsideal och den egna kontexten som avgörande för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal, vilket grundar sig i deltagarnas känslor, deras relation till den egna bekantskapskretsen samt strategier för att förhålla sig distanserade. För det tredje framgår det att social jämförelse utgör en central faktor för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal, något som tar sig uttryck genom främst uppåtriktad jämförelse, i viss mån nedåtriktad jämförelse samt att deltagarna anpassar sitt eget innehåll efter samtida kroppsideal för att passa in på sociala medieplattformar. Sammantaget besvaras syftet genom att belysa hur deltagarnas resonemang präglas av en samverkan mellan plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse, där de två förstnämnda skapar förutsättningar för social jämförelse.

Nyckelord: Kroppsideal, sociala medieplattformar, tysta kroppar, encoding decoding

Titel: Jakten på idealet. En kvalitativ studie om kroppsideal på sociala medieplattformar

Termin: Höstterminen 2025

Författare: Elin Pettersson

Handledare: Göran Bolin

Förord

Jag har tagit del av Urkunds plagiathandbok och uppsatsen utgör mitt eget originalverk. I samband med detta intygar jag att uppsatsen inte omfattas av AI-genererad text. Alla personuppgifter som har samlats in under studiens gång kommer att raderas när kursen är avslutad och betygsatt med godkänt resultat. Jag vill rikta ett stort tack till min handledare Göran Bolin för värdefull handledning under uppsatsens arbetsprocess. Ett stort tack riktas även till de deltagare som har medverkat i studien.

Innehållsförteckning

1.	INLEDNING	5
2.	FORSKNINGSÖVERSIKT	6
	2.1 <i>Kroppsideal på sociala medieplattformar</i>	7
	2.2 <i>Kontextuella faktorer</i>	9
	2.3 <i>Social jämförelse</i>	9
	2.4 <i>Sammanfattning och problemformulering</i>	10
3.	SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	11
4.	TEORI	11
	4.1 <i>Tysta kroppar</i>	12
	4.2 <i>Encoding decoding</i>	13
	4.3 <i>Analysmodell för förståelsen av kroppsideal</i>	15
5.	METOD OCH MATERIAL	16
	5.1 <i>Djupintervjuer</i>	17
	5.2 <i>Digitala intervjuer</i>	17
	5.3 <i>Etiskt förhållningssätt</i>	18
	5.4 <i>Tillvägagångssätt</i>	19
	5.5 <i>Metodologiska reflektioner</i>	21
6.	ANALYS OCH DISKUSSION	21
	6.1 <i>Plattformens kontext</i>	22
	6.2 <i>Den egna kontexten</i>	25
	6.3 <i>Social jämförelse</i>	30
	6.4 <i>Samspelet mellan plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse</i>	34
7.	SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER	36
8.	REFERENSLISTA	40
	APPENDIX A	44
	APPENDIX B	45
	APPENDIX C	46

1. Inledning

Dokumentären *Smalast vinner* (2025) synliggjorde hur kvinnor exponeras för kroppsidealet “promotion of anorexia”¹, ett ideal som främjar ätstörningar och framställer det som en livsstil. I dag präglar denna estetik i hög grad flöden på sociala medieplattformar där bilder som framhäver specifika kroppsdelar är vanligt förekommande. Historiskt har kvinnor exponerats för varierande kroppsideal, vilka har skiftat mellan kurviga ideal, kroppsaktivism och det smala idealet. I dagens medielandskap exponeras kvinnor för kroppsideal i större utsträckning än någonsin (*Smalast vinner* 2025).

Att medier spelar en central roll i att forma kulturella kroppsideal och normer är sedan länge välkänt (Cohen et al., 2019, s.1547). Redan på tidigt 1900-tal porträtterades kvinnor i pressfotografier med tydlig fixering vid kroppen och utseendet (s.229). Historiskt sett har kvinnor avbildats som förföriska (s.228) samtidigt som de förväntas upprätthålla det egna utseendet för betraktarens skull (s.231). De skönhetsnormer som kvinnor uppmanas att uppfylla har därmed under lång tid utgjort en avgörande faktor för hur kvinnor värderar sig själva (Hirdman, 1998, s.235).

Sociala medieplattformar utgör numera en central del av den svenska befolkningens vardag, där kvinnor tenderar att använda plattformar i större omfattning än män (Nordicom, 2025, s.86). Det framgår även att kvinnor i högre grad publicerar egna inlägg än män (s.131), vilket framför allt förekommer på Instagram (s.174). På plattformar som TikTok (s.153) och Instagram är det dessutom kvinnliga 00-talister som utgör de mest frekventa användarna (Internetstiftelsen, 2025, s.149).

Den ökade användningen av sociala medieplattformar har dels förvärrat redan existerande fenomen, dels introducerat nya utmaningar i medielandskapet (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.1). I Tjejjonens² (2025) rapport *Kvinnorörelse 2025* framkommer det att sociala medieplattformar har haft betydande konsekvenser för kvinnors kroppsuppfattning och psykiska hälsa, vilket grundar sig i de orealistiska kroppsideal som florerar på plattformarna (s.16). Att kvinnor exponeras för kroppar som benämns som perfekta riskerar att de själva

¹ I denna uppsats används det engelska begreppet “promotion of anorexia” för att fånga den specifika innebörd som avses eftersom ingen entydig svensk översättning motsvarar begreppet.

² Tjejjonen är en stödorganisation för tjejer och unga kvinnor i åldern 10-25 år.

börjar eftersträva idealen. Detta är något som kan leda till känslor av otillräcklighet och i förlängningen bidra till ätstörningar, ångest samt sämre självkänsla (Tjezonen, 2025, s.18).

I plattformsföretaget Metas senaste interna forskning som utfördes mellan 2023-2024 tyder resultaten på ett samband mellan exponering för kroppsideal och en ökad negativ kroppsuppfattning bland användare. Detta samband är särskilt framträdande på plattformen Instagram där användare uppger att de regelbundet exponeras för innehåll som främjar ätstörningar samt bilder som framhäver specifika kroppsdelar. Flertalet experter har varnat plattformsföretaget för denna utveckling eftersom innehållet bedöms vara särskilt skadligt för unga användare. Meta bemöter kritiken genom att framhålla att användare med en negativ självuppfattning i högre grad tenderar att söka upp och integrera med innehåll som främjar kroppsideal på egen hand. Företaget menar därmed att resultatet inte bör tolkas som ett orsakssamband mellan Instagram och en försämrad kroppsuppfattning (Horwitz, 2025).

Den ökade exponeringen av kroppsideal på sociala medieplattformar (Smalast vinner 2025) samt att kvinnor utgör den mest frekventa användargruppen av plattformar (Nordicom, 2025, s.86), gör området till ett viktigt och aktuellt forskningsfält. Tidigare forskning kring kroppsideal har främst genomförts på internationell nivå, medan denna studie avser att bidra med ett nationellt perspektiv. En ytterligare aspekt som betonar vikten av att undersöka detta område är att kvinnor och flickor utgör enligt Folkhälsomyndigheten (2025) den grupp som upplever högst psykisk ohälsa i Sverige, något som dessutom uppges fortsätter att öka under 2000-talet (Folkhälsomyndigheten, 2025).

2. Forskningsöversikt

I detta avsnitt redovisas tidigare forskning som belyser kroppsideal på sociala medieplattformar. Forskning indikerar att kontextuella faktorer spelar en central roll i förstärkningen av olika kroppsideal. Vilken betydelse detta har för hur unga kvinnor jämför sig med idealet behandlas även nedan.

2.1 Kroppsideal på sociala medieplattformar

Tidigare forskning visar att medier över tid har haft en betydande roll i att förstärka kulturella skönhetsideal och normer (Cohen et al., 2019, s.1547). I synnerhet har exponering för traditionella medier, som exempelvis film och TV, visat sig vara nära kopplat till individens kroppsuppfattning (Bardone-Cone & Cass, 2006, s.256). En utveckling av detta syns tydligt på sociala medieplattformar som fortsätter upprätthålla stereotyper och kroppsideal (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.6). Detta kommer till uttryck i form av idealiserade bilder på plattformarna och är något som bidrar till en ökad negativ kroppsuppfattning hos kvinnor (Fardouly & Holland, 2018, s.4312).

Ett kroppsideal som bidrar till negativa effekter hos kvinnor (Jennings et al., 2021, s.586) är det som Ging och Garvey (2018) benämner som promotion of anorexia. Fenomenet förklaras som en reaktion på ätstörningen anorexia och började uppmärksammas på internet under 1990-talet (s.1181). Det handlar om att förkasta synen av anorexia som ätstörning och istället se det som ett medvetet livsstilsval (Ging & Garvey, 2018, s.1182). Redan under mitten av 2000-talet konstaterade Bardone-Cone och Cass (2006) att kvinnor som exponeras för bilder av promotion of anorexia, upplever negativa effekter som exempelvis försämrad kroppsuppfattning och låg självkänsla (Bardone-Cone & Cass, 2006, s.260).

I takt med den digitala utvecklingen har ett tydligt skifte identifierats i medielandskapet enligt Ging och Garvey (2018). Fenomenet promotion of anorexia har tidigare utspelat sig i skyddade forum som kräver lösenord, medan det numera utspelar sig öppet och visuellt på sociala medieplattformar. Detta är något som har bidragit till en romantisering av sjukdomen. Den omfattande mängden offentliga konton som finns på plattformarna samt den interaktivitet som uppstår i form av kommentarer och gilla-markeringar fortsätter dessutom att driva fenomenet framåt (Ging & Garvey, 2018, s.1182).

Forskning tyder inte enbart på att det är extrema kroppsideal som promotion of anorexia som ger negativa effekter. Lewallen och Behm-Morawitz (2016) menar att kvinnor som exponeras för det så kallade smala idealet upplever negativa effekter såsom försämrad kroppsuppfattning och sämre självkänsla. Dessa effekter uppstår i hög grad till följd av att behöva upprätthålla kulturella normer och förväntningar kopplade till kroppsideal som förknippas med kvinnlighet (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.3).

I kontrast till detta diskuterar Cohen et al. (2019) effekten av att exponeras för kroppspositivt innehåll (s.1546), något som definieras som att utmana de nuvarande normativa skönhetsidealen samt framhäva olika kroppstyper (s.1547). Inläggen består vanligtvis av bilder där kvinnor stolt visar upp sina kroppar tillsammans med bildtexter som uppmuntrar till att associera sin kropp med positiva känslor (s.1548). Kvinnor som tar del av detta innehåll upplever i stor utsträckning positiv kroppsuppfattning och förbättrat humör. Detta står i kontrast till upplevelsen för de kvinnor som exponeras för bilder av det smala idealet, vilka vanligtvis upplever missnöje med den egna kroppen samt negativt humör (Cohen et al., 2019, s.1558).

Cohen et al. (2019) menar att kvinnor som har en hälsosam kroppsuppfattning i större utsträckning har ett mer socialt och emotionellt välbefinnande (s.1548) samt tenderar att tala mer positivt om det egna utseendet (s.1559). Vanligtvis upplevs även positiva känslor kopplade (s.1548) till hälsobeteenden och fysisk aktivitet (Cohen et al., 2019, s.1549). Liknande resonemang lyfts fram av Fioravanti et al. (2023) som belyser att kroppspositivt innehåll skapar en mer accepterad syn på olika kroppar och främjar individers självkärlek (Fioravanti et al., 2023, s.3268).

Däremot belyser Fioravanti et al. (2023) att kroppspositivt innehåll har kritiserats eftersom det baseras på utseendefixering. Vanligtvis förekommer bilder där kvinnor framställs som sensuella och poserande i lättklädd klädsel. Bildtexter som refererar till utseende är även vanligt, exempelvis används ord som kurvigt eller celluliter (s.3282). Oavsett om utseendefixeringen (s.3282) framställs som negativ eller positiv så leder det i hög grad till jämförelser av det egna utseendet (Fioravanti et al., 2023, s.3283).

Effekterna av exponering för olika typer av kroppsideal på sociala medieplattformar förstärks ytterligare av det interaktionsmönster som Toffoletti et al. (2023) beskriver. Författarna framhåller att när kvinnors kroppar blir lättillgängliga och övervakade på sociala medieplattformar leder det till att kvinnor börjar kontrollera och granska både andras och sina egna kroppar i större utsträckning (s.45). Detta medför att kvinnor som publicerar innehåll på sociala medieplattformar upplever ökad sårbarhet eftersom deras kroppar blir mer synliga inför andra som kan kommentera, bevaka och bedöma kroppen (Toffoletti et al., 2023, s.52).

2.2 Kontextuella faktorer

Trots att tidigare forskning visar att idealiserade bilder skapar negativa känslor som sämre kroppsuppfattning (Fardouly & Holland, 2018, s.4312) kan specifika typer av innehåll framkalla positiva känslor. Enligt Jennings et al. (2021) är "fitspiration", något som beskrivs som hälsorelaterat innehåll (s.581), mer sannolikt att framkalla positiva känslor än innehåll av promotion of anorexia (s.587). Detta trots att fitspiration porträtterar skadligt material som förknippas med ätstörningsbeteenden, som exempelvis före- och efterbilder relaterade till viktnedgång (s.581). Detta antyder att gränsen mellan upplevelsen av fitspiration och promotion of anorexia är diffus (Jennings et al., 2021, s.581).

I linje med detta menar Dwitha Yuniar et al. (2025) att sociala medieplattformar kan framkalla såväl negativa som positiva känslor. Detta är något som grundar sig i flera faktorer som exempelvis vilket innehåll användarna konsumerar, hur de använder plattformarna och varför de använder sociala medieplattformar. Överdriven användning av sociala medieplattformar samt jämförelse med andra användare är något som har en negativ inverkan på självkänslan. Positiva känslor skapas däremot genom exempelvis emotionellt stöd av andra användare och sociala interaktioner på plattformarna (Dwitha Yuniar et al., 2025, s.315).

En aspekt att beakta i relation till kontextuella faktorer på sociala medieplattformar är den feedback-funktion som Dwitha Yuniar et al. (2025) diskuterar. Detta avser interaktioner som delningar, gilla-markeringar och kommentarer. Författarna menar att detta spelar en central roll i hur användare upplever sin självkänsla. Om användaren erhåller positiv feedback i form av exempelvis ökat antal gilla-markeringar leder detta till positiv effekt på självkänslan. I kontrast till detta bidrar utebliven feedback, som exempelvis mindre antal gilla-markeringar, till negativa effekter på självkänslan (Dwitha Yuniar et al., 2025, s.315).

2.3 Social jämförelse

Social jämförelse (social comparison) definieras enligt Meier och Schäfer (2018) som tänkandet om andra personer i förhållande till det egna jaget. Det gör det möjligt att utifrån ett personligt perspektiv värdera sig själv i relation till det som eftersträvas. Inom social jämförelse är det vanligt att skilja mellan nedåtriktad och uppåtriktad jämförelse. Uppåtriktade jämförelser är associerade med negativa effekter som exempelvis känslor av

underlägsenhet. I kontrast till detta relateras nedåtriktade jämförelser till positiva effekter, såsom överlägsenhet (Meier & Schäfer, 2018, s.411).

Meier och Schäfer (2018) argumenterar för att social jämförelse skapar inspiration. Detta förklaras som en positiv känsla av avundsjuka som uppstår vid uppåtriktade jämförelser. Användare upplever i stor utsträckning inspiration från Instagramkonton som publicerar personliga intressen eller nya aktiviteter som exempelvis matlagning, resor eller sport (s.415). Dessutom menar författarna att denna inspiration i hög grad leder till att användarna omsätter motivationen till konkreta handlingar som att inhämta ny kunskap (s.412) eller att eftersträva självförbättring (Meier & Schäfer, 2018, s.416).

I linje med detta diskuterar även Fardouly och Holland (2018) social jämförelse (s.4314) och menar att det är vanligt att kvinnor jämför sig utifrån kulturella skönhetsideal (s.4312). De idealiserade bilderna som porträtteras på sociala medieplattformar är i större utsträckning mer skadliga än bilder som visas i traditionella medier. Detta grundar sig i att individer vanligtvis jämför sig med personer som anses likna dem själva. Därför kan kroppsuppfattningen formas mer negativt av individer som upplevs som lättare att relatera till än exempelvis modeller i traditionella medier (Fardouly & Holland, 2018, s.4314).

Lewallen och Behm-Morawitz (2016) menar att den sociala jämförelse som Meier och Schäfer (2018) och Fardouly och Holland (2018) diskuterar är något som vanligtvis leder till negativa konsekvenser som extrem träning eller bantning (s.6). Även om social jämförelse tillfälligt kan fungera som en inspirationskälla menar författarna att det i hög grad kan utvecklas till skadliga beteenden. Detta eftersom individer riskerar att misslyckas med att uppnå de orealistiska idealen de eftersträvar i slutändan (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.6).

2.4 Sammanfattning och problemformulering

Trots att tidigare forskning visar att kroppsideal på sociala medieplattformar kan ge upphov till såväl negativa som positiva upplevelser för unga kvinnor, framträder en komplex och delvis motsägelsefull bild. Å ena sidan pekar studier på att exponering för kroppsideal bidrar till negativ kroppsuppfattning, sämre självkänsla och skadliga beteenden. Å andra sidan lyfter forskning fram att specifika former av innehåll, såsom kroppspositiva inlägg eller innehåll av

fitspiration, kan framkalla positiva känslor som exempelvis inspiration och emotionellt välbefinnande. Detta tyder på att kroppsideal inte kan förstås som entydigt skadliga eller icke skadliga, snarare att deras betydelse är beroende av kontextuella och individuella förutsättningar.

3. Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att undersöka hur några unga svenska kvinnor i 25-årsåldern resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar. Innan frågeställningarna presenteras preciseras hur studien avser att förstå tre centrala begrepp: plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse. Plattformens kontext har för avsikt att ge förståelse för om olika typer av innehåll och plattformar har betydelse för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal som skadligt eller inte. Den egna kontexten bidrar till att identifiera huruvida deltagarnas resonemang grundar sig i individuella tolkningar eller gemensamma mönster. Social jämförelse används för att förstå hur deltagarna jämför sig med kroppsideal som de exponeras för på sociala medieplattformar. Utifrån syftet kommer följande frågeställningar att behandlas:

1. Hur har plattformens kontext betydelse för om unga kvinnor resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar som skadligt eller inte?
2. Hur kan unga kvinnors resonemang kring kroppsideal på sociala medieplattformar förstås i relation till den egna kontexten?
3. Hur kan unga kvinnors resonemang kring kroppsideal på sociala medieplattformar förstås i relation till social jämförelse?

4. Teori

Uppsatsen utgår från Hirdmans (1998) teori om tysta kroppar samt Halls (1980/2003) teori om encoding decoding. Hirdmans (1998) teoretiska ingång möjliggör förståelse för hur deltagarna resonerar kring social jämförelse kopplat till kroppsideal på sociala medieplattformar. Halls (1980/2003) teori skapar förståelse för hur innehåll på sociala medieplattformar produceras, avkodas och tillskrivs mening, vilket blir relevant för att förstå hur plattformens kontext och den egna kontexten tar sig uttryck. Teorierna utgör det

analytiska ramverk som ligger till grund för studiens analys av det empiriska materialet, vilket har mynnat ut i analysmodellen för förståelsen av kroppsideal som avslutningsvis presenteras i detta avsnitt.

4.1 Tysta kroppar

Hirdman (1998) analyserar hur män och kvinnor avbildas i pressfotografier från åren 1925, 1955 samt 1987 i Sverige. Författaren argumenterar för att betydelsen av köns kategorier förändras beroende på samhällsliga förhållanden, kontext och tid, vilket gör att veckotidningar och dagstidningar kan spegla en viss historisk period samt olika kulturer. En specifik tidsperiod präglas av normer för vad som utgör kvinnligt respektive manligt, något som förstärks genom att särskilda egenskaper och beteenden lyfts fram som traditionella könsideal. Denna representation av kvinnor och män i massmedia bidrar till konstruktionen av maskulinitet och femininitet (Hirdman, 1998, s.225). Detta avsnitt behandlar vidare hur kvinnor historiskt sett har avbildats i pressfotografier. Anledningen till att den manliga porträtteringen exkluderas motiveras av att uppsatsen undersöker unga kvinnors resonemang.

Kvinnor avbildas i pressfotografier under 1925 på ett sätt som enligt Hirdman (1998) syftar till att förmedla kvinnlighet. Utseendet har en central betydelse och kopplas starkt samman till kvinnlig identitet, samtidigt som kvinnor återkommande framställs som förföriska och attraktiva (s.228). Detta fokus på det yttre bidrar till fixering vid kvinnans kropp där identiteten blir alltmer definierad genom utseendet. Författaren benämner dessa framställningar som tysta kroppar, vilket innebär att kvinnan endast visas som en passiv visuell symbol (Hirdman, 1998, s.229).

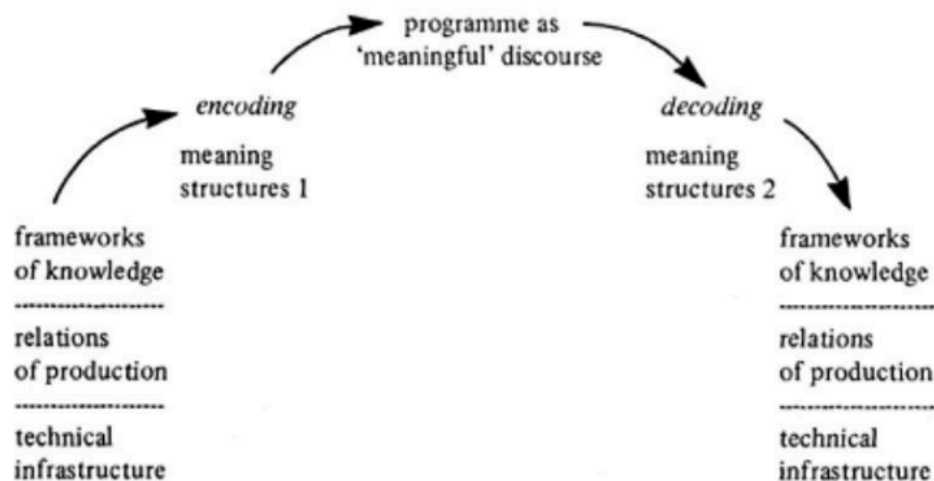
År 1955 belyser Hirdman (1998) hur ett nytt sätt att framställa kvinnor på etableras. Detta innebär att kroppen används för att marknadsföra produkter som saknar direkt koppling till kvinnan. I denna kontext blir kvinnans främsta funktion i bilderna att framkalla uppmärksamhet hos betraktaren och att attrahera publiken. Under denna period visas kvinnor upp som mer lättklädda än innan (s.232) samtidigt som det blir mer vanligt med råd och tips för att uppnå det ideala utseendet, såsom att eftersträva slät hy. Självkontroll, plikt och ansvar utgör centrala ideal under denna tidsperiod. Denna självkontroll beskriver författaren som tvåfaldig då den dels riktar sig mot individen själv, dels gentemot andra. Kvinnor förväntas således vårda sitt utseende inför betraktarens skull (Hirdman, 1998, s.231).

Perioden från 1987 och framåt menar Hirdman (1998) präglas av att specifika kroppsdelar lyfts fram hos kvinnor (s.234). Denna era kännetecknas av riktlinjer och rekommendationer som relaterar till utseende, skönhet och kropp. Syftet med dessa råd är att främja personligt välbefinnande samt skapa en känsla av lycka genom att vägleda kvinnor i hur de kan förbättra sitt yttre enligt rådande skönhetsnormer. I detta sammanhang blir förväntningarna att kvinnor ska framstå som attraktiva en del av hur de uppfattar och värderar sig själva (Hirdman, 1998, s.235).

Hirdmans (1998) teori belyser hur kvinnor sedan tidigt 1900-tal definierats utifrån det egna utseendet. Genom att beskriva kvinnor som passiva visuella symboler genom begreppet tysta kroppar (s.229) betonas hur kvinnors primära funktion i bilder är att attrahera publiken (Hirdman, 1998, s.231). Denna teoretiska ingång möjliggör en fördjupad förståelse för hur deltagarna resonerar kring social jämförelse i relation till innehåll som exponerar kvinnors kroppar. En nutida tolkning av Hirdmans (1998) teori kan förstås som att unga kvinnor upplever ett behov av att publicera inlägg på sociala medieplattformar på ett sätt som syftar till att attrahera sina följare på plattformen. Hirdman (1998) framhåller dessutom att den teoretiska utgångspunkten kan tillämpas oberoende av vilket medium bilderna förekommer i (Hirdman, 1998, s.226). Detta stärker uppfattningen om att Hirdmans (1998) teori går att applicera på nyare medier, såsom sociala medieplattformar.

4.2 Encoding decoding

Hall (1980/2003) beskriver encoding decoding som en cirkulär produktionsprocess (s.108) som innefattar inkodning och avkodning, vilka båda är relaterade till den tekniska infrastrukturen, produktionsförhållanden och kunskapsramar (s.109). Den kommunikativa processen inleds med att produktionen skapar ett budskap, något som är präglat av idéer och betydelser inom exempelvis tekniska färdigheter och antagande om publiken. Publiken fungerar därmed som såväl källa som mottagare för budskapet (Hall, 1980/2003, s.108).



Figur 1. Stuart Halls modell encoding decoding (Hall, 1980/2003, s.109).

Mottagandet av ett budskap förstås enligt Hall (1980/2003) som förverkligandet av meddelandet där budskapet först behöver tillskrivas en meningsfull diskurs och avkodas på ett betydelsefullt sätt innan det kan få effekt. Det är den här avkodningen som exempelvis underhåller, övertygar eller skapar tolkning och som i sin tur leder till emotionella eller ideologiska konsekvenser. Det är först när budskapet når publiken som det tolkas utifrån sociala praktiker, vilket formas av exempelvis sociala relationer. Det är i sin tur dessa sammanhang som avgör hur budskapet tolkas samt möjliggör meningsskapande i individens medvetande och i praktiken (Hall, 1980/2003, s.109).

Hall (1980/2003) belyser vidare att de två typerna av meningsstrukturer, det vill säga meningsstrukturer 1 och meningsstrukturer 2, inte nödvändigtvis behöver överensstämma. Detta grundar sig i att avsändaren och mottagaren inte automatiskt delar samma förståelse. Huruvida ett budskap tolkas i linje med avsändarens intention eller missförstås är beroende av i vilken utsträckning avsändarens och mottagarens perspektiv överensstämmer (s.109). Missförstånd uppstår därmed först när avsändaren och mottagaren inte tolkar budskapet på samma sätt (Hall, 1980/2003, s.110).

Individuella tolkningar är enligt Hall (1980/2003) ofrånkomliga. Samtidigt poängterar författaren att detta sällan varken är helt slumpmässigt eller individuellt då det i hög utsträckning grundar sig i gemensamma mönster (s.114). Visuella tecken kan exempelvis betraktas som universella eftersom deras betydelse formas av kulturella sammanhang. Detta

innebär att en del visuella tecken uppfattas som självklara för såväl avsändaren som mottagaren eftersom de är vana att tolka budskapet på ett likartat sätt (Hall, 1980/2003, s.111).

Halls (1980/2003) teori om encoding decoding kommer att fungera som ett analytiskt ramverk för denna studie eftersom den belyser hur budskap produceras, tolkas och får betydelse för publiken. Den tekniska infrastruktur och de produktionsförhållanden som Hall (1980/2003) redogör för (Hall, 1980/2003, s.109) kan förstås som plattformens kontext. Halls (1980/2003) beskrivning av kunskapsramar (Hall, 1980/2003, s.109) kan tolkas som den egna kontexten, vilket baseras på deltagarnas individuella kunskaper och erfarenheter. Encoding decoding möjliggör därmed förståelse för hur de unga kvinnorna i studien avkodar budskap utifrån sina egna sociala och kulturella referensramar. Detta gör det möjligt att analysera dels de individuella, dels gemensamma mönstren i deltagarnas utsagor.

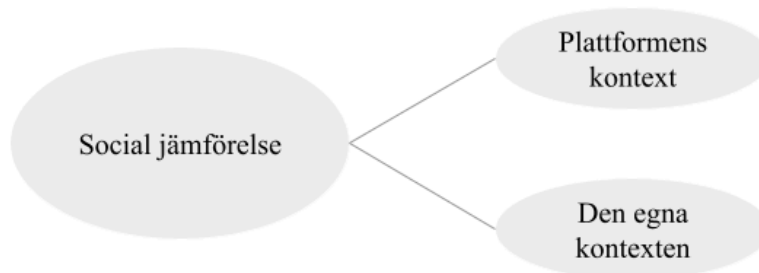
4.3 Analysmodell för förståelsen av kroppsideal

För att förstå hur deltagarna resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar utgår denna studie från en analysmodell för förståelsen av kroppsideal. Analysmodellen baseras på de tre centrala begreppen som frågeställningarna avser att behandla: plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse.

Som tidigare nämnt baseras plattformens kontext och den egna kontexten på Halls (1980/2003) teori om encoding decoding där plattformens kontext förstås som de produktionsförhållanden och tekniska infrastruktur som författaren beskriver. I denna studie kommer plattformens kontext att diskuteras i form av hur deltagarna resonerar kring olika sociala medieplattformar och det innehåll som de exponeras för. Den egna kontexten grundar sig i Halls (1980/2003) beskrivning av individuella kunskapsramar och förstås i denna studie som deltagarnas individuella erfarenheter, kunskap och referensramar. Detta är något som vidare kommer att möjliggöra identifiering av såväl individuella som gemensamma mönster.

Hirdmans (1998) teori om hur kvinnor konstrueras som passiva visuella symboler genom begreppet tysta kroppar ger förståelse för hur kvinnor definierar sig själva och andra genom kroppen och utseendet (Hirdman, 1998, s.229). Detta ligger till grund för att förstå hur

kvinnors kroppar blir centrala utgångspunkter för värdering av det egna jaget och av andra, vilket skapar förutsättningar för att förstå deltagarnas resonemang kring social jämförelse.



Figur 2. Analysmodell för förståelsen av kroppsideal framtagen av uppsatsens författare.

Analysmodellen avser att undersöka huruvida plattformens kontext och den egna kontexten skapar förutsättningar för om social jämförelse uppstår. Social jämförelse bidrar i sin tur till förståelsen av hur deltagarna resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar. Det empiriska materialet kommer att analyseras utifrån den angivna analysmodellen, vilket presenteras under avsnittet analys och diskussion.

5. Metod och material

I följande avsnitt presenteras uppsatsens metodval samt det empiriska materialet, vilket kommer att redovisas i nästa del av uppsatsen. I denna del kommer även det etiska förhållningssättet och uppsatsens tillvägagångssätt att diskuteras samt en avslutande metodologisk reflektion.

5.1 Djupintervjuer

För att fånga hur deltagarna resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar samt hur dessa resonemang relateras till plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse används djupintervjuer. Denna metod definieras enligt Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2025) som en interaktionsform där forskaren och deltagaren möts i ett längre samtal med målet att skapa en relation som ger utrymme för båda parter att öppna upp sig. Detta medför att även den som intervjuar delar med sig av erfarenheter och tankar, något som skiljer sig från andra former av intervjuer. Denna typ av interaktion kan liknas vid ett mer informellt samtal, detta på grund av den närhet som skapas vid djupintervjuer. Metoden syftar till att skapa förståelse för deltagarnas personliga aspekter som exempelvis kulturella perspektiv, värderingar eller identitet (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2025, s.60).

En betydande aspekt menar Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2025) är valet av plats för intervjun. Att utföra intervjun på exempelvis en arbetsplats kan göra att den som intervjuas vill presentera sig på ett så fördelaktigt sätt som möjligt (s.64). Om intervjun saknar koppling till en specifik plats är det däremot vanligt att den genomförs i hemmiljö. Detta är en miljö som i hög grad kan väcka mer känslor än andra miljöer, vilket kan leda till att deltagaren avböjer. I hemmiljö är det även av stor vikt att intervjun pågår ostört och att inga andra familjemedlemmar är närvarande (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2025, s.65). I denna uppsats motiveras valet av hemmiljö av ambitionen att skapa en trygg intervjusituation som ger deltagarna förutsättningar att dela med sig av personliga erfarenheter.

5.2 Digitala intervjuer

I denna studie har två av fyra djupintervjuer genomförts i digital miljö, vilket motiverar en metodologisk reflektion kring valet av digitala intervjuer. Enligt Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2025) har digitala intervjuer möjliggjort en rad positiva aspekter, som exempelvis möjligheten att genomföra intervjuer i deltagarens hemmiljö (s.71). Trots detta finns det flera faktorer som bör beaktas vid genomförandet. Digitala intervjuer kan skapa stressmoment eftersom det förutsätter att uppkopplingen fungerar och att tekniken inte fallerar (s.72). Detta understryker vikten av att den som intervjuar testat det digitala programmet innan intervjun påbörjas (s.73). Författarna betonar även vikten av att ta hänsyn till de etiska principerna,

vilket handlar om att säkerställa att varken bilder eller information som berör deltagaren sprids bortom intervjun (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2025, s.73).

I linje med detta menar Bolin et al. (2023) att en ytterligare svårighet med att utföra digitala intervjuer är att den som intervjuar får en förändrad roll (s.5). Digitala intervjuer kräver en mer tydlig struktur under intervjuens gång, till skillnad från intervjuer offline (s.2). Intervjusituationen riskerar att skapa samtal som känns onaturliga eller mindre spontana (s.4), vilket kan bidra till att det upplevs som en frågestund snarare än en intervju (Bolin et al., 2023, s.2). I likhet med detta diskuterar Bengtsson (2014) etnografi i digitala miljöer. Trots att författaren diskuterar etnografisk metodologi är det av stor vikt att betona problematiken kring att digitala intervjuer riskerar att skapa en distans mellan forskaren och det som studeras. Detta är något som leder till bristande insikt i deltagarnas estetiska och fysiska egenskaper, vilket begränsar förståelsen av det sociala sammanhanget (Bengtsson, 2014, s.869). Trots att uppsatsen inte utgår från en etnografisk metod bidrar resonemanget till förståelse för de begränsningar som kan uppstå i digitala forskningsmiljöer. Mot bakgrund av de metodologiska utmaningarna som lyfts fram kommer en diskussion kring digitala intervjuer och intervjuer offline att presenteras under metodologiska reflektioner.

5.3 Etiskt förhållningssätt

Djupintervjuer tenderar att generera personlig och känslig information enligt Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2025), av denna anledning är det väsentligt att ta hänsyn till den etiska aspekten (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2025, s.61). Ett förhållningssätt är att använda sig av det som Svensson och Ahrne (2025) beskriver som informerat samtycke. Detta syftar till att informera deltagarna om studiens innebörd och baserat på informationen har deltagarna möjlighet att avgöra sin medverkan (Svensson & Ahrne, 2025, s.36). Mot bakgrund av detta tilldelades varje deltagare ett informerat samtycke (se Appendix A) innan samtliga intervjuer. Här har deltagarna informerats om vad för ämne intervjun kommer att beröra, vad deltagandet innebär samt att de kommer att förbli anonyma. Information presenteras även om hur materialet kommer att analyseras och användas, vilket syftar till att ge deltagarna insyn i hela forskningsprocessen. För att säkerställa att deltagarna har tagit del av det informerade samtycket ombads varje deltagare att bekräfta detta innan intervjun påbörjades.

Det etiska förhållningssättet betonar Svensson och Ahrne (2025) även omfattas av forskaren och deltagarnas relation (Svensson & Ahrne, 2025, s.35). Mot bakgrund av detta har Vetenskapsrådets (2024) riktlinjer i rapporten *God forskningssed 2024* beaktats genom hela forskningsprocessen. Detta är särskilt viktigt eftersom uppsatsens ämne kan beröra deltagarnas psykiska hälsa. Genom ett medvetet etiskt förhållningssätt kan studien genomföras på ett respektfullt och säkert sätt, där samtliga åtgärder vidtagits för att skapa en trygg miljö för deltagarna.

5.4 Tillvägagångssätt

I denna studie har fyra unga svenska kvinnor i 25-årsåldern deltagit i djupintervjuer. Kvinnorna har rekryterats genom det egna kontaktnätet, däremot är det av stor vikt att poängtera att ingen av deltagarna är bekanta med varandra. Samtliga deltagare har tilldelats pseudonymer som kommer att användas i analysen: "Ella" är en 25-årig anställd inom industribranschen, "Madeleine" är en 25-årig student, "Alma" är en 25-årig anställd inom landstinget och "Wilma" är en 25-årig student.

Intervjuerna är uppdelade i två olika teman: kontext och personlig omgivning (se Appendix B). Ursprungligen planerades intervjuerna att omfatta tre teman där social jämförelse utgjorde ett separat tema. Under arbetsprocessen framkom däremot att frågor om social jämförelse med fördel kunde behandlas inom de övriga temana. Därmed utgörs studiens intervjuguide av två teman med sammanlagt 17 frågor, varav två bakgrundsfrågor och en avslutande fråga. De två bakgrundsfrågorna som behandlas syftar till att ge en första inblick i deltagarnas medieanvändning samt skapa en avslappnad intervjusituation. Den avslutande frågan gav deltagarna möjlighet att tillföra ytterligare reflektioner som inte behandlats tidigare under intervjun samt säkerställa att inga viktiga aspekter utelämnats.

Innan de faktiska intervjuerna genomfördes utfördes en pilotintervju. Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2025) anser att ett bra tillvägagångssätt är att pröva intervjun på sig själv eller någon annan innan den första intervjun (s.66). Detta gör det möjligt att reflektera över frågorna och förstå hur de upplevs i praktiken. På så sätt kan även förståelsen öka för hur intervjun kan skapa utrymme för deltagarna att utveckla och fördjupa sina tankegångar

(Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2025, s.67). Mot bakgrund av detta skapades en pilotintervju med en kvinna i 25-årsåldern från det egna kontaktnätet, kvinnans utsagor inkluderas inte i studiens empiriska material. Syftet med intervjun var att säkerställa att intervjufrågorna var tydliga och att intervjun möjliggjorde tillräckligt omfattande svar.

För att skapa så givande djupintervjuer som möjligt inleddes samtliga intervjuer med att presentera fyra bilder (se Appendix C) i syfte att underlätta för deltagarna att påbörja sina svar. Bilderna visar fyra olika kroppstyper, detta för att inte leda in deltagarna på ett specifikt kroppsideal och på så sätt ge utrymme för varierande svarsalternativ. Samtliga fyra bilder visades samtidigt. Sverrisson (2025) förklarar att bildmaterial har blivit ett vanligt verktyg för att strukturera upp intervjuer (s.223). Däremot understryker författaren att en nackdel kan vara att (s.225) diskussionen kring bilderna riskerar att bli mycket generaliserande (s.226), vilket grundar sig i att de vanligtvis inte berör deltagarnas liv fullt ut (Sverrisson, 2025, s.225). Med hänsyn till detta användes bilderna i denna uppsats enbart som ett komplement till de övriga intervjufrågorna.

De fyra intervjuerna blev 39 minuter, 31 minuter, 30 minuter och 31 minuter. De två första intervjuerna genomfördes i deltagarnas hemmiljö och resterande två via Google Meet, där båda deltagarna befann sig i sina hemmiljöer. Samtliga intervjuer spelades in i syfte att möjliggöra transkribering i efterhand. Transkriberingen har utförts manuellt och deltagarnas utsagor har återgivits i talspråklig form. Enligt Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2025) är det däremot väsentligt att anpassa språket från talspråk till skriftspråk när det redovisas, detta för att deltagarna ska framställas rättvist (s.75) och samtidigt göra språket mer läsvänligt (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2025, s.76). Med hänsyn till detta har enstaka slanguttryck och talspråkliga formuleringar exkluderats vid redovisningen av citat i analysen. För att markera längre avbrott i deltagarnas citat används (...). Längre citat redovisas som blockcitat medan kortare citat presenteras i löpande text, detta motiveras av att öka läsbarheten.

Materialet analyserades därefter genom analysmodellen för förståelsen av kroppsideal, vilken presenterades under avsnittet teori. Vid analysering av materialet inleddes processen med att identifiera mönster utifrån första forskningsfrågan, det vill säga plattformens kontext. Samma process tillämpades därefter för den egna kontexten följt av social jämförelse. Samtliga deltagares transkriberingar granskades var för sig i syfte att sortera deltagarnas utsagor efter studiens forskningsfrågor. Utefter detta kunde dels individuella, dels gemensamma mönster

börja identifieras hos deltagarna. När samtliga delar analyserats relaterades dessa till varandra för att diskutera samspelet mellan plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse.

5.5 Metodologiska reflektioner

Att inleda samtliga intervjuer med att visa fyra bilder av varierande kroppstyper var ett fördelaktigt tillvägagångssätt för att undvika att deltagarna utgick från ett specifikt kroppsideal. Detta underlättade även för deltagarna när de ville exemplifiera sina svar. I linje med detta var det även givande att ställa en öppen fråga till deltagarna där de fick förklara vad de tänker på när de hör kroppsideal på sociala medieplattformar. På så sätt fick deltagarna själva definiera vad kroppsideal innebär utifrån sina individuella tolkningar. Studien utgick därmed inte ifrån några specifika antaganden om huruvida resonemangen var individuella eller grundade i gemensamma mönster.

Intervjuerna som genomfördes offline i deltagarnas hemmiljö skapade förutsättningar för en avslappnad intervjusituation, vilket bidrog till att deltagarna upplevdes som trygga. Miljön var med stor sannolikhet en bidragande faktor till att deltagarna kände sig tillräckligt bekväma att dela med sig av sina personliga erfarenheter. Samtidigt var det ett orosmoment att intervjuerna i hemmiljö skulle kunna bidra till störningsmoment från andra familjemedlemmar. För att säkerställa att detta inte skulle uppstå befann sig inga andra personer i hemmet.

Vad det gäller skillnaden mellan de två intervjuerna som genomfördes offline och de två digitala intervjuerna så påträffades inga avsevärda skillnader som kan ha förvrängt resultatet i studien. Samtliga intervjuer var av liknande längd, vilket var cirka en halvtimme. Deltagarna som intervjuades offline har sedan innan nämnts upplevts bekväma, något som de som intervjuades digitalt även upplevdes som. Detta är något som kan grunda sig i att de befann sig i sin egen hemmiljö, vilket resulterade i att deltagarna kunde ge djupgående svar trots det digitala formatet. Det går inte att undgå att den fysiska distansen till deltagarna är ett faktum, däremot skapades de bästa förutsättningarna för att intervjuerna inte skulle upplevas som onaturliga. Utifrån detta kan slutsatsen dras att de intervjuer som genomfördes offline och de digitala intervjuerna i denna studie genererade jämförbart och tillförlitligt empiriskt material.

6. Analys och diskussion

Det empiriska materialet har analyserats utifrån analysmodellen för förståelsen av kroppsideal. Analysen inleds med ett avsnitt om plattformens kontext, följt av den egna kontexten och därefter behandlas social jämförelse. Slutligen relateras dessa tre områden till varandra för att ge en samlad förståelse för deltagarnas resonemang.

6.1 Plattformens kontext

I tidigare forskning framkommer det att användarupplevelsen grundar sig i hur individer interagerar med plattformar (Dwitha Yuniar et al., 2025, s.315). Under intervjuerna visade det sig att Instagram följt av TikTok är de plattformar där deltagarna upplever att kroppsideal är mest framträdande. Wilma lyfter hur hon ser på de olika plattformarna:

Både TikTok och Instagram visar mycket kroppsideal, det är korta videoklipp och bilder där man verkligen står och suck it in. Men värst är nog Instagram för då väljer man ju den specifika vinkeln och ljuset som man väljer att fronta med. Medan på TikTok är det mindre ideala bilder och mer accepterat att vara mindre perfekt.

Det framgår tydligt i Wilmas resonemang att Instagram upplevs som mer framträdande för kroppsideal, något deltagaren menar grundar sig i den perfektion som framställs på plattformen. I kontrast till detta beskrivs TikTok som en plattform som är mer inkluderande, där det även är mer accepterat att framställa sig på ett mindre idealiserat sätt. Detta beskriver även Madeleine:

Jag tänker nog att jag jämför mig mer på Instagram än många andra sociala medier just för att det känns som att där vill man måla upp en bild av att ens liv är perfekt. På TikTok kan det vara lite mer strunt samma med vad man lägger upp. Men på Instagram känns det som att det har gått från ett ställe där man lägger upp lite kul bilder till att allting ska vara så åtstramat och perfekt hela tiden. På Instagram känns det även som om det är mycket mer smalhets än på TikTok. TikTok är lite mer inkluderande också. Instagram är lite mer estetiskt än TikTok och på TikTok lägger man upp en video bara från sin dag eller vad det än må vara.

Det framgår även i tidigare forskning att de negativa och positiva effekterna som användare upplever grundar sig i vad för innehåll de konsumerar (Dwitha Yuniar et al., 2025, s.315). Idealiserade bilder är något som länge har utmärkt sig för att skapa negativa känslor och

sämre kroppsuppfattning (Fardouly & Holland, 2018, s.4312). När deltagarna ombeds att reflektera över huruvida de upplever kroppsideal som mer förstärkta i rörligt material eller bilder framkommer det att båda format är bidragande faktorer, däremot är det tydligt att bilder upplevs som mest påtagliga. Ella förklarar sin syn på detta:

Jag skulle säga att både bilder och rörligt material framhäver dessa attribut. Men oftast är det ju bilder. Som att man har en outfit som framhäver att man har en smal mage, revben eller nyckelben, även smala långa ben tycker jag man ser mycket nu för tiden. Jag följer ju också några träningsinfluencers på de här plattformarna med och där skulle jag inte säga att de är samma smalhets utan då väljer man istället att framhäva muskler eller kurvor.

Exponering för bilder där specifika kroppsdelar lyfts fram utgör ett återkommande tema i deltagarnas resonemang. Särskilt påpekas bilder som visar upp smalhet genom att synliggöra exempelvis revben och ryggrad, vilket upplevs bidra till normalisering av ett snävt kroppsideal. Madeleine uttrycker detta genom att rikta kritik mot de bilder som influencers publicerar:

Ja men influencers bilder när man ser revben och ryggrad sticka ut är det värsta. Men det som gör mig mest arg är nog inte att jag själv påverkas av det utan mer för att de ska framstå som förebilder för så många unga. Att man då främjar ett sånt typ av kroppsideal som något naturligt och hälsosamt skapar en sådan skev bild för dagens ungdomar som kanske inte är så källkritiska heller, utan de ser någonting de tycker är fint och så försöker de göra allt i sin makt för att uppnå det.

I likhet med övriga deltagare menar Alma att skillnaden mellan rörligt material och bilder grundar sig i att bilder i högre utsträckning upplevs vara mer iscensatta och genomtänkta. Alma förklarar detta på följande vis: "Jag tror att bilder upplevs mer triggande. Det känns som folk försöker vara mer personliga i rörligt material, som att man tränar eller visar vad man äter på en dag. Även om det är att man får se deras kroppar så känns det som att man i bilder försöker framhäva sig själv med en viss agenda än i videor". Wilma har ett liknande sätt att se på det och uttrycker sig: "I bilder väljer man ju den specifika vinkeln och ljuset (...) som man väljer att fronta med. I videor är det ju mer accepterat att vara mindre perfekt".

Tidigare forskning har även belyst att samma typ av innehåll kan framkalla olika känslor beroende på hur det porträtteras. Jennings et al. (2021) framhåller att fitspiration i större utsträckning framkallar positiva känslor än promotion of anorexia (s.587) trots att det

innehåller liknande typer av innehåll (Jennings et al., 2021, s.581). Mot bakgrund av detta har studien strävat efter att identifiera nya mönster av hur deltagarna resonerar kring kroppsideal som skadliga eller inte beroende på den specifika kontexten. Ella förklarar sin syn på detta:

Jag skulle säga att det spelar väldigt stor betydelse hur man framställer det. Jag är till exempel inne jättemycket på BookTook, och när jag tänker på det tror jag inte att jag någonsin suttit och tänkt på hur någon ser ut när den sitter och tipsar om en bok. Det blir ju fokus på boken och det är ju det som framhävs eller framställs. Men om samma person skulle lägga ut en perfekt outfitbild när de här smala attributen framhävs, ja då är det självklart att jag påverkas.

I Ellas resonemang framkommer det att när fokus förskjuts från kroppen till något annat i innehållet, för henne ett personligt intresse, upplevs innehållet som mindre negativt.

Madeleine beskriver hur negativa känslor blir mer tydligt för henne när innehållet fokuserar på kroppen:

Låt säga att samma person lägger ut en outfitbild och lite senare en video där personen lagar mat, det blir ju inte alls lika mycket fokus på kroppen i en video där personen lagar mat. En outfitbild kan ju ändå framhäva ett visst typ av ideal, eller en kroppstyp, och då tror jag det blir så mycket fokus på det. Så jag tror att innehåll som outfitbilder eller träningsvideor där det är mycket fokus på kroppar spelar stor roll för mig.

Madeleines resonemang påminner om Ellas upplevelse, det vill säga när innehållet fokuserar för mycket på kroppen upplevs det som mer negativt. Samtliga deltagare resonerar på liknande sätt, däremot exemplifierar de utifrån sina individuella kunskapsramar. Alma beskriver hur hon vanligtvis relaterar bilder som porträtterar kroppar till något negativt, däremot beskriver hon positiva känslor när fokuset är något annat i bilden. Alma belyser detta på följande vis:

Det är ju sorgligt att det tar så lång tid att komma på något positivt.. Det är svårt för när jag tänker på ett content som vill framhäva kroppsideal så är det ofta negativt laddat hos mig. Däremot kan jag ju uppleva positiva känslor om fokuset är något annat för mig i innehållet. Det kan ju vara till exempel när någon vill visa upp kläder som fina bröllopsbilder eller balbilder. När fokuset för mig är något annat än kroppen i bilden helt enkelt.

Deltagarnas resonemang utgör ett nytt mönster som poängterar hur negativa känslor tenderar att minska eller försvinna när fokuset i innehåll som porträtterar kroppar förskjuts till något

annat. Denna förskjutning är däremot individuell för deltagarna och relateras till egna intressen, erfarenheter och kunskapsramar. Detta indikerar att det inte enbart är förekomsten av kroppar i innehållet som skapar negativa känslor av kroppsideal, utan snarare hur kroppen kontextualiseras.

6.2 Den egna kontexten

I tidigare forskning belyses olika kroppsideal som promotion of anorexia, det smala idealet, kroppspositivt innehåll och fitspiration. För att fånga deltagarnas egen förståelse av samtida kroppsideal ombads deltagarna att beskriva fritt hur de ser på nuvarande kroppsideal. Ella förklarar sin syn:

Nej men det är väl ingen hemlighet att det är ett ganska stort fokus på smalhets som har kommit tillbaka och det tycker jag man märker väldigt tydligt. Det är så mycket bilder när folk lägger ut att de ser slanka och smala ut och att de framhåller sådana attribut. Nu ska man ha låga jeans och då ska magen vara platt och smal. Man kan inte ha kurvor längre.

Deltagaren Ella är inte ensam om denna uppfattning, samtliga deltagare väljer att lyfta smala kroppar som det typiska idealet. Wilma förklarar det på följande vis: "Man ska vara skinny (...), benen ska synas, jag tänker på ryggrad och revben. Det är 100 procent det smala idealet som syns mest". Även om deltagarna har en gemensam uppfattning om att smala kroppar är framträdande så upplever en del deltagare att de exponeras för olika kroppsideal, Alma belyser hur hon ser på detta:

Jag tycker det florerar två kroppsideal just nu. Å ena sidan så tycker jag ändå att jag ser det här åt pro-ana hållet, att ja det ska vara väldigt smalt och man ska visa väldigt mycket hud för att visa hur smal man är. Det känns inte som att det är så sexualiserande utan mer avklätt bara för att visa kroppen. Men sen tycker jag också träningsidealet syns. Det märker jag av men kanske inte lika mycket som det smala idealet. Återigen, där är det också mycket avklätt men snarare för att visa muskler.

Det är inte enbart Alma som exponeras för olika kroppsideal parallellt. Ett gemensamt mönster som kan utläsas ur deltagarnas utsagor är att oavsett variationen av kroppsideal förblir smala kroppar mest framträdande. Madeleine beskriver sin upplevelse av kroppsidealerna:

Det första som kommer upp i mitt huvud är ju att det är ganska uppmärksammat med smala kroppar på sociala medier (...). Mycket det här med att revben sticker ut, så det är väl det jag förknippar med kroppsideal. Men med det sagt så har det ju också varit väldigt mycket body positive bilder och videos på sistone. Men jag tycker ändå det har försvunnit lite, jag tycker nog det var mer populärt för säg fem år sen, än vad det är nu. Nu har det gått tillbaka till det här smala idealet som var runt 00-talet.

Som tidigare forskning påvisat så finns det en tudelad upplevelse av exponering för kroppspositivt innehåll. Där studier som Cohen et al. (2019) framhåller att det leder till positiv kroppsuppfattning och förbättrat humör (Cohen et al., 2019, s.1558). Samtidigt har forskning av Fioravanti et al. (2023) belyst hur kroppspositivt innehåll har kritiserats för utseendefixering och att kvinnor framställs som sensuella samt poserande i lättklädd klädsel (Fioravanti et al., 2023, s.3282). Det framgår att denna ambivalens kring kroppspositivt innehåll även återfinns bland deltagarnas utsagor. Madeleine ser det som något uppfriskande och förklarar:

Ja men jag tänker på influencers som lägger upp bilder på sina kroppar i bikinis där de visar överskottshud. Det tycker jag är lite uppfriskande för att man får se någon som säger: men okej ni fattar väl att jag också har hud över? Att då försöka normalisera det, det gör att man mår lite bättre i sin egen kropp.

Madeleines resonemang visar hur kroppspositivt innehåll kan framkalla positiva känslor och ett mer accepterat förhållningssätt till den egna kroppen. Samtidigt visar Almas resonemang på en ambivalens av hur detta innehåll upplevs av deltagarna. Alma förhåller sig mer kritisk till innehållet och det framkommer en ny insikt där deltagaren beskriver hur kvinnor förväntas förmedla glädje och tacksamhet, Alma uttrycker sig på följande sätt:

Jag tycker att hos de överviktiga finns det antingen ett ideal att man ska vara väldigt glad istället, att de ska vara så himla glada och tacksamma. Eller att man istället trycker väldigt mycket på att visa upp sina kurvor. Där är det också väldigt avklätt och då ska det vara väldigt mycket fokus på stora bröst eller stora rumpor.

Alma belyser hur kroppspositivt innehåll kan upplevas som grundade i normer där specifika sätt att framställa kroppen på framstår som mer accepterade än andra. Detta är något som deltagarna återkommer till under intervjuernas gång. Madeleine förklarar skillnaden mellan hur kroppspositivt innehåll och smala kroppar framställs enligt henne:

Det är ju sällan man ser en större kropp som en estetisk. För det är ju väldigt mycket trender runt det smala idealet, du ska träna, äta bra, dricka gröna juicer och hela den biten. Det är ju väldigt sällan man ser olika kroppstyper göra det utan det är väldigt ofta det är en och samma vilket gör att normen blir väldigt smal och så presenteras det som någonting naturligt.

Tidigare forskning har belyst hur exponering för kroppsideal har bidragit till en rad negativa konsekvenser för kvinnor. Bardone-Cone och Cass (2006) påvisar exempelvis hur promotion of anorexia bidrar till negativa effekter som låg självkänsla (Bardone-Cone & Cass, 2006, s.260). I linje med detta menar Lewallen och Behm-Morawitz (2016) att det smala idealet bidrar till negativ kroppsuppfattning (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.3). I denna studie framkommer det att deltagarna i hög grad förknippar kroppsideal med negativa känslor, Ella beskriver sin upplevelse:

Jag skulle vilja säga att i de perioderna man tar del av det och jämför sig lättare och kanske inte mår så bra av det, då skulle jag vilja säga att det inte blir några positiva känslor.. Det kan bli lite ångestladat, man kan bli lite nedstämd, man känner bara: är man tillräcklig själv för jag ser ju inte ut som de här senaste 20 inläggen jag har fått upp? Så det är väl absolut inga positiva känslor man känner kopplat till det.

Även om ett gemensamt mönster för deltagarna är att de upplever negativa känslor kopplat till kroppsideal framkommer det att upplevelsen varierar beroende på individens dagsform. Ella beskrev i sitt resonemang hur hon mår sämre under perioder då hon har lättare för att jämföra sig med andra, något som Wilma resonerar om på liknande sätt:

Känslorna pendlar nog lite dag för dag.. Det beror lite på vilken sida man har vaknat på. Jag skulle säga att ifall jag har haft fredagsmys och har ätit en hel chokladkaka och sen går in och scrollar och ser alla skinny tjejer, då hade jag nog känt mig lite.. skyldig och dålig tror jag? Medan andra dagar är det nog mycket bara skratta bort det och bara: det här kommer inte vara jag och det är helt okej!

Wilmas resonemang belyser hur upplevelsen av kroppsideal kan ge upphov till olika känslor och variera utifrån situation. Madeleine beskriver detta genom att sätta ord på hur dessa känslor tar sig uttryck i ifrågasättande av den egna kroppen:

Väldigt beroende på dag! Det är mycket ifrågasättande av sig själv. Att man kanske inte räcker till så som man är, och det känns som att mycket av dagens samhälle är att man ska förbättra sig själv och hela den biten. Och väldigt lite fokus ligger på att man är bra som man är. Så jag tror att det är mest sådana

känslor att man ifrågasätter varför man inte duger som man redan är. Sen är det ju väldigt mycket att många är så himla smala att det känns som att man aldrig ser någon i sin egen kroppstyp.

Tidigare forskning av Dwitha Yuniar et al. (2025) har belyst hur återkoppling av andra användare på sociala medieplattformar bidrar till positiva känslor som förhöjd självkänsla. I kontrast till detta skapas negativa effekter på självkänslan vid utebliven feedback, vilket exempelvis kan ses i form av minskat antal gilla-markeringar (Dwitha Yuniar et al., 2025, s.315). För att utveckla detta resonemang ombads deltagarna att förklara hur de diskuterar kroppsideal på sociala medieplattformar med sin bekantskapskrets. Avsikten är att skapa förståelse för om den egna omgivningen är något som bidrar till positiva, respektive negativa känslor kopplat till resonemanget av kroppsideal. Ella förklarar sin syn på detta:

Jag skulle säga att jag och mina kompisar pratar om kroppsideal om något speciellt blossar upp, som när det var den här dokumentären Smalast vinner, ja men då är det klart att man sitter och pratar om den. Eller om man har sett något visst inlägg på sociala medier som man kanske menar att det här var lite triggande, då kan man också ta upp det (...). Jag har ju kompisar som blir påverkade som mig som inte känner att de passar in i det smala idealet som är just nu. Och då pratar vi väldigt ofta om det på ett sunt sätt, att det är inte så här verkligheten ser ut, det här är bara perfekta vinklar på sociala medier. Men samtidigt kan det också vara skönt att inte ta upp det med tanke på att det är ett stort fokus på sociala medier och då får man nästan lite paus ifrån det.

Det framkommer i Ellas resonemang hur samtal med vänner är något som kan fungera som ett sätt att diskutera och ifrågasätta kroppsidealen. Diskussionen med vänner ger sällan negativa effekter för deltagarna, snarare positiva känslor såsom igenkänning, emotionellt stöd och möjlighet att gemensamt problematisera kroppsidealen. Samtalen beskrivs även som ett tillvägagångssätt att skapa distans till idealiserade kroppar, vilket Wilmas resonemang belyser:

Man ska ju inte prata om andras kroppar överhuvudtaget men ibland gör vi ju det.. Vi kan prata mycket om hur alla bara försvinner i vikt. Men också prata lite om hur folk mår egentligen och vad det sänder ut för signaler. Men samtidigt skulle det aldrig ske att jag sitter med någon i min omgivning och säger åh jag önskar att jag var lika smal som Bianca Ingresso!

Ett återkommande resonemang identifieras där deltagarna reflekterar över hur exponeringen av kroppsideal potentiellt hade sett annorlunda ut om de var yngre. Det visar sig att deltagarna har utvecklat strategier för att förhålla sig kritiskt och distanserat till innehållet. En intressant

aspekt är att dessa reflektioner uppkom spontant utan att det efterfrågades. Wilma beskriver detta på följande vis:

Idealet är väl alltid det alla vill sträva efter? Men sen känner jag väl ändå att jag kommit till den åldern att det är saker som är betydligt viktigare än så. Men jag tror nog att man ser nog någon och tänker: åh hon är så snygg, jag önskar jag såg ut så! Men att man kanske är gammal nog att tänka att: men det är okej att jag inte gör det! Men tanken tror jag absolut finns där, den finns där hos mig och det tror jag gäller för flera (...). Bianca Ingrosso som lägger ut att hon äter så onyttigt eller hon äter, hon sitter vid tallrikar vid pasta och onyttigheter. Det är ju det att man är tacksam att man är gammal nog att förstå att hon inte stoppar i sig allt. Och framför allt hos den yngre målgruppen så tänker jag att det kan bli att ja.. jag äter ju lika mycket pasta som Bianca, varför ser jag inte ut som henne? Jag tror att jag hade blivit så mycket mer påverkad om jag var 15 och såg det där.

Wilmas resonemang visar hur ålder och livserfarenhet beskrivs som centrala faktorer för hur kroppsideal tolkas. Liknande tankar återkommer även hos Alma som reflekterar över hur såväl personlig mognad som utveckling av funktioner på sociala medieplattformar har förändrat upplevelsen av kroppsideal. Alma belyser detta genom att förklara:

Jag tror att jag på ett sätt blivit mer säker i mig själv med åldern. Så även om jag upplever mitt content som triggande så tror jag att det inte är lika triggande som om jag hade varit 13. Men då fanns ju inte heller alla funktioner som finns idag. Då var det ju verkligen bara de man följde som kom upp i ens flöde (...). Nu upplever jag i alla fall att det är så mycket som jag inte styr över, för det dyker både upp reklam men också många jag inte ens följer. Det är mycket mindre kontroll över vad jag får upp i mitt flöde och det hade gjort mig väldigt triggad om jag var 13 idag.

Alma poängterar att utvecklingen av sociala medieplattformar spelar en betydande roll för upplevelsen av kroppsideal samt det faktum att hon har blivit äldre, vilket har bidragit till ökad självsäkerhet. Madeleine resonerar liknande och reflekterar över hur hon har skapat distans till idealen:

Jag tror att det kommer mycket med åldern. Hade jag varit 18 där och då så kanske jag hade blivit påverkad helt annorlunda än vad jag är idag nu när jag är 25. Jag tror att det gör jättemycket att man får lite distans till det och kan känna, men alla kroppar kan ju faktiskt inte se likadana ut!

Deltagarnas utsagor kan tolkas som en strategi för att förhålla sig kritisk och skapa distans till innehållet. Det kan förklaras som ett resultat av personlig erfarenhet samt ökad medvetenhet

kring innehållet som de exponeras för. Detta betyder nödvändigtvis inte att deltagarna kan distansera sig fullt ut då det tidigare framkommit att deltagarna upplever negativa känslor kopplade till kroppsideal. Därmed kan detta snarare ses som ett förhållningssätt för deltagarna.

6.3 Social jämförelse

I tidigare forskning har Meier och Schäfer (2018) belyst hur social jämförelse gör åtskillnad mellan nedåtriktad och uppåtriktad jämförelse, där nedåtriktade jämförelser bidrar till positiva effekter som överlägsenhet (s.411). Författarna har även argumenterat för hur detta är något som kan skapa inspiration och känslor av att vilja eftersträva självförbättring (Meier & Schäfer, 2018, s.416). Deltagaren Ella resonerar om huruvida olika typer av kroppsideal upplevs som inspirerade:

Jag kan ju tycka att träningscontent snarare inspirerar mig, det är inte så att jag brukar kolla på det och känna: men gud den här personen visar upp ett extremt kroppsideal. Utan då blir jag mer intresserad bara för att jag är intresserad av träning. Så är det säkert för en person som är intresserad av mode, jag är inte superintresserad av det, så då kanske det blir mer tydligt för mig att okej här är en person som visar upp en bild med smala attribut och då kan det bli lite mer triggande. Det blir inte samma inspiration i det.

De positiva känslorna som deltagarna upplever är tydligt att det grundar sig i inspiration snarare än hur kroppen ser ut. Som Ella resonerade så kan kroppar som visas upp i träningssyfte skapa inspiration, något som liknar Wilmas resonemang. Wilma uttrycker sig följande: "Jag kan bli inspirerad ibland. Till exempel är det ju en grej att man ska göra pilates för att passa in i det smala kroppsidealet. Så det har jag faktiskt testat och tyckte att det var jättekul. Så det blir ju en positiv känsla!" I övrigt upplevs deltagarna relatera mer till uppåtriktad jämförelse, något som Meier och Schäfer (2018) menar associeras med negativa känslor som exempelvis underlägsenhet (Meier & Schäfer, 2018, s.411). Alma förklarar hur hon ser på detta:

Jag blir personligen triggad av influencers som har det typiska kroppsidealet och att man själv inte har det. Men sen också för att jag upplever att de pratar väldigt mycket om sin kropp som i att: men det är väl inget fel med att vara smal! Det känns som det triggas mer om det är en person som ser väldigt typisk ut och inte har förståelse för att det finns en maktobalans inom dessa kroppsideal.

Almas resonemang belyser att negativa känslor inte enbart uppstår som en konsekvens av direkt social jämförelse, snarare genom hur kroppsideal porträtteras av individer som själva uppfyller rådande ideal. Deltagarna återkommer flertalet gånger till att dessa negativa känslor grundar sig i upplevelsen av att inte passa in i de nutida kroppsidealen. Ella exemplifierar detta på följande sätt:

Jag tror jag jämför mig rätt så mycket. Det är inget jag går runt och tänker på, eller det är inte så att jag ser en bild och bara: gud, nu jämför jag mig och vill se ut så. Men hela grejen är att på TikTok och Instagram publiceras det i så omfattande mängder så du får upp inlägg på inlägg som visar det här idealet och då sätter det sig undermedvetet hos en skulle jag säga. Det är klart att man ibland kan må jättedåligt och känna att jag vill passa in i det här idealet eller att jag känner att jag måste bli smalare för att passa in i det idealet som finns idag (...). Det gör ju att det är ganska oundvikligt att inte känna att man påverkas av det.

Ett återkommande mönster i deltagarnas utsagor är att de upplever sig själva som väldigt medvetna kring kroppsideal. Ella förklarar i sitt citat att det inte är något som hon aktivt reflekterar över i första hand. Även Madeleine menar att hon har en viss medvetenhet och förklarar:

Det låter lite motsägelsefullt för jag tycker ändå jag är medveten om kroppsidealen. Men samtidigt skulle jag nog påstå att jag jämför mig mycket med andra på sociala medier. Just för att det är en så himla stor del av ens vardag, du matas ju med intryck hela tiden och då är det svårt tror jag att tänka något annat. Att det är den bubblan man lever i, i sociala medier, blir någonstans ens verklighet för att det är så mycket tid som spenderas där.

Deltagarna beskriver ett flertal gånger hur de jämför sig med specifika utseenden och att negativa känslor uppstår när de inte lyckas upprätthålla idealen. Detta är något som går i linje med tidigare forskning där Lewallen och Behm-Morawitz (2016) menar att social jämförelse till en början kan fungera som inspiration, däremot är det något som övergår till negativa känslor när individen misslyckas med att uppnå de idealen som eftersträvas (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.6). Madeleine beskriver hur hon upplever negativa känslor när hon jämför sig med andra:

Jag tror ändå man formas av att se andra på något sätt. För att det blir ju som ett ideal om alla ser ut på ett sätt, då tänker man ju i någon mån att det är fel på mig om jag inte ser ut så. För det blir ju ändå

någonstans normen att se ut på ett visst sätt och gör man inte det så är man utanför normen. Så att jag vill ändå säga att jag inte påverkas av det, men jag tror ändå att man gör det undermedvetet eftersom man inte känner att man passar in i idealet.

Madeleines resonemang visar på hur känslor av otillräcklighet kan uppstå när hon upplever sig avvikande från det kroppsideal som framställs som normen. Flera deltagare återkommer även till hur detta varierar beroende på hur väl de upplever sig motsvara idealet, något som Ella belyser på följande sätt:

När det var det kurva idealet som var inne då var det ju bara fokus på hur man bygger muskler och får till det idealet. Jag tror nog det beror mycket på vad man tycker om sig själv. Jag tycker att det smala idealet kan vara jobbigt för jag själv inte upplever mig som smal utan mer som en kurvig person. När jag kände mig mer som idealet då var det inte lika triggande för mig, utan att det här med smalheten blir lite mer triggande för mig för att jag inte upplever att jag är i den normen. Så på så sätt skulle jag säga att det kan påverka mig lite olika.

Både Madeleines och Ellas resonemang synliggör hur negativa känslor är kopplade till hur väl individen upplever sig passa in i rådande kroppsideal. Alma beskriver hur denna typ av jämförelse skapar en känsla av att hon borde kunna uppnå samma ideal som andra på sociala medieplattformar. Alma förklarar:

Det är ju inte en känsla men jag skulle ändå säga att man känner sig triggad. Känslan kan också bli lite så.. panik blandad avundsjuka. Man känner att här sitter jag och scrollar och så får man upp någon som ser jättesmal ut som till exempel (...) tränar. Då tänker man att det här kanske man skulle kunna uppnå om man bara gjorde si eller så.

Tidigare forskning av Fardouly och Holland (2018) har belyst hur individer i högre grad jämför sig med personer som anses likna sig själva snarare än avlägsna personer. Författarna exemplifierar detta genom att förklara hur kroppsuppfattningen tenderar att formas mer negativt av personer som upplevs som lättare att identifiera sig med än med idealiserade modeller i traditionella medier (Fardouly & Holland, 2018, s.4314). I denna studie ombads deltagarna att förklara huruvida de upplever innehåll av deras personliga omgivning jämfört med innehåll av idealiserade influencers. Det framgår att deltagarnas resonemang inte fullt ut överensstämmer med den tidigare forskningen då negativa känslor tycks skapas i större utsträckning av influencers än den personliga omgivningen. Ella belyser hur hon ser på detta:

När mina kompisar lägger upp på sociala medier så tror jag inte heller att jag blir påverkad på samma sätt, för det är ju inte så att jag kollar på en kompis då och tänker på hur den ser ut. Då har man andra saker man fokuserar på som att: ja vad kul att den var ute och gjorde det här i helgen! Jag tror inte heller jag tänker i dom banorna bara för att det är en kompis. Jag påverkas mer av influencers och kända personer som är på plattformarna (...).

Det är inte enbart Ella som upplever att influencers skapar mer negativa känslor hos henne än den personliga omgivningen. Alma försöker hitta självacceptans för personer i sin omgivning och beskriver detta på följande vis:

Jag får positiva känslor för jag blir väldigt glad när jag ser till exempel att min kompis lägger ut bilder som är bodybuilder och då känner jag hur stolt jag är. Medan jag kan uppleva att en bild på en influencer i bikini, det är mer triggande. Jag tror jag försöker hitta självacceptans med personer i min omgivning, att det är såhär: åh nu publicerar den här personen den här bilden och den var ju inte så himla poserande eller genomtänkt, utan mer alldaglig och härlig! Men sen upplever jag att jag också jämför mig mycket mer både med influencers och även andra starka profiler på sociala medier för att man är så ja, hur ser den ut eller hur ser jag ut? Borde jag se ut mer som den?

Deltagarna tycks lättare skapa distans till personer i sin omgivning. Almas resonemang om att hitta självacceptans med personer i sin omgivning är något som liknar hur Wilma ser på detta. Wilma förklarar: "Jag har personer i min omgivning som gillar att lägga upp bilder på sina kroppar, lite poser i spegeln och så. Det påverkar mig nog negativt någonstans men jag väljer att ändå ta det med en nypa salt och lite humor!". Deltagarnas resonemang nyanserar därmed tidigare forskning av Fardouly och Holland (2018) eftersom negativa känslor i större utsträckning uppkommer vid exponering av idealiserade influencers snarare än den personliga omgivningen.

För att återkoppla till Hirdmans (1998) teori om tysta kroppar, där kvinnors funktion i bilder ses som att attrahera publiken (Hirdman, 1998, s.231) ombads deltagarna att resonera kring huruvida de upplever att de ändrar sitt sätt att presentera sig själv på sociala medieplattformar för att passa in. Det framkommer att deltagarna upplever prestationsångest kopplad till vad de publicerar i rädsla för vad andra på plattformarna ska tycka. Madeleine belyser detta på följande sätt:

Nu har jag ändå börjat uppdatera Instagram mer än vanligt och man tänker ju ändå till på vilka bilder man lägger ut. Det är ju inte så att jag vill lägga ut en bild där jag ser större ut just för att jag vet hur

idealet ser ut. Och att man då är rädd för vad folk ska tycka och tänka snarare än att man tycker att bilden är fin. Så kanske man undviker att lägga ut den för det ser ut som det gör i samhället.

Det framgår tydligt att deltagarnas agerande på sociala medieplattformer inte enbart styrs av prestation utan även av rådande ideal och trender på plattformarna. Deras sätt att presentera sig på följer kroppsideal över tid och tycks vara något som deltagarna kontinuerligt anpassar sig till. Ella förklarar hur hon ser på detta:

Jag menar det är klart att man själv letar efter den snyggaste bilden eller den bilden där ens kropp såg snyggast ut eller såg smalast ut (...). Man följer det som är trendigt att lägga ut. Ett tag var det kanske jättopulärt att lägga ut selfies eller kurviga bilder, då gjorde jag det. Men nu är det ett annat typ av content man lägger ut. Man följer mycket det som är trendigt på sociala medier och jag skulle säga att jag själv anpassar också efter det jag tycker att jag ser mina kompisar och andra folk publicera på ett visst sätt på Instagram.

Det framkommer att deltagarnas anpassning av innehåll på sociala medieplattformer inte enbart handlar om att följa rådande trender utan även att aktivt kontrollera hur de själva framställs. Detta inkluderar att medvetet sortera bort bilder som upplevs som mindre smickrande. Alma beskriver hur hon hanterar detta i praktiken:

Det är ju mycket poserade bilder på sociala medier och gärna då att man väljer bort en bild som man själv tycker är osmickrande av olika anledningar. Det kan vara hur man ser ut, hur ansiktet ser ut eller hur man presenterar sig själv och att man kanske avstår från att publicera vissa bilder.

Deltagarnas utsagor kan ses som en utveckling av Hirdmans (1998) begrepp tysta kroppar, då de anpassar sitt innehåll efter rådande kroppsideal för att attrahera andra användare på plattformarna. Detta visar sig genom att deltagarna selektivt publicerar bilder där deras kroppar anses stämma överens med samtida kroppsideal. Detta styrs i hög grad av deltagarnas föreställning om vad andra användare på plattformarna troligtvis kommer att tänka kring bilderna, snarare än vad de själva lägger för värdering i bilderna.

6.4 Samspelet mellan plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse

För att skapa en samlad förståelse för studiens resultat relateras i detta avsnitt samtliga tre delar tillsammans, det vill säga plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse. Det framkommer att plattformens kontext och den egna kontexten fungerar som grundläggande förutsättningar för att social jämförelse ska kunna uppstå. Plattformens kontext skapar villkor för social jämförelse utifrån tre tydliga aspekter: den specifika plattformen, vilket typ av innehåll som deltagarna exponeras för samt hur kroppen i innehållet kontextualiseras.

Den egna kontexten formar i sin tur hur detta innehåll uppfattas utifrån tre faktorer: deltagarnas känslor kopplade till exponering av kroppsideal, relationen till den egna bekantskapskretsen samt utvecklade strategier för att distansera sig från kroppsidealerna. Social jämförelse uppstår således inte enbart som en följd av förekomsten av kroppsideal, utan snarare som en konsekvens av hur idealen presenteras och hur de tolkas utifrån individens individuella kunskapsramar.

Genomgående har analysen varit teoretiskt förankrad i Halls (1980/2003) teori om encoding decoding för att förstå relationen mellan plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse. Det framkommer att den tekniska infrastrukturen och de produktionsförhållanden som kodas in kan förstås som den specifika plattformen, innehållet som deltagarna exponeras för samt hur kroppen i innehållet kontextualiseras. Dessa budskap möter därefter deltagarnas egna kunskapsramar, erfarenheter och känslor, vilket formar hur innehållet avkodas.

Deltagarnas utsagor tyder på att tolkningarna är individuella. Detta syns exempelvis genom den ambivalens som framkommer när deltagarna resonerar kring kroppspositivt innehåll, som såväl kan framkalla positiva känslor som en kritisk inställning. Den egna kontexten kan därmed ses som individuell samtidigt som det går att identifiera gemensamma mönster utifrån de individuella tolkningarna. Detta tar sig uttryck i exempelvis en gemensam uppfattning kring att kroppsideal på sociala medieplattformar skapar negativa känslor eller upplevelsen av att ha utvecklat ett distanserat förhållningssätt kring kroppsidealerna över tid.

Social jämförelse uppstår således inte direkt i mötet med innehållet utan först i processen av avkodning där deltagarna tillskriver kroppsidealen mening utifrån sina egna kunskapsramar. Detta förklarar varför samma typ av innehåll kan ge upphov till olika tolkningar och känslor, som exempelvis inspiration i vissa fall och känslor av otillräcklighet i andra. I linje med Hall (1980/2003) har analysen genomgående visat hur deltagarnas tolkningar både kan ses som individuella och gemensamma. Detta eftersom de formas genom gemensamma kulturella mönster samtidigt som de unga kvinnorna avkodar budskapet utifrån sina egna kunskapsramar.

Hirdmans (1998) teori om tysta kroppar, som beskriver hur kvinnor framställs som passiva visuella symboler (s.229) vars primära funktion är att attrahera publiken (Hirdman, 1998, s.231), har fungerat som teoretisk grund för social jämförelse. Detta har möjliggjort förståelse för varför kvinnors kroppar återkommande utgör en central utgångspunkt för värdering av såväl andra som av det egna jaget. Utifrån deltagarnas utsagor har återkommande mönster identifierats. Deltagarna upplever i högre utsträckning uppåtriktad jämförelse än nedåtriktad jämförelse. Innehåll av influencers framkallar mer negativa känslor hos deltagarna än innehåll av den personliga omgivningen. Slutligen anpassar även deltagarna sitt eget innehåll efter samtida kroppsideal för att passa in på sociala medieplattformar.

Under avsnittet teori presenterades Hirdmans (1998) identifiering av tre historiska perioder om hur kvinnor framställs i pressfotografier. Detta aktualiserar frågan om huruvida samtidens kroppsideal i medielandskapet kan förstås som en fjärde period. Tidigare har kvinnor framför allt framställts som passiva visuella symboler för betraktaren. I denna studie framkommer det att deltagarna inte enbart förhåller sig till de kroppsideal som de exponeras för, utan även aktivt försöker anpassa sina egna kroppar vid publicering av visuellt innehåll på sociala medieplattformar. Detta val görs av uttänkt innehåll, vinklar och poseringar för att få kroppen att passa in i rådande kroppsideal. Gränsen mellan att betrakta och att själv bli betraktad blir därmed alltmer upplöst. Denna utveckling av medielandskapet tyder på att kroppsideal inte enbart är något som kvinnor exponeras för, numera krävs ett aktivt och medvetet förhållningssätt till den egna kroppen för att forma sin egen visuella framställning. Detta kan potentiellt indikera en fjärde period, vilket är något som däremot kräver vidare forskning.

7. Sammanfattning och slutsatser

Syftet med denna studie har varit att undersöka hur några unga svenska kvinnor i 25-årsåldern resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar. För att besvara syftet har följande frågeställningar formulerats: (1) Hur har plattformens kontext betydelse för om unga kvinnor resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar som skadligt eller inte? (2) Hur kan unga kvinnors resonemang kring kroppsideal på sociala medieplattformar förstås i relation till den egna kontexten? (3) Hur kan unga kvinnors resonemang kring kroppsideal på sociala medieplattformar förstås i relation till social jämförelse? Utifrån syftet har denna studie identifierat tre betydelsefulla insikter.

För det första framgår det att plattformens kontext spelar en betydande roll för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal som skadligt eller inte. I detta sammanhang lyfts den specifika plattformen fram som särskilt betydelsefull, där Instagram upplevs som mer framträdande av kroppsideal än andra plattformar. Detta kopplar deltagarna till förekomsten av genomtänkta bilder med specifika vinklar och ljussättningar. Vilket typ av innehåll som deltagarna exponeras för är även av relevans, där bilder visar sig förstärka kroppsideal mer än rörligt material. Detta grundar sig i deltagarnas uppfattning om att bilder upplevs som mer iscensatta och genomtänkta samt mer framträdande för specifika kroppsdelar. Hur kroppen i innehållet kontextualiseras framstår som en avgörande aspekt där deltagarna upplever att negativa känslor minskar eller försvinner när fokuset förskjuts från kroppen till något annat. Detta kopplas till deltagarnas egna intresseområden som exempelvis böcker, kläder eller aktiviteter.

För det andra framstår relationen mellan kroppsideal och den egna kontexten som avgörande för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal. Deltagarnas känslor kopplade till exponering av kroppsideal visar hur de upplever negativa känslor som ångest, nedstämdhet och ifrågasättande av den egna kroppen. Detta grundar sig i en gemensam uppfattning om att det smala kroppsidealet är det som är mest framträdande för deltagarna. Relationen till den egna bekantskapskretsen framstår som värdefull för deltagarna eftersom det skapar igenkänning, emotionellt stöd och möjlighet till att gemensamt problematisera kroppsideal. Det framgår även att deltagarna har utvecklat strategier som möjliggör att de kan förhålla sig distanserade i viss mån när de ser kroppsideal, något som grundar sig i att deltagarna upplever ökad självsäkerhet i takt med att de blivit äldre. Resultaten visar att den egna kontexten grundar sig

i individuella tolkningar samtidigt som det har varit möjligt att identifiera gemensamma mönster.

För det tredje framgår det att social jämförelse utgör en central faktor för hur deltagarna resonerar kring kroppsideal. Deltagarna upplever i hög utsträckning uppåtriktad jämförelse som tar sig uttryck genom att jämföra sig med personer som uppfyller det smala kroppsidealet. Detta skapar negativa känslor som otillräcklighet och frustration samt upplevelser av att inte passa in i rådande kroppsideal. Nedåtriktad jämförelse förekommer i mindre utsträckning, detta förknippas främst med positiva känslor som inspiration. Det framkommer även att deltagarna i större utsträckning upplever negativa känslor kopplade till innehåll av influencers än av den personliga omgivningen. Detta grundar sig i att deltagarna i hög grad kan distansera sig från samt hitta självacceptans gentemot personer i sin omgivning. Deltagarna anpassar även det egna innehållet efter samtida kroppsideal för att passa in på sociala medieplattformar. Sammantaget besvaras syftet genom att belysa hur deltagarnas resonemang präglas av en samverkan mellan plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse, där de två förstnämnda skapar förutsättningar för social jämförelse.

I denna studie har delar av tidigare forskningsresultat bekräftats. Studiens resultat överensstämmer med de negativa konsekvenserna av exponering för kroppsideal som bland annat Cohen et al. (2019) beskriver i form av missnöje med den egna kroppen och negativt humör (Cohen et al., 2019, s.1558). Tidigare forskningen har även belyst hur liknande typer av innehåll kan framkalla olika känslor beroende på hur det framställs (Jennings et al., 2021, s.581), vilket även bekräftas i den här studien. Den här studien identifierar däremot ett nytt mönster där negativa känslor minskar eller försvinner när fokuset i innehåll som porträtterar kroppar förskjuts till något annat. Deltagarnas resonemang kring social jämförelse överensstämmer i hög grad med Lewallen och Behm-Morawitzs (2016) tidigare forskning som belyser att social jämförelse till en början kan framkalla inspiration, däremot tenderar det att övergå till negativa känslor när individen misslyckas med att uppnå de idealen som eftersträvas (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016, s.6).

Det som framför allt avviker från tidigare forskning är Fardouly och Hollands (2018) resultat, vilket framhåller att individer i högre grad jämför sig med personer som anses likna sig själva snarare än avlägsna personer (Fardouly & Holland, 2018, s.4314). I denna studie visar resultatet på hur deltagarna i större utsträckning jämför sig med influencers än den personliga

omgivningen. Studien pekar även på behovet av att undersöka en fjärde period utifrån Hirdmans (1998) tidigare tre perioder. Utvecklingen av medielandskapet tyder på att kroppsideal inte enbart är något som kvinnor exponeras för, numera krävs ett aktivt och medvetet förhållningssätt till den egna kroppen för att forma den egna visuella framställningen på sociala medieplattformar. Detta har medfört att kvinnors kroppar inte enbart framställs som passiva visuella symboler, numera är kvinnor aktiva i hur de framställer sina kroppar.

I denna studie har tid och resurser varit en begränsning. Resultatet är baserat på ett begränsat antal deltagare där fyra djupintervjuer har genomförts. Analysmodellen för förståelsen av kroppsideal har därmed tillämpats på ett begränsat empiriskt material och kan med fördel undersökas vidare i mer omfattande studier. Under studiens gång har frågan om en möjlig fjärde period lyfts utifrån Hirdmans (1998) teori, vilket vidare forskning bör undersöka på ett större empiriskt material. Framtida forskning bör även utforska huruvida nya individuella och gemensamma mönster kan identifieras inom plattformens kontext, den egna kontexten och social jämförelse i relation till kroppsideal på sociala medieplattformar.

Mot denna bakgrund kan studien ses som ett bidrag till nationell forskning inom medie- och kommunikationsvetenskap, då den har undersökt hur några unga svenska kvinnor i 25-årsåldern resonerar kring kroppsideal på sociala medieplattformar. Förhoppningsvis kan studien inspirera och ligga till grund för fortsatt forskning inom kroppsideal på sociala medieplattformar.

8. Referenslista

- Bardone-Cone, A. M. & Cass, K. M. (2006). Investigating the impact of pro-anorexia websites: a pilot study. *European Eating Disorders Review* 14(4): 256-262.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/erv.714> (Hämtad: 2025-12-05).
- Bengtsson, S. (2014). Faraway, so close! Proximity and distance in ethnography online. *Media, Culture & Society* 36(6): 862-877.
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443714531195> (Hämtad: 2025-12-05).
- Bolin, G., Kalmus, V. & Figuerias, R. (2023). Conducting Online Focus Group Interviews With Two Generations: Methodological Experiences and Reflections From the Pandemic Context. *International Journal of Qualitative Methods* 22: 1-8.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/16094069231182029> (Hämtad: 2025-12-05).
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T. & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society* 21(7): 1546-1564.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444819826530> (Hämtad: 2025-12-04).
- Dwitha Yuniar, A., Triwurian Danu, R., Roziqin, A., Syahri, M. (2025). Are we too connected to social media? An explanatory research the problematic social media use in self-esteem, phubbing and procrastinating behaviour. *Atlantic Journal of Communication*. 33(2): 311-326.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15456870.2024.2433531> (Hämtad: 2025-12-04).
- Eriksson-Zetterquist, U. & Ahrne, G. (2025). Intervjuer. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.). *Handbok i kvalitativa metoder*. 3. uppl. Liber AB. (Elektronisk bok). Btj, s.56–78.
- Fardouly, J. & Holland, E. (2018). Social media is not real life: The effect of attaching disclaimer-type labels to idealized social media images on women's body image and mood. *New Media & Society* 20(11): 4311-4328.
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1461444818771083> (Hämtad: 2025-11-17).
- Fioravanti, G., Svicher, A., Geragioli, G., Bruni, V. & Casale, S. (2023). Examining the

impact of daily exposure to body-positive and fitspiration Instagram content on young women's mood and body image: An intensive longitudinal study. *New Media & Society*. 25(12): 3266-3288. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/14614448211038904> (Hämtad: 2025-12-05).

Folkhälsomyndigheten. (2025). *Statistik om psykisk hälsa i Sverige*. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/livsvillkor-levnadsvanor/psykisk-halsa-och-suicidprevention/statistik-psykisk-halsa/> (Hämtad: 2025-11-22).

Gervide, C. (2024). RIB CAGE BRAGGING ÄR TILLBAKA. *Bloggbevakning*. [Blogg]. 20 november. <https://bloggbevakning.nyheter24.se/2024/11/20/rib-cage-bragging-ar-tillbaka/> (Hämtad: 2026-01-04).

Ging, D. & Garvey, S. (2018). 'Written in these scars are the stories I can't explain': A content analysis of pro-ana and thinspiration image sharing on Instagram. *New Media & Society* 20(3): 1181-1200. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1461444816687288> (Hämtad: 2025-11-19).

Hall, S. (1980/2003). Encoding decoding. I Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Willis, P. (Ed.) *Culture, Media Language*. London: Routledge. s.117-127.

Hirdman, A. (1998) Male Norms and Female Forms The Visual Representation of Men and Women in Press Images in 1925, 1955 and 1987. *Nordicom Review* 19(1): 225-254. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534608/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad: 2025-11-17).

Horwitz, J. (2025). Exclusive: Instagram shows more 'eating disorder adjacent' content to vulnerable teens, internal Meta research shows. *Reuters*. 20 Oktober. <https://www.reuters.com/business/instagram-shows-more-eating-disorder-adjacent-content-vulnerable-teens-internal-2025-10-20/> (Hämtad: 2025-11-25).

Icaniwill. (2025). *Dark Mahogany is having its moment, and we're loving that you're as obsessed as we are.* [Instagram]. 6 oktober.
https://www.instagram.com/p/DPf0cnVjD3g/?img_index=3&igsh=MTJkbg4OGk3ZjB0YQ%3D%3D (Hämtad: 2026-01-04).

Internetstiftelsen. (2025). *Svenskarna och internet 2025.* Internetstiftelsen.
<https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2025/09/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2025.pdf> (Hämtad: 2025-11-22).

Jennings, A., LeBlanc, H., Kisch, K., Lancaster, S. & Allen, J. (2021). Blurred boundaries between Pro-Anorexia and Fitspiration media? Diverging cognitive and emotional effects. *The Journal of Treatment & Prevention* 29(6): 580-590.
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/10640266.2020.1712634?needAccess=true> (Hämtad: 2025-11-17).

Joannapincerato. (2025). *this might be your sign to go on a sisters trip.* [Instagram]. 11 augusti.
<https://www.instagram.com/p/DNOST00MAsZ/?igsh=aGZ4aHk1eWx0dTlp> (Hämtad: 2026-01-04).

Lewallen, J. & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or Thinterest?: Social Comparison and Body Image on Social Media. *Social Media + Society* 2(1): 1-9.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116640559> (Hämtad: 2025-11-14).

Meier, A. & Schäfer, S. (2018). The Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 21(7): 411-417. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1089/cyber.2017.0708> (Hämtad: 2025-11-24).

Nordicom. (2025). *Mediebarometern 2024.* Göteborgs universitet.
<https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1956163/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad: 2025-11-22).

Smalast vinner (2025). [TV-program]. Sveriges Television, SVT Play, 2 april.

Sportamore (2023). *Ja! Nu har vi fått in nike plus size kollektion.*

<https://sportamore.com/blogs/magazine-archive/yes-nu-har-vi-fatt-nike-plus-size-collection>

(Hämtad: 2026-01-04).

Svensson, P. & Ahrne, G. (2025). Att designa ett kvalitativt forskningsprojekt. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.). *Handbok i kvalitativa metoder*. 3. uppl. Liber AB. (Elektronisk bok). Btj, s.24– 39.

Sverrisson, A. (2025). Visuell metodik. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.). *Handbok i kvalitativa metoder*. 3. uppl. Liber AB. (Elektronisk bok). Btj, s.215-229.

Tjejzonen. (2025). *Kvinnorörelse 2025*. Tjejzonen.

https://tjejzonen.se/wp-content/uploads/2025/03/Kvinnororelse_2025.pdf (Hämtad:

2025-11-22).

Toffoletti, K., Thorpe, H., Olivie, R., Pavlidis, A. & Moran, C. (2023). A feminist embodied ethics of social media use: Corporeal vulnerability and relational care practices. *New Media & Society* 27(1): 43-61. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448231171560>

(Hämtad: 2025-12-04).

Vetenskapsrådet. (2024). *God forskningssed 2024*. Vetenskapsrådet.

<https://www.vr.se/download/18.4c9f221a191e4edf9053a474/1727853946433/God%20forskningssed%20VR%202024.pdf> (Hämtad: 2025-11-22).

Appendix A

Informerat samtycke

Hej!

Mitt namn är Elin Pettersson och jag skriver en C-uppsats vid medievetarprogrammet på Södertörns högskola.

Denna djupintervju kommer att handla om kroppsideal på sociala medieplattformar. Intervjun kommer att spelas in i syfte att transkribera materialet i efterhand. Transkriberingen av materialet kommer enbart att genomföras av mig. Alla deltagare kommer att tilldelas pseudonymer och ingen utomstående kommer att ha tillgång till de riktiga namnen. Materialet kommer endast att användas i denna C-uppsats och inte i något annat syfte. Om intresse finns erbjuds möjlighet att ta del av den färdiga versionen av C-uppsatsen.

Deltagandet är frivilligt och du har all rätt att avbryta intervjun om du vill.

Vid frågor, vänligen kontakta mig.

Tack för ditt deltagande!

Appendix B

Intervjuguide

Bakgrundsfrågor

- Hur skulle du säga att du använder sociala medieplattformar under en vanlig dag?
- Vilka plattformar använder du mest?

Tema 1 - kontext

- När du hör kroppsideal på sociala medieplattformar, vad tänker du på då?
- Vilka typer av kroppsideal upplever du är mest framträdande på sociala medieplattformar just nu?
- Finns det vissa sociala medieplattformar där kroppsideal känns mer framträdande än på andra?
- Vilka typer av inlägg upplevs som mer framträdande av kroppsideal?
- Kan du beskriva tillfällen när du upplevt positiva känslor av innehåll som visar kroppsideal?
- Kan du beskriva tillfällen när du upplevt negativa känslor av innehåll som visar kroppsideal?
- Har det någon betydelse hur innehåll presenteras för hur du upplever kroppsideal?
- Tycker du kroppsidealet har förändrats under tiden du använt sociala medieplattformar?

Tema 2 - personlig omgivning

- Pratar du och din bekantskapskrets om kroppsideal på sociala medieplattformar i vardagen och i så fall hur?
- Hur tror du att personer i din omgivning upplever kroppsideal på sociala medieplattformar?
- Upplever du att personer i din omgivning formas av kroppsideal på sociala medieplattformar?
- Vad upplever du för känslor när du ser att dina vänner eller familj publicerar innehåll kring kroppsideal på sociala medieplattformar?
- Har du någon gång förändrat ditt sätt att presentera dig själv på sociala medieplattformar utifrån vad andra personer publicerar för innehåll?
- Upplever du att du gör livsstilsförändringar för att försöka anpassa dig till det kroppsideal som du tar del av på sociala medieplattformar?

Avslutning

- Är det något jag inte har tagit upp som du tycker är viktigt att tillägga?

Appendix C

