



UiT Norges arktiske universitet

Det helsevitenskaplige fakultet

## #Glansbilder

Unge jenters erfaring med kropp og utseende i sosiale media

Karoline Øyan

Masteroppgave i helsesykepleie HEL-3964

Mai 2023



All the world's a stage,

and all the men and women merely players;

(William Shakespeare, "*As you like it*", act 2, scene 7)

## Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Sosiale media, ungdom og kroppsfokus.....	1
1.2	Forskning på kropp og utseende i sosiale media.....	3
1.3	Oppgavens hensikt og problemstilling.....	5
1.4	Avgrensning .....	5
1.5	Oppgavens struktur.....	6
2	Metode.....	7
2.1	Valg av metode.....	7
2.2	Studiens troverdighet.....	8
2.2.1	Reliabilitet .....	8
2.2.2	Validitet.....	9
2.2.3	Overførbarhet .....	9
2.3	Forforståelse .....	10
2.4	Utvalgsriterier.....	11
2.5	Rekrutteringsprosessen.....	12
2.6	Beskrivelse av gruppene.....	12
2.7	Intervjuprosessen.....	13
2.7.1	Forberedelse .....	13
2.7.2	Utarbeidelse av intervjuguide.....	14
2.7.3	Gjennomføring av intervjuene.....	15
2.7.4	Opptak og transkribering.....	15
2.7.5	Analyseprosessen .....	16
2.8	Etiske overveielser .....	17
2.8.1	Søknads- og meldeprosessen.....	17
2.8.2	Informert samtykke og etiske overveielser .....	18
3	Teori .....	20

3.1	Begrepsavklaring.....	20
3.2	Teoretisk rammeverk.....	22
3.2.1	Erik H. Eriksson om ungdomstiden .....	22
3.2.2	Erwing Goffman om frontstage og backstage.....	23
3.2.3	Bourdieu om kulturell og sosial kapital .....	24
3.2.4	Cathrine Hakim om erotisk kapital .....	25
3.3	Aktuell forskning.....	27
4	Resultat.....	29
4.1	Å være på sosiale medier.....	29
4.1.1	Tidsaspektet.....	30
4.1.2	Positive og negative sider ved sosiale media .....	30
4.1.3	Gråsoner .....	32
4.2	Å kjenne på kroppspress.....	33
4.2.1	Konsensus om kroppsfokus.....	33
4.2.2	Idealet .....	34
4.2.3	Påvirkning .....	36
4.2.4	Usikkerhet .....	39
4.2.5	Kosmetiske inngrep.....	41
4.3	Definerende aspekter.....	42
4.3.1	Influensere .....	42
4.3.2	Jevnaldrende.....	44
5	Drøfting .....	46
5.1	Å være på sosiale media.....	46
5.2	Å kjenne på kroppspress.....	48
5.2.1	Sosiale media i Goffmans perspektiv .....	49
5.2.2	Påvirkning av idealkroppen.....	51
5.3	Definisjonsmakt .....	55

5.3.1	Influensere .....	55
5.3.2	Jevnaldrende, og særlig gutta .....	60
6	Oppsummering og avslutning .....	63
6.1	Hovedfunn .....	63
6.2	Avsluttende refleksjoner.....	64
6.3	Veien videre .....	66
	Referanseliste .....	68
	Vedlegg 1: Intervjuguide.....	75
	Vedlegg 2: Svarbrev fra Regional etisk komite .....	77
	Vedlegg 3: NSD/Sikt: Vurdering med vilkår .....	79
	Vedlegg 4: Godkjenning NSD/Sikt.....	82
	Vedlegg 5: Endring i prosjektslutt dato NSD/ Sikt.....	83
	Vedlegg: 6 Informasjonsskriv/samtykkeskjema .....	84
	Vedlegg 7: Brev til rektor.....	88

# Forord

Etter å ha hatt denne masteroppgaven med meg i omtrent to år, er det med blandede følelser jeg nå leverer inn dette prosjektet. Jeg føler oppgaven er ferdig, samtidig som at jeg kunne arbeidet med «å kna» tekst og innhold i lang tid fremover.

Å velge fokusgruppeintervju i løpet av en pandemi var en utfordring, men likevel en meget positiv opplevelse. Jeg er evig takknemlig til mine flotte og modige deltakere som snakket så åpent og ærlig med meg.

Tematikken i oppgaven engasjerer, noe som har satt i gang gode diskusjoner både på jobb eller sammen med gode venner og familie. Jeg vil i den forbindelse takke for gode refleksjoner og innspill, ingen nevnt -ingen glemt. Til min veileder som har stått meg bi hele veien, tusen takk. Jeg har alltid hatt opplevelsen av at du har heiet meg frem med konstruktive tilbakemeldinger og gode samtaler.

Jeg vil takke min kjære Pål for alle forsøk på oppmuntring når det har røynt på og at du har gitt meg tid inni mellom dagliglivets gjøremål til å forsvinne på «kontoret». Skrivdager har funnet sted mellom et sammensurium av ekstremt travle dager, uker og måneder -vi står han av! Til mine kjære gutter, takk for at dere er verdens beste avkobling fra oppgaveskriving og krever all oppmerksomhet. Dere vil alltid være første prioritet! Mamma og pappa, takk for alt dere gjør for oss! Og for å ha utstyrt meg med en tro på at jeg kan klare alt jeg bestemmer meg for.

I dag er jeg stolt og skal hvile på mine laurbær -helt til neste prosjekt starter, hva enn det blir.

Karoline Øyan

Mai, 2023

## Sammendrag

**Bakgrunn:** Majoriteten av norsk ungdom bruker over en time daglig på sosiale media. Økt fokus på kropp og utseende på ulike digitale plattformer forskes på i flere fagmiljøer. Tematikken er ofte gjenstand for medieoppslag og debatter i det offentlige rom, og det diskuteres/skrives ofte om hvordan påvirkningen fra sosiale media fører til økt objektivisering av kropp, kroppsskam og i ytterste konsekvens psykisk uhelse. Økt dybdekunnskap om hvordan ungdom erfarer fokuset på kropp og utseende, og å få frem ungdoms egen stemme er i så henseende et viktig moment. Som helsesykepleier møter man barn og ungdom i mange ulike kontekster. Å kjenne til ungdommens egne erfaringer vil være verdifullt både i enkeltkonsultasjoner og i undervisningssammenheng.

Problemstillingen lyder: *Hvordan erfarer jenter mellom 16 og 19 år fokuset på kropp og utseende i sosiale media?*

**Metode:** Fokusgruppeintervju ble valgt som metode for å søke svar på unge jenters erfaringer med kropp og utseende i sosiale media. Materialet fra studien ble analysert ved tematisk analyse for kvalitativ forskning.

**Resultat:** Deltakerne viser til hvor viktig sosiale media er som sosial arena for dem, men at det er både positive og negative sider ved eget bruk. De tilbringer mye tid på sosiale media og blir eksponert for innhold hvor mye av fokuset er på kropp og utseende. Jentene i studien framstår tvetydige i hvorvidt de påvirkes av dette. Det er normalt for dem og de problematiserer i liten grad hvorfor det er slik. De opplever imidlertid et skjønnhetsideal som er strevsomt å oppnå. Et ideal de har måttet forholde seg til helt siden barneskolealder. Videre er de ganske åpne for at om du ikke er genetisk disponert for riktig figur og ansiktstrekk kan kosmetisk kirurgi være et alternativ. De legger selv stor vekt på jevnaldrende og særlig gutter som andre kilder til påvirkning av kropp og utseende.

**Konklusjon:** Deltakernes erfaring er at de gjennom sitt omfattende bruk av sosiale media er høyt eksponert for innhold med kropp og utseende. De påvirkes i ulik grad negativt av dette, bevisst og ubevisst ved å sammenligne seg med bilder av et bestemt kroppsideal. Et kroppsideal som opprettholdes ved «likes» og «kred», og utgjør en risiko for å utvikle et negativt forhold til egen kropp. Deltakerne opplevde det som verdifullt å samtale om tematikken i en liten gruppe med kun jenter.

## **Abstract**

**Background:** The majority of Norwegian youths spend more than an hour a day on social media. Increased focus on body image and appearance on various platforms are researched in several professional environments. The topic is often the subject of media reports and debates in the public sphere and is often discussed and written about how the influence of social media leads to increased bodyobjectification, body shame and ultimately mental illness. Increased knowledge on how youths experience the focus on body image and appearance and to let the youth`s own voice be heard regarding this is important. As a public health nurse, you will meet children and youths in different contexts. To have knowledge about their experiences will be valuable both in consultations and in teaching situations.

Research question: How do young girls between age 16 and 19 experience the focus on body image and appearance in social media?

**Method:** Interviews with focus groups were chosen as research method. The material was analyzed by thematic analyses for qualitative research.

**Result:** The participants highlight how important social media is as a social arena, and that there are both positive and negative sides to this. They spend a lot of time there and are exposed to content which contain a strong focus on body image and appearance. The participants in the study appear ambiguous concerning whether they are affected by this or not. They normalize the fact that they are so exposed, and they don`t problematize why it`s like this. However, they do experience an ideal of beauty which is difficult to achieve. An ideal they have been exposed to since elementary school. They are open to the fact that if you are not particularly genetically predisposed to the right body shape and facial features, cosmetic surgery can be an option. They emphasize how peers, and especially the boys, have an influence on body image and appearance.

**Conclusion:** The participants experience is that through their extensive use of social media they are highly exposed to content with body image and appearance. They are in various degree affected negatively by this, consciously and unconsciously by comparing themselves to images of an “ideal body”. An ideal that is maintained by “likes” and “creds” can pose a risk of developing a negative perception of their own body. The participants expressed that it was valuable to discuss the topic in a small group with only girls.



# 1 Innledning

Tema for denne masteroppgaven er unge jenters erfaringer med fokus på kropp og utseende i sosiale media. I dette første kapittelet vil jeg gjøre rede for tematikken, og det vises til aktualitet i forskning og samfunnet for øvrig. Videre knyttes tema til hvorfor dette er helsesykepleiefaglig relevant. Det presenteres også noen refleksjoner rundt hvordan jeg som helsesykepleier selv har erfart å møte ungdom i undervisning og samtale om tematikken. Med dette som grunnlag presenteres problemstilling samt en avgrensning for oppgaven. Et avsnitt om oppgavens struktur avslutter kapittel 1.

## 1.1 Sosiale media, ungdom og kroppsfokus

Mange ungdommer opplever daglig kroppspress og angir at de ikke er fornøyd med egen kropp (Nylander, 2018, s.14). Dette kommer frem i en større rapport utgitt av Redd barnas ungdomsorganisasjon *Press* som de har valgt å kalle «prosjekt perfekt». Rapportens kunnskapsgrunnlag består av faglitteratur og tidligere forskning, samt deres egen kvalitative og kvantitative forskning om tema kroppspress (Nylander, 2018). Ungdommene selv beskriver sosiale media som en kanal hvor de eksponeres for feilfrie og trente kropper, perfekt hud og sminke. Inntrykkene fra sosiale media påvirker i ulik grad, og jentene rapporterer om kroppspress i større grad enn guttene (Nylander, 2018, s. 56). Videre knyttes kroppspresset til følelsen av ikke å være bra nok og at det går ut over hvordan man tenker om seg selv. For noen har dette store konsekvenser for selvfølelsen og dette vil kunne påvirke den psykiske helsen negativt (Nylander, 2018, s.14).

En rapport utgitt av folkehelseinstituttet i 2022 «*Hele verden er et tastetrykk unna - ungdommers bruk av sosiale medier og online gaming*», viser resultatet av en spørreundersøkelse blant ungdom i Bergen (Hjetland et al, 2022). Her viser de til at det er få studier som tar for seg positive aspekter ved bruk av sosiale medier og gaming. I rapporten kommer det frem et mer nyansert bilde hvor ungdom beskriver sosiale medier som en positiv sosial arena, men med negative aspekter. Man finner store individuelle variasjoner på bruk, men ser og tydelige kjønnsforskjeller ved at jenter vektlegger mer hva som skjer på sosiale medier enn gutter (Hjetland et al, 2022, s.6). At sosiale media er en stor del av ungdommenes

liv, kan man se av ungdatabasundersøkelsen til Ungdata.no. Her viser det seg at på landsbasis bruker 71% av ungdommene mer enn en time daglig på sosiale media (Ungdata, u.å).

Ungdomsårene er en tid preget av store endringer og markerer overgangen fra barn til voksen. Puberteten starter og setter i gang en prosess som påvirker hormoner slik at blant annet kjønnsmodningen skjer. Alle hormonene fører med seg mange endringer fysisk, mentalt og emosjonelt som videre påvirker hvordan man opplever sin egen kropp og seg selv (Tetzchner, 2012 s. 679-681). Individet påvirkes fra flere hold i utviklingen gjennom livet. I overgangen mellom barndom og voksenliv tar påvirkningen fra viktige forbilder, fortrolige, og nye kilder til inspirasjon og kunnskap større plass (Tetzchner, 2012 s. 679-681). Foreldre er ikke lengre viktige idealer for holdninger og verdier ettersom utviklingsoppgaven i ungdomsfasen handler om individets overgang fra en trygg barndom til et uavhengig voksenliv (Tetzchner, 2012, s. 682-683). Erik Erikson har vært en viktig teoretiker med tanke på identitetsutviklingen i ungdomstiden og har fokus på at denne tiden er svært definerende for individet og at dette er en sårbar fase (Erikson, 1992, s.121).

Helsedirektoratets nasjonale faglige retningslinjer for helsestasjon, skolehelsetjenesten, og helsestasjon for ungdom er retningsgivende for helsesykepleiers arbeid i skolehelsetjenesten og samhandlingen man bør ha med skolen (Helsedirektoratet, 2023). Her anbefales det for eksempel at i helsesykepleier skal bidra inn med undervisning i tema som er knyttet til skolens opplæring i livsmestring, herunder identitet, seksualitet og selvrespekt (Helsedirektoratet, 2023). Videre skal man i enkeltkonsultasjoner og samtaler få en oversikt over elevenes helse. Sammen med skolen skal man jobbe helsefremmende og forebyggende med ulike emner som omhandler elevenes helse og trivsel på skolen (Helsedirektoratet, 2023). Helsesykepleiers arbeidsoppgaver i skolehelsetjenesten er dermed mange, både på individ og gruppenivå. Kvarme (2016) beskriver helsesykepleiers virke i skolen som et lavterskeltilbud som når ut til elevene og kan benyttes av mange. Helsesykepleier kan ved å være synlig og tilgjengelig på skolen komme i en unik posisjon for å være en ressurs for elever, og anses som en trygg og faglig samtalepartner (Kvarme, 2016, s. 80). I tillegg til dette er alle kommuner pålagt å ha en helsestasjon for ungdom, som skal være et supplement til skolehelsetjenesten (Helsedirektoratet, 2023).

Gjennom praksis, og nå også som helsesykepleier har jeg undret meg over mengden av barn og unge med et vanskelig forhold til egen kropp. Jeg har tenkt en del på hvordan man som helsesykepleier bør snakke om tematikken med barn/ungdom, enten i konsultasjoner og undervisning på ulike klassetrinn. En utfordring som jeg selv har møtt på er å snakke med ungdom om hvordan sosiale media kan påvirke kroppsbildet negativt, uten at jeg følte at jeg klarte å nå frem med mitt budskap. Dette har fått meg til å reflektere rundt om vi voksne tar dette opp på feil måte med ungdom. På bakgrunn av dette tror jeg at å ha kunnskap om ungdommenes egne tanker og erfaringer rundt fokuset på kropp og utseende i sosiale media vil være verdifullt. Dette vil kunne bidra med nye perspektiver til å forstå tematikken bedre.

## 1.2 Forskning på kropp og utseende i sosiale media

Under arbeidet med masterskissen, forarbeidet til masteroppgaven, gjorde jeg mange søk i aktuelle databaser som Cinahl og PsykInfo. Søkene genererte mange treff med søkeordene ungdom, sosiale media og selvbilde. Forskningen jeg fant handler i stor grad om hvordan sosiale media kan påvirke ungdoms selvbilde i negativ retning. Mange forskningsartikler omhandlet hvordan man mener å se en økt forekomst av ulike diagnoser knyttet til bruken av sosiale media. Angstlidelser, depresjon, selvskading og spiseforstyrrelser er diagnoser som har blitt studert i denne sammenhengen. Denne kunnskapen er viktig å ha med seg også inn i mitt prosjekt, at et resultat av høy eksponering og ukritisk bruk kan føre til psykisk uhelse. Likevel var det et mål om å finne forskning som passet bedre i et helsefremmende og forebyggende perspektiv eller som beskriver tankene og prosessene før vi ender opp i ytterkant av den negative siden av helsebegrepet. Ved å bruke søkeordene helsefremming og forebygging i kombinasjon med sosiale media endte jeg opp med få relevante treff da forskningen i så måte handlet om hvordan man gjennom sosiale media kunne jobbe forebyggende og helsefremmende med barn og ungdom.

Ved å bruke *kroppsbilde* og videre også */kroppsskam/skam* som søkeord fant jeg flere aktuelle artikler som handler om objektifisering av kropp i sosiale media. En av disse studiene knytter bruken av Facebook til en objektivisert kroppsbevissthet og økt skam over egen kropp

(Manago et al., 2014, s.1). Et annet fokus i studien *"Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in College Women and Men"* var å sammenligne om det var forskjeller i hvordan kvinnelige og mannlige studenter på et stort college i USA opplevde objektifisering av kropp og kroppsskam i sosiale media. Funnene viser at de kvinnelige deltakerne opplevde dette i større grad enn de mannlige deltakerne. (Manago et al., 2014, s.7). At det er kjønnsforskjeller i hvordan man påvirkes, bekreftes av FHI's rapport fra i 2022 (Hjetland et al., 2022).

En annen relevant studie er utført med ungdom mellom 11-14 år på fire skoler i USA med spørreskjema som metode. *"The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image"*, fant ut at det var økende selv-objektifiserende bruk av sosiale media blant ungdommene, noe som igjen resulterte i økt kroppsskam (Salomon & Brown, 2019, s. 539). Ved å bla gjennom referanselisten dukket det opp flere relevante artikler. I artikkelen *«Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions»* presenteres en oversikt fra flere forskningsprosjekter vedrørende kroppsbilde og sosiale media (Fardouly & Vartanian, 2016). Forfatterne viser til funn om at bruk av sosiale media er korrelert til et negativt selvbilde, særlig ved bruk over tid. En faktor for nettopp dette er å sammenligne eget utseende med det man ser i sosial media (Fardouly & Vartanian, 2016, s. 1). Denne artikkelen var videre sitert i flere andre forskningsartikler.

I arbeidet med masteroppgaven har jeg jevnlig gjort søk i aktuelle databaser for å holde meg oppdatert på nyere forskning. Søkene har resultert i funn av flere gode forskningsartikler. Det synes å være et forskningsområde som får mye oppmerksomhet, men det har vært utfordrende å finne gode kvalitative forskningsdata på området. Det er lite synliggjøring av ungdommens egne erfaringer om hvordan man påvirkes av fokuset på kropp i sosiale media. Her kan kanskje min studie bidra med noe nytt.

Et meget relevant funn gjorde jeg i løpet av høsten 2022. En kvalitativ studie som ble publisert sommeren 2022 med mange likheter som min egen masteroppgave. *«Why don't I look like her? How adolescent girls view social media and its connection to body image»* (Papageorgiou et al., 2022) er en australsk studie hvor forskerne har intervjuet ungdom

mellom 14-17 år om hvordan seksualiserte bilder i sosiale media påvirker unge jenters mentale helse, positivt og negativt. En nærmere presentasjon av denne kommer i oppgavens teoridel.

### **1.3 Oppgavens hensikt og problemstilling**

Hensikten med denne oppgaven er å forsøke og forstå unge jenters egne erfaringer når det gjelder fokuset på kropp og utseende i sosiale media. Et ønske om å øke kunnskapen om, og dermed få en dypere forståelse for fenomenet. Dette er helsesykepleiefaglig relevant fordi helsesykepleier gjennom sitt virke i skolehelsetjenesten møter ungdom både i undervisningssituasjoner og enkeltkonsultasjoner. Å lære om jentenes erfaringer og ha kunnskap om deres egne tanker rundt kroppsfokus i sosiale media vil være viktig for å kunne møte ungdom på deres egne premisser om det som opptar dem. På bakgrunn av dette har jeg utarbeidet problemstillingen:

*Hvordan erfarer jenter mellom 16 og 19 år fokuset på kropp og utseende i sosiale media?*

### **1.4 Avgrensning**

Mitt faglige ståsted er helsesykepleie og det er det som ligger til grunn for å skrive denne oppgaven. Oppgaven er drevet av empiri fra min egen forskning, belyst med relevant teori. Deltakerne i studien består av jenter mellom 16 og 19 år. Ettersom tidligere forskning viser til at det er kjønnsforskjeller i påvirkningen fra sosiale media, og at jenter rapporterer større påvirkning, har jeg valgt å kun fokusere på jenter i denne oppgaven. Aldersspennet ble definert med en nedre grense på 16 år fordi da er de ved helsemyndig alder. Øvre grense ble satt til 19 år, ettersom de enda er tenåringer og går på videregående. Studiens deltakere var på forhånd informert om at det var ønskelig at man måtte kunne snakke åpent om tematikk rundt kropp og utseende, noe som gjør at man i denne studien ikke får andre perspektiver enn fra de som velger å være åpne og dele egne erfaringer

## 1.5 Oppgavens struktur

Oppgaven er delt opp i seks kapitler. Kapittel 1 legger grunnlaget for oppgaven og presenterer de ulike viktige elementene. Kapittel 2 handler om hvilken metode jeg brukt for å svare på forskningsspørsmålet mitt. I kapittel 3 presenteres aktuell teori for å belyse tematikken. I kapittel 4 presenteres funn og analyse av empiri fra egen forskning. I kapittel 5 vil de ulike tema fra kapittel 4 drøftes ved bruk av teori presentert i kapittel 3. I kapittel 6 oppsummeres oppgaven og det presenteres noen tanker om veien videre. Oppgaven er stilmessig skrevet i APA 7th, den nyeste nasjonale standardutgaven (Redaksjonen for norsk APA-stil, 2022). Oppgaven tar utgangspunkt i en masterskisse som er levert inn som eksamensoppgave under masterstudiet i helsesykepleie og dermed er det deler av oppgaven som vil være gjenkjennbare fra masterskissen.

## 2 Metode

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for metodiske valg og en beskrivelse av vitenskapeteoretisk perspektiv. Videre vil studiens reliabilitet, validitet og overførbarhet løftes fram. Så følger min forforståelse av tematikken og hele intervjuprosessen fra utvalgsriterier til analyse av teksten beskrives. I slutten av kapittelet tematiseres etiske overveielser som er gjort i forbindelse med prosjektet.

### 2.1 Valg av metode

En enkel forklaring for hva metode er; metode er måten man går frem for å innhente datamateriale i en studie (Thornquist, 2018, s. 19). Hvilken metode man så velger å bruke må ta utgangspunkt i hva man søker svar på. Thornquist beskriver kvalitativ forskning som en søken for «å forstå menneskelig virksomhet, menneskers opplevelses- og meningsverden, deres sosiale og kulturelle systemer og prosesser og de praksiser og relasjoner de impliserer og skaper» (Thornquist, 2018, s. 244). I denne studien handler det om å forsøke og forstå ungdommens erfaringer, og kvalitativ metode er i så henseende riktig å bruke. I planleggingsfasen av dette prosjektet vurderte jeg å bruke individuelle dybdeintervju da dette ville gitt meg muligheten til å få innblikk i ungdommens erfaringer og meninger om tematikken (Kvale og Brinkmann, 2019, s. 20). Dybdeintervju hadde vært en mulig metode for å besvare mitt forskningsspørsmål, men jeg har valgt å gjøre fokusgruppeintervju. Malterud skriver at i et fokusgruppeintervju vil man utnytte gruppens samhandling for å få frem gruppens erfaringer og få frem andre historier enn i individuelle dybdeintervju (Malterud, 2018, s.20). Jeg tror metoden vil kunne gi meg verdifull kunnskap om både deltakernes erfaringer, i tillegg til kunnskap om hvordan de samtaler om og forholder seg til tema som gruppe. Det vil være spennende å høre hvilke meningsbrytninger, ulike holdninger og problemstillinger som vil dukke opp i diskusjonen i gruppene. Videre vil gruppeintervjuet gi tilgang til flere ungdommers synspunkter og erfaringer, uten at tidsrammen og datainnsamlingsgrunnlaget blir for overdimensjonert.

Min studie har en fenomenologisk-hermeneutisk tilnærming. I fenomenologien anses det mennesker selv opplever og erfarer som den virkelige virkeligheten. Et begrep som brukes tilknyttet til dette er livsverden. Kvale og Brinkmann beskriver livsverden som; «verden slik vi møter den i dagliglivet, uavhengig av og forut for vitenskapelige forklaringer» (Kvale & Brinkmann, 2019, s. 356). Innenfor kvalitativ forskning, som for eksempel i et intervju, handler det om å forstå fenomener slik de oppleves av deltakeren(e) (Kvale & Brinkmann, 2019, s.45). Slik jeg forstår dette handler det om at menneskets erfaringer baserer seg på hvordan vi opplever verden, og hvordan dette videre gir oss kunnskap om verden og dermed utgjør vår egen livsverden. I denne studiens kontekst handler det om å forsøke og forstå unge jenters erfaringer med kropp og utseende i sosiale media. For å forstå dette fenomenet vil jeg spørre unge jenter i intervjuene hvordan de selv opplever dette. Deres erfaringer og opplevelser skrives ned i transkribert form før det analyseres. Hermeneutikk handler om fortolkningen av meningsbærende enheter gjennom blant annet samtale og tekst. Det handler om å løfte blikket fra selve intervjusituasjonen og sette de meningsfulle fenomener inn i en større kontekst eller forståelseshorisont (Kvale & Brinkmann, 2019, s. 73-74). Lindseth og Nordberg argumenterer for hvorfor man bør bruke fenomenologisk hermeneutisk metode slik; «essensiell mening må studeres og kastet lys over i tolkingen av tekst» (Lindseth og Nordberg, 2004, s.147). I denne forståelsesrammen er dermed ikke fenomenologien eller hermeneutikken interessant å bruke alene, men at de komplementerer hverandre. Det er to steg på samme veien. Man får deltakernes erfaringer rundt et fenomen gjennom intervjuene, som leder til en skriftlig tekst som man kan analysere videre.

## **2.2 Studiens troverdighet**

### **2.2.1 Reliabilitet**

I et kvalitativt forskningsprosjekt handler reliabilitet om kritisk å vurdere om forskningen som inngår i prosjektet er tillitsvekkende og pålitelig gjennomført (Thagaard, 2018, s. 187). Dette prosjektets reliabilitet vises gjennom detaljerte beskrivelser i oppgavens metodedel om forskningsstrategi og hvordan det innsamlede empiriske materialet kodes og analyseres.



Videre styrkes forskningen ved å bruke primærdata i analysen (Thagaard, 2018, s. 188). Det er lydfilene fra intervjuene som kodes og analyseres, ikke mine notater og tanker etter intervjuene. Å bruke disse primærdataene inn i oppgaven som utsagn i analysedelen, håper jeg også vil styrke oppgavens reliabilitet (Thagaard, 2018, s.188). Målet er å gjøre forskningsprosessen så transparent som mulig.

Konteksten for hvordan empirien i forskningen er innhentet er også noe som skal tas i betraktning når det gjelder reliabilitet. Hvordan påvirker forskeren sine deltakere, hvilket inntrykk har de og hvordan utvikler relasjonen til forskeren seg? Alt dette er faktorer som påvirker og bidrar til å utvikle data (Thagaard, 2018, s.188). Disse momentene er noe jeg hadde med meg underveis i min innhenting av empiri. Dette problematiserer jeg under punkt 2.3 Forforståelse og under punkt 2.7 Intervjuprosessen.

### **2.2.2 Validitet**

Validiteten knyttes opp til resultatet av forskningen; om resultatet man kommer fram til er gyldig. Kort sagt vises det til at validiteten vil være avhengig av at de tolkningene man gjør gjenspeiler det man har studert (Thagaard, 2018, s. 189). Dette kommer også frem i Kirsti Malteruds beskrivelse av intern og ekstern validitet som hun omtaler som studiens tolkningsmuligheter og rekkevidde (Malterud, 2012, s.39). En liten studie kan dermed ha en analyse av verdi og validitet, så lenge man formidler at man i en liten studie med få grupper og få deltakere vil belyse et fenomen og ikke beskrive et helt forskningsfelt (Malterud, 2012, s.37-39).

### **2.2.3 Overførbarhet**

Thagaard skriver at utvalget studien baserer seg på, er sentral for om studien er overførbar (Thagaard, 2018, s.194). Utvalget i denne studien er jenter fra en middels stor videregående skole med tradisjonelle studiespesialiseringer som man finner over hele Norge. Det er derfor grunn til å tro at studiens utvalg har overføringsverdi til jenter i samme situasjon i andre deler av landet. Det er dog begrensninger med tanke på overførbarhet til unge jenter på gruppenivå ettersom det kan være sosiokulturelle variabler som gjør at noen jenter opplever dette

annerledes. Jenter på andre studieretninger, yrkesfag eller de som har droppet ut av videregående skole ville kanskje svart annerledes.

I mitt forskningsprosjekt er det få deltagere. Det er i den sammenhengen vanskelig og si om jeg oppnådde en metning av svar på mitt forskningsspørsmål. Metning er i følge Malterud når man i en intervjuopprosess ikke lenger får ny kunnskap fra nye data som innhentes (Malterud, 2012, s.37). Dette handler om at man har fått innhentet nok empiri av god kvalitet fra intervjuene. Her vil variablene være antall intervju, antall deltakere i fokusgruppene i en kombinasjon med kvaliteten av empiri og ambisjoner for overførbarhet (Malterud, 2012, s.37). Det er mulig at flere fokusgrupper hadde kommet med nye aspekter for å belyse tematikken jeg ønsker å studere. Likevel vil jeg definere den innhentede empirien som rikholdig og nyansert med mer enn nok informasjon til å besvare forskningsspørsmålet.

## 2.3 Forforståelse

I forkant av arbeidet med masteroppgaven var jeg sikker på at ungdom ble påvirket i negativ retning av sosiale media, og særlig av alle bildene av kropp og utseende. Dette er delvis fordi det er et inntrykk man får gjennom media generelt, samt det jeg ser frontes som et kroppsideal i sosiale media. Som helsesykepleier ønsker jeg å formidle til barn og ungdom at det idealet som portretteres i sosiale media ikke nødvendigvis er ekte. Idealet er gjerne sirlig sminket, operert, retusjert og ses gjennom et filter som optimaliserer det hele. Jeg har imidlertid opplevd at å formidle dette til barn og ungdom ikke har vært så lett. Blir vi for moraliserende og belærende? Kan vi voksne i dag forstå dagens ungdom som vokser opp med en tilgang og eksponering fra sosiale media som ingen før har gjort?

Eline Thornquist skriver at mennesket i kraft av vår erfaring- og kunnskapsbakgrunn ikke vil kunne møte verden med blanke ark eller nullstille seg til å være forutsetningsløst. Dette gjelder også innenfor forskning (Thornquist, 2018, s. 76). Jeg kan ikke legge fra meg mine verdier, holdninger, erfaringer eller hvordan jeg vurderer det jeg opplever. Det ligger likevel til grunn for hele mitt masterprosjekt at jeg begynte å stille spørsmål ved min egen forforståelse. Jeg har derfor forsøkt å stille med åpent sinn og en genuin undring i møtet med

mine deltakere og ikke la det komme i veien for å forsøke og forstå deltakerne, innhente empiri og erverve ny kunnskap om tematikken. Som inspirasjon i prosessen har jeg brukt Kvale og Brinkmanns fremstilling av intervju som, ikke bare en metode, men også som et håndverk (Kvale & Brinkmann, 2019, 82-85). Dermed blir min rolle som forsker og intervjuer et viktig redskap eller instrument for å produsere ny kunnskap. Dette er viktig å huske på gjennom hele prosessen da det kan påvirke flere prosesser i egen forskning (Kvale & Brinkmann, 2019, 82-85).

## 2.4 Utvalgskriterier

Relevant forskning viser at innholdet i sosiale media påvirker gutter og jenter ulikt (Manago et al, 2014; Hjetland et al., 2022). Selv om forskningen til Manago et al. viser at guttene også kan være en sårbar gruppe, opplevde jentene i større grad kropps-skam på grunn av objektiviseringen av kropp i sosiale media (Manago et al, 2014, s.7). Fordi at det kan være en forskjell i hvordan gutter og jenter påvirkes, har jeg valgt å kun inkludere jenter i studien på grunn av oppgavens omfang. Selv om det kanskje ikke ville bli en aktuell problemstilling vil det formidles muntlig i rekrutteringsprosessen at det kun er ønskelig med kvinnelige deltakere med kvinnelig kjønnsidentitet. De må altså identifisere seg som kjønnet de er registrert ved fødsel. Hvilken seksuell legning de har anses ikke som av betydning for studien.

Jeg ønsker å sette et aldersspenn på deltagerne fra og med fylte 16 år og til og med fylte 19 år. Jenter mellom 16 og 19 år vil ha vært gjennom de største endringene puberteten fører med seg (Tetzchner, 2012, 680). Likevel anser jeg de ikke helt som voksne enda, de er fortsatt tenåringer. Aldersspennet er veldig greit å forholde seg til når jeg vil rekruttere deltakere fra en videregående skole. Hovedårsaken til at jeg velger denne delen av ungdomsårene er at når man har fylt 16 år er man ved helsemyndig alder og lovlig kan ta avgjørelser vedrørende egen helse (Pasient- og brukerrettighetsloven, 2001, paragraf 4-3). Dette gjør rekrutteringsprosessen enklere om deltakerne selv kan gi samtykke til å delta i studien, uten å måtte hente inn samtykke fra foreldrene.

Deltakelse i studien krever at deltakerne må bruke sosiale media daglig, men det vil ikke stilles krav til hvilke plattformer de bruker eller om de selv deler bilder på disse sosiale mediene. Under rekrutteringen av deltagere vil de gjøres oppmerksom på at dette er en gruppesamtale og de må være komfortable med å snakke åpent om kropp, kroppsbilde og tilhørende tematikk.

## **2.5 Rekrutteringsprosessen**

Høsten 2021 sendte jeg en forespørsel til rektor ved den aktuelle skolen jeg ønsket å finne deltakere hos (Vedlegg nr. 7). Til tross for at rektor og lærere stilte seg meget positive til prosjektet og ønsket meg velkommen til skolen, tok det lang tid å rekruttere nok deltakere på grunn av restriksjoner knyttet til koronapandemien, i tillegg til to lokale utbrudd av viruset. Jeg var innom skolen i to runder i løpet av vinteren og forsommeren 2022 for å rekruttere deltakere. Den første runden fikk jeg nok deltakere til to gruppeintervju ettersom 14 stykker meldte seg. 6 deltakere ble plukket ut til første intervju og alle dukket opp. På grunn av vanskeligheter med å samle resten ble det ikke noe av intervju med resterende av de som meldte seg. Jeg fikk tillatelse til å komme en gang til på skolen for å rekruttere deltakere og denne gangen var det 6 stykker som meldte seg. Jeg hadde hjelp av en kontaktperson for å samle gruppen og på intervjudagen kom det 5 stykker. Metoden jeg har rekruttert deltakere på er i tråd med hvordan Malterud beskriver at man gjør et bekvemmelighetsutvalg. Dette er når de informantene man får tak i utgjør utvalget av deltakere i studien (Malterud, 2012, s. 43). På grunn av tilfeldigheter i rekrutteringsprosessen var deltakerne i den ene gruppen yngre enn den andre. Kjønnssinkongruens ble ikke et tema i rekrutteringsprosessen og ikke relevant moment å ta opp i de to gruppene som ble dannet.

## **2.6 Beskrivelse av gruppene**

Gruppe 1 bestod av seks jenter på seksten til sytten år. De brukte alle mye tid på sosiale media og noen av de var ganske aktive ved å selv legge ut bilder/filmer. I starten svarte de kort på

mine spørsmål og det krevde mange oppfølgingsspørsmål underveis. Mot slutten av intervjuet snakket de friere også seg i mellom. Gruppe 2 bestod av fem jenter på atten til nitten år. Denne gruppen brukte også mye tid i sosiale media, men postet mindre selv. Som gruppe fremstod de tryggere og de var veldig ivrige til å svare på mine spørsmål. De samtalte mer med hverandre, og til og med spurte hverandre spørsmål underveis. Det var dermed mindre behov for oppfølgingsspørsmål fra min side.

## **2.7 Intervjuprosessen**

Erfaren forsker og professor i allmenntidisin Kirsti Malteruds bok «Fokusgrupper som forskningsmetode for medisin og helsefag» (2012) har vært en viktig del av planleggingen og utførelsen av mine fokusgruppeintervju.

### **2.7.1 Forberedelse**

Målsetningen med rekrutteringsprosessen var å sette sammen to fokusgrupper som skulle intervjues i ca. 60-90 minutter hver. Planen var å ha fem til åtte deltakere i hver gruppe, etter Malteruds anbefaling vedrørende størrelse på fokusgruppene (Malterud, 2012, s. 40-41). Dette vil i følge Malterud kunne gi et tilstrekkelig transkriberingsgrunnlag og et godt grunnlag for analysedelen om man har gode, rikholdige data (Malterud, 2012, s. 39).

Leder av fokusgruppeintervjuet kalles moderator, en rolle jeg selv planla å ha. Moderator er den som driver intervjuet og kan derfor ha stor påvirkning på gruppedynamikken samt retningen intervjuet tar. I følge Malterud krever denne rollen en evne til å lytte og være fleksibel. Det krever god forberedelse i forkant, og under selve intervjuet kreves konsentrasjon og tilstedeværelse. Viktige momenter her vil være at moderator forsøker å regulere de som tar stor plass slik at alle slipper til, stille oppfølgingsspørsmål der det passer og generelt holde tråden i tema (Malterud, 2012, s. 65-78).

I tillegg til moderator kan det være hensiktsmessig å ha med seg en sekretær som noterer underveis i intervjuet da det ikke er alt som lar seg registrere i et lydopptak. Dette kan være stemningen i rommet, samhandling, blikkontakt og så videre (Malterud, 2012, s. 60). Jeg

valgte å ikke ha med en sekretær. I denne gruppen med unge jenter var jeg helt avhengig å skape en trygg ramme, et sted hvor de kunne dele tanker og erfaringer. At det skulle sitte en voksen til i rommet med penn og papir og gjøre notater ble vurdert til å være et forstyrrende element for deltakernes opplevelse av en trygg setting for intervjuet.

Det vil uansett være vanskelig å forutsi gruppedynamikken. Det kan være ulemper og fordeler ved at deltakerne som ble rekruttert var venner eller bekjente. En ulempe kan være at konflikter eller fastlåste mønster kan prege gruppen under intervjuet. En fordel kan være at fordi de kjenner hverandre fra før vil samtalen gli lettere. Et annet moment kan være at noen deltakere tar større plass i gruppen og bli dominerende for hva andre velger å dele (Malterud, 2012, s. 45-46).

### **2.7.2 Utarbeidelse av intervjuguide**

I forkant av intervjuene ble det utarbeidet en intervjuguide (se vedlegg nr. 1). Det er anbefalt å ha en intervjuguide, men Malterud skriver at denne er viktigst i den mentale forberedelsesfasen av intervjuet (Malterud, 2012, s. 71). Intervjuguiden kan fungere som en støtte gjennom intervjuet om man går litt i stå eller trenger en påminnelse på hovedtema. Under intervjuet er det det viktigere å kommentere hva som kommer frem underveis samt stille oppfølgingsspørsmål (Malterud, 2012, s. 71-72). Jeg forsøkte å la Malteruds råd være førende for hvordan jeg brukte intervjuguiden. En viss struktur på intervjuet hadde jeg memorert på forhånd, skjønt den var ikke alltid like lett å holde seg til ettersom gruppene underveis kom med egne assosiasjoner og temaer. Likevel var det god hjelp å ha med seg intervjuguiden for å påse at jeg fikk dekt alle tema før intervjuet avsluttet. Videre var det fint å ha noe å se på og være litt opptatt med for å skape pauser i intervjuet.

Som intervjuer kan man benytte seg av ulike teknikker og måter å stille spørsmål på. Det er dog ikke bare å fyre løs med spørsmål, det handler også om aktiv lytting (Kvale & Brinkmann, 2019, s. 166-171). Evnen til å virkelig lytte til hva og hvordan deltakerne svarer. Herunder tenker jeg at taushet, eller ta pauser underveis er relevant. Å tillate at det oppstår pauser underveis i intervjuet vil gi deltakerne mulighet til å bryte tausheten med egne tanker og assosiasjoner (Kvale & Brinkmann, 2019, s. 167).

### **2.7.3 Gjennomføring av intervjuene**

Da jeg møtte gruppene, og før selve intervjuet startet, hadde jeg en kort informasjonsrunde. Vi gikk igjennom samtykkeskjema og snakket om hva informert samtykke innebar. Videre informerte jeg om lagring og destruering av materialet i etterkant. Alle skrev under på samtykkeskjema.

Før intervjuet hadde jeg gjort meg mange tanker om hvordan jeg på best mulig måte kunne skape et godt samtaleklima i gruppa, hvor de opplevde at det var trygt å snakke og trygt å dele egne erfaringer. Jeg begynte med å stille generelle spørsmål om sosiale media. Dette var for å starte samtalen og for å få en forståelse av hvordan deltakerne bruker sosiale media og hvilke plattformer de bruker. I begge intervjuene opplevdes det som en god start og noe som engasjerte alle til å svare. Da samtalen var i gang, stilte jeg spørsmål direkte på tema og det som er studiens kjerne. De to intervjuene utartet seg veldig forskjellig, og jeg forsøkte å formulere spørsmål underveis ut i fra det gruppa svarte samt å gå dypere inn på det de selv brakte til bordet.

Jeg vil beskrive gruppedynamikken som god i begge gruppene og samtlige deltagere deltok i samtalen. Videre opplevde jeg deres svar som ærlige. I begge gruppene var det et par deltagere som kanskje var raskere til å respondere enn de andre. Selv om gruppene, og dermed intervjuene var svært ulike, angav informantene at det hadde vært en positiv opplevelse å delta på prosjektet. Inntrykket fra begge intervjuene var at det ble gode samtaler som resulterte i et rikholdig materiale for min del å analysere.

### **2.7.4 Opptak og transkribering**

Intervjuene varte i henholdsvis en time og fem minutter, og en time og elleve minutter. Det ble tatt lydopptak av sesjonen. For å ta opp intervjuene brukte jeg UIO Nettskjema diktafon app som ble lastet ned til eget nettbrett. Dette er en datainnsamlingstjeneste som blant annet UIT har avtale om bruk med (Universitetet i Oslo, u.å.). På nettskjema.no hadde jeg laget en profil med innlogging som krever tofaktorautentisering via feide. Lydfilene som ble tatt opp via nettskjema-appen, blir kryptert og lastet opp til mitt område på nettskjema.no, og jeg kunne spille av intervjuene direkte fra nettsiden (Nettskjema.no, u.å.). Ved å bruke UIO

Nettskjema app ble intervjuene gjennomført og oppbevart i tråd med UITs retningslinjer for sikker lagring og oppbevaring av sensitive data (Norges arktiske universitet, u.å.).

Jeg gjorde en verbatim transkribering kort tid etter at intervjuene ble gjennomført. I transkriberingen brukte jeg egendefinerte tegn for pauser, latter, at de snakker i munnen på hverandre, samt at mine spørsmål står ut i kursiv. I intervjuene brukes ikke navnet på deltagerne, ettersom det er en utfordring å høre forskjell på de ulike deltagerne gjennom hele strekket i lydfilene. Det ble ikke ansett som en viktig del av intervjuet å skille på deltageres uttalelser, de anses i denne konteksten som en homogen gruppe og det er gruppen jeg ønsker å høre erfaringer fra.

### **2.7.5 Analyseprosessen**

I analyseprosessen skal det innsamlede materialet analyseres på en systematisk og forsvarlig måte. Det er en viktig del av arbeidet, ettersom det er selve analysen av empirien jeg har samlet inn som avgjør om møtene jeg hadde med fokusgruppene kan bli til forskning (Malterud, 2012, s. 101). Her er det mange analysemetoder man kan velge, men jeg har valgt Braun og Clarks trinnvise tematiske innholdsanalyse da den fremstår konkret og anvendelig i bruk.

Braun og Clarke beskriver tematisk analyse som å søke gjennom datamaterialet for å finne gjentagende mønster med mening (Braun & Clark, 2008, s. 79). I sin artikkel «*Using thematic analysis in psychology*», presenterer de seks trinn for å gjøre en tematisk analyse av kvalitativ forskning. Disse seks trinnene skal ikke anses som faste regler, men tilpasses forskningsspørsmålet og datamaterialet. Videre skriver de at i analysearbeidet kan man bevege seg frem og tilbake gjennom de ulike trinnene, det er en tilbakevendende og ikke nødvendigvis lineær prosess (Braun & Clarke, 2008, s.86).

Påfølgende avsnitt er basert på Braun og Clarke sine seks trinn for tematisk analyse (Braun og Clarke, 2008, 87-93). Fase 1 handler om å bli kjent med datamaterialet. Det anbefales å bli godt kjent med materialet, ta notater og høre/lese gjennom mange ganger. Her beskrives transkriberingen ikke bare som en mekanisk handling, men en mulighet til å få en grundig forståelse av materialet. Man er over i fase to når man har arbeidet frem en liste med ideer om



hva dataene inneholder, for i fase to skal materialet kodes. Man organiserer materialet sitt i meningsfulle grupper, koder. Braun og Clarke anbefaler å jobbe systematisk gjennom datamaterialet og kode for mange potensielle temaer. I fase tre kombinerer man de ulike kodene inn i ulike tema. Temaene kan ha ulike nivå som overordnede tema, undertema. Her foreslår forfatterne å lage et temakart. Fase fire handler om gjennomgang og foredling av tema. I fase fem skal man navngi og tydelig definere hvilke tema man har. Hva de er og hva de ikke er. Fase seks handler om den avsluttende analysen og skrive ut oppgaven.

I analysen vil det ikke gjøres forskjell på gruppene. Etter transkribering og koding vil deres svar analyseres under ett. De momentene hvor gruppene svarte svært ulikt ble ivarettatt gjennom kodingen og vil bli belyst i analysen og drøftingen.

## **2.8 Etiske overveielser**

I forkant av intervjuene hadde jeg tenkt en del på at det er en sårbar gruppe som skal intervjues og mitt ansvar overfor dem. Dette gjelder i alle ledd fra planleggingsfasen til ferdig innlevert produkt. Det var svært viktig at de var godt informert om hva det innebærer å være med som deltaker og jeg var opptatt av at de skulle ha en positiv opplevelse. At jeg har taushetsplikt og at alt de delte ville bli anonymisert var viktige poenger. Videre ble deltakerne oppfordret til å ha taushetsplikt overfor hverandre. Det som ble delt under intervjuene skulle ikke deles med andre.

### **2.8.1 Søknads- og meldeprosessen**

Før jeg gikk i gang med min datainnsamling var jeg nødt til å skaffe meg godkjenning for å kunne gjennomføre prosjektet. Å forske på mennesker krever at man følger noen grunnleggende etiske prinsipper som er nedfelt i Helsinkideklarasjonen, i tillegg til Helseforskningsloven og Forskningsetikkloven (Malterud, 2012, s. 60). Man skal blant annet vurdere ulike etiske hensyn som må tas og ivareta deltakernes personvern. «Regionale komiteer for medisin og helsefaglig forskningsetikk» (REK) skriver på sin nettside er at helsefaglige forskningsprosjekter bør søke forhåndsgodkjenning fra dem (Regionale komiteer

for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk, u.å.). Det var imidlertid usikkerhet hvorvidt mitt forskningsprosjekt ville måtte ha en godkjenning fra REK, men ettersom deltakerne kunne komme til å dele sensitiv informasjon om seg selv eller andres helse fant jeg det nødvendig å sende inn for fremleggsvurdering hos REK. REK vurderte prosjektet som ikke fremleggspliktig (se vedlegg 2). De skriver blant annet i sitt svar:

*”Etter beskrivelsen av prosjektet fremstår prosjektet ikke som et medisinsk og helsefaglig forskningsprosjekt som faller innenfor helseforskningsloven”.*

På nettsidene til *Sikt*, tidligere, «Norsk senter for forskningsdata» (NSD) kan man lese at de er en instans som hjelper til med å vurdere om et forskningsprosjekt overholder regler i tråd med personvernet (*Sikt*, u.å.a). Ettersom jeg planla å bruke lydopptak av intervjuet og dette kan karakteriseres som en personopplysning, ble det sendt inn meldeskjema til NSD (*Sikt*). Meldeskjema ble i første omgang sendt tilbake til meg for at jeg skulle gjøre endringer i skrivet om informasjon og samtykke (se vedlegg 3). Ved å sende inn på nytt og gjøre oppdateringer etter NSDs ønske ble prosjektet godkjent (se vedlegg 4). Fordi jeg ved to anledninger har utsatt innlevering av oppgaven på grunn av samtidighetskonflikter har jeg fått utsatt sluttdato for behandling av personopplysninger ved en anledning (se vedlegg 5). Etter dette var det ikke behov for videre utsettelse ettersom alt materiale fra intervju er anonymisert.

## **2.8.2 Informert samtykke og etiske overveielser**

Informasjonsbrev med samtykke ble utarbeidet på bakgrunn av mal funnet på NSDs hjemmeside (*Sikt*, u.å.b). Informasjonsbrev med samtykke ligger som vedlegg 6. Studiens formål og deltakernes rettigheter og krav ble presentert muntlig under rekrutteringsprosessen, i tillegg til at det ble sendt skriftlig på mail til deltakerne i form av informasjonsskriv/samtykkeskjema i forkant av intervjuene.

Tidlig i prosessen ønsket jeg å ha med som et utvalgs-kriteria for å delta, at deltakerne ikke måtte være i behandling i psykisk helsevern eller somatikken. Begrunnelsen for dette var at jeg ikke ønsket å stå i den situasjonen at noen delte noe som ble vanskelig for de selv i ettertid. Likevel ble det fjernet fordi å stille dette som kriteria og spørre deltakerne om dette ville kreve et annet klassifiseringsnivå av konfidensialitet. Resultatet ble derfor at jeg i

rekrutteringsprosessen la det frem på den måten at det var en fordel om de som deltok var komfortabel med å snakke om kropp og utseende, og hvordan dette fremstilles i sosiale media. Dette ble og definert som et utvalgsriteria for å delta.

Deltakerne i studien ville ikke ha behov for å få samtykke fra foreldrene for å delta. Likevel oppmuntret jeg deltakerne til å fortelle sine foresatte om hva de hadde vært med på, og kanskje snakke om problematikken med foreldrene sine også. Jeg var forberedt på hvordan jeg skulle møte det om noen delte erfaringer som kanskje ikke var helt greie å snakke om. Videre tilbød jeg de å ta kontakt med meg om det i ettertid skulle dukke opp noe, at intervjuet brakte frem noen følelser og tanker som var vanskelig å håndtere alene. Ikke for at jeg skulle fungere som en samtalepartner, men eventuelt kunne hjelpe de med å ta kontakt med helsesykepleier på skolen eller ungdommens helsestasjon. Erfaringen fra intervjuet er imidlertid at deltakerne opplevde det som en fin samtale, og flere fortalte at de satte pris på å snakke om dette i en slik setting.

Under ett av intervjuene ble temaet bildedeling, forespørsler om bilder og hva som er greit å sende til hverandre problematisert. Ettersom deltakerne normaliserte dette i stor grad, valgte jeg å gå litt ut av moderatorrollen og informere om hva som er greit og ikke greit ifølge norsk lov. I denne sammenhengen kan det nevnes at ingen kriminaliserte seg selv eller andre. I retrospekt har jeg tenkt på at det kunne ha kommet fram informasjon hvor meldeplikt hadde utfordret taushetsplikten ettersom noen av deltakerne var under 18 år og fortsatt lovmessig er barn. Dette er et dilemma som kunne blitt utfordrende å håndtere, og noe jeg faktisk ikke hadde overveid i forkant av intervjuene.

## 3 Teori

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for flere begreper som knyttes til sosiale media og som deltakerne bruker i intervjuene. Videre presenteres teori og aktuell forskning som brukes i kapittel 5 for å drøfte resultatene fra datainnsamlingen.

### 3.1 Begrepsavklaring

#### Sosiale media

Sosiale media får man tilgang til gjennom ulike nettsider og apper til telefon/nettbrett. Her kan man lage bilder, film og tekst, dele dette og se hva andre deler. Samtidig er det et sted man kan lese nyheter, få offentlig informasjon, hvor politiske ytringer deles og en arena for markedsføring av ulike aktører (Enli & Aalen, 2018). Sosiale media finansieres av reklame, og hva man ser av reklame og annet innhold som blir foreslått for deg er definert utifra en algoritme basert på dine egne likerklipp (Drange, 2022). Deltakerne i fokusgruppeintervjuene angav at brukte plattformene Tiktok, Facebook, VSCO, YouTube, Instagram og Snapchat.

#### #

Tegnet # må i denne oppgaven forstås som begrepet hashtag, eller emneknagg oversatt til norsk. Dette tegnet # brukes for å lette søkeprosessen i ulike sosiale media (NAOB, u.å.).

#### Kred

Kredibilitet betyr troverdighet og kommer fra det engelske ordet Credibility. Begrepet «kred/Cred» som brukes mye av deltakerne i intervjuene, er antagelig inspirert av begrepet «Street credibility» som oppstod i amerikanske gatemiljøer og har spredt seg til andre deler av samfunnet. For å lykkes på gata må en ha kred, altså å være verdig tillit eller være troverdig

(Språkrådet, 2022). Deltakerne bruker kred i sosiale media om det å gjøre, si eller fremstå på en slik måte som gir deg (positiv) oppmerksomhet.

## Likes

De ulike sosiale media plattformer har funksjoner som tillater å kommentere og eller gi «likes» til det man deler. Likes kan man gi i form av tommel opp, hjerte eller ulike emojier (Universitetet i Oslo, 2012).

## Snap

Deltakerne bruker forkortelsen «snap» på snapchat. Snapchat er en bilde/filmdelingstjeneste hvor filmer/bilder blir borte innen 24 timer eller rett etter de er vist (Medietilsynet, 2021).

## Insta

Deltakerne bruker forkortelsen «insta» på Instagram. På Instagram kan du dele bilder og filmer. Man kan velge å ha privat profil hvor kun de du velger kan se hva du legger ut eller offentlig profil hvor alle kan se hva du legger ut (Medietilsynet, 2021).

## Onlyfans

Onlyfans beskriver seg selv som en sosial mediaplattform som revolusjonerer forbindelsen mellom skaper og fanskaren. De inviterer alle typer artister og «innholds-skapere» til å tjene penger på det de lager/poster og å utvikle relasjoner til sine følgere (Onlyfans, 2022).

## Influenser

I følge store norske leksikon er en influencer en person som gjennom sosiale media utøver innflytelse på sine følgere. På grunn av sin innflytelse og troverdighet i sosiale media kan

influensere få betalt for å promotere tjenesten og produkter av store markedsførere (Pihl, 2021).

## Feed

Feeden er den strømmen av ulike innlegg man får presentert når man går inn på sin side på sosiale media. Innleggene har ulikt innhold som bilder, historier, eller linker til andre nettsider fra de du følger på sosiale media. Hva som dukker opp i feeden din er et resultat av hva du selv trykker like på og følger (Meta, 2022).

## Fillers

Å ta fillers er en prosedyre hvor man sprøyter inn et romoppfyllende stoff under huden med en tynn sprøytespiss. Man injiserer fillers i rynker for å jevne de ut, man kan bruke det for å definere hake og kinnbein, eller setter det i leppene for å få fyldigere lepper. Dette er ikke en permanent prosedyre da effekten avtar etter 6-18 måneder (Norsk helseinformatikk, 2022).

## **3.2 Teoretisk rammeverk**

De aktuelle teoriene er valgt ut fordi de forsøker å forklare og forstå aktørens eller individets møte med verden, og hvordan strukturene i samfunnet kan påvirke enkeltindividet og omvendt.

### **3.2.1 Erik H. Eriksson om ungdomstiden**

Erik Homburger Erikson (1902-1994) var en tysk-amerikansk psykolog og psykoanalytisk forfatter som i mange år arbeidet ved forskningsinstitusjoner og universiteter i USA (Store norske leksikon, 2020). Han er kjent for sitt arbeid med teorier om identitetsutvikling i et foranderlig samfunn og i ulike kulturer. Han mente at personlighetsutviklingen skjer i et

livslangt perspektiv, og delte de opp i seks ulike faser fra nyfødt til alderdom. I de seks ulike fasene i den denne livslange utviklingen er det et knyttet en tilhørende konflikt/krise som mennesket må gå igjennom, et vendepunkt og en kilde til nye perspektiver og produktiv styrke (Erikson, 1992, 90-91). Videre hadde han et spesielt fokus på den utviklingen som skjer i ungdomstiden. Ungdomstiden beskriver han som en fase hvor mye endres for individet, og tiden er av stor påvirkning for identitetsutviklingen (Erikson, 1992, s.121).

### **3.2.2 Erwing Goffman om frontstage og backstage**

Erwing Goffman ble født i Canada i 1922, men deler av hans høyere utdanning samt mye av hans arbeid foregikk i USA. Som samfunnsforsker påvirket han både innenfor feltene sosiologi og sosialantropologi. Allerede som ung og ukjent forsker presenterte han sin synsvinkel og teori på hvordan man kan studere og analysere samfunnet i boken «The presentation of self in everyday life» (Tjora, 2022). Her låner han begreper fra teater og dramaturgiens verden for å beskrive hvordan mennesket presenterer seg selv i samspill med andre på livets scene (Goffman, 1992, s. 11). Gjennom denne teatermetaforen bruker han begreper som status, rolle og opptreden som ulike elementer av en persons interaksjon med andre i ulike kontekster og situasjoner. Slik jeg forstår Goffman sier han selv at denne analogien er å sette det på spissen, men ved å låne begreper fra teateret forsøker han og sammenligne det med hverdagens sosiale interaksjoner «de sosiale møters struktur» som han selv sier (Goffman, 1992, s. 210).

I forbindelse med dette oppstår begrepene frontstage og backstage. Frontstage, eller fasade er et todelt begrep. Fasaden er faste mønstre i opptreden til en person i møtet med en eller flere andre. De bevisste og ubevisste uttrykksmidler personer tar i bruk for å fremstille seg selv på et bestemt vis, samtidig som man forsøker å styre hvordan man påvirker andre og hvordan de oppfatter en (Goffman, 1992, s. 27). Denne personlige fasaden beskriver Goffman som bestående av to momenter. Det ene handler om fremtoning eller det ytre, og det andre er manerer (Goffman, 1992, s. 29). Våre omgivelser, kulissene, er også en viktig del av hvordan vi presenterer oss selv for andre eller hvordan vi vil fremstå for andre. Her må det nevnes at Goffman beskriver kulissene som et fast geografisk sted og dermed må personen være på dette stedet for å kunne bruke det som en del av sin opptreden. Stuen nevnes her som

eksempel på dette (Goffman, 1992, s. 28). Til sammen kaller Goffman disse tre elementer for den sosiale fasade.

Goffman forklarer bakstage, eller bak kulissene, som området hvor det man undertrykker i frontstage dukker opp (Goffman, 1992, s. 98). Her kan man også legge fra seg staffasjen og det man forsøker å løfte frem i frontstageområdet. Et av eksemplene han nevner for å illustrere dette handler om fjernsyn og radio. Bak kulissene vil i denne konteksten være alle andre steder enn det som er i fokus for kamera eller mikrofonen. Om det skjer en glipp og man filmes eller tas opp lyd av og dermed sender noe på lufta som ikke skulle vises, står man i fare for å undergrave det man ønsket å presentere og formidle gjennom kringkastingen (Goffman, 1992, s. 101).

### **3.2.3 Bourdieu om kulturell og sosial kapital**

Pierre Bourdieu (1930-2002) var en fransk sosiolog og konfliktteoretiker. Gjennom sitt arbeid ville han identifisere sosiale hindringene i samfunnet som stod i veien for selvutfoldelse og frihet (Aakvaag, 2010, s.148). Bourdieu forsøker å forklare forholdet mellom aktører og strukturene i samfunnet, noe han mente måtte til for å ha en kritisk tilgang til samfunnet (Aakvaag, 2010, s. 148). Velkjente begreper knyttet til hans teori er sosiale rom, sosiale felt og kapital.

Det sosiale rom er samfunnet, og her befinner menneskene seg i ulike hierarkiske posisjoner i forhold til hverandre, på bakgrunn av de kapitalressursene man innehar. Den kapitalen man innehar kan brukes for å oppnå fordeler i det sosiale livet fordi kapital er lik makt. Dette gjør at noen mennesker eller grupper har mer makt og kan utøve dominans og herredømme over andre (Aakvaag, 2010, s. 150-151). I det sosiale rom er det flere sosiale felt, en arena eller sfære som ikke er så omfattende. Som eksempler trekkes det frem politisk felt, økonomiske felt og kunstnerisk felt. Strukturen i det sosiale felt er dog den samme som det sosiale rom, fylt av objektive hierarkiske og relasjonelle posisjoner som aktørene kan inneha basert på kapitalmengde (Aakvaag, 2010, s. 155). I det sosiale rom utgjør aktørens kapitalmengde en sammensetning og mengden av ulike typer kapital. De ulike typene kapital Bourdieu definerte var økonomisk, kulturell og sosial kapital. Økonomisk kapital beskrives som den viktigste formen for kapital. Kulturell kapital er todelt. Det uformelle handler om dannelse og god smak, det formelle om utdanningskapital man tilegner seg gjennom skolegang. Sosial kapital



beskrives som tilgangen man har til ulike grupper og sosiale nettverk, og at det ligger makt i å bruke disse relasjonene for å oppnå noe (Aakvaag, 2010, 152-153). Når det gjelder de ulike sosiale felt er det den aktuelle feltspesifikke kapitalen som regjerer, det Bourdieu kaller for «doxa». Doxa betyr egentlig «tro», men Bourdieu bruker begrepet for å beskrive det sosiale felts stilletiende enighet om hva som gir innflytelse og prestisje, altså feltspesifikk kapital (Aakvaag, 2010, s. 156-157).

Mennesket, eller aktørene, er ikke en passiv brikke i samfunnets objektive sosiale strukturer i følge Bourdieu. Aktørene forstår sin situasjon, kan handle og endre den. Det er her begrepet habitus kommer inn og beskrives som den kompetente, handlende og kreative aktøren (Aakvaag, 2010, s.159-160). Det sosiale rom og kapitalbegrepet er også utgangspunktet for Bourdieus klasse teori, hvor de aktørene som innehar samme posisjoner i det sosiale rom tilhører samme klasse. Konfliktene oppstår når aktørene forsøker å forbedre sine posisjoner og på den andre siden forsvare sine posisjoner (Aakvaag, 2010, s.151-157).

### **3.2.4 Cathrine Hakim om erotisk kapital**

Cathrine Hakim ble født i Libanon i 1948 og kom som 16 åring til Storbritania for å gå på kostskole. Hun har en PhD i sosiologi og har nå et professorstipendiat i Civitas, London (Cathrinehakim.org, u.å.). Hun har blant annet vært seniorforsker ved London school of economics og har en lang merittliste med bok og artikkelutgivelser. Videre har hun hatt ulike engasjement i instanser som jobber med forskning og som medlem av redaksjonsråd til sosiologiske tidsskrifter (Wikipedia, 2022). På bakgrunn av alt sitt forskningsarbeid har hun utviklet to kjente teorier, preferanseteorien og teorien om erotisk kapital. I drøftingsdelen vil erotisk kapital være med på å belyse empirien i denne oppgaven.

Hakim beskriver sin teori om erotisk kapital som en fjerde ressurs, et viktig tilskudd i forhold til sosial, økonomisk og kulturell kapital (Hakim, 2010, s. 499). Hun mener at erotisk kapital er en valør man kan bruke i dette kapitalmarkedet, at det ligger både makt og verdi i dette. Erotisk kapital beskrives som en oversett ressurs, og er en kapitalform som kvinner naturlig har mer av enn menn. Hun beskylder både samfunnet og sitt eget fagfelt sosiologien for å være påvirket av patriarkalske holdninger og dermed overse og ikke anerkjenne erotisk

kapital som en egen ressurs. I stedet for å la spesielt kvinner benytte seg av sin erotiske kapital, har det patriarkalske samfunnet konstruert moralske ideer som forhindrer dette (Hakim, 2010, s. 510). Videre hevder hun at feministisk teori ikke klarer å fri seg fra disse moraliserende perspektivene og dermed hindrer kvinner til å utnytte seg av sin erotiske kapital (Hakim, 2010, s. 511).

Erotisk kapital er et begrep som omfatter seks (eller syv) ulike dimensjoner som hver for seg, eller sammen, kan gi fordeler i ulike kontekster (Hakim, 2010, s. 500). Hakim beskriver de seks (syv) ulike punktene på dette viset: Det første punktet handler om skjønnhet, å være pen og vakker. Dette punktet er selvsagt kulturelt og tidsmessig varierende. Punkt to handler om seksuell tiltrekningskraft, å være tiltrekkende og ha «sex appeal». Et punkt som selvfølgelig varierer med tanke på hva som er sexy for øyet som ser. Punkt tre handler om en persons sjarm, eller talent for sosial interaksjon. Hvordan man ordlegger seg og møter mennesker i ulike situasjoner, de sosiale evner i form av hvordan man sjarmerer, overtaler og flørter. Å ha mye liv i seg, livlighet er det fjerde punktet. Billedlig beskrevet som det å være festens midtpunkt. Punkt fem handler om hvordan en presenterer seg selv. Å følge og bruke riktig mote, tilbehør, smykker, parfyme og sminke. Det handler ikke bare om å kunne kle seg, men hvordan man kler seg etter den sosiale konteksten. Å endre på eget utseende går også inn under dette punktet, herunder kosmetiske operasjoner. Punkt seks handler om seksualitet i seg selv og hvor god man er til dette. Hakim sier at mennesker med sterk libido og med høy seksuell aktivitet vil bli god på dette punktet da man blir flinkere med mer øving. Punkt syv handler om fertilitet, å kunne bære frem barn. Dermed er dette siste punktet kun forbeholdt kvinner (Hakim, 2010, s. 500-501).

Å velge og bruke Cathrine Hakims teori om erotisk kapital har vært et personlig dilemma. I denne teoretiske tankerekken er det en ide om at kvinner bør bruke sin erotiske kapital på et vis som jeg mistenker vil forsterke kroppsubjektivismen og da særlig for kvinner. Likevel er det en del mekanismer i teorien som synes å være beskrivende for maktbalansen i sosiale media og dermed anses det som en spennende måte å belyse tematikken på.

### 3.3 Aktuell forskning

Som det vises til i innledningsdelen av denne oppgaven er det en god del forskning på bruk av sosiale media. Særlig tar man for seg korrelasjonen mellom sosiale media og med psykisk uhelse. En forskningsartikkel fra Australia publisert i 2022 slår fast at det er lite kvalitativ forskning som har brukernes perspektiver i fokus (Papageorgiou et al., 2022, s. 2) Dette er forenelig med hva jeg selv har funnet etter å ha søkt i flere databaser. I *“Why don't I look like her?” How adolescent girls view social media and its connection to body image* har de et ganske likt fokus som i min studie. Studien er laget for å finne ut hvordan seksualiserte bilder på sosiale media kan påvirke unge jenters psykiske helse, positivt og/eller negativt. Jentene i studien blir ikke spurt direkte om hvordan de opplever det, men må uttale seg om hva de tror jenter generelt opplever. I studien ble jentene som ble rekruttert vist bilder av et utvalg større influensere og bedt om å beskrive hva de mener jenter på deres alder tenker om disse bildene, hvordan disse bildene får jenter til å føle om seg selv og hvordan det påvirker deres psykiske helse (Papageorgiou et al., 2022, s. 3-4). Etter å ha kodet og analysert transkriberte dybdeintervjuer så kommer forfatterne fram til fire tema de skriver om: Forventninger om hvordan man bør se ut, å sammenligne seg oppover mot et ideal, å strebe etter å skulle se ut på et vis og validering for hvordan man ser ut (Papageorgiou et al., 2022, s. 4-7). De konkluderer med at de har fått noe innsikt i hvilken påvirkning sosiale media har på unge jenter og mener at det bør forskes videre på måter å forebygge og motvirke et dårlig kroppsbilde på grunn av sosiale media (Papageorgiou et al., 2022, s. 11).

I 2022 kom en rapport fra folkehelseinstituttet som tar for seg ungdoms bruk av sosiale media og online gaming. I Bergen ble det i årene 2020-2021 utført spørreundersøkelser blant ungdom for å kartlegge ulike sider av ungdommenes bruk (Hjetland et. al, 2022, s. 5-6). Studiens utgangspunkt var et ønske om å kartlegge positive og negative aspekter, da det fra tidligere forelå mest forskning med tanke på negative aspekter av sosiale media. Dette er et interessant moment å ta tak i. At vi ikke ensidig må forske på og fordype oss i de negative aspektene, men anerkjenne de positive sidene også. Det som først og fremst trekkes frem er at sosiale media anses av ungdommene selv som en viktig sosial arena. Man danner nye relasjoner, får positiv oppmerksomhet og holder kontakt med venner (Hjetland et. al, 2022, s.6-7). Studien presenterer også en del negative aspekter, og at en del ungdommer opplever sosiale media som en stressfaktor. De opplever press om at de må være aktive deltakere og de

ønsker å fremstå bra. Jentene i studien rapporterer mer enn guttene at de opplever både flest positive og flest negative sider ved sosiale media (Hjetland et al., 2022, s.6).

I 2019 ble det gjort en systematisk oversikt ved King's college i London som tar for seg om sosiale media påvirker depresjon, angst og psykologisk ubehag (Keles et al., 2020, s.79). På bakgrunn av 13 kvalifiserte studier hentet fra anerkjente forskningsdatabaser klassifiseres funnene i fire momenter: tidsbruk, aktivitet, investering og avhengighet. Psykiske plager, depresjon og angst korrelerer med alle fire domene. Forfatterne presiserer dog at man må ta forbehold om at 12 av studiene er tverrsnittstudier og dermed har noen metodiske begrensninger (Keles et al., 2020, s.79). Det er et komplekst felt å forske på da det er mange faktorer som spiller inn slik at forfatterne ikke vil konkludere med noe. Likevel skriver de at det er en assosiasjon mellom bruk av sosiale media og psykiske uhelse. De anbefaler dog videre forskning, gjerne med andre metodiske design som for eksempel kvalitativ forskning eller longitudonell design (Keles et al., 2020, s. 90).

## 4 Resultat

I dette kapittelet vil jeg presentere funn fra mine fokusgruppeintervjuer. I begge intervjuene samtalte deltakerne fritt rundt de spørsmål og tema jeg presenterte. Til tross for at jeg hadde en viss regi på intervjuet fordi jeg aktivt brukte i intervjuguiden, brakte deltakerne selv nye tema på banen underveis. Tema som de selv opplevde å assosiere med tematikken kropp i sosiale media. Det har vært et stort fokus på deltakernes erfaringer i analysen av empirien og forvalte dette på en sannferdig måte, også fordi deres refleksjoner og erfaringer var mer tvetydig og til dels overraskende enn hva jeg hadde forventet ut ifra min forforståelse.

En viktig tilbakemelding deltakerne kom med var at intervjuene hadde vært en positiv opplevelse. De satte veldig pris på å sitte sammen i en liten gruppe og snakke sammen om denne tematikken, dette hadde de ikke gjort før. At de bare var jenter trakk de og frem som noe positivt. Noen nevnte at det var godt å høre at de andre hadde mange av de samme tankene som de.

I analysearbeidet presenterte det seg tre hovedområder som går som en rød tråd gjennom intervjuene, tematikk som deltagerne stadig vender tilbake til. Disse tre hovedtemaene har fått hvert sitt avsnitt med ulike undertema. Det første avsnittet omhandler deltagerens bruk og forhold til sosiale media. Avsnitt to handler om kroppspresstet de opplever gjennom sitt bruk og det tredje avsnittet handler om hva deltakerne mener påvirker dem mest. Deltagerne stemme representeres tydelig ved hjelp av sitater hentet fra intervjuene. Disse sitatene er uthevet i kursiv og formidles jevnlig gjennom hele teksten.

### 4.1 Å være på sosiale medier

Et av kriteriene for å delta i studien var at man daglig brukte sosiale media, med det argumentet at for å kunne bli påvirket gjennom sosiale media må det eksistere en bruk av det. Deltakerne i fokusgruppeintervjuene fortalte at de bruker mye tid på sosiale media og de har deltatt på ulike plattformer i flere år, noen helt siden barneskolen.

### 4.1.1 Tidsaspektet

I begge intervjuene har jeg bedt deltakerne om å sjekke hvor mye skjermtid de har i løpet av en dag. Det viste seg at deltagerne hadde et stort spenn i hvor mye skjermtid de hadde. Fra 1 ½ til 6 timer hver, hvor majoriteten av deltagerne brukte mellom 4 og 6 timer.

*«Æ e på sosiale media hele tida. Det første man gjør når man våkne og det siste man gjør når man legger sæ».*

Plattformene som er mest brukt er Snapchat og TikTok, men YouTube og Instagram er også flittig brukt. Alle har i tillegg Facebook, noen VSCO som brukes i mindre grad. Samtidig som de ler litt av hvor mye tid de tilbringer på sosiale media, er de svært tydelig på at dette er en stor og viktig del av livet deres. Man kan bli oppslukt av det hele, noe som illustreres gjennom følgende sitat:

*«Man ligger og scroller og plutselig e klokka tre på natta».*

Det kommer tydelig frem gjennom intervjuene at dette er en viktig arena å delta på. Å være uten sosiale media er å stille seg utenfor det sosiale fellesskapet. Man får inntrykk av at dette er en like viktig sosial arena som den man faktisk tilbringer fysisk sammen.

*«Får man pause i timen, tar man opp telefonen og ser på TikTok. Denne uka har æ brukt 18 tima på TikTok».*

Dette siste sitatet kom fra en av deltagerne og gjaldt da tidsrommet mandag til og med torsdag. Til ettertanke er 18 timer tilnærmet en halv arbeidsuke. Deltagerne selv beskriver at de bruker det parallelt med at de gjør andre ting, de driver med multitasking, gjerne samtidig med lekselesing eller tv-titting. Videre er det interessant at samtidig som man tilbringer fysisk tid sammen, er man sammen på sosiale media. At man er aktiv på ulike sosiale arenaer samtidig problematiserer de ikke, det er helt normalt for dem.

### 4.1.2 Positive og negative sider ved sosiale media

På spørsmål om hva de selv syntes var viktig å få frem når det gjelder bruk av sosiale media svarte de ganske unisont at det var veldig viktig å få frem at de bruker sosiale media

annerledes enn de voksne. Det er ikke alltid som de voksne tror. Man blir ikke bare påvirket i negativ retning. Videre var det viktig for dem å formidle følgende:

*«Du må først si at det e positive og negative side med sosiale media»*

Deltakerne forteller at de bruker i stor grad sosiale media som en måte å kommunisere på. Det er ikke så mye kommunikasjon dem i mellom i det offentlige på sosiale media, men privat seg i mellom. De sender ikke så mye sms, men de sender snap. Bilder og filmer fra ulike situasjoner som beskriver hva de opplever. Slik deler de opplevelser med andre.

*«Vi snappe hele tida med hverandre. Det e sånn man snakke med hverandre egentlig».*

De driver med en høy grad av bildedeling. Der mange andre bruker ord og samtale, bruker de i stor grad visuelle uttrykk for å kommunisere sammen. Videoer og bilder som inspirerer eller fasinerer deler de gjerne med hverandre. De kan og sende videoer eller bilder de liker eller synes er morsomme videre til venner. Videre trekker de frem flere positive sider ved eget bruk, det er mye positivt å bli inspirert av på sosiale media.

*«Æ lære veldig mye på TikTok og faktisk, du kan se om f.eks. historiske hendelser om ting som har skjedd, eller man kan høre om folk som snakke om kordan kroppen din fungerer».*

På de ulike plattformene finner man filmsnutter med undervisning av tema de er opptatt av eller pensumrelaterte tema. Noen forteller at de blir inspirert til å rydde og vaske, til å være kreative med «diy-prosjekter» (do it yourself), men mest av alt blir de inspirert til å trene. De beskriver også sosiale media som en flukt fra stress fra skolearbeid, en måte å koble av på og bli underholdt på.

*«Æ ser på YouTube for å slippe å tenke på skolen feks. Man slipp skole og alt stress, det e bare chill og bare ta det litt med ro. Ja, og bare slippe de bekymringene som man kanskje har ellers og bare la tanken være et annet sted».*

Selv om deltakerne mer enn gjerne vil formidle det positive de opplever i sin hverdag på sosiale media er det en del elementer ved selve bruken som fremstår som negative. Foreksempel har Snapchat i sin funksjon et «snapchatkart» hvor du kan se på et kart hvor dine venner, eller de med åpne profiler befinner deg. På denne måten kan de følge med på hvor alle vennene er, og har du selv på funksjonen kan de du vil se hvor du er. Slik holder man oversikt over hverandre, og særlig i helgene når man trenger å vite hvem er hvor på fest.

Samtidig risikerer du å se at alle vennene dine er samlet på ett sted, når du kanskje er borte eller i verste tilfelle ikke er invitert.

*«...man blir mer deprimert av at man ikke får vært med på ting... at man går glipp av nokka..  
Hvis æ e bortreist og så ser æ at folk e i lag, det e skikkelig sånn der vondt».*

Å bli deprimert eller oppleve stress er begreper de knytter til disse opplevelsene, av å ikke være der det skjer. Er du ikke der det skjer blir du konfrontert med dette gjennom bildedeling fra venner.

*«Det ser ut som om de har det artig så kanskje æ skulle vært der».*

Å ta seg en rolig helg eller velge å ikke være med ut beskriver de som vanskelig. Man må være sterk for å tåle at andre er ute når du selv er hjemme, og samtidig kan følge med på hvor vennene dine er. De er alltid på. Det er dog et paradoks at de alltid føler de må være pålogget, og med det risikere å føle seg utenfor eller føle at man går glipp av noe.

### **4.1.3 Gråsoner**

I ett av intervjuene tar deltakerne opp at det eksisterer et stort marked for kjøp og salg av brukt undertøy og sokker. De ler av dette. Det er ifølge dem ganske vanlig å bli spurt om dette, om man vil selge undertøy til helt ukjente mennesker som tar kontakt via sosiale media. De nevner influensere som på sine sosiale medieplattformer deler at de selger blant annet undertøy og tjener mye penger på det.

*«Man kan selge trusene sine... ei truse for 1000 kr».*

Noen influensere har også Onlyfans kontoer. Dette er en bildedelingsplattform hvor man legger ut bilder til sine følgere som må betale for å se bilder og følge deg. De forteller at mange legger ut lettkledde bilder. Noen har også videoer med seksuelt innhold. Reklame for Onlyfans kontoer publiseres ofte på Instagram eller TikTok. At mange på sosiale media deler bilder av en selv naken eller lettkledd virker å ha blitt legitimt og problematiseres i liten grad av deltakerne i studien.



## 4.2 Å kjenne på kroppspress

Gjennom sin utstrakte bruk av sosiale media overøses deltakerne av bilder med fokus på kropp og utseende. Det hersker tvetydighet rundt hvor mye og på hvilken måte dette påvirker dem.

### 4.2.1 Konsensus om kroppsfokus

Det var enighet i begge gruppene at man via sosiale media blir eksponert for mange bilder med kropp i fokus. De erfarer også at det er en økende grad av slike typer bilder. Tidligere, eller bare for noen år siden, så man mer humorvideoer. Nå handler det mer om kropp og utseende. Å se pene, lettkledde kropper daglig er normalt.

*«Æ synes det e rart. At det e så endra fokus på at man liksom ikke skal ha det artig, men vise kroppen sin i stedet».*

Deltagerne beskriver selv denne utviklingen som usunn. Noen peker på at få ser ut i virkeligheten som de gjør i sosiale media. Her viser man frem bare den beste siden av seg selv, bare det man vil andre skal se. Dette kan påvirke negativt og de tror også noen lar seg provosere av at det er et så stort kroppsfokus. Her løftes det frem at man selv har et eget ansvar for hvem man følger og blir påvirket av.

*«Æ fulgte ei som bare la ut bilde av rumpa si, det kom ingenting fra hennes personlighet, og da tenkte æ det e ikke noe vits å følge dæ».*

Eller som en av deltagerne sa:

*«Det e jo så mye mer enn en kropp i et menneske liksom».*

Samtidig som de beskriver at man i stor grad ser pene, polerte bilder av kropper i sosiale media, viser de til at det er noen som forsøker å vise et mer balansert uttrykk. Deltakerne forteller at de har sett flere i sosiale media som viser frem valker og strekkmerker, og kroppspositivisme som hashtag er de kjent med. Andre viser ikke bare det perfekte, men nyanserer det de formidler. De kommer med eksempel på influensere som legger ut to like bilder ved siden av hverandre, ett med filter og ett uten. Eller ett hvor de ser fine ut og ett ikke fint bilde. Ofte er det slik at influensere ikke bare legger ut bilder i ett forum. Instagram

beskrives som stedet for perfekte bilder, men om du følger samme person på YouTube så får du et mer nyansert bilde av personen.

*«YouTube e jo greit for da får man sånne dagbokblogga og sånn og da vise de jo mye mer av livet, på Insta vise de bare bilde av det de spis nu eller, ja, på YouTube tar de dæ med på reisen. Man blir litt mer kjent med dæm, det e ikke overfladisk, det e korsen de faktisk e».*

På YouTube får man se mer den usminkede versjonen med rotete hjem, at de krangler med kjæresten osv. Deltagerne sier at de vil ha en relasjon til de som de følger, se mer av personligheten. Det holder ikke bare å se et rumpebilde, men noe man har nytte av og. Et viktig poeng som løftes frem at hvor mye kropp du eksponeres for er avhengig a feeden din. Altså hva de ulike bildedelingsappene foreslår at du skal se, eller kanskje vil like. Om du begynner å følge eller se på bilder av en type er det logaritmer i de ulike appene som foreslår bilder som ligner på de du allerede har sett/likt.

#### **4.2.2 Idealet**

I sosiale media presenteres det en ganske smal definisjon på hva som er en fin kropp. Idealet er timeglassfigur. Man skal ha store pupper, smal midje og stor rumpe. I tillegg pekes det på at på grunn av filter og bilderedigering er det et unaturlig ideal. De forteller at som barn godtar du dette bildet og på sikt blir det en sannhet om at det er dette som er det ultimate ideal. De forteller om mange pene mennesker i sosiale media og at bildene de legger ut gjerne er arrangerte og at det er mye «fake» som de sier. De angir å både bli påvirket og at man ikke bryr seg. Videre peker de på at mange andre blir mer påvirket enn de selv blir.

*«Men det e ikke sånn at, å æ skulle ønske æ hadde den kroppen sjøl, liksom. Det tenke æ ikke. Æ tenke litt sånn, ho var fin, og så blar æ videre. Det påvirke liksom ikke resten av dagen min. Men det e sikkert noen som føle det, det trur æ absolutt».*

Idealet frontes ikke bare via bilder, men også at man leser og hører kommentarer om hvordan man bør se ut. I kommentarfelt til bilder som legges ut, men også kommentarer fra gutter som har sett ulike bilder i sosiale media. I ett av intervjuene trekker de frem et sitat de har lest som flere har bitt seg merke i:

*«...ei stor rumpe gjør opp for små pupper, men store pupper gjør ikke opp for ei lita rumpe...».*

Mange av deltagerne synes selv dette idealet er fint, men reflekterer rundt at de er opplært til å tenke at et type ideal er vakkert, slik at man ikke helt klarer å fokusere på andre alternativer.

*«Det har blitt fokus i det siste på at alle kroppa e forskjellig. Små puppa har blitt fint, og, eh, man trenger ikke være tynn, så ligger det fortsatt i bak i hodet at det e det som har vært the shit».*

Stor rumpe og store pupper ble angitt som et ønskeideal av gruppe 1. Gruppe 2 beskriver at de i større grad lar seg påvirke i form av inspirasjon av treningsinfluenserne. Idealet er å ha en muskuløs og godt trent kropp.

*«Treningsinfluensere har blitt veldig in nu. At du skal se fit ut»*

Deltakerne anslår at ca 50% av de bildene som legges ut i sosiale media er bilder av lettkledde kropper. Gruppe 1 synes dette er fint, de synes det er helt greit med lettkledde bilder. I gruppe 2 problematiserte de dette mer og undret seg mer over hvorfor man har et behov for å legge ut lettkledde bilder i sosiale media. De trekker frem at offentlige personer, som influensere, tjente mer på å legge ut bilder av seg selv avkledd og fikk flere likes, kommentarer og følgere. Privatpersoner, altså alle andre, mener de at deler lettkledde bilder for å få bekreftelse og oppmerksomhet. Dette er dog ikke helt uten risiko.

*«Men ka tjene unge på det? De tjene ingenting på det. De får selvtillit. Og så blir de snakka om på skolen... men det kan være negativt og da».*

Et moment som dukket opp i forbindelse med diskusjonen om lettkledde mennesker i sosiale media var at deltakerne var opptatt av at det burde være lov for kvinner å legge ut det samme som menn i sosiale media. De synes det er helt feil at gutter kan vise nippel (brystvorte) men ikke jenter.

*«Det e jo mange som irriterer sæ over at ei jente legger ut bilde og så vises nippelen så blir på en måte det fjerna av Instagram, men hvis guttan legg det ut, baris av sin kropp uten at det fjernes».*

Dette ledet til en refleksjon rundt hvorfor man har behov for å legge ut lettkleddede bilder, om det handler om at man er usikker og vil ha bekreftelse eller om man bare er ute etter likes. Det ble problematisert at dette påvirket hvem du blir kjent som, eller ryktet ditt.

### 4.2.3 Påvirkning

Begrepet påvirkning blir mye brukt i begge intervjuene. Begrepet brukes med negativt fortegn, man påvirkes negativt av noe. Deltakerne beskrev hva som påvirket dem som individer, men henviste også til hva de trodde påvirket andre som yngre søsken eller voksne. Noen eksempler på påvirkning ble også omtalt med mer generelle beskrivelser som «man blir påvirket».

#### 4.2.3.1 Hvordan de selv påvirkes

Gruppe 1 var tidlig i intervjuet ærlige om at de ble påvirket og opplevde kroppspress på grunn av fokuset i sosiale media.

*«Du blir liksom definert sånn på kroppen din i stedet for kæm du e».*

Gruppe to var mer tvetydig. De startet ut med å si at de ikke ble særlig påvirket og at om man ble påvirket så var det fordi man sliter med noe fra før av. Kroppspress er først og fremst noe de voksne mener de er påvirket av. De sier flere ganger gjennom intervjuet at de ikke ønsker å la seg påvirke, samtidig som de vedgår å bli påvirket i større eller mindre grad. De er klare på at de ser mange mennesker i sosiale media som har et polert ytre, og de både ønsker og ikke ønsker å se sånn ut.

*«...men når æ ser bilda og sånn, så synes æ jo de ser bedre ut enn mæ, men det e ikke sånn at det går veldig inn på mæ».*

Og litt lengre ut i intervjuet:

*«Hvis æ ser noen som e sykt fin så har æ lyst å se den kroppen og kanskje ha den kroppen sjøl liksom».*

Deltakerne snakket mye om at man blir ubevisst påvirket gjennom tiden man bruker på ulike plattformer. I tillegg opplever de at det er svært individuelt i hvilken grad man blir påvirket av fokuset på kropp og utseende. Videre kan det også være svært avhengig av dagsform hvordan man opplever dette kroppspresset. Noen beskriver at man bevisst holder seg unna noen profiler enkelte dager.

*«Det e jo sånn at hvis man synes en person ser ut sånn som man vil være, så hadde jo ikke æ sett på det på kvelden når æ på en måte hadde vært litt usikker eller hatt en dårlig dag eller. Man gjør jo ikke det mot sæ sjøl».*

I intervjuene fremgår det at deltakerne er bevisste på at fokuset på kropp og utseende samt et ensidig ideal skaper et kroppspress som er en del av livet deres, ubevisst eller bevisst.

#### **4.2.3.2 Likes og kommentarer**

I de ulike bildedelingsappene er det forskjellige måter for andre å kommentere på bilder, eventuelt bare gi en tommel opp, en eller annen emoji eller en likes til bilder man legger ut. Hvordan dette påvirker deltakerne var et tilbakevendende tema i løpet av intervjuene. De kunne fortelle om mange ulike erfaringer knyttet til dette og grader av hvor mye de var opptatt av og brydde seg om likes og kommentarer. Noen sa at det ikke var så viktig, men gøy å få mange likes. Likevel, flere angav at om de la ut et bilde som fikk få likes så ville de fjernet det. Da kunne man bli veldig selvbevisste og undre seg over hvorfor ingen likte bildet, kanskje noen synes man så rar ut.

*« ...likes gjør jo nokka med dæ».*

Kommentarer i seg selv kan være viktige, både hva de inneholder og om du får noen i det hele tatt. Ut ifra kommentarfeltet kommer det tydelig frem hvem folk synes er fine eller ikke.

*«Så det gjør jo nokka med dæ når du ikke får en kommentar, du blir jo mindre glad».*

Man kan og få mye kred for å legge igjen gode kommentarer hos andre. Å få likes på en kommentar gjør at flere ser kommentaren. Videre forteller de at mange legger igjen stygge kommentarer på bla TikTok. De som selv har hatt en video på TikTok som har slått an, forteller at det ikke var alle kommentarene som var like greit å lese. De synes det er dumt at

barn læres opp til at dette er greit, at man kommenterer stygge ting om andres kropp for eksempel.

Begge gruppene var enige om at det som gav mest likes var gode bilder av en selv, der en har forsøkt å ta et fint bilde. De mente også det var slik at de tynneste får flere likes. Om en tynn person og en kraftigere person legger ut det samme kan den tynne få kommentarer på utseende og at de ser fine ut. Den som er mer fyldig vil kanskje få «I love your confidence», som i følge deltakerne både kan være en fin kommentar, men samtidig nedlatende. Videre gav bilder hvor personen er lettkledd/avkledd mer oppmerksomhet. Det gav både flest kommentarer og likes.

*«På TikTok kan du bli kjent bare fordi du e fin. Det e bare å danse litt og se bra ut, så får dæm flere milliona følger».*

Det fremkom ganske tydelig gjennom intervjuene at deltakernes erfaring var at pene mennesker får flere likes og mer oppmerksomhet enn de andre i sosiale media.

#### **4.2.3.3 De yngre**

En bekymring de fleste deltagerne deler er hvordan de som er yngre enn dem bruker sosiale media. De forteller om søsken blant annet som har hatt tilgang til sosiale media siden seks-syv-åtte årsalderen. Det de bekymrer seg for er at de som er yngre påvirkes mer fordi de har flere plattformer de kan påvirkes på og at denne påvirkningen begynner så altfor tidlig i livet. Dette synes de at de kan se gjennom hva de som er yngre poster i sosiale media. De er mer påvirket av det rådende idealet og dette reflekteres i deres utseende hva gjelder hår/sminke. De forteller at noen tilogmed legger ut bilder av seg selv i undertøy, 15 år og allerede svært eksponert.

*«Æ trur bare de tenke på være mest populær og få mest mulig likes».*

Dette kroppsfokuset synes de er ganske ekkelt, at barn objektifiseres og får likes på grunn av videoer på for eksempel TikTok hvor de danser med rumpa til kamera. De mener at de yngre er helt avhengig av telefon og at de søker bekreftelse gjennom det de beskriver som høy delingsaktivitet på ulike plattformer.

*«Og så trur æ de e fornuftig nok til å ikke gjøre noe ordentlig galt, men æ trur det e mye mer som skjer enn ka som burde skje. Æ trur jo de kan bli utnytta».*

Videre beskriver de foreldrene i denne sammenhengen som maktesløse. Særlig når de ser hva yngre søsken gjør uten at foreldre vet noe.

#### **4.2.3.4 De voksne**

Det er mange referanser gjennom intervjuene til at voksne ikke skjønner deres bruk av sosiale media. Dette gjelder at de voksne tror de bare «sitter på telefonen», mens ungdommen selv mener de er sosiale og kommuniserer med venner og bekjente. Videre sier de at voksne tror de blir mer påvirket av sosiale media i negativ retning en hva de faktisk blir. De føler seg ikke forstått av de voksne som ofte inntar en moraliserende og nedlatende holdning til blant annet influensere, særlig om de har gjort kosmetiske inngrep. De mener de voksne tar dette opp på feil måte. De forstår at foreldregenerasjonen også hadde et ideal å forholde seg til, men at det er annerledes nå på grunn av sosiale media.

*«...æ trur de e vokst opp med mye av det samme, men ikke like påvirka siden de ikke hadde like mye sosiale media som vi har».*

De hevder og at voksne ikke skjønner den yngre generasjonen. De sier at de voksne har liten forståelse for det kroppspresset de har blitt utsatt for helt siden barneskolen, at de voksne ikke alltid tar det seriøst og at mange sliter på grunn av dette. De viser og til at selv om mange foreldre vet hvilke sosiale medier barna deres har, så vet de nødvendigvis ikke hva som skjer der.

Et interessant poeng de bringer opp er hvordan voksne også er opptatt med telefonene sine og at også voksne påvirkes av kroppspresset, noen også til å få utført kosmetiske inngrep.

#### **4.2.4 Usikkerhet**

Deltakerne trakk frem flere konsekvenser av å kjenne på kroppspress. Mange opplevde å ikke være fornøyd med eget utseende, dog i varierende grad. Det trekkes frem at man blir usikker av både det man ser av bilder og det som kommenteres på bilder i sosiale media. Det blir også

nevnt at når de pene influenserene redigerer bilder så mister de troverdighet, men det fører også til at deltagerne blir usikre. De stiller spørsmål om hva det sier om dem når de allerede pene menneskene føler at de må redigere hvordan de ser ut.

*«...æ tenke jo ikke egentlig at æ blir så veldig påvirket av sosiale media, men samtidig så føle æ jo at æ ikke e helt fornøyd med kroppen min».*

For noen var det at man ikke var fornøyd med egen kropp grunnen til at man begynte å trene. I tillegg gjorde kroppspresset slik at de blant annet stopper seg selv fra å dele flere sider av seg selv. Kravene til hvilke bilder man velger å dele er store. De beskriver et bilde med glede og latter som uaktuelt å dele om man f.eks. har dobbelthake. Noen sier noe om at de til vanlig ikke føler seg fine, ville aldri bare tatt et bilde nå og lagt ut. Man må sminke seg og «dolle seg litt opp».

*«Man vil alltid ha noe man ikke har».*

Og:

*«Æ føle at æ e fornøyd med mæ sjøl, men æ e ikke 100% fornøyd».*

De samtaler rundt dette og et moment som trekkes frem er at det er vanskelig å se seg selv utenfra, og det man selv ikke liker med seg selv har de andre ikke tenkt noe over.

*«Æ skjønne ikke koffer du ikke e fornøyd, æ synes jo ikke det e nokka galt med dæ liksom».*

På sosiale media er det også mange som snakker ut om egne usikkerheter.

*«Altså, æ har jo oppdaga flere ting som man kan være usikker på fra sosiale media».*

Deltakerne beskriver det som et paradoks at det lages videoer med innhold der noen deler at de er usikre på noe og for å si noe om at alle er usikre, men resultatet blir at de som ser på også bevisstgjøres at dette er noe de også kan være usikker eller misfornøyd med ved egen kropp.

*«Hvis æ hadde sett ut som de liksom og gjort alle de operasjonene så hadde æ liksom funne nye ting som var galt med mæ sjøl, man finner feil hele tida».*

Det snakkes en del om å sammenligne seg med andre. Mange liker å sammenligne seg med andre, mennesker er sånn ifølge deltagerne. Dette er en tosidig sak. Man leter etter feil hos



andre for å føle seg bedre selv, samtidig som at når man sammenligner seg med andre så ser man fort feil hos seg selv. Det vises til at det alltid har vært misunnelse og sjalusi for hva andre har, noe de også anser som en menneskelig egenskap.

#### 4.2.5 Kosmetiske inngrep

Mange av influenserne i sosiale media har fått utført ulike former for kosmetiske inngrep. Deltagerne synes i utgangspunktet at det er helt greit å la seg operere, og at dette kunne være en bra ting om det var noe du hadde det vanskelig med når det gjaldt egen kropp. På samme tid som at de ville fremstå som om de ikke bryr seg så mye om det, har de full oversikt over hvem av influenserne som har operert seg og hva de har gjort.

Det var dog enighet om at om man først begynner å få gjort kosmetiske inngrep så kunne det lett balle på seg og man endte opp med mye kirurgi. At folk må få gjøre som de vil er viktige. At mange influensere har operert seg er helt greit, og at de hadde gjort det for å passe inn i det eksisterende skjønnhetsidealet var også greit og forståelig ettersom de er så eksponerte. De liker at influensere er åpne om hva de har gjort av operasjoner. Det som ikke faller i god jord er de som benekter operasjoner, eller later som om de ikke er operert.

*«Æ mene folk må få gjøre som de vil av prinsipp, men ikke legg ut et bilde der man trur du e helt naturlig».*

Å få utført kosmetiske inngrep om man er misfornøyd med deler av egen kropp er noe de er vokst opp med og flere av deltakerne har selv tanker om hva de kunne tenke seg å endre på egen kropp. På spørsmål om hva svarer de fleste fillers, og med dette mener de lipfillers som gjør at leppene dine blir mer volumiøse. Flere av deltakerne kunne tenke seg fillers, og de forteller at dette er ganske vanlig og noe mange vil ha. Fillers ble også nevnt som en del av skjønnhetsidealet, på samme måte som stor rumpe og store pupper. Deltagerne kjente/visste også om flere som har fått utført kosmetisk kirurgi. Noen sammenlignet enkelte operasjoner med det å ønske en forandring, som det å forandre frisyre.

*«Æ har tenkt på mye da. Neseoperasjon og lipfillers og sånn, men æ vet ikke, æ føle det blir litt feil».*

Å bruke mange penger på kosmetiske inngrep når det finnes folk som opplever fattigdom og sult, og at man egentlig har det helt bra ble løftet frem som motargument mot å operere seg.

*«Det blir helt feil at vi skal bruke pænga på det å se fin ut når vi har det helt bra».*

Til syvende og sist var god helse viktigst. Det ble videre en samtale rundt hvorvidt man så opp til de som er operert eller ikke. En av deltakerne var veldig klar på at det egentlig er penere å være naturlig.

### **4.3 Definerende aspekter**

De ytre påvirkningene av hvem eller hva som er med på å forme hvordan deltakerne mener deres egen kropp ser ut ble diskutert flere ganger gjennom intervjuene. Deltakerne forteller om flere kilder som er definerende for hvordan de selv ønsker å se ut og hvordan de selv føler om egen kropp.

#### **4.3.1 Influensere**

Alle deltagerne i studien fulgte, eller har fulgt flere influensere innenfor ulike felt. Som oftest refereres det til skjønnhetsinfluensere når de bruker begrepet influenser. Gruppe 1 syntes stort sett influenserene var fine, pene mennesker. Gruppe 2 så ikke opp til influenserene, men de likte å følge de fordi de gjør kule ting av og til. For eksempel at Kim Kardashian studerer juss. Begge gruppene sier noe om at det er urealistisk å se ut som de største influenserene. Dette mener de handler om at de har ressurser til å se pene ut, eller mulighet til å sminke seg/ kjøpe klær og hjelp til å ta gode bilder. Noen kunne tenke seg å se slik ut selv, men anser det som urealistisk. En mener det er fake og dermed ikke kan eller vil bli slik som de. Følgende spørsmål med tilhørende svar illustrerer dette.

*«Vil dokker se sånn ut? Ja, men nei liksom, Midt i mellom». «Det e jo fake». «De e jo ganske pene».*

Dette er ganske illustrerende for tvetydigheten som går igjen i intervjuene. Det er sprikende meninger i gruppene og hos hver enkelt. Videre angir andre at de godt kunne ha byttet kropp med, eller heller hatt lignende kropp som noen av de ulike treningsprofilene de følger og inspireres av.

*«Muskla og godt trent. Hadde æ fått valget om å velge noen andre sin kropp, så hadde æ nok valgt det ja».*

Videre poengterer de at selv om noen fronter meget sunne livsstiler så er de nødvendigvis ikke så sunne. Her trekker de frem at det finnes treningsinfluensere som er sykkelig opptatt av trening og mat, som har hatt spiseforstyrrelser eller andre som bruker steroider.

*«Men så ser man ikke alt heller da. Det e jo veldig mange som går på steroider, det e mange som kaste opp og sånn».*

Om man ser opp til de eller ikke, nesten alle følger mange av de samme populære influenserne som profilerer ulik type sminke og klær på sine plattformer. Mye av det de legger ut, handler nettopp om dette. I forbindelse med bilder/videoer hvor de omtaler et produkt legger de ut rabattkoder for produktet på sine ulike sosiale media plattformer. Alle deltakerne sier de blir påvirket til å kjøpe ting på grunn av dette. De forteller også om influensere som forteller åpent om ulike operasjoner de har tatt og også anbefaler andre å gjøre det.

*«...men det er også veldig mange som har tatt operasjoner, men som fortsatt sier at det finnes andre måter å bli fornøyd med sæ sjøl på. Men så e det jo også folk som, eh, anbefale det (operasjoner) til andre ja».*

De forteller også om et kjærestepar som er kjent fra en Norsk realityserie hvor begge har gjort masse ulike operasjoner. I følge deltakerne har de også reklamert for operasjoner som man ikke tillater i Norge. Dette er en type operasjon hvor man filer ned egne tenner og setter på skallfasetter.

*«...det er ulovlig i Norge. Så nu i en periode har mange kjendisa dratt til utlandet for å gjøre det og ho der Caroline og han kjæresten -æ vet ikke om de e kjæresta nu lengre... han har også gjort det .... han la ut på instastory og han anbefalte folk å gå – at det var mye bedre og masse sånn der».*

Influenserne opptrer ofte lettkledd på sosiale media. Deltakerne trekker frem at influensere kanskje er inspirert av pornografi, de mener i alle fall at de på et eller annet nivå er påvirket av det. De mener dette kan handle om at lettkledd bilder i seksuelle posisjoner gir mer oppmerksomhet.

*«Æ trur også at folk poste lettkledd bilde på sosiale media så e det på en sensuell måte liksom, man får ideen om porno, men det e ikke porno liksom».*

Dette knyttes videre til hva jeg tidligere har skrevet om influensere som også har OnlyFans kontoer og at de legger ut reklame for dette på sine ulike sosiale medieplattformer. Her er det viktig å få frem at deltakerne uttrykte en del skepsis til det å drive med slik lettkledd reklame på åpne kontoer.

### **4.3.2 Jevnaldrende**

I intervjuene beskrives miljøet rundt dem som en stor påvirkningskraft. De som er nær dem påvirker dem mye. Jevnaldrende, enten i miljøet rundt eller på sosiale media.

*«Æ trur det e veldig mye miljøet rundt dæ som påvirke dæ, veldig mye kordan tanka man har».*

Og

*«På en måte de som e like gammel som æ ser på sosiale media -så kanskje en blanding av sosiale media og de rundt da».*

Gutter trekkes fram som en gruppe med stor påvirkningskraft. Gutter gir de kommentarer på hvordan de ser ut, noe de forteller har pågått siden barneskolen. Noen trekker frem at de ble gjort narr av for ikke å ha former, og at dette startet før puberteten. Dette mener de kan henge sammen med at guttene også inspireres av et ideal om hvordan jenter/damer skal se ut.

*«Nokka e det. Det at de begynne å se på porno. Det kommer litt fra der».*

De får og med seg at guttene sitter og prater seg imellom hvem de synes er fine. De kommenterer både bilder de ser på sosiale media, men og hva de sier om jentene rundt seg. Videre legger deltagerne godt merke til hva gutter kommenterer på bilder i sosiale media, hva

de synes er pent og ikke pent. Store pupper og rumpe er det som får mest oppmerksomhet fra guttene.

*«Når guttan sitt å prate, se på ho der, ho var fin, og så sir de liksom ikke no om mæ på en måte».*

*«..guttan e jo og med i sosiale media og lage et urealistisk bilde, og så e det kanskje litt viktig å få bekræftelse fra dæm også og så får man ikke det».*

Deltakerne forteller at de tidlig hadde tanker om hvordan de skulle se ut. De opplevde tidlig kroppspress, allerede på slutten av barneskolen. Kroppspresset påvirket dem mer da de var yngre. De viser til at det alltid har eksistert kroppspress, men de sier selv at påvirkningen er mer massiv eller annerledes nå med sosiale media. Kroppspress opplever de fra flere hold.

*«Altså æ føle æ blir mer påvirka av vænnan mine og de rundt mæ, men har du en dårlig dag og går inn på Instagram og ser de her kroppan, det hjelpe jo ikke».*

Det fremstår dermed slik at de risikerer å oppleve påvirkning, eller kroppspress dobbelt opp så og si. De opplever det både i sosiale media, samt samfunnet for øvrig.

## 5 Drøfting

Drøftingskapittelet tar utgangspunkt i problemstillingen som er: *Hvordan erfarer jenter mellom 16 og 19 år fokuset på kropp og utseende i sosiale media?* I drøftingsdelen er fokuset på deltakernes erfaringer knyttet til problematikken, og all deres erfaring anses i seg selv som viktig. Funnene fra intervjuene vil sammenlignes med eksisterende forskning på feltet samt belyses i et teoretisk perspektiv. Jeg vil i drøftingen følge samme struktur som i kapittel fire hvor jeg presenterte resultatet fra intervjuene.

### 5.1 Å være på sosiale media

At sosiale media er en stor del av ungdommers liv i dag gjenspeiles i tall fra Ungdataundersøkelsen (Ungdata.no., u.å.). Det fremkommer av intervjuene at deltakerne anser det som en svært viktig sosial arena. Sosiale media er en stor og viktig del av livene deres, både i form av innhold og bruk av tid. Deltakerne tilbringer flere timer per dag på sosiale media. Tiden brukes til å kommunisere med andre, bli inspirert og å lære nye ting. Videre er det et sted for adspredelse, for å få tiden til å gå. Det fremstår som om deltakelsen på sosiale media er like viktig, om ikke viktigere enn den kontakten man har med andre i de fysiske møtene i hverdagen.

Deltakerne beskriver stort sett omgangskretsen som den samme i sosiale media som i livet for øvrig. Man deler bilder og sender hverandre beskjeder, bilder og filmer i sosiale media. Man gir hverandre likes og hjerter og det som skjer på sosiale media er videre en kilde til samtaler og hendelser i det virkelige liv. Slik deltakerne beskriver det går man glipp av mye om man ikke er med i sosial media, dermed kan du ikke logge av, da blir du helt utenfor. «Fear of missing out» -fomo, er et begrep deltakerne bruker om dette. Det fremkommer helt tydelig at man fort kan havne utenfor om man ikke investerer tid i sosiale media og oppnår en tilhørighet og deler erfaringer med andre. De som knekker koden, som er godt synlig eller har gode kommentarer får høy kred. Begrepet kred, å ha kred kan sammenlignes med det Bourdieu beskrev som å ha mye sosial kapital. Som jeg skriver i teoridelen av denne

oppgaven beskrives sosial kapital som tilgangen man har til ulike grupper og sosiale nettverk, og at det ligger makt i å bruke disse relasjonene for å oppnå noe (Aakvaag, 2010, 152-153). Ut ifra intervjuene forstås det slik at det å ha høy kred på sosiale media gjør deg populær. Popularitet eller kred som overføres til det virkelige liv. Jamfør Bourdieus definisjon av sosial kapital, kan det å delta og vises i positiv kontekst på sosiale media øke din status og antall sosiale omgangskretser som igjen gir deg en posisjon i vennekretsen, en posisjon med makt (Aakvaag, 2010, 152-153). Hva som gjør at man får kred og hvordan man kan forstå dette drøftes videre i kapittel 5.3.1 Influenserne.

I følge Erik H. Erikson er ungdomsårene preget av søken etter å forstå og å utvikle egen identitet. Ungdommene søker i følge Erikson etter å finne sin identitet gjennom oppdagelsen av nye idealer og i forlengelsen av det vise seg verdig disse mennesker og ideers tillit (Erikson, 1992, s. 121). I lys av dette kan sosiale media ses på som en enorm plattform med utviklingspotensiale for individet. I intervjuene fremkommer det at deltakerne inspireres og får nye impulser, bokstavelig talt fra hele verden. Idealene og forbildene ungdommene søker kan være langt unna i fysisk kontekst, men er likevel svært tilgjengelige -bare ett tastetrykk unna. Man kan argumentere for at verden er mer tilgjengelig og muligheten for å utvikle seg og finne ut av seg selv er stor. Videre kan de selv delta med fritt spillerom til å forme den de ønsker å være uavhengig av familie og tidligere idealer. Disse momentene kan også brukes for å hevde at det kan lede til uheldige situasjoner for individet. Erikson skriver at i søken mot egen identitet kan det oppstå identitetsforvirring, eller rolleforvirring (Erikson, 1992, s.123). Dette handler om at individet ikke får tak i hvem man er, og eksempelet Erikson bruker i sin litteratur er at noen unge faller utenfor når de ikke evner å tilpasse seg den rollen den amerikanske standardiseringen tvinger dem til (Erikson, 1992, s. 125). Dette forstås som datidens ideal, ettersom boken er skrevet i 1968 og oversatt til dansk i 1992. I dagens kontekst kan det kanskje sammenlignes med det deltakerne forteller om et ideal i sosiale media som fremstår så perfekt at det er vanskelig å leve opp til. Erikson skriver at når individet føler at det ikke klarer å leve opp til den rollen man ønsker eller tror forventes kan det lede til destruktiv adferd (Erikson, 1992, s. 125).

Deltakerne tolkes dithen at de anser sosiale media som sin arena og de distanserer sitt bruk fra de voksnes bruk. De forteller at foreldrene kan ha en viss kontroll over hvem de følger og hva de legger ut i sosiale media, men de kan ikke ha full oversikt over alle plattformer og hva man har sett på. De mener de voksne ikke forstår hvordan ungdommen bruker sosiale media og de deltar heller ikke der hvor ungdommene er eller vet hva som foregår. Erikson skriver at i sin søken etter en ny forståelse og kontinuitet stilles det spørsmål ved tidligere idealer og ferdigheter ungdommen tidligere har sett opp til (Erikson, 1992, s. 122). Foreldrene er nettopp representanter for denne kategorien. Deltakerne beskrev foreldrene/de voksnes forsøk på å snakke med de om deres idealer eller forbilder som nedlatende og feil måte å snakke om det på. Her kan man dra en parallell til hva Erikson skriver om «pedantiske» grenser som står i veien for ungdommens forestillinger om seg selv. Selv om deltakerne forstår at foreldrene vil dem vel, så mener de at det tas opp feil og det blir kun negativ kritikk. Det blir som Erikson skriver at ved å kontinuerlig kritisere ungdommens ideal vil voksne også utøve kritikk og begrensning av ungdommens egen livsverden (Erikson, 1992, s.122). Et tenkt utfall av dette kan bli en større avstand mellom ungdommen og foreldregenerasjonen hvor ungdom føler seg misforstått. Dette er uheldig i en sårbar fase av livet hvor ungdom hadde hatt best av å bli møtt med åpenhet og voksne som oppmuntrer til refleksjon rundt tanker, handlinger og følelser. På samme tid er det et stort paradoks ved at foreldregenerasjonen påpeker at ungdom bruker mye tid og påvirkes av sosiale media. Ifølge mine deltakere er foreldrene selv aktive på flere sosiale medier, og sitter ofte med telefonen foran seg. Deltakerne sier ikke noe om hva foreldrene eventuelt poster på sosiale media, men de får i alle fall frem at de opplever det som dobbeltmoralsk at foreldrene klager over barnas bruk når de selv bruker mye tid på sosiale media.

## **5.2 Å kjenne på kroppspress**

Vår måte å kommunisere på har endret seg med sosiale media (Enli & Aalen, 2018). Ved å ha en konto i ulike sosiale media kan man nå ut til enten bare sine kontakter, eller gjennom åpne profiler til en hel verden. Videre kan man i sine kanaler velge å dele akkurat hva man selv vil (Enli & Aalen, 2018). Deltakerne forteller at da de startet med sosiale media handlet det om å



se og dele morsomme videoer, men nå er det et større fokus på hvordan se bra ut og vise frem kroppen sin.

### **5.2.1 Sosiale media i Goffmans perspektiv**

Om man ser sosiale media i lys av Goffmans teatermetafor er det bemerkelsesverdig hvor godt denne 70 år gamle teorien har bevart sin gyldighet. Teorien om et frontstage og hvordan vi mennesker presenterer oss selv i ulike sosiale kontekster og unnlater å vise frem det som ikke passer inn eller det vi ønsker å holde skjult, er svært beskrivende for sosiale media. Ved å bruke Goffmans begrepsapparat kan man si at brukerne av sosiale media er aktører, og fremstiller seg selv på en slik måte som de ønsker å formidle som sin sanne virkelighet på sosiale media. Dette grenser nært opp til definisjonen på opptreden eller fasade. Gjennom presentasjonen og informasjonen personer gir av seg selv kan ingen vite hva som er helt ekte eller sant om personen. Aktørene former sine roller og opptrer bevisst, eller ubevisst, deretter. Spillet i dette sosiale rommet blir til fastlagt handlingsmønster og i følge Goffman en fasade mennesket opprettholder for å definere situasjonen for de som iakttar en (Goffman, 1992, s. 24-27).

At mennesker kun viser deler av seg selv, eller spiller en rolle i ulike sosiale lag er ikke noe nytt fenomen. Goffman beskriver dette allerede på 1950 tallet og det er lett å trekke linjer enda lengre bak i tid og se tidligere samfunn i lys av denne teorien. Teorien treffer godt da den synes å beskrive noe grunnleggende i menneskets sosialisering og interaksjon. Da er det jo nærliggende å tenke at man også tar dette med inn i sosiale media. På de ulike plattformene kan man ha stor kontroll over hvordan man selv vil fremstå. Selv om Goffman aldri opplevde sosiale media, så er det i følge hans beskrivelser av vårt rollespill til daglig et stort potensiale til å lage en frontstage på de ulike plattformene som er ganske isolert fra backstage (Goffman, 1992, s. 96-98). For med skjermen som skillevegg, ligger området som ikke stiller samme krav til fasaden, backstage. Man kan tillate stor forskjell på dette backstageområdet og det som presenteres på frontstage. Backstage vil aktørene slappe mer av og ikke ha behov eller press på seg for å opprettholde fasaden som man ser i frontstage (Goffman, 1992, s. 96-98).

Ved å bruke tid i sosiale media ser vi bare det avsender vil vi skal se og som legges ut for å styrke avsenders fasade. Ved å være observatør til hva andre velger å vise frem kan det bli en stor diskrepans mellom eget liv og deler av livet til de man ser på sosiale media. For å kontinuere Goffmans teaterallegori ligger kontrasten i å kjenne hele teaterbygget og ikke bare se hva som presenteres fremme på scenekanten. Du får ikke tilgang på andres backstage, eller baksiden av medaljen. I tillegg er antall timer som tilbringes i andres frontstage mange når vi vet hvor mye tid ungdom bruker i sosiale media.

På den andre siden er deltakerne i studien klar over at det skjuler seg mye bak det de får presentert på sosiale media og at alt ikke er akkurat slik som det presenteres. De vet det er noe mer bak og at alle kun legger ut det andre vil en skal se. I denne sammenhengen trekker de frem at de liker å følge influensere i flere kanaler fordi man får et mer nyansert bilde av livet deres. Her trekker de YouTube inn som eksempel. De som har egne kanaler er mer ærlige her enn på andre sosiale media plattformer. Likevel kan man jo spørre seg om det virkelig er mer ærlighet. Et eksempel her er en nyhetssak som ble sluppet høsten 2022 vedrørende en av Norges største influensere, Sophie Elise. I følge mine deltakere har hun vært ganske ærlig om sine psykiske utfordringer samt ulike saker hun selv er misfornøyd med ved egen kropp. Dette er noe de berømmer henne for. Likevel kom det overraskende frem at hun hadde slitt med avhengighet av piller i et helt år, og holdt det skjult for omverden samt venner og familie (Svelstad, 2022). Dette fortalte hun i sin egen podcast på NRK «Sophie og Fetisha» og delte at hun tidligere den høsten hadde lagt seg inn på rehabiliteringsklinikk på grunn av sin avhengighet (Svelstad, 2022). Psykiater Finn Skårderud siteres i Svelstads artikkel på at man bør berømme de kjente profilene som tørr å stå frem og si noe om misbruk av piller, og åpne opp om avhengighet (Svelstad, 2022). Og dette kan man jo være enig i, det er bra at noen tør å være åpne. Likevel viser denne saken i seg selv en fundamental funksjon ved sosiale media. Selv om noen deler noe om seg selv og er ærlige om sine utfordringer så får man nødvendigvis ikke den hele og fulle sannheten presentert. Sosiale media er fortsatt en frontstage der aktørene kan velge hva som deles, hvordan det deles og når det deles.

Hvor mye deltakerne deler av bilder på de ulike sosiale mediaplattformene er veldig varierende. Snapchat skiller seg litt ut da de i stor grad bruker det som direkte

kommunikasjon med hverandre og dermed kunne sende mange bilder daglig. Når det gjaldt andre plattformer, som for eksempel TikTok og Instagram var det konsensus om at der ville de aldri lagt ut hva som helst av bilder, man må se bra ut og det er viktig at andre liker det. Noen av deltakerne sier at om de får færre enn et visst antall likerklikk så fjerner de det de har lagt ut. Det er tydelig at man skal fremstå på en viss måte i sosiale media. Dette kan sammenlignes med det som Goffman kaller for opptreden i sitt teoretiske perspektiv. Dette definerer han som «All den aktivitet som en person utfolder i løpet av et tidsrom som er kjennetegnet ved samvær med en bestemt gruppe iakttagere, og som har en viss innflytelse på iakttagerne» (Goffman, 1992, s. 27). Som aktør spiller du en rolle. Rollen som spilles er enten den du tror forventes av deg eller du ønsker skal være deg og som du gradvis blir, eller så er man mer kynisk i sin rolle og man bruker den bevisst for å påvirke andre (Goffman, 1992, s. 24-25). Denne innflytelsen, eller påvirkningen av andres opptreden på enkelte plattformer kan som deltakerne beskriver være bevisst eller ubevisst. Uansett resulterer det i at som iakttagere blir man påvirket av andres opptreden til at dette er måten man skal opptre på. Mange adapterer denne rådende opptreden i sosiale media og man opprettholder dermed ideen om at det som deles må være pent og andre må like hva du legger ut. Når deler av en persons opptreden gjentar seg og blir et fast uttrykksmiddel med mål om å påvirke iakttagerne, kan man kalle det en fasade (Goffman, 1992, s. 27). Aktørens opptreden i sosiale media i dag preges av å vise frem kropp og se bra ut ifølge mine deltakere. Denne fasaden kopieres og opprettholdes av andre iakttagere noe som gjør sosiale media blir preget av kroppsobjektivering og idealisering

### **5.2.2 Påvirkning av idealkroppen**

Deltakerne i studien angir at de har en skjermtid på telefonen på mellom 1 1/2 – 6 timer daglig og majoriteten av denne tiden går til å være på ulike sosiale media. Dette er gjenkjennbart fra andre undersøkelser gjort blant ungdom (Ungdata, u.å). Det er klart at man dermed eksponeres daglig med mengder av informasjon, bilder og filmer med ulike tema i sosiale media. Samtlige forteller om et stort kroppsfokus i sosiale media med bilder av det de selv omtaler som idealkroppen. De formidler imidlertid en stor tvetydighet med tanke på om dette påvirker dem. Her er det et viktig moment at de stort sett bruker påvirkning som et negativt ladet begrep. Blir man påvirket av noe handler det om å bli negativt påvirket. Noen angir at dette påvirker dem, det fører til usikkerhet og tanker om at man ikke ser bra ut når

man sammenligner seg med bilder av vakre mennesker med en perfektionert fasade. Andre mener at dette ikke påvirker dem fordi dette ikke er virkeligheten, det er ingen som ser perfekte ut i det vanlige liv. De bryr seg ikke og blar bare videre. Likevel innrømmer de fleste i løpet av intervjuet at de kanskje blir ubevisst påvirket gjennom tiden de tilbringer på sosiale media. Denne påvirkningen handler om at man ved å sammenligne seg med alle bilder og filmer man eksponeres for gjør at man blir usikker på seg selv. Videre setter også noen ord på at man ikke kjenner seg fornøyd med eget utseende nettopp fordi det ikke samsvarer med idealet som stadig presenteres i sosiale media. Influensere, enten i utseende/skjønnhetskategorien eller treningsinfluenserne nevnes her som noen de sammenligner seg med. De hevder at på en dårlig dag gjør det ekstra vondt å se andre som er pene og perfekte, men på en bra dag går det bedre og man kan kjenne at man ikke bryr seg.

At man kjenner på å ikke være fornøyd med egen kropp i møte med bilder i sosiale media bekreftes fra flere studier (Manago et al., 2014, s.1 ; Papageorgiou et al., 2022, s.1; Salomon & Brown, 2019, s. 539). I en forskningsstudie fra Australia i 2022 svarer jenter mellom 14-17 år at tanker om egen kropp er en stor bekymring og ved å sammenligne seg selv med bilder på sosiale media forsterker de en negativ opplevelse av eget kroppsilde (Papageorgiou et al., 2022, s. 5). Å oppleve skam over egen kropp, økt selvbevissthet og nedsatt seksuell selvsikkerhet kommer frem i studier gjort på blant ungdommer og unge voksne relatert til økt objektivisering av kropp i sosiale media og hvordan det påvirker dem (Manago et al., 2014, s.2-4).

Å sammenligne seg med andre synes å være det som går igjen som en negativ påvirkning i flere studier. Oppadgående sammenligning, altså når man sammenligner seg med de som anses å gjøre/være bedre enn seg selv, kan forsterkes i sosiale media med det resultatet at man kjenner på at man ikke er god nok (Skogen & Hjetland, u.å.). Deltakerne i min studie viser til noe av det samme, at man kan kjenne på usikkerhet og til tider ikke like egen kropp så godt når man daglig eksponeres for kroppsobjektiviserte bilder og alle opptredenene fra sine idealer, venner og bekjente. I Eriksons teori om identitetsutvikling i ungdomsårene, er individet i en særlig sårbar situasjon for påvirkning av andre når man søker ut etter nye idealer (Erikson, 1950, s. 122-123). Når man så vet at mange ungdommer bruker mye tid og

eksponeres for en snever type kroppsideal som man stadig sammenligner seg med på sosiale media, kan man forestille seg at det kan være negativt for individet.

Et konkret eksempel på en følge av å sammenligne seg med sosiale media kommer frem i en avisartikkel på forskning.no. Denne artikkelen tar for seg tema fra en masteroppgave fra 2015 hvor 10. klassinger og deres faglærere ble intervjuet om dusj og garderobepraksis blant ungdom, mer spesifikt hvorfor ungdom lar vær å dusje etter gymtimene (Strand, 2015). Her kommer det frem at skam for egen kropp og å kle seg naken foran medelever var årsak til at mange vegrer seg for å kle av seg og dusje etter gym-/svømmetimen. Elevene var redde for å vise frem kjønnsorgan foran andre samt at de var redde for å bli sammenlignet med andre (Strand, 2015). Masterstudenten som intervjues i artikkelen peker på medias fremstilling av hvordan en perfekt kropp skal se ut, og ungdom som sammenligner seg med dette som en faktor til at kroppsfokus trumfer hygieniske hensyn. Dette resulterte i at noen valgte å ikke dusje etter gymtimen, noen dusjet i bikini eller undertøy, mens andre reduserte aktiviteten i gymtimen for ikke å svette så mye (Strand, 2015). Videre fremkommer det i artikkelen at det virker som om elevene kan ha behov for mer kunnskap om kroppen, at de blir kritiske til samfunnstrender og at de bevisstgjøres kommersielle krefter i samfunnet (Strand, 2015).

Å sammenligne seg med det man observerer i sosiale media fører i følge Papageorgiou og kollegaer til negative tanker om eget kroppsbilde, og for noen fører det til en stor eksponering av seg selv på ulike plattformer (Papageorgiou et al., 2022, s. 5-7). Å legge ut bilder i sosiale media og få mange likerklipp og kommentarer gir deg mye kred som jentene i min studie sier. Når deltakerne så fjerner de bildene som får for lite likes, kan man forstå dette som et uttrykk for at om noe ikke får nok anerkjennelse eller likerklipp så er det ikke noe poeng i å legge det ut. Deltakerne fremstår bekymret på vegne av småsøsken og andre som er yngre enn dem selv. De forteller at de som er noen år yngre enn dem har en mer eksponerende adferd på sosiale media og som i større grad ukritisk deler bilder. De forteller med bekymring at de ser at mange ofte legger ut lettkledde bilder for å få oppmerksomhet. Dette er i tråd med funnene i studien til Papageorgiou et al. hvor forskerne fant at unge jenter søkte bekræftelse ved å selv legge ut bilder i sosiale media. Deres beskrivelse av dette kan tolkes som grenseoverskridende og overdreven eksponering av seg selv (Papageorgiou et al., 2022, s. 6-7). Som det tidligere

er framhevet så kan lettkledde bilder generere mye likerklipp, men som deltakerne mine påpeker så er det mange som også får hets for dette. Hetsen kan komme både på nett, men og i form av baksnakking på skolen eller blant jevnaldrende. Og det man legger ut, det blir der. Bordet fanger så og si. Det er verdt å merke seg at de angir samme bekymringer for de som er yngre enn seg, som foreldregenerasjonen har for dem med tanke på idealer og påvirkningen fra sosiale media.

Det er imidlertid viktig å ikke trekke forhastede slutninger med at sosiale media isolert sett gir dårlig psykisk helse da dette er en for kompleks problematikk til å kunne konkludere (Keles et al., 2020, s. 90; Skogen & Hjetland, u.å.). En litteraturgjennomgang av flere forskningsstudier viser til at man ikke kan konkludere med at sosiale media alene er årsak til psykisk uhelse fordi det er mange faktorer som spiller inn. En annen utfordring er at det er vanskelig å definere målepunkter. Skal man måle utfallet av bruken opp mot tidsbruk, aktiv/passiv bruk, om man får positiv respons på innlegg eller ikke, i tillegg til at livet ellers også spiller inn (Keles et al., 2020, s.87-88; Skogen & Hjetland, u.å.). Det er dog grunner til å kunne slå fast at psykisk uhelse og bruk av sosiale media kan assosieres med hverandre (Keles et al., 2020, s. 90; Skogen & Hjetland, u.å.). Her vises det til at misnøye med egen kropp kan være et utfall av en stadig eksponering for «den perfekte kroppen» i sosiale media. Lav selvfølelse og depresjon kan videre være et resultat av sterk misnøye med egen kropp (Skogen & Hjetland, u.å.).

Det er likevel interessant å løfte fram spørsmålet om hvorfor man velger å daglig utsette seg for høy eksponering av kroppsfokuset på sosiale media og et ideal man føler man ikke når opp til. Svaret ligger nok i hvor viktig sosiale media er for deltakerne som sosial arena. Å opprettholde sine sosiale relasjoner trumfer det faktum at man i det samme sosiale mediet opplever negativ påvirkning av tanker om egen kropp. I tillegg er det andre faktorer som spiller inn som for eksempel om man har en dårlig dag eller om algoritmen på dine plattformer bare lar deg se pene, perfekte kropper. I forlengelsen av dette kan man stille spørsmål ved hvor autonome vi egentlig er i sosiale media når man vet at utformingen er basert på algoritmer fra tidligere søk og hva vennene dine kommenterer og liker (Drange, 2022). Er vi oppsøkende og nysgjerrige, eller følger vi bare etter dit algoritmene leder oss?

## 5.3 Definisjonsmakt

I forrige kapittel skrev jeg om hvordan idealkroppen frontes i sosiale media og at det er dokumentert gjennom forskning at dette idealet påvirker andre i sosiale media. Deltakerne forteller om flere krefter som påvirker dem med tanke på hva og hvordan man bør se ut. I dette kapittelet belyses det hvem som har denne definisjonsmakten

### 5.3.1 Influensere

Deltakerne oppgir ulike grunner til at de følger de ulike influensere. Videre er det ikke alle som følger alle de mest kjente, bare et utvalg. Deltakerne snakker om de ulike influenserene som om alle vet hvem de er, har en mening om og enten følger de eller ikke. Og selv om deltakerne mener de ikke bryr seg veldig om hva de ulike aktørene legger ut, er de ganske oppdaterte på hva som skjer med de ulike influenserne i sosiale media.

Influenserens jobb er å gjennom bilder og film formidle iscensatte deler av tilværelsen, ofte med reklame som agenda (Pihl, 2021). I likhet med private aktører på sosiale media bruker influenserne de ulike plattformene som en frontstage jamfør Goffmans teatermetafor. Influenserens arbeid kan sammenlignes med hvordan man lager seg en fasade frontstage. Fasaden består av en kombinasjon av framtoning og manerer, og kan betraktes som uttrykksmiddel for den rollen man spiller eller opptreden man gjør for å påvirke sitt publikum (Goffman, 1992, s. 27-29). Influenserne påvirker gjennom å portrettere en fasade som er i tråd med innholdet i sin rolle og statusen rollen har. Er du treningsinfluenser så handler det om å vise mat, trening og kalorier. Er du derimot skjønnhetsinfluenser så profilerer du hardt eget utseende i alle dine kanaler.

Man kan argumentere for at sosiale media kan forstås som et eget sosialt felt, sett i et Bourdieusk perspektiv. Et sosialt felt er ikke like omfattende som det sosiale rom som er hele samfunnets klassestruktur, men er en egen arena innenfor det sosiale rom (Aakvaag, 2010, s. 154-155). Strukturene er de samme med hierarkiske sosiale posisjoner aktørene innehar som påvirker hverandre, bevisst og ubevisst. Til forskjell fra det sosiale rom, vil det i det sosiale

felt være en feltspesifikk kapital (Aakvaag, 2010, s. 154-155). Dette legger føringer for å kunne forstå sosiale media som et eget sosialt felt. For å få en anerkjent rolle i sosiale media handler det om at det du deler blir sett og delt videre til andre. Det krever at du har flere venner eller følgere samt at de liker, hjertes eller deler det du legger ut. Du får det deltakerne kaller kred. Kred kan tolkes som det Bourdieu kalte den feltspesifikke kapitalen, i det sosiale feltet sosiale media. Den som innehar mest av denne kapitalen vil kunne påvirke andre og påvirke sitt felt. Å inneha denne kapitalen er det samme som å ha makt. I følge Bourdieu vil det i hvert sosiale felt være en taus enighet om hva som gir nettopp høy kapital og dermed innflytelse og prestisje. Dette kalte han doxa (Aakvaag, 2010, s. 157).

Ifølge deltakerne vil bilder av en selv, i en fordelaktig setting med tanke på lys og posisjonering gi flere likerklipp enn et landskapsbilde. Videre mener de at bilder hvor personer er avkledd gir flere likerklipp enn med klær. I løpet av intervjuene nevner deltakerne mange ulike influensere som de følger. Sophie Elise, Isabell Raad, Bianca Ingrosso, Jenny Huse, The Kardashians og Caroline Nitter er noen av de som flere nevner de følger i sosiale media. Går man inn og ser på disse influensernes profiler er det noe variasjon i bildene de legger ut, men de har en fellesnevner; det er i overfall bilder av seg selv i fordelaktige lys og poseringsforhold. Noen av dem opptrer lettkledde på bilder, og noen er også helt avkledd. At unge, pene kvinner spiller på eget utseende eller kler av seg på sosiale media synes å generere mye oppmerksomhet og likerklipp. På bakgrunn av dette kan man undre seg over om en flott kropp og et pent utseende har blitt en viktig del av doxa, eller at det er det som utgjør doxa i sin helhet og dermed gir høy feltspesifikk kapital i sosiale media. Dette er i tråd med hva deltakerne forteller om at det bare har blitt et konsensus om at det bare slik man skal se ut. Det er idealet og alle blir målt opp mot det.

Videre vil det være slik at jo mer man blir sett og likt, jo mer synlig blir man. Dette er fordi liker man et bilde eller video, så vil feeden din fylles opp med lignende innhold på grunn av de algoritmene som ligger i de ulike sosiale media plattformene. Deltakerne kobler i allefall faktumet at mange likerklipp, views eller kommentarer gir prestisje og innflytelse, som er det samme som å ha kapital i dette sosiale feltet (Aakvaag, 2010, s. 157). Kort fortalt vil man om man følger en type influenser, eksponeres for flere som legger ut lignende bilder og videoer.



Det er dermed også gjennom å vises at man får kred eller feltspesifikk kapital. Det står da frem som to elementer som utgjør doxa. En kombinasjon av likerklikk på fordelaktige bilder man legger ut av seg selv og at disse bildene spres videre i sosiale media. Og med denne kapitalen har du potensielt definisjonsmakt overfor alle de som ser hva du legger ut.

Mange av deltakerne forteller at de påvirkes til å kjøpe ulike saker som influenserene promoterer i sine kanaler. Gjennom sminketutorials (undervisningsfilmer om sminke) eller når influensere viser frem klær eller andre produkter hvor man kan få rabattkoder lar de seg gjerne friste til å kjøpe ting. Dette er jo målet med det å være influenser, man har betalte samarbeid med ulike aktører for å reklamere for deres produkter i sosiale media (Pihl, 2021). Videre er det noen influensere som har egne merker de reklamerer for. At kropp, utseende og hvordan man ter seg har en egen verdi er bakgrunnen for Cathrine Hakims teori om erotisk kapital. Hun argumenterer for at denne fjerde formen for kapital er et viktig og avglemt tillegg til Bourdieus teori med tre typer definert kapital (Hakim, 2010, s. 500). Erotisk kapital er en verdi både kvinner og menn har, kan forbedre og bruke til sin fordel. Den kan videre benyttes i mange ulike sosiale felt (Hakim, 2010, s.499). I sosiale media kan det kanskje være at idealkroppen som ble drøftet som en del av doxa, dreier seg om noe mer. Det er en del av det Hakim definerer som en egen type kapital, nemlig erotisk kapital.

I sosiale media byttes denne erotiske kapitalen videre inn mot likerklikk og gjentatt eksponering. Ved hjelp av disse likerklikkene kan man lett dra økonomiske fordeler. Hakim mener at kvinner i større grad bør utnytte seg av at de har mer erotisk kapital enn menn for å vinne fordeler til seg selv i alt fra soverommet til styrerommet (Hakim, 2010, s. 499). Sett fra dette ståstedet har de kvinnelige influenserne som bruker seg selv og sitt utseende for å reklamere for ulike produkter og annonsører på sosiale media funnet fordeler ved å bruke sin erotiske kapital. De utnytter posisjonen sin, sin innflytelse og makt i det sosiale feltet sosiale media til å bytte til seg den ypperste kapitalformen, økonomisk kapital. Hakim trekker frem flere kjente personer fra både idrett og filmindustrien som har utnyttet sin kropp og utseende for å tjene penger (La Ciudad de las Ideas, 2019, 8:50). I sosiale media er The Kardashians meget synlige og et eksempel på hvordan kvinner kan bruke utseende til å bygge en

multimillionindustri. I følge klikk.no kunne Kim Kardashian i 2019 tjene 4,2 millioner norske kroner på hver enkelt instagrampost hvor hun reklamerer for et merke/produkt (Holm, 2019).

I norsk kontekst kan man hevde at influenseren Sofie Steen Isachsen, bedre kjent som Sophie Elise, har gjort det samme. Hun har skapt egne produkter, podcast, bokklubb og har vunnet flere priser for sin virksomhet. Hun ble av nettstedet Medier24 i 2015 kåret til «Mektigste kvinne i norske medier» og i 2019 kåret til vinner av kategorien «årets business» av Vixen influencers awards og (Wikipedia, 2023). Denne prisen deles ut til den influenseren som klarer å videreutvikle merkevaren sin, også utenfor sosiale media (Vixen, 2021). I et forretningsperspektiv har hun vært svært driftig og utnyttet sin posisjon via bloggskrivning og senere sosiale media godt. Likevel er hun en svært omdiskutert influencer som er sterkt kritisert og i 2021 var hun nominert og vant årets Gullbarbie. Denne prisen deles ut til den medieaktøren det aktuelle året som får ungdom til å føle seg verst. Sophie Elise vant denne prisen på grunn av hennes seksualiserte bilder i reklame og på egne sosiale mediaplattformer (Press, 2023). I følge Catherine Hakim har vi som samfunn lettere for å dømme kvinner som kler av seg i ulike kontekster enn menn. Hun hevder at når kvinner gjør dette så henger det igjen gamle patriarkalske verdier som fordømmer at kvinner kler av seg i det offentlige rom (Hakim, 2010). Her trekker hun frem at tidligere fotballspiller David Beckham har tjent mye penger på å reklamere for undertøy, uten at det ble stilt spørsmål ved at han var halvnaken (La Ciudad de las Ideas, 2019, 8:50). Kanskje er det slik at vi har en tendens til å peke på de kvinnelige influencerene og mene at ved å kle av seg i sosiale media så er de dårlige forbilder for dagens unge og fronter en objektivisering av kropp vi ikke synes er greit. Dette er noe deltakerne også sa noe om da de fortalte at gutter godt kan legge ut bilder i bar overkropp, men med en gang en kvinne viser litt nippel (brystvorte) så kan det bli tatt bort av sosiale mediaplattformen som støtende bilde. Dette skjedde også om det var nippel i forbindelse med amming. Deltakerne mente at dette burde være likt for gutter og jenter. En nippel er en nippel som de sa. Oppsummert mener jeg det kan være best å si at basert på forskning om kroppsobjektivisering i sosiale media er det riktig å rette et kritisk blikk mot influensere av begge kjønn, og kanskje begynne å stille noen spørsmål om hvem det er som egentlig tjener penger på dette. Er det bare influencerne som håver inn penger eller er det større krefter bak?

Det fremkommer fra intervjuene at deltakerne mener at å få utført kosmetiske inngrep har blitt helt vanlig. De refererer til at mange opererer seg for å få drømmekroppen og er åpne om det i sosiale media. Flere influensere snakker om sine operasjoner og forherliger ulike inngrep de selv har gjort. Deltakerne forteller også om jevngamle som har gjort ulike kosmetiske inngrep. Det å ønske og forandre på utseendet er helt legitimt og flere av deltakerne synes det er helt greit å operere seg. Særlig er det å få Fillers ganske vanlig og noe mange ønsker å få. Også flere blant deltakerne kunne tenke seg Fillers. Å gå til det skritt og drastisk endre på utseendet sitt ved hjelp av kosmetiske inngrep for å bli mer lik idealet vitner om et stort fokus på kropp og utseende. Forskning viser at nettopp dette idealet har stor påvirkningskraft, det genererer stort kroppspress og frontes i flere kanaler (Nylander, 2018, s. 18-20; Papageorgiou et al., 2022, s.6). Noen deltakere fortalte at de hadde blitt klar over enda flere ting man kunne være misfornøyd med ved egen kropp gjennom hva de ser i sosiale media. Dette handlet ikke bare om at man var eksponert for pene mennesker i sosiale media, men også om at noen av influenserene deltakerne fulgte snakket om sine usikkerheter. Det er en dobbelthet i dette som er ganske urovekkende. Når noen forsøker å normalisere noe og formidle at alle kan kjenne på usikkerhet, så kan det også gjøre at noen blir oppmerksomme på ting de ikke hadde tenkt kunne være et problem, blir et problem. Man kan også stille spørsmål ved motivet ved å legge ut innlegg om sine usikkerheter. Er det for å trygge andre, eller vil man bare ha oppmerksomhet?

Etttersom deltakerne omtaler kosmetiske inngrep som vanlig, har jeg gjort et forsøk på å finne statistikk på dette. Jeg har hatt mailkontakt med ulike instanser og forhørt meg om noen har en oversikt på hvor mange som årlig får utført kosmetiske inngrep, samt en oversikt over utvikling av antall inngrep. Hverken Folkehelseinstituttet, Statistisk sentralbyrå eller Helsenorger hadde noen statistikk å vise til. At et er så vanskelig å finne statistikk på dette er bemerkelsesverdig.

### 5.3.2 Jevnaldrende, og særlig gutta

Det er flere ting som spiller inn når det gjelder popularitet og utseende og hva som gir kred. Det er nok noen drypp av jantelov også inne i bildet, uten at deltakerne problematiserer dette noe videre. Deltakerne trekker frem to elementer som de tenker har stor påvirkningskraft på hvordan de selv opplever egen kropp. Denne påvirkningen kommer fra det de anser som sine egne omgivelser, miljøet rundt dem. Det ene er jevngamle som ser bra ut. Enten at de ser bra ut på skolen i «real life» som de sier, eller at de legger ut bilder i sosiale media. Hva som defineres som å se bra ut er at vedkommende er fin, har fin kropp eller har lagt ut et fint bilde. Dette sier de gjør det mer ekte og nært, enn en tilfeldig influenser på sosiale media.

De jevngamle som deltakerne refererer til beskrives ganske likt som idealet slik de får det presentert i sosiale media, enten gjennom skjønnhets- eller treningsinfluensere. I kapittelet om påvirkning i denne oppgaven vises det til at Goffman beskriver at aktøren spiller sin rolle og at dette former en opptreden som aktøren opplever kreves for rollen, eller hva aktøren ønsker at rollen skal være og tilslutt blir (kapittel 5.2.1). Deler av opptreden kan karakteriseres som en persons fasade. En persons opptreden og fasade påvirker igjen andre (Goffman, 1992, s.27). På bakgrunn av dette kan det være en hypotese at; aktørene influeres i sosiale media, adapterer det man tenker er rolleforventningen og tar det med seg inn i andre kontekster hvor man tror det er det som forventes av deg som aktør. For å illustrere; idealet som råder i sosiale media er i følge mine deltakere den perfekte kropp. Påvirkningen av dette resulterer i at deltakerne og deres jevngamle tar med seg denne fasaden over i det som blir deres felles frontstage i skolegården, kantina eller andre arenaer hvor de møtes. Dermed påvirker alle hverandre og opprettholder et ideal og en forventning om hvordan man burde se ut.

En annen gruppe som påvirker deltakerne er guttene, nærmere bestemt hva guttene liker og hva de opplever som tiltrekkende. Hva guttene finner attraktivt observerer og hører de for eksempel gjennom samtaler guttene har på skolen. Deltakerne forteller at de ser at guttene viser hverandre bilder på telefon eller hvilke jenter de har et godt øye til på skolen. Videre får deltakerne også med seg hva noen av guttene kommenterer og liker på ulike innlegg på

sosiale media. Hva guttene synes er fint tror de er formet av bilder i sosiale media og kanskje pornografi. Gjennom guttene blir de indirekte påvirket av idealet fra sosiale media.

Deltakerne forteller at det å se bra ut gir oppmerksomhet fra guttene. At guttene er en stor påvirkning på jentene, er ikke vanskelig å forstå. I ungdomsårene skjer det en enorm utvikling, idealene endrer seg fra det man så opp til i barndommen og til noe nytt og spennende. Dette skjer i tråd med en kjønnsmodning og en voldsom påvirkning av hormoner (Tetzchner, 2012, s. 679-680). Med store følelser i sving blir man fort betatt og med det følger kanskje et ønske om å oppmerksomhet fra den aktuelle.

I ulik forskning finner man at det er en økning av objektivisering av kropp i sosiale media og at jenter opplever dette som en negativ påvirkning i større grad enn gutter (Manago et al., 2014, s.10; Papageorgiou et al., 2022, s. 2). Man kan kanskje se objektiviseringen i sammenheng med økt seksualisering og fastlåste kjønnsroller, som fremstiller kvinnekroppen på en passiv og dekorativ måte (Nylander, 2018, s. 22). Er det dette som gjør at objektiviseringen i større grad rammer kvinner? Hvorfor er samfunnet er mer fasinerte av kvinnekroppen? I følge Hakims teori om erotisk kapital, ligger det et potensiale i dette for jenter/kvinner til å bruke sitt potensiale til erotisk kapital til sin fordel (Hakim, 2010, s. 499). Det er dog viktig å legge til at erotisk kapital ikke bare handler om erotikk og seksualitet eller utseende. Det er deler av en større helhet som også handler om fremtreden, opptreden og kommunikasjon (Hakim, 2010, s.501).

Det ligger dog et dilemma i kjernen av begrepet av erotisk kapital. Er det styrkende eller svakkende for kvinner å bruke dette til sin fordel? Teorien beror blant annet på at menn har større trang til sex enn kvinner og dermed har kvinner en fordel i denne relasjonen som handler om erotisk kapital (Hakim, 2010, s. 505). Ergo mer makt til kvinnen, men med en bakside. For med det samme argumentet kan man hevde at kvinner blir redusert til seksuelle objekter. Setter man kvinner opp mot hverandre kan det bli en konkurranse om å se bra ut. En vond sirkel av påvirkning på hverandre. Unge jenter inspireres til å følge et ideal, til å inneha mye erotisk kapital som gir dem makt. I et forsøk på å ha mye av en kapitalform som gir makt, blir andre kvinner offer for denne utøvelsen av makt, og utseende blir en tvangstrøye som skaper mer uro enn gevinst for jentene. Jeg mener at man kan se eksempler på at en del

aktører i sosiale media har dratt det for langt i hvordan man bruker elementer fra begrepet erotisk kapital for å skaffe seg fordeler og dermed økonomisk gevinst. Et eksempel på dette er de som selger det en kan kalle for mykporno på sine Onlyfans kontoer.

Hva en nå måtte mene om teorien om erotisk kapital, så kan man mene at det bekreftes gjennom hva deltakerne i min studie erfarer: at det er et pent utseende og en fin kropp som gir oppmerksomhet i sosiale media, blant jevnaldrende og guttene. Deltakerne mener at et stort fokus på kropp og utseende er bare slik det er og det er vi voksne som problematiserer dette i form av kritikk mot ungdommenes felles sosiale arena.

## 6 Oppsummering og avslutning

I denne oppgaven har jeg presentert funn fra mitt mastergradsarbeid som omhandler unge jenters erfaringer med fokuset på kropp og utseende i sosiale media. Formålet med studien har vært å øke kunnskapen om dette fenomenet for at helsesykepleier kan bruke det i sitt arbeid med ungdom. Oppgaven er bygd opp rundt problemstillingen som er:

*Hvordan erfarer jenter mellom 16 og 19 år fokuset på kropp og utseende i sosiale media?*

For å søke svar på dette ble det gjennomført to fokusgruppeintervju med jenter som har den relevante erfaringen for å belyse problemstillingen. Jeg har presentert resultater og drøftet disse opp mot relevant forskning og teori. I dette siste kapittelet vil jeg oppsummere hovedfunnene og videre dele noen refleksjoner basert på analyse og drøfting av disse funnene.

### 6.1 Hovedfunn

Sosiale media er en svært viktig del av deltakernes hverdag og de bruker mye av sin tid på ulike plattformer. Et av deres viktigste budskap er at det er både positive og negative aspekter ved bruken av sosiale media. Det positive handler om at det er en arena for unge å være sosiale på, møte nye mennesker og få impulser og læring fra hele verden. Samtidig løfter de frem at man fort kan føle på utenforskap og bli påvirket negativt av innholdet i sosiale media.

Deltakerne var enige om at det er et stort fokus på kropp og utseende i sosiale media. Beskrivelsen av dette kroppsfokuset er preget av tvetydighet. Noen var klare på at fokuset på det perfekte ytre gjør at de kjenner på et kroppspress som gjør dem usikre på seg selv. Andre igjen mente at de ikke var påvirket av kroppspresset i samme grad, men at de forstod at mange ble det og at det kunne være provoserende å oppleve. Likevel kommer det frem at de fleste blir negativt påvirket, og noen mener de kanskje blir påvirket på et ubevisst plan.

I ulik grad bidrar det som influensere deler på sosiale media til å påvirke deltakernes tanker om seg selv. Det samme gjelder for påvirkningen av likes og kommentarer på sosiale media. Deltakerne mener selv at jevnaldrende rundt dem og særlig guttene påvirker dem i større grad. Mange av deltakerne trekker også frem at de ikke føler seg forstått av voksne og at voksne

ikke tar opp problematikken på en god måte. Videre er de bekymret for hvordan de som er yngre enn dem blir påvirket og kanskje enda tidligere eksponert for et større kroppsfokus og bildedeling i sosiale media.

Mine funn løfter frem jentenes erfaringer vedrørende kropp og utseende i sosiale media. I drøftingsdelen ble disse funnene sammenlignet med aktuell forskning og drøftet med aktuell teori. Ved å bruke de teoriene som ble valgt settes søkelyset på hvordan aktørene presenterer seg selv og hvordan aktøren står i konflikt med, eller forsøker å tilpasse seg strukturene i sosiale media. Disse strukturene gjør at det lett blir et press om å presentere seg på ensidig og «perfekt» vis, og dette gir kred eller kapital. Denne definisjonsmakten utnyttes gjerne av kommersielle aktører. Gjennom den innsamlede empirien vises det til hvordan dette påvirker individet på ulikt vis, også indirekte gjennom omgivelser og signaler fra det motsatte kjønn. Ved å belyse fenomenet fra de utvalgte teoretiske perspektivene i oppgaven ser man ulike lag i tematikken og at utfordringene ligger både på aktør og strukturnivå.

## **6.2 Avsluttende refleksjoner**

Utgangspunktet for denne oppgaven var et ønske om å få mer kunnskap om hvordan ungdom selv erfarer fokuset på kropp og utseende i sosiale media. Jeg ville ha mer enn tall og statistikk, jeg ville høre ungdommens egen stemme for å kunne forstå deres livsverden. Ettersom empirien i min masteroppgave er innhentet fra to fokusgruppeintervju, med til sammen 11 deltakere har jeg for lite grunnlag til å hevde at mine funn er overførbare til å gjelde alle unge jenter i Norge. Jeg vil dog hevde at det jeg har trukket frem av jentenes erfaringer kan gjelde flere. Funn fra annen forskning støtter også opp om dette. Denne kunnskapen håper jeg vil være til inspirasjon for å snakke åpent og fordomsfritt med ungdom om deres opplevelser på sosiale media.

Først og fremst er det viktig å anerkjenne at sosiale media er en viktig møteplass for de unge. Voksne som arbeider med ungdom, samt foreldre bør ha respekt for dette og forsøke å ikke dømme eller moralisere over ungdommens egen arena. Om man inntar en dømmende eller moraliserende holdning ovenfor ungdom kan det slå tilbake. Jeg tenker at man må stole på at



mange ungdommer har gode verdier og holdninger, og er kapable til å reflektere over hva som påvirker dem i deres liv. Det bør imidlertid legges til rette for samtaler om de inntrykkene man får gjennom sosiale media, og her bør voksne trø varsomt fram og møte ungdom med intensjonen om å få fram gode refleksjoner rundt eget bruk.

Samtaler om hvordan man opptrer i sosiale media, både hva andre gjør og hva en selv gjør er nødvendig. Dette gjelder også samtaler om hva som skjer bak fasaden, at ikke alt er som det fremstår. For eksempel at man framstår på sitt beste ute i samfunnet eller sosiale media, og at man har en annen væremåte hjemme. Det er viktig å fremheve at bilder som legges ut er iscenesatt og vil kunne være retusjerte. Det ser kanskje fint og flott ut, men det er mer bak enn man vet. Samtaler rundt at det er menneskelig å sammenligne seg med andre, men at ulikhet og mangfold er bra. Å oppleve kroppspress er ikke noe nytt, men med de mulighetene som ligger i bildeorienterte sosiale media er det nytt at man eksponeres så voldsomt for hva som er idealet om hvordan man bør se ut.

Som helsesykepleier møter man barn, ungdom og deres foreldre i ulike kontekster på helsestasjonen og i skolehelsetjenesten. Med utgangspunkt i mine funn og min erfaring vedrørende kroppspress så langt fra de ulike møteplassene tenker jeg at vi må ta opp sosiale media og kroppspress i flere av disse samtalene, konsultasjonene, undervisningene og foreldremøtene. Et viktig poeng er at om vi som faggruppe skal jobbe helsefremmende og forebyggende med denne tematikken må vi kanskje starte tidligere enn hva vi gjør nå, for som mine deltakere har erfart blir dette problematisert for sent.

Flere av deltakerne uttrykte at å sitte i små grupper og samtale om tematikken var en positiv opplevelse. De meddelte at det var fint å høre hva andre tenkte, og at man hadde like tanker som de andre. Med utgangspunkt i de erfaringene jeg nå har med undervisning og etter å ha gjennomført gruppeintervju i forskningssammenheng, mener jeg at tilrettelegging for samtale og refleksjon i mindre grupper vil være gunstig med tanke på forebygging. Økonomi bør ikke være et hinder for dette.

### 6.3 Veien videre

Jeg tror det kunnet kommet frem enda mer nyttig kunnskap ved å gjennomføre denne studien i en større skala. Ved å få inn flere deltakere med en variasjon av ulike studieretninger og yrkesfag, samt de som har droppet ut av videregående skole vil kunne gi viktig tilleggskunnskap. Tema kunne vært det samme og mange av de samme spørsmålene kunne brukes, men kanskje ha et mål om flere refleksjoner rundt hvordan man kan forberede barn og unge på den kroppsobjektivering som man møter i sosiale media. Et annet spennende prosjekt hadde vært å gjennomføre den samme studien, men denne gangen med gutter. Hva er deres erfaringer, og på hvilke måter skiller det seg fra jentenes erfaringer? Eller kanskje hatt et prosjekt med gutter og jenter sammen? Og hadde gutter, og jentene for den del, svart annerledes om det er en mannlig helsesykepleier som gjennomfører intervjuene?

Helt til slutt vil jeg komme med noen tanker for veien videre. Som enkeltaktører i møtet med sosiale media er de unge prisgitt sin egen evne til å filtrere inntrykk og reflektere rundt det man erfarer når det gjelder kroppspress. Foreldre, lærere, helsesykepleiere og andre som møter barn og ungdom gjennom oppveksten må alle bidra til å være en positiv motvekt til det presset som de utsettes for i sin hverdag. Internett blir ikke borte, vi må utruste våre barn med evne til å filtrere og reflektere opplevelsene sine på nett. Dette handler om helsefremmende og forebyggende arbeid.

På samme tid bør vi også løfte problematikken opp på et høyere nivå og drøfte dette i andre rom enn bare klasserom og på helsesykepleiers kontor. For helsesykepleiers del handler dette om vårt mandat som samfunnsaktør. Hvordan vi bør bidra til å påvirke samfunnets holdninger til kropp og utseende med vår fagkunnskap gjennom å oppfordre til økt bevissthet og initiere diskusjoner i relevante fora.



## Referanseliste

Aakvaag, Gunnar C. (2010). *Moderne sosiologisk teori*. Oslo: Abstrakt forlag

Braun, V. & Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77-101, DOI: 10.1191/1478088706qp063oa

Cathrinehakim.org (u.å.). *Cathrine Hakim; Home*. Hentet 1. oktober 2022 fra <http://www.catherinehakim.org/>

Drange, P. G. (2022, 2. november). *Algoritme*. Store norske leksikon. <https://snl.no/algoritme>

Enli, G & Aalen, I. (2018, 14.mai). *Sosiale medier*. Store norske leksikon. [https://snl.no/sosiale\\_medier](https://snl.no/sosiale_medier)

Erikson, E. H. (1992). *Identitet. Ungdom og kriser*. København: Hans Reitzels forlag

Fardouly, J. & Vartanian, L. (2015). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology*. (9) s.1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2015.09.005>

Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig*. Oslo: Pax forlag

Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*. 26 (5), s. 499-518.

<https://doi.org/10.1093/esr/jcq014>

Helsedirektoratet. (2023, 18. Januar). *Helsestasjon, skolehelsetjeneste og helsestasjon for ungdom: Nasjonal faglig retningslinje.*

<https://www.helsedirektoratet.no/retningslinjer/helsestasjons-og-skolehelsetjenesten>

Hjetland, G. J., Finserås, T. R. & Skogen, J. C. (2022). *Hele verden et tastetrykk unna: -Ungdommers bruk og opplevelser med sosiale medier og online gaming.*

Folkehelseinstituttet.

[https://www.fhi.no/contentassets/66d4ecd513694bc781147de95c1bfe03/hele-verden-er-et-tastetrykk-unna\\_rapport.pdf](https://www.fhi.no/contentassets/66d4ecd513694bc781147de95c1bfe03/hele-verden-er-et-tastetrykk-unna_rapport.pdf)

Holm, A-H. (2019, 15. april). Kris Jenner avslører detaljer rundt døtrenes honorarer for sponsede innlegg. *Klikk.no*. <https://www.klikk.no/underholdning/hvor-mye-tjener-kardashians-pa-instagram-6766312>

Keles, B., McCrae, N. & Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of adolescents and Youth*. 25 (1), s. 79-93.

<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2019). *Det kvalitative forskningsintervju* (3 utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.

Kvarme, L. G. (2016). Helsesøstertjenesten i skolen. I K. Glavin & E. R. Gjevjon (Red.), *Sykepleie i kommunehelsetjenesten: Helsesøstertjeneste og hjemmesykepleie* (s. 73-85). Bergen: Fagbokforlaget.

La Ciudad de las Ideas (2019, 5. desember). *Catherine Hakim: Why attractiveness is the key to success in the 21<sup>st</sup> century* (video). You tube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=ACenIXVH2GY>.

Lindseth, A. & Nordberg, A. (2004). A phenomenological hermeneutical method for researching lived experience. *Scandinavian journal of Caring sciences*, 18 (2), 145-153. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6712.2004.00258.x>

Malterud, K. (2012). *Fokusgrupper som forskningsmetode for medisin og helsefag*. Oslo: Universitetsforlaget.

Manago, A. M., Ward, L.-M., Lemm, K. M., Reed, L. & Seabrook, R. (2014). Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in College Women and Men. *Sex roles*, 72, 1-14 (2015).  
<https://doi.org/10.1007/s11199-014-0441-1>

Mediatilsynet (2021, 18. mai). *Barn og medier*.  
<https://www.medietilsynet.no/digitale-medier/barn-og-medier/sosiale-medier/>

Meta (2022). *Slik fungerer feeden din*. Hentet 25 oktober 2022 fra  
<https://nb-no.facebook.com/help/1155510281178725>

NAOB (u.å.). *Emneknagg*. Hentet 24 april 2023 fra <https://naob.no/ordbok/emneknagg>

Nettskjema.no (u.å). Nettskjema. Hentet 15 januar 2022 fra <https://nettskjema.no/>

Norsk helseinformatikk (2022). *Behandling med filler*. Hentet 25 oktober 2022 fra <https://nhi.no/sykdommer/kirurgi/plastisk-kirurgi/behandling-med-filler/>

Norges arktiske universitet. (u.å.). Informasjonssikkerhet og personvern ved UIT. Hentet medio januar 2021 fra [https://uit.no/om/informasjonnssikkerhet - innhold\\_675089](https://uit.no/om/informasjonnssikkerhet - innhold_675089)

Nylander, K. S. (2018). *Prosjekt perfekt. Press sin rapport om kroppspress*. Hentet fra <https://press.no/wp-content/uploads/2018/03/Rapport-digital2.pdf>

Onlyfans (2022). *Our team and goal*. Hentet 25. oktober 2022 fra <https://onlyfans.com/about>

Papageorgiou, A, Fisher, C. & Cross, D. (2022). Why don't I look like her? How adolescent girls view social media and its connection to body image. *BMC Women's health*, 22.261. <https://doi.org/10.1186/s12905-022-01845-4>

Pasient- og brukerrettighetsloven. (2001). *Lov om pasient- og brukerrettigheter* (LOV-1999-07-02-63). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/1999-07-02-63>

Pihl, R. (2021, 7. November). *Influenser*. <https://snl.no/influenser>

Press (2023). *Tidligere vinnere*. Hentet 10. februar 2023 fra <https://gullbarbie.no/tidligere-vinnere/>

Redaksjonen for norsk APA-stil. (2022). *Norsk APA-manual: En nasjonal standard for norskspråklig APA-stil basert på APA 7th* (versjon 1.8). Unit.

<https://sikt.no/norsk-apa-referansestil>

Regionale komiteer for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk (u.å). *Hjem*. Hentet

12.februar 2021 fra <https://rekportalen.no/#hjem/home>

Salomon, I. & Brown, C. S. (2019). The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image. *Journal of early adolescence*,

39(4), 539-560. <https://doi.org/10.1177/0272431618770809>

Sikt. (u.å.a). *Hva er personopplysninger*. Hentet 21. mars 2023 fra

<https://sikt.no/hva-er-personopplysninger>

Sikt. (u.å.b). *Informasjon til deltakere i forskningsprosjekt*. Hentet 21. mars 2023 fra

<https://sikt.no/informasjon-til-deltakarane-i-forskingsprosjekt>

Skogen, J. C., & Hjetland, G. J. (u.å). Hentet 14 februar 2023 fra

<https://psykiskhelse.no/psykiskoppvekst/felleskap/blir-ungdoms-psykiske-helse-pavirket-av-sosiale-medier/#heading5>

Språkrådet. (2022, 10. oktober). *Kredibel og kredibilitet -utan kred i rettskrivinga?*

<https://www.sprakradet.no/svardatabase/sporsmal-og-svar/kredibel-og-kredibilitet--utan-kred-i-rettskrivinga/>

Store norske leksikon (2020, 4. mars) Erik Erikson, [https://snl.no/Erik\\_Erikson](https://snl.no/Erik_Erikson)



Strand, M., G. (2015, 10. oktober). Derfor vil ikke unge dusje etter gymmen. *Forskning.no*.  
<https://forskning.no/barn-og-ungdom-partner-psykologi/derfor-vil-ikke-ungdom-dusje-etter-gymtimen/466287>

Svelstad, O. E. (2022, 28. september). Sophie Elise avslører pillemisbruk -la seg inn på rehab.  
*NRK*. [https://www.nrk.no/kultur/sophie-elise-avslorer-pillemisbruk\\_-la-seg-inn-pa-rehab-1.16118491](https://www.nrk.no/kultur/sophie-elise-avslorer-pillemisbruk_-la-seg-inn-pa-rehab-1.16118491)

Tetzchner, S. v. (2012). *Utviklingspsykologi* (2 utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.

Thagaard, Tove. (2018). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitative metoder*.  
5. utgave. Fagbokforlaget: Bergen

Thornquist, E. (2018). *Vitenskapsfilosofi og vitenskapsteori* (2 utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Tjora, A. (2022, 2.januar). *Erving Goffman*. [https://snl.no/Erving\\_Goffman](https://snl.no/Erving_Goffman)

Ungdata (u.å). *Finn ungdata-tall for ungdomsskolen*. Hentet 12. september 2022 fra  
<https://www.ungdata.no/kartside/>

Universitetet i Oslo (2012, 13. desember). *Like*.  
<https://wiki.uio.no/hf/imk/sosialemedier/index.php/Like>

Universitetet i Oslo. (u.å.). *Nettskjema*. Hentet 11. februar 2021 fra  
<https://www.uio.no/tjenester/it/adm-app/nettskjema/index.html>

Vixen awards. (2021, 22. september). *Slik jobber juryen og dette er kriteriene for de ulike kategoriene*. <https://www.vixen.no/artikkel/slik-arbeider-juryen-og-dette-er-kriteriene-for-de-ulike-kategoriene>

Wikipedia (2022, 2. August). *Catherine Hakim*. Hentet 20.oktober 2022 fra [https://no.wikipedia.org/wiki/Catherine\\_Hakim](https://no.wikipedia.org/wiki/Catherine_Hakim)

Wikipedia (2023, 3. mai). *Sophie Elise*. Hentet 4. mai 2023 fra [https://no.wikipedia.org/wiki/Sophie\\_Elise](https://no.wikipedia.org/wiki/Sophie_Elise)

# Vedlegg 1: Intervjuguide

## Intervjuguide fokusgruppeintervju

Dette er den foreløpige intervjuguiden til mine fokusgruppeintervju. For fokusgruppeintervju anbefales det å lage en intervjuguide som en mental forberedelse og finne noen spørsmål som skisserer hovedtrekkene for hva man ønsker svar på. Under selve intervjuet bør man følge gruppens vendinger, kommentere og komme med oppfølgingsspørsmål underveis. Det anbefales å la intervjuguiden være en hjelp underveis med sine gjennomtenkte formuleringer, men at den ikke skal brukes slavisk og i den tro at man kan klare å standardisere et fokusgruppeintervju (Malterud, 2012, s. 72).

Hei og velkommen!

Jeg vil starte med å takke for at de har valgt å være deltager i mitt forskningsprosjekt. Jeg starter med å kort presentere meg selv, fortelle litt om selve masteroppgaven og hvorfor jeg har valgt å forske på dette. Jeg vil gå igjennom punktene i samtykkeskjema og be de underskrive dette. Jeg vil utdype at jeg har taushetsplikt, og at det som sies under intervjuet skal bli mellom oss. Så vil jeg vil informere om at det tas lydopptak av at intervjuet og si kort om oppbevaring og senere sletting av materialet. Tilslutt gjentar jeg at det er frivillig å delta og at man på hvilket som helst tidspunkt kan trekke seg.

Et av kriteriene for å være med er at deltagerne har kontoer i sosiale media. Jeg ønsker å starte med noen generelle spørsmål om deres SoMe bruk.

- I hvilke sosiale media har dere kontoer og hva bruker dere mest?
- Hvor ofte sjekker du innom sosiale media?
- Hva bruker dere sosiale media til? Evt. Hvordan bruker dere sosiale media?

- Poster dere mange bilder selv på sosiale media?
- Hvem følger dere på sosiale media?

Videre ønsker jeg å stille spørsmål som er mer relatert til forskningsspørsmålet mitt:

*Hvordan erfarer jenter mellom 16 og 19 år fokuset på kropp og utseende i sosiale media?*

- En del forskning viser til at ungdom i dag opplever at det er et stort fokus på kropp i sosiale media. Kan dere si noe om deres opplevelser rundt dette?
- Kan dere si noen om hva dere tenker om at man deler bilder av seg selv i sosiale media? Påkledd vs avkledd?
- Hvordan opplever dere alle bildene av kropp i sosiale media, påvirker det dere? Og i så fall, på hvilken måte?

Be om at vi kan diskutere følgende:

- Hva slags bilder har dere inntrykk av at folk (?) legger ut på sosiale media?
- Diskuterer dere bilder dere ser på sosiale media dere imellom?
- Hva tenker dere på når dere hører: Den perfekte kropp?
- Hva tenker dere når dere hører: Kroppspress?

Tips:

- Husk å ta pauser underveis

Takk for at du deltok!

## Vedlegg 2: Svarbrev fra Regional etisk komite



<b>Region:</b>	<b>Saksbehandler:</b>	<b>Telefon:</b>	<b>Vår dato:</b>	<b>Vår referanse:</b>
REK nord	Susanne Ramstad	77660388	08.07.2021	303571

Anne-Sofie Sand

**Fremleggingsvurdering:** Kroppspress og sosiale medier

**Søknadsnummer:** 303571

**Forskningsansvarlig institusjon:** UiT Norges arktiske universitet

### **Fremleggingsvurdering vurderes som ikke fremleggingspliktig for REK.**

#### **Søkers beskrivelse**

*Prosjektet er en masteroppgave i Helsesykepleie. Ungdom bruker sosiale medier i stor grad, og det er vist at gutter og jenter påvirkes ulikt av dette. Det er vist at ungdommers selvbilde kan bli negativt påvirket av denne bruken. Helsesykepleiere møter ungdom både i skole- og helsestasjon sammenheng. Å få mer kunnskap om ungdommers erfaringer med sosiale medier er viktig med tanke på hvordan Helsesykepleier best kan møte ungdom i en sårbar fase med hensyn til selvbilde og kroppspress. Det er planlagt to sesjoner med fokusgruppeintervju med jenter i alderen 16-18 år, rekruttert fra videregående skole.*

Vi viser til forespørsel om fremleggingsplikt for ovennevnte forskningsprosjekt mottatt 30.06.2021. Forespørselen er behandlet av sekretariatet i REK nord på delegert fullmakt fra komiteen, med hjemmel i forskningsetikkforskriften § 7, første ledd, tredje punktum.

Vi gjør oppmerksom på at dette ikke er et vedtak men en vurdering og konklusjon som må anses som veiledende jf. forvaltningsloven § 11

#### **REKs vurdering**

De prosjektene som skal framlegges for REK er prosjekt som dreier seg om «*medisinsk og helsefaglig forskning på mennesker, humant biologisk materiale eller helseopplysninger*», jf. helseforskningsloven § 2. «*Medisinsk og helsefaglig forskning*» er i § 4 a), definert som «*virksomhet som utføres med vitenskapelig metodikk for å skaffe til veie ny kunnskap om helse og sykdom*». Det er altså formålet med studien som avgjør om et prosjekt skal anses som framleggelsespliktig for REK eller ikke.

I dette masterprosjektet er formålet «å få utdypende kunnskap om unge jenters erfaring med sosiale medier, og hvordan dette påvirker forhold som har med selvbilde og kroppspress å gjøre.»

Etter beskrivelsen av prosjektet fremstår prosjektet ikke som et medisinsk og helsefaglig forskningsprosjekt som faller innenfor helseforskningsloven.

Om ovenstående er nærliggende til helseopplysninger er ikke relevant i denne sammenhengen, det er formålet med studien som er avgjørende.

### **Konklusjon**

Prosjektet er ikke framleggingspliktig, jf. helseforskningsloven § 2.

Prosjekter som faller utenfor helseforskningslovens virkeområde kan gjennomføres uten godkjenning av REK. Det er institusjonens ansvar å sørge for at prosjektet gjennomføres på en forsvarlig måte med hensyn til for eksempel regler om taushetsplikt og personvern

Med vennlig hilsen

May Britt Rossvoll Ramstad

sekretariatsleder


Susanne Ramstad

seniorrådgiver

*Kopi til:*

UiT Norges arktiske universitet

## Vedlegg 3: NSD/Sikt: Vurdering med vilkår

 Sikt

[Meldeskjema](#) / [#Glansbilder](#) / Vurdering

### Vurdering av behandling av personopplysninger

<b>Referansenummer</b> 588643	<b>Vurderingstype</b> Med vilkår	<b>Dato</b> 10.09.2021
----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------

**Prosjektittel**  
#Glansbilder

**Behandlingsansvarlig institusjon**  
UiT Norges Arktiske Universitet / Det helsevitenskapelige fakultet / Institutt for helse- og omsorgsfag

**Prosjektansvarlig**  
Anne-Sofie Sand

**Student**  
Karoline Øyan

**Prosjektperiode**  
16.08.2021 - 27.05.2022

**Kategorier personopplysninger**  
Alminnelige

**Lovlig grunnlag**  
Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 27.05.2022.

[Meldeskjema](#)

**Kommentar**  
NSD har vurdert at personvernulempen i denne studien er lav. Du har derfor fått en forenklet vurdering med vilkår.

**HVA MÅ DU GJØRE VIDERE?**  
Du har et selvstendig ansvar for å følge vilkårene under og sette deg inn i veiledningen i denne vurderingen. Når du har gjort dette kan du gå i gang med datainnsamlingen din.

**HVORFOR LAV PERSONVERNULEMPE?**  
NSD vurderer at studien har lav personvernulempe fordi det ikke behandles særlige (sensitive) kategorier eller personopplysninger om straffedommer og lovovertridelser, eller inkluderer sårbare grupper. Prosjektet har rimelig varighet og er basert på samtykke. Dette har vi vurdert basert på de opplysningene du har gitt i meldeskjemaet og i dokumentene vedlagt meldeskjemaet.

**VILKÅR**  
Vår vurdering forutsetter:

- At du gjennomfører datainnsamlingen i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet
- At du følger kravene til informert samtykke (se mer om dette under)
- At du laster opp oppdatert(e) informasjonsskriv i meldeskjemaet og sender inn meldeskjemaet på nytt.
- At du ikke innhenter særlige kategorier eller personopplysninger om straffedommer og lovovertridelser
- At du følger retningslinjene for informasjonssikkerhet ved den institusjonen du studerer/forsker ved (behandlingsansvarlig institusjon)

Dersom du er student skal du dele meldeskjemaet med prosjektansvarlig (din veileder). Del ved å trykke på knappen «Del prosjekt» øverst til venstre i meldeskjemaet. Prosjektansvarlig bes akseptere invitasjonen innen en uke. Dersom invitasjonen utløper, må han/hun inviteres på nytt.

#### KRAV TIL INFORMERT SAMTYKKE

De registrerte (utvalget ditt) skal få informasjon om behandlingen og samtykke til deltakelse. Informasjonen du gir må minst inneholde:

Studiens formål (din problemstilling) og hva opplysningene skal brukes til

Hvilken institusjon som er behandlingsansvarlig

Hvilke opplysninger som innhentes og hvordan opplysningene innhentes

At det er frivillig å delta og at man kan trekke seg så lenge studien pågår uten at man må oppgi grunn

Når behandlingen av personopplysninger skal avsluttes og hva som skal skje med personopplysningene da: sletting, anonymisering eller videre lagring

At du behandler opplysninger om den registrerte (utvalget ditt) basert på deres samtykke / At du behandler opplysningene om dine deltakere basert på deres samtykke

At utvalget ditt har rett til innsyn, retting, sletting, begrensning og dataportabilitet (kopi)

At utvalget ditt har rett til å klage til Datatilsynet

Kontaktopplysninger til prosjektleder (evt. student og veileder)

Kontaktopplysninger til institusjonens personvernombud

Ta gjerne en titt på våre nettsider og vår mal for informasjonsskriv for hjelp til formuleringer:

<https://www.nsd.no/personverntjenester/fyll-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/sjekkliste-for-informasjon-til-deltakerne/>

Når du har oppdatert informasjonsskrivet med alle punktene over laster du det opp i meldeskjemaet og trykker på «Bekreft innsending» på siden «Send inn» i meldeskjemaet.

#### TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 27.05.2022.

#### FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

Dersom du benytter en databehandler i prosjektet, må behandlingen oppfylle kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29.

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og/eller rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

#### NSD SIN VURDERING

NSDs vurdering av lovlig grunnlag, personvernprinsipper og de registrertes rettigheter følger under, men forutsetter at vilkårene nevnt over følges.

#### LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Forutsatt at vilkårene følges, er det NSD sin vurdering at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag



for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

#### PERSONVERNPRINSIPPER

Forutsatt at vilkårene følges, vurderer NSD at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen

formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke behandles til nye, uforenlige formål

dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet

lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

#### DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Forutsatt at informasjonen oppfyller kravene i vilkårene nevnt over, vurderer NSD at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), dataportabilitet (art. 20).

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

#### MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde:

<https://www.nsd.no/personverntjenester/fyile-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema>


Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

#### OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

## Vedlegg 4: Godkjenning NSD/Sikt

 Sikt

[Meldeskjema](#) / [#Glansbilder](#) / [Vurdering](#)

### Vurdering av behandling av personopplysninger

<b>Referansenummer</b> 588643	<b>Vurderingstype</b> Med vilkår	<b>Dato</b> 08.10.2021
----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------

**Prosjekttittel**  
#Glansbilder

**Behandlingsansvarlig institusjon**  
UiT Norges Arktiske Universitet / Det helsevitenskapelige fakultet / Institutt for helse- og omsorgsfag

**Prosjektansvarlig**  
Anne-Sofie Sand


**Student**  
Karoline Øyan

**Prosjektperiode**  
16.08.2021 - 27.05.2022

**Kategorier personopplysninger**  
Alminnelige


**Lovlig grunnlag**  
Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 27.05.2022.

[Meldeskjema](#) 

**Kommentar**  
NSD bekrefter å ha mottatt et revidert informasjonsskriv/endret dokument. Vi gjør oppmerksom på at vi ikke foretar en vurdering av skrevet/dokumentet, og vi forutsetter at du har foretatt de endringene vi ba om. Dokumentasjonen legges ut i Meldingsarkivet og er tilgjengelig for din institusjon sammen med øvrig prosjektdokumentasjon. Vurderingen med vilkår gjelder fortsatt.

## Vedlegg 5: Endring i prosjektsluttdato NSD/ Sikt

 Sikt

[Meldeskjema](#) / [#Glansbilder](#) / Vurdering

### Vurdering av behandling av personopplysninger

<b>Referansenummer</b> 588643	<b>Vurderingstype</b> Med vilkår	<b>Dato</b> 09.06.2022
----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------

**Prosjekttittel**  
#Glansbilder

**Behandlingsansvarlig institusjon**  
UIT Norges Arktiske Universitet / Det helsevitenskapelige fakultet / Institutt for helse- og omsorgsfag

**Prosjektansvarlig**  
Anne-Sofie Sand

**Student**  
Karoline Øyan

**Prosjektperiode**  
16.08.2021 - 31.12.2022

**Kategorier personopplysninger**  
Alminnelige

**Lovlig grunnlag**  
Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 31.12.2022.

[Meldeskjema](#)

**Kommentar**  
Personverntjenester har vurdert endringen i prosjektsluttdato.

Vi har nå registrert 31.12.2022 som ny sluttdato for behandling av personopplysninger.

Vi vil følge opp ved ny sluttdato for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Kontaktperson: Lene Chr. M. Brandt

Lykke til videre med prosjektet!

## Vedlegg: 6 Informasjonsskriv/samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet

### ***#Glansbilder?***

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å skaffe mer kunnskap om hvordan unge jenter erfarer å bli påvirket av fokuset på kropp og utseende i sosiale media. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

Dette er et informasjonsbrev til aktuelle deltagere til et fokusgruppeintervju i forbindelse med min masteroppgave i helsesykepleie med tittel #Glansbilder. Hensikten med denne oppgaven er å skaffe mer kunnskap om hvordan unge jenter erfarer å bli påvirket av fokuset på kropp og utseende i sosiale media. Oppgavens forskningsspørsmål er: *Hvordan erfarer jenter mellom 16 og 18 år fokuset på kropp og utseende i sosiale media?*

#### **Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?**

*Norges arktiske universitet, UIT*, er ansvarlig for prosjektet.

#### **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

Du har blitt spurt om å delta i denne studien fordi du passer til beskrivelsen av utvalget som skal undersøkes. Det vil si at du er en jente mellom 16-19 år, som har en eller flere brukerkontoer i sosiale medier og bruker disse daglig (ingen krav om hvor ofte du legger ut bilder). Du må være komfortabel med å kunne snakke om kropp og tilhørende tematikk. Jeg har fått tillatelse av rektor ved ..... videregående skole til å rekruttere deltagere fra de ulike klassene ved skolen.

#### **Hva innebærer det for deg å delta?**

Hvis du velger å delta i prosjektet innebærer det at du:

- Møter opp til avtalt tid for fokusgruppeintervju på et rom vi har fått tillatelse til å bruke på skolen, en ettermiddag rett etter skoletid.
- Deltar på fokusgruppeintervjuet sammen med 4-6 andre deltakere. Intervjuet vil vare i ca 90 minutter.
- Svarer på spørsmål under gruppeintervjuet og er med på å drøfte tematikken sammen med de andre i gruppen. Intervjuet vil bli tatt opp på lydfil og lagret, før innholdet i lydfilen blir overført til tekst (transkribert).
- Du behøver du ikke tillatelse fra dine foreldre/foresatte til å delta, men du oppfordres til å fortelle hjemme at du er deltager i et fokusgruppeintervju.

### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

### **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Lydopptaket av intervjuet og tekstmaterialet er det kun jeg og min veileder som har tilgang til, og vil bli destruert når prosjektet er ferdig. Vi har taushetsplikt, og det som fremkommer av informasjon i intervjuene vil ikke kunne spores tilbake til enkeltpersoner.
- Navnet ditt vil ikke bli brukt under intervjuet og dine uttalelser vil derfor ikke kunne spores til deg som person i det transkriberte materialet.
- Under intervjuene vil jeg ha med en medstudent som sekretær. Vedkommende har også taushetsplikt.
- Det vil bli brukt nettskjema-diktafon app fra UIO som laster lydfilen rett inn i Onedrive, som er sikret med to-faktorautentisering. Kun veileder og student vil ha tilgang til dette materialet.
- Masteroppgaven vil publiseres i UiTs vitenarkiv, Munin, i tillegg til aktuelle tidsskrifter om man får adgang til dette.

### **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Opplysningene du gir under intervjuet avidentifiseres allerede ved transkriberingen av lydfilen. Videre vil lydfil og transkripsjon slettes ved prosjektets slutt, tentativt mai 2022 og senest desember 2022 ved en utsatt innlevering av oppgaven.

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Norges arktiske universitet, UIT har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

### **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Veileder for oppgaven:  
Anne-Sofie Sand, Førsteamanuensis ved Bachelorutdanningen i sykepleie, ved UIT  
e-post: [anne-sofie.sand@uit.no](mailto:anne-sofie.sand@uit.no) eller tlf: [77660673](tel:77660673)
- Masterstudent:  
Karoline Øyan  
e-post: [koy004@post.uit.no](mailto:koy004@post.uit.no) eller tlf: 41566532
- UiTs personvernombud:  
[personvernombud@uit.no](mailto:personvernombud@uit.no) eller tlf: 776 46 322

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost ([personverntjenester@nsd.no](mailto:personverntjenester@nsd.no)) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

*Prosjektansvarlig*

Anne-Sofie Sand

*Masterstudent*

Karoline Øyan

---

## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet #Glansbilder, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i prosjektet ved å delta i fokusgruppeintervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg 7: Brev til rektor

### Forespørsel om tillatelse til å finne informanter til mitt Mastergradsprosjekt ved ..... videregående skole

Mitt navn er Karoline Øyan og jeg er student ved det helsevitenskapelige institutt på UIT, Norges arktiske universitet, master i helsesykepleie. Jeg er i gang med min masteroppgave som omhandler ungdom, kroppsbilde og sosiale media med tittel #Glansbilder. Det er i forbindelse med dette at jeg nå tar kontakt med deg. I min masteroppgave planlegger jeg å utføre fokusgruppeintervju med unge jenter og spørre om deres erfaringer vedrørende kroppsfokuset i sosiale media. Jeg ber derfor om tillatelse til å komme inn i ulike klasser ved [skolenavn] og informere om dette prosjektet med den hensikt å finne deltagere. Videre lurer jeg på om det er mulig å få disponere et rom på skolen etter skoletid for selve fokusgruppeintervjuene.

Vedlagt er en mer detaljert beskrivelse av prosjektet som jeg håper å kunne få dele ut til lærere ved skolen slik at de kanskje kan være behjelpelig med å informere om prosjektet.

Informantenes svar vil behandles konfidensielt etter gjeldene forskrifter ved UIT. Informasjon om min taushetsplikt og hvordan forskningsmaterialet skal ivaretas vil formidles til deltagerne i studien. Deltakerne vil måtte signere et samtykkeskjema hvor de samtykker til at det de deler i intervjuet blir brukt i forskning, samt at det de får kjennskap til om andre gjennom intervjuet er taushetsbelagt. I forkant av studien vil alle potensielle deltagere informeres om at de på hvilket som helst tidspunkt og uten grunn kan trekke seg fra studien. Eventuelle koronarestriksjoner vil bli overholdt.

Min kontaktinformasjon er

Telefon: 415 66532

Mail: koy004@post.uit.no

Med vennlig hilsen,

Karoline Øyan

Student ved det helsevitenskapelige institutt, UIT, Master i helsesykepleie





