



# EN FALSK VIRKELIGHET

En kvalitativ studie av kroppspress blant unge jenter på instagram



Inger Marie Iversen  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU  
Vår 2019

## **Forord**

Jeg vil først og fremst rekke en stor takk til min veileder Lisa Reutter, for inspirasjon, drivende engasjement og konstruktiv kritikk til min oppgave. Med din hjelp har det vært lettere å finne motivasjon til og komme i gang med skriveprosessen.

Jeg vil også rekke en stor takk til mine engasjerte informanter. Takk for at dere ville være en del av dette forskningsprosjektet og takk for at dere åpent dere og delte tanker og erfaringer med meg.

Til slutt vil jeg også rekke en stor takk til familie og venner som har støttet og motivert meg gjennom hele forskningsprosjektet. En spesiell takk til min gode venninne Annette Utaker som har lest gjennom oppgaven og bidratt med konstruktiv kritikk og korrektur.

Trondheim, Mai. 2019  
Inger Marie Iversen

# Innholdsfortegnelse

<b>1. Innledning</b> .....	<b>4</b>
1.1. Faglig relevans .....	5
1.2. Begrepsavklaring .....	6
1.3. Tidligere forskning.....	6
1.4. Problemstilling .....	7
1.5. Oppgavens struktur .....	8
<b>2. Teori</b> .....	<b>8</b>
2.1. Looking glass-self .....	8
2.2. Dramaturgi og rollespill .....	9
2.3. Sosial innflytelse og sosiale normer .....	10
2.4. Habitus .....	10
2.5. Operasjonalisering av oppgavens problemstilling. ....	11
<b>3. Metode</b> .....	<b>11</b>
3.1. Datagrunnlag .....	11
3.2. Datainnsamling .....	12
3.3. Datakvalitet – pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet .....	13
3.4. Forskerrollen og etiske betraktninger .....	14
<b>4. Analyse</b> .....	<b>14</b>
4.1. <b>Hvordan bruker unge jenter instagram som en arena for sammenligning?</b> .....	<b>15</b>
4.1.1. Likes, antall følgere og popularitet .....	15
4.1.2. En falsk virkelighet .....	17
4.1.3. Oppsummering og teoretisk diskusjon.....	19
4.2. <b>Hvordan konstrueres det en idealkropp på instagram?</b> .....	<b>20</b>
4.2.1. Influencers påvirkningskraft .....	20
4.2.2. En sammensatt prosess. ....	21
4.2.3. Oppsummering og teoretisk diskusjon.....	22
<b>5. Diskusjon/Konklusjon</b> .....	<b>23</b>
5.1. Diskusjon .....	23
5.2. Hovedfunn .....	25
5.3. Avsluttende ord.....	26
<b>6. Litteraturliste</b> .....	<b>27</b>
<b>7. Vedlegg 1: Intervjuguide</b> .....	<b>29</b>
<b>8. Vedlegg 2: Brev til informanter</b> .....	<b>30</b>

# 1. Innledning

Kroppspres i sosiale medier er et omdiskutert tema i dagens samfunn. Generasjonen som vokser opp i dag blir på daglig basis møtt av perfekte, idealiserte og i verste fall manipulerede kropper gjennom sosiale medier både via *influencere*, venner og ytterligere.

Kroppseksponeringen i sosiale medier bidrar til en sammenligningskultur som kan betraktes som skremmende.

Hvordan vi opplever oss selv og vår egen identitet henger sammen med hvordan vi sammenligner oss med andre, og hvordan vi oppfattes av andre. Ungdom i dag måler seg selv og sammenligner seg selv med en illusjon på Instagram, blogger og Facebook. Dette har skapt en enorm kulturell og sosial endring i hvordan ungdom tenker om seg selv (Brandtzæg, 2018).

Brandtzæg forteller at ungdom bygger sitt eget selvbylde og identitet ved å sammenligne og måle seg med andre, noe som har ført til en kulturell endring i forhold til hvordan ungdom tenker om seg selv (Brandtzæg, 2018). Vi kan dermed si at det eksisterer en sammenligningskultur i sosiale medier. Flere av de største *influencerne* har fått kritikk for å bidra til et uoppnåelig kropps- og utseendeideal. I 2013 la *influenceren* Caroline Berg Eriksen aka *footballfrue* ut et bilde på den sosiale mediekanalen *instagram* hvor hun viste fram sin flate mage i ført sexy undertøy kun fire dager etter fødsel, noe som skapte sterke reaksjoner blant mange nordmenn. Mange kritiserte *footballfrue* som hadde over 200 000 følgere på *instagram* på den tiden for å være kroppsfokusert og at hun frontet et usunt ideal for sine unge følgere (Bråthen & Misje, 2013). Sophie Elise Isachsen er en av Norges største bloggere og blir sett på som en *influencer* for unge jenter. I tillegg til at hun driver en stor blogg har hun også en *instagram*profil med over 400 000 følgere. Sophie Elise har flere ganger blitt kritisert for å ha et usunt kropps- og utseendefokus da hun ofte publiserer lettkledde bilder på *instagram* samt at hun har endret på utseende ved å gjennomføre flere plastiske operasjoner, noe hun har vært åpen om både på bloggen og *instagram*profilen. Sophie Elises bloggkollega Kristin Gjelsvik kalte henne *Norges farligste forbilde* etter at hun i 2019 publiserte et innlegg på bloggen hvor hun snakket om sine kompleks angående høyt hodebunnsfeste og at hun derfor har valgt å tatovere hodebunnen for å bli kvitt med komplekset (Eilertsen, 2019). Denne kritikken bidro til at det ble en offentlig debatt mellom de to bloggerne på NRK. Diskusjonen dreide seg rundt hvor linjene skal gå i forhold til ansvaret *influencerne* har med tanke på kroppspresset, samt hvilket ansvar politikerne har i forhold til å bli kvitt med problemet.

Det er mye diskusjon i media i forhold til dagens *kroppspress* men hva menes egentlig med fenomenet? Kroppspress kan beskrives som tanker og følelser man har om at kroppen skal se ut på en bestemt måte. Når man føler eller opplever at man ikke strekker opp til de forventede normene, at man har feil og mangler, ikke ser bra nok ut eller er unormal kan man kjenne seg utsatt for kroppspress (Vrabel, 2018). I dagens samfunn er normene for hvordan man skal se ut svært trange, og en av grunnene til dette er eksponeringen av oss selv i sosiale medier. Dette gjør at det skal mindre til før unge føler at deres kropp ikke imøtekommer idealene, som ofte er ekstreme og uoppnåelige (Gulbrandsen, 2018). Sosiale medier har vokst dramatisk de siste årene og ungdommer har aldri før tilbrakt så mye tid foran skjermen som de gjør i dag. Sosiale medier er blitt en av de grunnleggende måtene vi kommuniserer på og kan følge oss overalt da smarttelefoner og nettbrett er noe de fleste bærer rundt på (Aalen, 2013: 12). I følge tall fra Statistisk sentralbyrå (2018) sier 89 % av unge mellom 16 og 24 år at de bruker sosiale medier daglig eller nesten daglig. Resultatet av Ungdata-rapporten 2018 viser at syv av ti ungdommer opplever et press om å se bra ut, eller å ha en fin kropp (Bakken, 2018: 72). Det er veldig realistisk at disse tallene fra statistisk sentralbyrå og Ungdata henger sammen da unges fokus på kropp og utseendet har økt i takt med eksponeringen i sosiale medier (Hafsaas, 2014).

### **1.1. Faglig relevans**

Symbolisk interaksjonisme er en retning innenfor sosiologiske perspektiver som legger vekt på at interaksjon mellom mennesker er en samfunnsdannende enhet (Tjora, 2017: 26). Innenfor symbolisk interaksjonisme studerer man sosiale situasjoner på mikronivå, hvordan de oppstår og hvordan de danner grunnlag for sosialisering, utvikling av normer, kulturer og samfunn. ”Når vi i detalj studerer sosial interaksjon, er vi derfor ikke bare opptatt av interaksjonen som sådan, men av hvordan den både forteller oss noe om samfunnet og bidrar til samfunnet (...) hvordan denne interaksjonen *er* samfunnet” (Tjora, 2017: 26). Sosiale medier har endret måten vi kommuniserer på (Aalen, 2013), og som vi har sett er de fleste unge på sosiale medier daglig. Sosiale medier er derfor interessant å forske på innenfor sosiologiske rammer, for å se på hvilken måte det bidrar til å forme mennesker og samfunn, og i denne sammenhengen hvordan det former unges forhold til egen kropp. Oppgaven vil være sentralisert rundt tre viktige sosiologiske begrep: *normer, selvbilde og internalisering*. Disse begrepene vil bli brukt for å undersøke hvordan sammenligningskulturen i sosiale medier kan

bidra til å sette normer for hvordan kroppen skal se ut og hvordan internalisering av disse normene kan føre til opplevelse av kroppspress og lavt selvbilde blant unge jenter.

### **1.2. Begrepsavklaring**

Spesielt tre begrep som kan virke fremmed vil være viktig å redegjøre for i denne oppgaven da de danner mye av det grunnleggende som dette forskningsprosjektet er bygget opp under. *Sosiale medier* er i følge Aalen (2013) sosiale nettverkssider hvor man konstruerer en offentlig eller halv-offentlig profil innenfor et begrenset system og har relasjon til andre over nett hvor man får oversikt over relasjonenes aktiviteter på det sosiale mediet. *Instagram* er et eksempel på et sosialt medium. *Instagram* er en bildedelingstjeneste hvor man kan publisere bilder og korte videoklipp. I følge App Store (2019) er *instagram* en plattform hvor du kan dele øyeblikk med venner og familie samt utforske kontoer fra hele verden som deler ting du elsker og hele poenget på *instagram* er å sanke likes og følgere. Influencere har ofte mange følgere og betegnes enkelt forklart som en person som gjennom sin autoritet, forhold til sitt publikum eller kunnskap på et område kan påvirke til andre menneskers handlinger, verdier og atferd. (XMAG, 2018). Kjendiser og bloggere er rollemodeller som ofte blir assosiert med betegnelsen *influencere*, men om du har påvirkningskraft på dine følgere så kan du bli betraktet som en *influencer* på *instagram*. Begrepet *influencere* vil bli brukt i oppgavens analyse for å sikte til mine informanternes rollemodeller på *instagram*, og da spesielt mikro-influencere som jeg ville komme tilbake til betydningen av i oppgavens analyse.

### **1.3. Tidligere forskning**

Det har vært mye forskning om temaet *kroppspress i sosiale medier* tidligere, så i denne delen av oppgaven skal jeg trekke fram noen som eksempler for å se hvilke resultater data har gitt tidligere. Et prosjekt som er gjennomført i Norge er *Prosjekt Perfekt* av ungdomsorganisasjonen Press (Nylander, 2018). Det ble gjennomført både en kvantitativ og en kvalitativ undersøkelse for å få best mulig overblikk og data på feltet. Resultatene fra den kvantitative undersøkelsen viste at det er store kjønnsforskjeller i forhold til hvem som opplever kroppspress. Hele 59 % av jentene avslørte at de opplevde kroppspress i motsetning til guttene hvor 23 % erfarte kroppspress (Nylander, 2018). *Instagram* var den plattformen som gjorde at flest ønsket de så annerledes ut. 30 % ønsket de kunne endret på utseendet etter å ha brukt *instagram*. Resultater fra undersøkelsen viste at det er stor korrelasjon mellom det å ha dårlig kroppsbilde og det å skulle ønske de så annerledes ut etter bruk av sosiale medier noe som betyr at idealer på sosiale medier blir internalisert og kan føre til negativt kroppsbilde blant unge (Nylander, 2018). Den kvalitative delen av *Prosjekt perfekt* viste at

informantene var enige i hva som utgjør den standardiserte idealkroppen, spesielt for jentene. I følge informantene i undersøkelsen er normen for den idealiserte kvinnekroppen: smal midje, stor rumpe og store pupper. En av informantene fortalte: ”En med sixpack og sånn, flat mage, selvfølgelig må man trene” (Nylander, 2018: 50). Jentene i undersøkelsen poengterer at sosiale medier er en arena hvor de presenteres for de standardiserte og ofte uoppnåelige idealene.

En tidligere studie som kan trekkes fram som interessant for denne oppgaven er gjort av Maria Tiggemann og Mia Zaccardo. De publiserte i 2015 en studie om hvordan *fitspiration-imagery* (veltrentinspirerte bilder) påvirker kvinners kroppsbilde (Tiggemann & Zaccardo, 2015). *Fitspiration-imagery* er bilder som blir publisert i sosiale medier av f.eks. sunn mat, veltrente kropper og treningsøvelser for å inspirere til sunnere livsstil. For å se på korrelasjonen mellom eget kroppsbilde og eksponeringen av bilder av veltrente kvinner, brukte de en kontrollgruppe som ble eksponert for reisebilder for å se forskjellen på representantenes kroppsbilde mellom de to gruppene. Hovedgruppen ble vist bilder av veltrente kvinner håndplukket ut fra emneknaggen *fitspiration* på instagram, og den andre gruppen ble vist bilder fra emneknaggen *travelling*. Deretter fikk de beskjed om å svare på et spørreskjema som innebar spørsmål om deres humør, kroppsmisnøye, selvtillit, om de følte seg inspirert, om sammenligning av utseende osv. (Tiggemann & Zaccardo, 2015: 63). Resultatene fra denne undersøkelsen viser at når unge kvinner blir eksponert for bilder av veltrentinspirerte kropper, så kjenner de på økt følelse av kroppsmisnøye, dårligere selvtillit og dårligere humør i forhold til når de ble eksponert for bilder av reising (Tiggemann & Zaccardo, 2015: 65). Tiggemann og Zaccardo argumenterer for at eksponeringen av *veltrentinspirerte bilder* fører til en sammenligning som bidrar til negativ innflytelse på kvinners kroppsbilde og selvtillit.

#### **1.4. Problemstilling**

Som vi har sett innledningsvis er det svært mange unge som til daglig bruker sosiale medier, samt at tall fra tidligere forskning viser til kjønnsforskjeller og at det er jenter som i størst grad opplever kroppspress. Derfor vil jeg i denne oppgaven fokusere på unge jenters opplevelse av kroppspress på instagram. Problemstillingen jeg har valgt å stille til denne bacheloroppgaven er som følge: *Hvordan fører sammenligningskulturen på instagram til kroppspress blant unge jenter?*

### **1.5. Oppgavens struktur**

I det påfølgende kapitlet om teori vil jeg redegjøre for sosiologiske perspektiver innenfor den symbolske interaksjonismen og enkelte begrep som vil gi oppgaven en sosiologisk ramme. I metodekapittelet vil jeg beskrive valg av metode, datagenereringen samt oppgavens styrker og svakheter gjennom å vurdere datakvaliteten. Metodekapittelet blir etterfulgt av et analysekapittel som vil være føreste del av kjernen i oppgaven. Her vil jeg redegjøre for analyserte funn fra datagenereringen, vise til likheter og ulikheter blant mine informanternes meninger for deretter å trekke linjer mellom de sosiologiske rammene oppgaven bygger på og informantenes uttalelser. I oppgavens siste kapittel vil jeg diskutere funnene fra analysen opp mot oppgavens overordnede problemstilling som vil være oppgavens andre kjerne, presentere tre hovedfunn fra oppgaven og deretter vurdere muligheter for videre forskning innenfor feltet og reflektere over prosjektets begrensninger.

## **2. Teori**

I oppgavens innledning har vi sett på eksempler fra tidligere forskning innenfor feltet og i dette kapitlet vil jeg presentere teoretiske perspektiver samt relevante begrep som vil gi oppgaven en sosiologisk ramme. Jeg vil redegjøre for to kjente teorier innenfor den symbolske interaksjonismen, Charles Cooleys *the looking glass-self* samt Erving Goffmans *dramaturgi og rollespill*. Jeg vil også presentere begrepene *sosial innflytelse* og *sosiale normer* av John C. Turner og begrepet *habitus* av Pierre Bourdieu. Jeg vil også kort referere til hvordan perspektivene samt begrepene vil bli anvendt i oppgavens diskusjon.

### **2.1. Looking glass-self**

Teorien om 'the looking glass-self' er utviklet av Charles Cooley og handler om at menneskets selvbylde er basert på hvordan mennesket tror andre mennesker ser de (Rousseau, 2002: 1). Cooley sammenligner dette med når en person ser sitt eget speilbilde og enten er fornøyd med det en ser eller misfornøyd. Dette speilbildet sammenlignes med at man speiler seg i andres refleksjon av seg selv. Det er ifølge Cooley tre prosesser som fører til at mennesket utvikler sitt selvbylde basert på denne teorien: 1). Fantasien om hvordan utseendet appellerer til den andre personen. 2). Forestillingen av den andre personens dom av utseendet. Og 3). En selvfølelse basert på hvordan man tror man appellerer til den andre personen. (Rousseau, 2002: 4).

Cooleys teori om 'the looking glass-self' vil bli brukt i oppgavens analyse for å reflektere over hvordan informantene bygger sitt selvbylde basert på hvordan de tror de appellerer til



andre på instagram. Jones (2015) har brukt Cooleys teori for å undersøke ungdoms selvilde av å bruke den sosiale mediekanaalen youtube. Jones videreutviklet Cooleys teori og legger fram i sin tekst at når man bruker 'the looking glass-self' til å analysere fenomen i sosiale medier, så er ikke andres tilbakemeldinger forestilt, da sosiale medier er en åpen arena hvor tilbakemeldingene er observerbare (Jones, 2015: 100). Instagram også kan betraktes å være en plattform hvor man ikke behøver å forestille seg hvordan man appellerer til andre, da det er åpent for tilbakemeldinger i form av likes og kommentarer. Jones's videreutvikling vil jeg bruke til å analysere likes, kommentarer og antall følgere på instagram som former for tilbakemeldinger.

## **2.2. Dramaturgi og rollespill**

Erving Goffman argumenterte for at interaksjon mellom mennesker foregår ved at mennesker spiller ulike roller og dermed kontrollerer og styrer inntrykkene andre får av dem, noe han kalte *inntrykksstyring* (Goffman, 1992). Goffman sammenligner interaksjon mellom mennesker med en teaterscene. Der hvor opptreden hos en aktør finner sted kaller Goffman for *frontstage* eller *i kulissene* og kan betegnes som et "fasade-området" hvor aktøren går inn i en rolle for å gi visse inntrykk til sitt publikum om at han følger visse normer for det området han befinner seg i (Goffman, 1992: 93). Normene faller innenfor to grupperinger, og den gruppen vi er opptatt av i denne sammenheng er når aktøren i "fasade-området" følger visse normer for å unngå sanksjoner. Motsetningen av *frontstage* forklarer Goffman med begrepet *backstage* eller *bak kulissene* og kan beskrives som området aktøren befinner seg i når han trer ut av rollen og virkelig kan være seg selv uten å spille rollespill (Goffman, 1992: 96). Begrepet *frontstage* vil bli brukt i oppgaven for å henvise til hvordan unge jenter introduserer seg selv på instagram, med instagram som en symbolisert *teaterscene*. Med begrepet *backstage* vil jeg vise til hvordan realiteten ikke alltid står i samsvar med presentasjonen på *teaterscenen*.

Goffman var opptatt av aktørers mulighet for å opptre misvisende, noe som både kan være uten motiv eller med hensikt. Når noen prøver å opptre misvisende med hensikt setter de i følge Goffman opp en falsk fasade og når noen avslører den falske opptreden kan aktøren stå i fare for å miste sitt omdømme (Goffman, 1992: 55). Goffmans begrep om misvisende opptreden vil jeg bruke i oppgaven for å diskutere hvordan manipulering og presentasjonen av en falsk fasade på instagram fører til et sammenligningsgrunnlag som kan få negative konsekvenser for unge jenters dannelse av selvilde.

### **2.3. Sosial innflytelse og sosiale normer**

Sosial innflytelse handler i det store bildet om prosesser hvor mennesker direkte eller indirekte påvirker tanker, følelser eller handlinger hos andre (Turner, 1991: 1). Forskere innenfor feltet sosial innflytelse beskjeftiger seg med spørsmål som hvordan enkelte mennesker kan endre noens tankesett, verdier og handlinger, samt hvordan ulike sosiale grupper har forskjellige sosiale verdier og ser verden på forskjellige måter. Innenfor sosial innflytelse kan vi også se på konseptet bak sosiale normer og hvordan de skapes innenfor en tilhørighet eller i et samfunn (Turner, 1991: 2). En sosial norm kan forklares ut i fra likheter som oppstår gjennom sosial interaksjon eller gjennom relasjon mellom medlemmer i en tilhørighet eller gruppe. En norm er en akseptert måte å tenke, føle eller handle på som er godkjent og forventet fordi det er oppfattet som det riktige eller anstendige å gjøre (Turner, 1991). Normer har ulik variasjon i forhold til hvor viktige de er, og i hvilken grad intensiteten av godkjenningen eller avvisningen vil være av å følge/ikke følge normen (Turner, 1991: 3). Når man tar til seg den sosiale normen som en del av seg selv og egen tenkemåte snakker vi om *internalisering* (Turner, 1991).

I forhold til oppgavens overgående tema vil jeg bruke begrepet sosial innflytelse for å se på hvordan influencere kan bidra til å styre jenters tankesett og verdier i forhold til hvordan kroppen ”skal” se ut. Jeg vil argumentere for at influencere bidrar til å forme en idealkropp, ved og fronte veltrente kropper, som blir en sosial norm for hvordan kroppen skal se ut.

### **2.4. Habitus**

Begrepet *habitus* er kjent fra den franske sosiologen Pierre Bourdieu. *Habitus* kan forklares som mentale eller kognitive strukturer hos et menneske som bidrar til hvordan de handler innenfor den sosiale verden (Ritzer & Stepnisky, 2014: 520). Mennesker består av et sett med internaliserte mønster ut i fra hvordan de oppfatter, forstår og vurderer samfunnet og *habitus* betegnes som et resultat av de internaliserte sosiale strukturene. *Habitus* er oppnådd som følge av langvarige posisjoner i den sosiale verden og de som befinner seg i like posisjoner har en tendens til å ha lik *habitus* (Ritzer& Stepnisky, 2014: 521). *Habitus*en som er manifestet i et individ er anskaffet gjennom individets historiske bakgrunn. Selv om *habitus*en er en internalisert struktur som inneholder individets tanke- og handlingsmønstre, så bestemmer den ikke dem. *Habitus*en foreslår bare hva individet skal tenke og hva det skal velge å gjøre. Folk engasjerer seg i en bevisst overveielse av valgmuligheter, selv om beslutningsprosessen gjenspeiler bruken av *habitus* (Ritzer & Stepnisky, 2014: 521-522).

Med begrepet *habitus* refererer Bourdieu til disposisjoner som mennesker besitter for hvordan deres tanke og handlingsmønster er. Dette begrepet vil være interessant å bruke i kontekst med hvordan mine informanter har forskjellige meninger innfor deres syn og tankemønster på ulike aspekter ved instagram.

### **2.5. Operasjonalisering av oppgavens problemstilling.**

Den overordnede problemstillingen i denne oppgaven tar for seg hvordan sammenligningskulturen på instagram fører til kroppspress blant unge jenter. For å kunne svare på oppgaven best mulig har jeg valgt å dele oppgaven i to underproblemstillinger som vil gi oppgaven en rød tråd samt bidra til å samle datamaterialet i tematiske bolker. De to problemstillingen jeg vil svare på i analysen er følgende:

*UP1: Hvordan bruker unge jenter instagram som en arena for sammenligning?*

*UP2: Hvordan konstrueres en idealkropp gjennom instagram?*

## **3. Metode**

I dette forskningsprosjektet har jeg brukt dybdeintervjuer i form av kvalitativ metode for datagenerering. Jeg var i utgangspunktet opptatt av å forstå hvilke erfaringer, tanker og verdier mine informanter hadde rundt fenomenet kroppspress på instagram og mente derfor at denne metoden var den som i størst grad ville gi meg svar på forskningsspørsmålet. I følge Tjora (2017) kan man si at man som hovedregel bruker dybdeintervju når man vil studere meninger, holdninger og erfaringer. Dybdeintervju er basert på et fenomenologisk perspektiv hvor forskeren skal forsøke å forstå informantenes opplevelser og deres refleksjoner rundt et gitt fenomen (Tjora 2017). Metodekapittelet vil vise hvordan jeg har gått fra en sosiologisk nysgjerrighet (forskningsspørsmålet) til innsamling og bearbeiding av data. Jeg vil også i dette kapittelet diskutere forskningens kvalitet ved bruk av begrepene pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet for til slutt diskutere rundt de etiske betraktningene i forhold til forskningsprosjektet.

### **3.1. Datagrunnlag**

For at informantene skulle være relevante for min forskning måtte de ha erfaring eller kjennskap til den sosiale mediekanalen *instagram* og ble derfor strategisk (Tjora, 2017) valgt ut i fra dette. Å finne informanter til å stille opp til intervju ble lettere enn jeg hadde trodd, og jeg fikk god hjelp av bekjente til å anbefale mulige informanter. Siden jeg også har valgt å

forske spesifikt på unge jenter var det krav til kjønn og alder. Jeg valgte derfor mine informanter strategisk ut i fra at de var unge jenter mellom 18 og 25 år. Myndighet var en forutsetning for denne oppgaven da det kan være etisk uansvarlig å forske på mindreårige. Takhøyden på 25 år valgte jeg da det ikke skulle bli for stort sprang mellom mine informanter og for at det skulle være lettere å sammenligne tankeganger og verdier. Slik at det skal bli lettere å referere til mine informanter i oppgavens analyse har jeg laget en tabell for å vise til nødvendig informasjon. Navnene deres er fiktive slik at informantene forblir anonyme. Alder, daglig timeantall på instagram og passiv/aktiv bruker er reelt da dette er informasjon som ikke vil skade informantens anonymitet. Med timeantall på instagram menes det antallet informanten anslår at hun bruker på tjenesten hver dag, om de er aktive eller passive brukere vil si om de publiserer selv, eller bare observerer andre. Aktiv=publiserer, passiv=observerer.

<b>Fiktive navn</b>	<b>Alder</b>	<b>Tid på instagram</b>	<b>Passiv/Aktiv bruker</b>
<b>Mia</b>	19	Ca. 3 timer dagen	Svært aktiv
<b>Ida</b>	25	Ca. 1 time dagen	Svært passiv
<b>Mari</b>	24	Ca. 1-2 timer dagen	Aktiv og passiv

### **3.2. *Datainnsamling***

For å legge til rette for avslappet stemning og settinger hvor informantene følte seg trygge (Tjora, 2017) lot jeg de bestemme tid og sted for intervjuene. Alle tre intervjuene ble gjennomført hjemme hos dem. Til datagenereringen brukte jeg diktafon til opptak av samtalene, noe jeg på forhånd spurte informantene om de samtykket til. Intervjuene ble strukturert ut ifra en forberedt intervjuguide som tok for seg temaet intervjuene ville dreie seg rundt. Jeg merket under første intervju at intervjuguiden burde vært mer detaljert og utformet da jeg fant det vanskelig å improvisere om det ble stille fra informanten. Dette ble lettere for hvert intervju da jeg brukte tema fra foregående intervju til å stille oppfølgingsspørsmål, og intervjuene fikk en mer samtalepreget flyt som ofte også er idealet under dybdeintervju (Tjora: 158). Etter at dybdeintervjuene var gjennomført transkriberte jeg alt av materialet detaljert og satt igjen med et sett råmateriale som var klart for analysering. Under datagenereringen brukte jeg Aksel Tjoras (2017) stegvis-deduktive induktive metode (SDI-modellen). SDI-modellen handler om å arbeide i etapper fra rådata til konsepter eller teorier (Tjora, 2017: 18). Slik som jeg har gjort i dette forskningsprosjektet kan vi si at jeg har arbeidet i en induktiv prosess og gått fra rådata til teori, ved og først samle datamaterialet

basert på intervju av informanter. For deretter å utvikle konsepter som er blitt styrket ved å se på tidligere forskning og sosiologisk teori.

### **3.3. Datakvalitet – pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet**

Når vi driver kvalitativ forskning er det viktig å diskutere forskningens kvalitet, noe jeg vil gjøre i dette kapitlet ved å diskutere kriteriene pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet (Tjora, 2017). Når vi diskuterer oppgaven pålitelighet sikter vi til intern logikk eller sammenheng gjennom hele forskningsprosjektet (Tjora, 2017: 231). I kvalitative studier er det nødvendig å se på forskerens posisjon da forskerens engasjement kan virke som støy i prosjektet og påvirke resultatet (Tjora, 2017: 235). En av mine største utfordringer som forsker i dette prosjektet, var mitt engasjement til temaet jeg valgte å forske på. Jeg hadde ingen formening eller erfaring om hvor mye det ville påvirke forskningen på forhånd. Jeg er selv ung jente, bruker av bildedelingstjenesten instagram og har til tider selv følt meg utsatt for kroppspress. Mitt engasjement for tema tror jeg bidro til at jeg på forhånd hadde formeninger over hva jeg ville finne og hva jeg lette etter og jeg måtte derfor ta meg selv i dette under analysen av intervjuene. Jeg tror også at mitt engasjement til tema gjorde at det var lettere for meg og ikke være så avhengig av intervjuguiden under intervjuene og heller la flaten flyte lett under samtalene.

Gyldighet er knyttet til spørsmålet om de svarene prosjektet innhenter faktisk er svar på spørsmålene vi forsøker å stille (Tjora, 2017: 232). For at datamaterialet skulle besvare forskningsspørsmålet jeg stilte til oppgaven har jeg flere ganger i løpet av prosjektet endret oppgavens problemstilling da det ikke var samsvar mellom tidligere spørsmål og datamaterialet. Grunnlaget for dette kan være at intervjuguiden ble i stor grad utarbeidet på grunnlag av mine interessert innenfor temaet jeg ville forske på, mens informantene styrte i stor grad forskningen i andre retninger. I denne oppgaven kan vi styrke gyldigheten da tidligere forskning og teoretiske perspektiver er brukt for tematisk ramme, samt bundet sammen med mine funn (Tjora, 2017: 234).

Generalisering innenfor et forskningsprosjekt er desidert et mål i det meste av samfunnsforskning (Tjora, 2017:238). Generalisering handler om relevansen forskningen har utover de enhetene som faktisk er undersøkt. Målet med SDI-modellen som er brukt som utgangspunkt for dette forskningsprosjektet er konseptuell generalisering som har som utgangspunkt å framstille funn i form av konsepter, eksempelvis typologier, modeller,

begreper eller metaforer (Tjora, 2017:245). Tidligere forskning og teori blir benyttet for å støtte opp en større generaliserbarhet.

### **3.4. Forskerrollen og etiske betraktninger**

Når vi snakker om etiske betraktninger innenfor kvalitativ forskning er det for at en etisk sans alltid bør ligge til rette innenfor all forskning. Begreper som tillit, konfidensialitet, respekt og gjensidighet må prege kontakten vi har med våre informanter (Tjora, 2017: 46). I denne forskningen var dette betraktninger som ble viktige under intervjuene. Brevet informantene mottok i forkant av intervjuet er en indikator på en etisk betraktning. Der ble de gitt opplysninger om at de når som helst under forskningsprosjektet kunne avbryte sin deltakelse uten at det ville gi konsekvenser for dem, samt at det ga god forklaring på hvordan deres anonymitet ville bli bevart under prosjektet. Under dybdeintervjuene var det viktig at jeg som forsker skapte tillit til mine informanter, da kroppspress kan være et sensitivt tema å snakke om. Som forsker kan min stilling i møte med informantene bli autoritær, noe jeg ikke ville skulle påvirke samtaleemnene som mine informanter var villige til å åpne seg opp om.

## **4. Analyse**

I denne delen av oppgaven presenterer jeg tolket data av ytringene, verdiene og tankesettene mine informanter ga uttrykk for under intervjuene. Mine informanter hadde alle et forhold til instagram som var en forutsetning for å delta i dette prosjektet. Som vi så i metodekapittelet er Mia den mest aktive på instagram og hennes uttalelser er derfor i stor grad rettet mot hvordan hun tenker rundt egne publiseringer og bildedelinger. Samtidig vil Idas uttalelser i stor grad være rettet mot hennes observering og tanker rundt andres bildedelinger da hun er den mest passive av informantene. Dette aspektet kan være betydningsfullt for å forstå ulike synspunkt og argumenter i analysen.

Analysen er delt i fire kategorier som tar for seg ulike datamaterialer. De to første kategoriene: *Likes, antall følgere og popularitet* samt *En falsk virkelighet* vil bli belyst ut i fra UP1: "Hvordan bruker unge jenter instagram som en arena for sammenligning?", og de to siste kategoriene: *Influencernes påvirkningskraft* samt *En sammensatt prosess* vil bli belyst ut i fra UP2: "Hvordan konstrueres det en idealkropp på instagram?".

#### **4.1. Hvordan bruker unge jenter instagram som en arena for sammenligning?**

Hvordan unge sammenligner seg med andre i sosiale medier er et omfattende og høyt diskutert tema i dagens samfunn. I denne delen av analysen vil jeg se på hvordan mine informanter sammenligner seg med andre i lys av likes og antall følgere, da det kan betraktes som tilbakemeldinger på instagram som fører til popularitet. Jeg vil også se på hvordan *falske* selvpresentasjoner kan bidra til en sammenligningsarena hvor idealene er uoppnåelige.

##### **4.1.1. Likes, antall følgere og popularitet**

På *instagram* så kan vi si at popularitet blir vurdert ut i fra antall følgere og likes. Når man aktivt publiserer bilder eller videoer kan det virke som målet er å sanke tilbakemeldinger. Mia er den mest aktive og den med flest følgere på instagram (ca. 2500 følgere) og forteller at hun liker å få gode tilbakemeldinger og at tilbakemeldingene fungerer som en motivasjon for å investere tid og arbeid på instagram.

Når jeg legger ut bilder av meg selv så får jeg mange kommentarer på at jeg er pen, noe jeg føler gir litt bekreftelse på at jeg er bra nok liksom. Det gir meg jo lyst til å fortsette å legge ut bilder og bruke så lang tid på å få det perfekte bildet også [...] Jeg hadde nok ikke orket å drive så mye med instagram om ingen hadde likt bildene mine og gitt meg slike tilbakemeldinger som følgerne mine gjør (Mia, 19).

Det som Mia forteller kan oppfattes som at hennes selvbilde blir bedre når hun får oppmuntrende og positive tilbakemeldinger angående sitt utseende på instagram. I følge resultatene av en undersøkelse gjort av Jackson & Luchner (2017) kommer det fram at positive og negative tilbakemeldinger på instagram kan oppfattes som belønnende eller truende (Jackson & Luchner, 2017: 3). Når Mia forteller at hun bruker lang tid på å få perfekte bilder samt at tilbakemeldingene gjør at hun investerer tiden sin på instagram kan tilbakemeldingene virke belønnende. Denne fortolkningen blir forsterket ved at hun videre forteller:

Når jeg begynte å legge ut flere bilder som viste kropp så ble det sånn ”herregud, jeg får jo sånn 400 likes”. Så jeg følte at folk faktisk syntes jeg så pen ut, noe som gjorde at jeg ble mer åpen for å legge ut lettkledd bilder. Jeg synes det var godt når jeg fikk bekreftelse på at jeg var fin nok (Mia, 19).

Det kommer tydelig fram at Mia bruker instagram som en arena hvor hun vurderer seg selv ut fra tilbakemeldinger fra andre. Derfor var det interessant når jeg spurte henne hva som skjedde om hun fikk negative tilbakemeldinger av følgerne sine, da svarte Mia ”Det er sjeldent jeg får negative kommentarer, men helt ærlig så har det hendt at jeg har slettet et bilde som jeg synes fikk for lite likes” (Mia, 19). I denne sammenhengen kan vi tolke opplevelsen av ”lite likes” som en form for negativ tilbakemelding om vi betrakter at popularitet og suksess blir målt ut i fra ”mange” likes. Bekymringen for og ikke motta de positive tilbakemeldingene en ønsker eller for å motta negative tilbakemeldinger kan være så sterke at noen unngår å publisere bilder (Jackson & Luchner, 2017: 4). Dette er en holdning jeg kan kjenne igjen i fortellingen til Ida:

Jeg legger ikke så ofte ut bilder men når jeg gjør det så er det sjeldent av meg selv. Jeg føler at det er så høy standard til hvordan du skal se ut liksom [...] Når andre legger ut bilde av seg selv og får flere tusen likes og har mange følgere så føler man seg kanskje ikke like bra om man legger ut bilde og får rundt 10-20 likes [...] (Ida, 25).

Ida sier at hun sjeldent legger ut bilder av seg selv da det ligger en form for norm til hvordan man skal se ut for å bli anerkjent på instagram. Hun forteller også at man sammenligner egne tilbakemeldinger med andres tilbakemeldinger. På instagram, hvor popularitet blir vurdert ut i fra likes og antall følgere, sier hun videre ”Man ser jo hvem som får likes og ikke, og det er jo ofte de som ser bra og vel trent ut og det blir ofte til at det er de man sammenligner seg med (Ida, 25). Ut i fra Idas uttalelse kan vi antyde at sosial suksess kommer av likes og følgere, og at man bygger sitt selvbilde ved å sammenligne sin grad av ’popularitet’ mot andres grad av popularitet. Mari forteller på den andre siden at hun prøver og ikke bry seg så mye tilbakemeldinger på instagram.

Jeg prøver og ikke være så opptatt av likes, i hvert fall ikke i den graden at jeg sletter et bilde om jeg ikke føler at jeg får nok, noe jeg vet mange gjør [...] Men det blir jo til at du følger med hvem som liker bildene dine og kanskje analyserer det litt om hun eller han liker det for eksempel. [...] men jeg prøver helt ærlig å gi litt faen da (Mari, 24).

I Maris fortelling kan det se ut til at likes og tilbakemeldinger på instagram kan ha en større betydning enn man i utgangspunktet ønsker. Og vi kan også tolke fra Maris uttalelser at det har betydning hvem som liker bildene dine.



#### 4.1.2. En falsk virkelighet

Instagram er blitt kritisert for å skape et urealistisk bilde av virkeligheten. Mange blir kritisert for å presentere en falsk fasade som andre sammenligner seg mot. Ida beskriver det på denne måten: ”Man vurderer jo seg selv opp mot noe som er uoppnåelig da, det er jo ikke ekte [...] For det er liksom fokus på det perfekte bildet eller den perfekte kroppen. Veldig mye av det er jo staget og alt skal liksom se så bra ut på instagram” (Ida, 25). Ida forteller at brukere av instagram er opptatt av å vise det perfekte og dermed publiserer villedende bilder som ikke viser hele virkeligheten. Med at bildene er ’staget’ sikkert hun til at bildene blir iscenesatt for å se feilfrie ut. Den falske virkeligheten gikk igjen i alle de tre intervjuene på ulike sett. Jeg skiller mellom to måter å analysere den falske virkeligheten, den første tar for seg hvordan man velger hvilke aspekter ved seg selv man vil framstille og hvilke man vil skjule. Den andre delen vil handle om redigering og manipulering av bilder på instagram som bidrag til et uoppnåelig ideal som grunnlag for sammenligning.

Jeg kan jo ha perioder hvor jeg har det vanskelig eller føler meg dritt. Men ettersom jeg prøver å oppdatere instagram min i hvert fall nesten daglig, legger jeg da ut gamle bilder [...] Jeg kjenner ikke alle følgerne mine og vil ikke dele alt med alle [...] Jeg legger ikke ut bilder av at jeg sitter hjemme i flekkete joggebukse og t-skjorte, spiser pizza og er sminkeløs liksom (Mia, 19).

Mias utsagn kan tolkes som at hun setter opp en falsk fasade for å framstå slik hun ønsker for sine følgere. Det kan forstås som at man danner et bilde av hvordan man vil bli oppfattet på instagram. Når jeg spurte Mia oppfølgingsspørsmål om hva hun tenkte angående innflytelsen hun muligens hadde på andre gjennom instagram svarte hun:

Jo, jeg skjønner jo at folk blir påvirket og tror at alt er perfekt hele tiden. Men folk må jo også skjønnere at det er slik instagram fungerer. Man legger jo ut bilder for å få likes osv. Da må også folk skjønnere at man legger ut de fineste bildene og det man er fornøyd med uansett om det er kropp eller hva som helst annet (Mia, 19).

I følge Aalen (2013: 99) så overdriver og sminker folk sannheten i sosiale medier og det er svært tydelig at folk først og fremst viser seg fra sine beste sider. Mari mente i likhet med Mia at det er forståelig at man publiserer de bildene man er mest fornøyd med. Men hadde en interessant mening om at hun mente det var en endring i dette og at flere i dag er blitt bevisst på å framstille mangfold i sosiale medier. ”Det er tross alt en bildedelingsapp så man burde jo

skjønne at folk fronter de beste sidene sine (Mari, 24). Mari forteller her at instagram er laget for å dele de fineste øyeblikkene og at det derfor ikke er rart at man vil framstå best mulig og skjule sider en kanskje ikke er like fornøyde med. Vi kan tolke at det for alle tre informantene ligger en bevissthet rundt at instagram er en plattform hvor folk iscenesetter seg selv.

Når jeg spurte hva informantene mente om manipulering av kropp og utseendet for å framstille seg på en viss måte var det forskjellige synspunkt. Ida hadde sterke meninger om temaet:

Jeg synes det er så unødvendig, altså jeg er kritisk til instagram og skjønner at ting ikke alltid er slik det ser ut, men det er sikkert mange som ikke skjønner det og blir sykt påvirket [...] Når man hver dag får slengt perfekte kropp i ansiktet når man scroller på instagram er det lett å tru at det er slik andre faktisk ser ut, men så er det bare falskt på en måte (Ida, 25).

Ida forteller at manipulering av bilder bidrar til å fronte et uoppnåelig ideal som unge jenter sammenligner seg ut i fra da ikke nødvendigvis alle er bevisst om redigering, manipulering og instagram som en falsk fasade. Mia hadde et helt annet syn på manipulering av bilder på instagram:

Jeg synes det er veldig forståelig at folk redigerer hoftene, midjen osv., og det er veldig lett å gjøre det [...] Når folk legger merke til det, og sånn der ”hun der er egentlig den tynneste jenta på skolen men hun har redigert rumpa si tre ganger større på instagram” så ler de jo og ser ned på den personen. Men likevel så synes jeg at det er ganske forståelig at folk gjør det, for det er liksom så strenge krav til hva du kan legge ut. Og man vet at om rumpa er større på bildet så får man flere likes [...] (Mia, 19).

Mia hadde forståelse for de som redigerer bildene sine på instagram, men forteller også at det kan føre til sanksjoner om man blir tatt. Når jeg spurte Mia så innrømmet hun at hun selv har redigert enkelte bilder. ”Jeg har faktisk redigert bildene mine jeg også. Jeg pleier av og til å redigere meg brunere og tennene mine hvitere. Men dette er ting som ikke vises for andre da jeg har ganske mye kunnskap om redigering og slik etter mange år i bloggverdenen [...]” (Mia, 19). At Mia er så åpen om at hun selv har redigert bilder for å endre utseendet og hvordan hun tydeliggjør dette får det til å framstå som normalt i hennes miljø. Hun sier selv at hun har vært mange år i `bloggverdenen` tidligere og har tidligere uttalt at hun er svært aktiv på instagram. Derfor kan vi tolke at det ligger en form for egen kultur i denne frasen, hvor

manipulering er akseptabel atferd innenfor denne kulturen.. Det er tidligere gjort en undersøkelse av Kleemans, Daalmans, Carbaat & Anschütz (2016) for å undersøke effekten manipulerede instagrabilder har på kroppsbildet hos unge jenter. Resultatene viser at det er en sammenheng mellom når unge jenter blir eksponert for manipulerede bilder og liten tilfredshet med egen kropp i motsetning til unge jenter som ikke blir eksponert for manipulerede bilder (Kleemans, et. al., 2016: 103).

#### **4.1.3. Oppsummering og teoretisk diskusjon**

Funnene fra analysen viser at informantene sammenligner seg med andre på bakgrunn av suksess og popularitet som er vurdert ut i fra tilbakemeldinger som likes og følgere på instagram. Vi kan koble dette funnet opp mot Cooleys teori om ”the looking glass-self” som sier at individer bygger selvbildet basert på hvordan de tror andre ser de (Rousseau, 2002). For eksempel så unngår Ida å legge ut bilder av seg selv, da hun forventer dårlige tilbakemeldinger og med dårlige tilbakemeldinger sikter hun til lite likes, basert på antall likes andre brukere av instagram mottar. Vi kan også koble Jones (2015) videreutvikling av the looking glass-self opp mot Mias utsagn om at hun speiler sitt eget selvbilde direkte i tilbakemeldingene hun får fra andre. Ettersom Mias tilbakemeldinger er oppmuntrende blir hennes selvbilde fremragende. Vi kan konstatere at det i følge mine informanter viser hvordan instagram blir brukt som en arena for sammenligning ved og enten styrke eller svekke selvbildet.

Hvordan man presenterer seg selv på instagram er ikke alltid synonymt med de faktiske forhold og mine informanter refererte til instagram som *en falsk virkelighet* hvor sammenligningsgrunnlaget er basert på uopnåelige idealer bygget opp av misvisende og manipulerede bilder. Dette funnet kan kobles opp mot Goffmans teori om dramaturgi og rollespill hvor Goffman argumenterte for at mennesker spiller rollespill som på en teaterscene i interaksjon med andre (Goffman, 1992). Informantene forteller at bilder som blir publisert på instagram ofte er fra sine fremragende sider, iscenesatt og at man ikke viser den fulle sanningen. Informantenes uttalelser kan settes i kontekst med Goffmans begrep om frontstage og backstage ved å se på instagram som en arena hvor man gjør inntryksstyring og spiller roller ved å fronte perfekte idealer (frontstage) som kan stå i kontrast til sannheten om virkeligheten (backstage). I forhold til manipulering og redigering av bilder på instagram hadde informantene til en viss grad forskjellige meninger hvor Ida synes det var unødvendig og Mia hadde forståelse for de som gjorde det samt gjorde det i en viss grad selv.

Manipulering av bilder kan settes i kontekst med Goffmans argumentasjon om å opptre misvisende med hensikt (Goffman, 1992). Om de blir tatt for det så kan de oppleve sanksjoner og å miste sitt omdømme.

Vi kan også bruke Bourdieus begrep om *habitus* (Rousseau, 2002) for å se på forskjellene mellom Idas og Mias syn på manipulering og redigering av bilder. *Habitus* defineres av Bourdieu til å være kognitive tankemønstre formet av tidligere posisjon i den sosiale verden (Rousseau, 2002). Mia har vært aktiv i det hun definerer som 'bloggverdenen', som kan forklares som en form for sosial verden som har formet hennes *habitus*. Ida har ikke vært en del av 'bloggverdenen' og har derfor ikke internalisert samme tankemønstre.

#### **4.2. Hvordan konstrueres det en idealkropp på instagram?**

Om vi setter den tidligere forskningen og aktualiseringen av oppgavens tema i kontekst kan det virke som det eksisterer en idealkropp og oppnåelsen av denne vil bli sett på som oppnåelse av suksess. I denne delen av analysen skal jeg se på hvilke tanker mine informanter hadde i forhold til hvordan denne idealkroppen konstrueres på instagram.

##### **4.2.1. Influencerens påvirkningskraft**

Som vi har vært innom tidligere er en *influencer* en som på grunnlag av sin innflytelse på et publikum kan bidra til endring av verdier, holdninger og atferd blant sine tilskuere.

Influencere er kjent for å ha stor påvirkningskraft i sosiale medier og da spesielt mikro-influencere som spiller stor rolle i dagens samfunn. De kan defineres som "vanlige mennesker" med et stort antall følgere grunnet en spesiell form for nisje eller hobby de besitter (Xmag, 2018). Som vi kan tolke hos alle mine tre informanter mente de idealkroppen er vel trent. Mari beskriver idealkroppen som: "Nå i dag er det de som er godt trent. Stor rumpe, flat mage, markerte muskler. Det er liksom det som blir sett på som den perfekte kroppen blant veldig mange i hvert fall [...]" (Mari, 24). Når jeg spurte Ida om spørsmål i forhold til hvem som la standarden for hva som blir kvalifisert som den perfekte kroppen var svaret klart:

Influencerne har en del å si tror jeg. Og i dag er mange av influencerne opptatt av trening og livsstil, noe jeg føler at flere og flere blir. Det er blitt en fitness-trend jeg ikke tror kommer til å forsvinne med det første [...]. Mange på instagram driver med trening og det er vanlig at de får mange følgere om de legger ut bilder av at de er vel trente, eller treningsøkter, matinspo osv. (Ida, 25).

Ida forteller at mye av grunnen til at det konstrueres en idealisert kropp kommer av influencere, og da spesielt det vi kan her tolke som mikro-influencere som er opptatt av trening og livsstil. Vi kan tolke Idas ytringer ut i fra at influencerne er de største rollemodellene i dagens samfunn og at de i stor grad har sosial innflytelse på unge i sosiale medier. Mari og Ida hadde felles syn på ansvaret de ga til influencerne i forhold til konstruksjonen av idealkroppen. Mari fortalte at de fleste hun følger på instagram er opptatt av trening, og fortalte at det finnes svært mange på instagram som er opptatt av denne livsstilen som både Ida og Mari refererte til som *fitnesstrenden*:

Jeg tror egentlig ikke at fitnesstrenden kommer til å gi seg med det første [...] sikkert 80% av de jeg følger på instagram er folk som er opptatt av trening og dele bilder av både treningsøkter, sunn mat og kroppen sin for å inspirere liksom. [...] Det er veldig mange som er opptatt av trening på instagram nå, sikkert derfor alle ser på den trente kroppen som det perfekte. Husker at det var om å gjøre å være tynnest mulig når jeg gikk på ungdomsskolen [...] (Mari, 24).

Både Ida og Mari refererte til at fitnesstrenden ikke kom til å fordufte med det første. Som vi så innledningsvis i den tidligere forskningen til ungdomsorganisasjonen PRESS så var informantene i deres forskningsprosjekt også bestemte på at den standardiserte idealkroppen for kvinner i dagens samfunn er veltrent med smal midje og stor rumpe (Nylander, 2018).

#### **4.2.2. En sammensatt prosess.**

Den siste kategorien vil handle om hvordan en idealkropp konstrueres ut fra subjektive forventninger til seg selv på grunnlag av internalisering av normer. Informantene hadde alle tanker som fortalte meg at idealkroppen kan tolkes å bli konstruert på grunnlag av internaliserte normer for hvordan man skal se ut. Mia fortalte at individers dårlige selvbilde kommer av deres egne forventninger til hvordan de skal se ut. ”Jeg tenker at den usikkerheten folk har, den kommer av at de selv har forventninger til hvordan de skal se ut [...]” (Mia, 19). Disse tankene kan vi også se igjen i Maris uttalelse: ”Alt sitter til syvende og sist i hodet, og det har jeg endelig begynt å forstå” (Mari, 24). Dette kan tolkes ut i fra internalisering av sosiale normer.

Jeg blir jo veldig påvirket av kroppen til alle fitnessjentene jeg ser, spesielt siden jeg elsker å trene. Når jeg ikke får de samme resultatene som andre klarer så kjenner jeg på sjalusi [...] Jeg har hatt perioder hvor jeg har vært helt ekstrem i matveien og ikke kunne dratt på middag med venner eller familie fordi jeg måtte ha kontroll på hva jeg spiste. I så fall hadde jeg med matpakke liksom [...] Men jeg vet jo innerst inne at alle er forskjellige også da [...] (Ida, 25).

Ida sier at hun kjenner på presset til å se ut som de 'fitnessjentene' hun ser, som jeg tolker er mikro-influencerne hun følger som er opptatt av trening og livsstil, og ikke kun de jentene som driver med *fitness* som en sport. Hun forteller at hun opplever sjalusi når hun ikke oppnår de samme resultatene som de hun ser opp til. Dette kan vi tolke er på grunnlag av internaliserte normer for hvordan man skal se ut. Hos Mari kan vi se en fortelling hvor vi kan tolke at de internaliserte normene overtar for verdier.

Det er jo veldig mange som står for mangfold og liksom "kropp er kropp" for tiden. Og jeg vil også gjøre det. Men likevel så følger jeg mange fitnessjenter med skikkelig trente kropper og tenker innerst inne at jeg vil se slik ut [...] Selv om jeg digger at folk tør å gå mot det perfekte og legge ut bilder av seg selv, uansett om de ikke passer innenfor den såkalte idealkroppen [...] (Mari, 24).

Mari forteller at hun ønsker å være del av en kultur som går i mot kroppspresset om at man må se ut på en bestemt måte for å bli akseptert. Men likevel kjenner hun på tanker som går imot hennes ønskelige verdier.

#### **4.2.3. Oppsummering og teoretisk diskusjon**

Funnene i dette analysekapitlet kan tolkes ut fra at det konstrueres en idealkropp på instagram med utgangspunkt i kroppseksponeeringen. Kroppseksponeeringen kommer av at mange influencere har trening og livsstil som nisje og derfor publiserer bilder av kropp, trening og matinspirasjon. Ettersom influencere har sosial innflytelse på sine følgere og kan bidra til å sette standard for sosiale normer, vil deres nisje for trening og livsstil bidra til å sette standard også for en idealkropp. Influencere og deres rolle i forhold til hvordan idealkroppen konstrueres på instagram var et gjennomgående tema i alle mine intervju og vi kan sette det i kontekst med Turners begrep om sosial innflytelse. Turner beskrev at de med sosial innflytelse på andre hadde direkte eller indirekte påvirkning på andres tanker, atferd eller verdier (Turner, 1991). Turner beskrev sosiale normer som noe som oppstår i et samfunn

eller kultur som en akseptert måte å handle, tenke og føle på (Turner, 1991). På instagram ser den sosiale normen ut til å være en tanke om at kvinnekroppen skal være veltrent, med smal midje, stor rumpe og muskuløs ut i fra uttalelsene til informantene. Opplevelsen av at det finnes en sosial norm for hvordan man skal se ut kan føre til urolighet for sanksjoner blant de som ikke lever opp til forventningene om den akseptable kroppen. Normer oppstår gjennom interaksjon og innenfor en tilhørighet og et samfunn (Turner, 1991) og i denne konteksten er tilhørigheten og interaksjonen blant instagrambrukere på instagram. På denne måten kan vi si at konstruksjonen av idealkroppen blir basert på at de med sosial innflytelse setter sosiale normer for hvordan man skal se ut.

I dette analysekapittelet ser vi også hvordan internaliserte normer for hvordan man skal se ut blir en del av subjektive forventninger til sin egen kropp. Dette kan kobles opp til Bourdieus begrep om habitus som tar for seg hvordan internaliserte mønster ut i fra oppfatninger av verden bidrar til å forme menneskets kognitive strukturer (Ritzer & Stepnisky, 2014: 521). Med dette kan vi si at når unge jenter vurderer idealkroppen som veltrent er dette på grunnlag av internaliserte normer etter deltakelse i den sosiale verden (instagram) og deretter blir det en del av deres *habitus* å tenke at den idealiserte kroppen skal være veltrent. Mennesket har også mulighet til å reflektere og engasjere seg for bevisste overveielser av valgmuligheter (Ritzer & Stepnisky, 2014: 521-522), men likevel viser beslutningsprosesser at habitus stort sett setter standard for hvordan man handler og tenker. Dette kan vi se igjen i uttalelsen til Mia om at selv om hun vil tenke at ”kropp er kropp” så er det hennes internaliserte normer og tanker om hvordan kroppen skal se ut, som til slutt fastsetter hvordan hun ønsker å se ut, og dermed kan føre til opplevelse av kroppspress.

## **5. Diskusjon/Konklusjon**

I denne oppgaven har jeg sett på hvordan sammenligningskulturen på instagram fører til kroppspress blant unge jenter. Dette er blitt gjort gjennom en kvalitativ studie hvor dybdeintervju av tre unge jenter mellom 18 og 25 år er blitt brukt som metode. I dette avsluttende kapitlet vil jeg trekke trådene fra analysen tilbake til mitt overordnede tema for å prøve å gi en konklusjon på oppgavens hovedproblemstilling. Avslutningsvis vil jeg redegjøre for oppgavens begrensninger og muligheter for videre forskning.

### **5.1. Diskusjon**

Nå har vi sett på hvordan unge jenter bruker instagram som en arena for sammenligning og hvordan en idealkropp konstrueres gjennom instagram. I denne delen av oppgaven vil jeg

samle funnene fra analysen og drøfte hovedproblemstillingen ”*Hvordan fører sammenligningskulturen på instagram til kroppspress blant unge jenter?*”.

Med utgangspunkt i funnene fra analysekapittelet kan vi diskutere for at unge jenter danner selvbilde basert på tilbakemeldinger og forventede tilbakemeldinger fra andre på instagram. Dette funnet blir styrket ved å referere til Jackson og Luchners (2016) undersøkelse som viste samme resultat. Å danne selvbilde basert på andres tilbakemeldinger kan være en måte å sammenligne seg selv med andre på. Dette kan diskuteres for ved å si at man vurderer andres tilbakemeldinger på instagram (likes og antall følgere) og bruker det som en målestokk for vurdering av egne tilbakemeldinger. Om man dermed føler seg anerkjent ut i fra gode tilbakemeldinger (Rousseu, 2002 og Jones 2016) kan dette føre til et godt selvbilde. På den andre siden kan det føre til et dårlig selvbilde om man mottar sanksjoner som eksempelvis kan være og ikke sanke likes. Som informantene nevnte i intervjuene er instagram en plattform hvor eksponeringen i stor grad dreier seg om kropp da eksponering av kropp bidrar til å sanke likes og følgere. På dette grunnlaget kan vi si at sammenligningen ut i fra popularitet kan føre til opplevelse av kroppspress blant unge jenter.

Vi kan si at sammenligningen som foregår på instagram i stor grad er basert på falske forestillinger. Dette kan vi argumentere for ved å koble Goffmans teori om inntryksstyring hvor mennesker spiller ulike roller for å kontrollere hvilke inntrykk andre skal få av de (Goffman, 1992) opp mot beskrivelsene av instagram som en falsk virkelighet. På den ene siden kan vi trekke fram hvordan man presenterer et pyntet bilde av seg selv og skjuler det man ikke vil vise som både Aalen (2013) og analysen min belyste. Goffman (1992) argumenterte for hvordan mennesker i interaksjon med andre fulgte visse normer som ble betraktet som passelig i fasade-området, hvor instagram er fasade-området i denne sammenhengen. Om den anerkjente normen for en akseptabel kropp er å være vel trent, så vil flest mulig publisere bilder hvor de fronter seg selv som nettopp vel trent, selv om bildet kan være upålitelig og ikke samsvar med realiteten. Å vise misvisende bilder kan betraktes som en måte og drive inntryksstyring slik at unge jenter til stadighet blir lurt til og sammenligne seg med et perfekt bilde av realiteten. Dette så vi i analysen at ikke var tilfellet da en av informantene innrømmet å publisere gamle bilder av seg selv, om hun var i en setting hun ikke vil vise. På en annen side kan vi argumentere for falske forestillinger som sammenligningsgrunnlag ved å vise til manipulering og redigering av bilder for å passe inn under den idealiserte normen på instagram. Goffman (1992) forklarte at enkelte aktører



opptrer misvisende under interaksjon for å styre inntrykket hos publikum. Når noen redigerer og manipulerer bildene sine på instagram for å framstille kroppen sin på en bestemt måte kan dette i stor grad bidra til å øke opplevelsen av kroppspress blant unge jenter, spesielt når dette forekommer av noen man ser opp til som for eksempel influencere.

Influencere har sosial innflytelse på unge jenter, noe som bidrar til at de kan sette standard for sosiale normer på instagram, også når det kommer til hvordan en akseptabel kropp skal se ut. Ut i fra Turners (1991) definisjon om sosial innflytelse og sosiale normer kan vi her argumentere for hvordan unge jenter som blir eksponert for bilder av veltrente kropper av rollemodeller internaliserer den veltrente kroppen som idealkroppen, og dermed danner tanker og følelser om at oppnåelse av idealkroppen forbindes med oppnådd suksess og popularitet.

## **5.2. Hovedfunn**

I denne oppgaven kan vi konkludere med tre hovedfunn som er basert på tolkning av de analytiske funnene, diskusjonen hvor vi har sett på konteksten mellom funn i analysen og sosiologiske perspektiver samt tidligere forskning som har bidratt til å forsterke funnene i dette forskningsprosjektet. Det første hovedfunnet fra denne oppgaven er at unge jenter sammenligner andres tilbakemeldinger på instagram opp mot sine egne og danner sitt selvilde ut fra denne sammenligningen. De fleste bilder på instagram er kropp- og utseendefokusert, og derfor kan det føre til kroppspress når unge jenter veier andres tilbakemeldinger på deres utseende opp mot sine egne. Vi kan også konkludere med at influencere bidrar til å sette sosiale normer for idealkroppen. Når unge jenter internaliserer normen ved og hele tiden blir eksponert for veltrente kropper på instagram kan dette bidra til tanker og følelser om at deres kropp ikke er bra nok. Dermed kan vi si at kroppspress kommer av at jenter sammenligner seg opp mot en idealkropp som blir konstruert av kroppseksposeringen.

Det siste hovedfunnet og kanskje det mest interessante fra dette forskningsprosjektet er at vi kan antyde at unge jenter sammenligner sin *backstage* med andres *frontstage*. Med dette konseptet sikter jeg til instagram som *frontstage* hvor folk presenterer et idealisert, sminket eller manipulert bilde av seg selv. *Backstage* viser til realiteten av hvordan folk er og ser ut i det virkelige liv. Når unge jenter sammenligner sin backstage med rollemodellens frontstage sammenligner de seg sin virkelighet ut i fra andres falske virkelighet som i stor grad kan føre

til tanker og følelser om at de ikke strekker til eller er bra nok da den falske virkeligheten ofte fronter uopnåelige idealer.

### **5.3. Avsluttende ord**

Kroppspress på sosiale medier er et tema som er blitt forsket mye de siste årene og det blir dermed umulig å sette alle de allerede gjennomførte forskningsprosjektene i kontekst med denne oppgaven. Det er viktig å merke seg at denne oppgaven har begrensninger i forhold til både omfang og tid, og oppgaven er ikke et forsøk på perfekte konklusjoner men heller en forståelse av hvordan vi kan se kroppspress i sammenheng med sammenligningskulturen på instagram. Det er veldig mye både i forhold til tidligere forskning samt teoretiske perspektiver som kunne være relevant å gi plass i dette forskningsprosjektet men som på grunnlag av begrensninger er blitt utelatt. Ved eventuell videre forskning på tema ville jeg personlig satt meg dypere inn i influencers rolle og autoritet på instagram. I dag er det også en ny trend innenfor kampanjen mot kroppspresset som har fått stort fokus, nemlig fenomenet *kroppspositivisme* (Jenssen, 2019), hvor mennesker som er for kroppsmangfold oppfordrer alle mennesker i forskjellige størrelser til å akseptere kroppen sin. Dette er et interessant fenomen som ikke er blitt gitt oppmerksomhet i dette forskningsprosjektet men som ville vært spennende og satt i kontekst med denne oppgaven ved videre forskning.

## 6. Litteraturliste

- Aalen, I. (2013). *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget
- App Store (2019, 29. Mai) Instagram, Inc. Versjon 95.00.
- Bakken, A. (2018). *Ungdata 2018. Nasjonale resultater*. (NOVA rapport 8/18). Hentet fra <http://www.hioa.no/Om-OsloMet/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2018/Ungdata-2018.-Nasjonale-resultater>
- Brandtzæg, P. B. (2018, 5. Mai.). Ødeleggende ”sammenligningskultur” på nett. *VG, meninger*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/gPnly0/oedeleggende-sammenligningskultur-paa-nett>
- Bråthen, J. Og Misje, H. K. (2013, 29. Nov). Blogger: - hun forfekter et forskrudd kroppsideal. *VG, rampelys*. Hentet fra <https://www.vg.no/rampelys/i/AoVkx/blogger-hun-forfekter-et-forskrudd-kroppsideal>
- Eilertsen, H. (2019, 15. Mars). Bloggeren hardt ut mot Sophie Elise: -Norges desidert dårligste og farligste forbilde. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/kjendis/bloggeren-hardt-ut-mot-sophie-elise---norges-desidert-darligste-og-farligste-forbilde/70875171>
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig: En studie i hverdagslivets dramatik*. (K. Og K. Risvik. Overs.). Oslo: Pax forlag.
- Gulbrandsen, E. A. (2018, 06. Mars). Rapport: Syv av ti unge opplever et press om å ha fin kropp. *Min Mote, aktuelt*. Hentet fra <https://www.minmote.no/#!/artikkel/24414063/rapport-syv-av-ti-unge-opplever-press-om-aa-ha-fin-kropp>
- Hafsaas, S. L. (2014, 05. April). Slik påvirkes unges selvbilde av sosiale medier. *Tv2*. Hentet fra <https://www.tv2.no/a/5398932/>
- Jackson, C. A. Og Luchner, A. F. (2017). Self-presentation mediates the relationship between self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and individual differences*. S. 1-6. Hentet fra <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0191886917303124?token=5B532BE5B8CE8C5FA00E3C1D1DA03C1000772AB265912F37FF04B26F7F07C8697FC99C488BE91A8EF6B49D180629D9EF>
- Jenssen, K. F. (2019, 8. Mars.). Ja til kroppspositivisme, eller la oss bare si ja til

- POSITIVISME! *Laagendalsposten, meninger*. Hentet fra <https://www.laagendalsposten.no/meninger/helse/kvinnedagen/ja-til-kroppspositivisme-eller-la-oss-bare-si-ja-til-positivisme/o/5-64-659504>
- Jones, J. M. (2015). The looking glass lens: Self-concept changes Due to social media practices. *The journal of social media in society*, 4(1) s. 100-125 Hentet fra [https://www.researchgate.net/publication/306031974\\_The\\_Looking\\_Glass\\_Lens\\_Self-concept\\_Changes\\_Due\\_to\\_Social\\_Media\\_Practices](https://www.researchgate.net/publication/306031974_The_Looking_Glass_Lens_Self-concept_Changes_Due_to_Social_Media_Practices)
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I. Og Anschütz, D. (2016). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image on adolescent girls. *Media psychology*. S. 93-110. Hentet fra <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Nylander, K. S. (2018). *Prosjekt perfekt*. Hentet fra <https://press.no/wp-content/uploads/2018/03/Rapport-digital2.pdf>
- Ritzer, G. Og Stepnisky, J. (2014). *Sociological Theory*. (9. Utg.). Singapore: McGraw-Hill Education.
- Rousseau, N. (2002). Charles Horton Cooley: Concept of the looking glass self. *Self, symbols and society*. Hentet fra <http://www.csun.edu/~hbsoc126/soc1/Charles%20Horton%20Cooley.pdf>
- Tiggemann, M. & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": the effect of fitspiration imagery on women`s body image. *Body Image*, s. 61-67 Hentet fra <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1740144515000893?token=C459AD589B19E1E6415CFB4A0F017676509747BD67AD007009329D61CFD510C8F3F180BFB02B3DE6497343F9FCED42AD>
- Statistisk sentralbyrå. (2018, 31. Aug.). Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier. Hentet fra <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier>
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. (3. Utg.). Oslo: Gyldendal
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Buckingham: Open University Press.
- Vrabel, K. A. (2018, 22. mai). Hva er kroppspress? Hentet fra <https://www.psykologforeningen.no/publikum/videoer/videoer-om-livsutfordringer/hva-er-kroppspress>
- XMAG. (2018, 5. Sept.). Hva er en influencer? Les betydningen her! Hentet fra <https://www.xmag.no/hva-er-en-influencer-les-betydningen-her/>

## **7. Vedlegg 1: Intervjuguide**

### **A. Introduksjon**

Fortelle om intervjuets formål. Samtykkeskjema

Intervjuet vil i hovedsak dreie seg om informantens bakgrunn og forhold til kroppspress og instagram.

### **B. Generell informasjon om informant og instagram**

Kan du fortelle kort om deg selv, bosituasjon, alder, sivilstatus, jobb, studie osv.

Hva er ditt forhold til instagram?

Hvor mange følger du og hvor mange følgere har du sånn ca.?

Hvor mye tid vil du si du bruker på instagram? – hvor ofte legger du selv ut bilder?

Hva slags brukere følger du på instagram?

Hva vil du si er intensjonen din med å bruke instagram?

### **C. Informantens tanker om instagram og kroppspress**

Kan du fortelle litt om dine tanker angående kroppspress på instagram?

Hvem mener du står bak kroppspresset?

Hvem bestemmer hva som er en fin kropp og ikke?

Hva mener du er en idealkropp eller en perfekt kropp?

Hvordan har instagram bidratt til dette synet?

Hvordan mener du at en idealkropp dannes gjennom instagram?

Hva mener du er negative og positive sider med kroppspresset på instagram?

### **D. Informantens tanker om eget selvbilde og kroppspress**

Kan du fortelle om en spesifikk episode hvor du følte kroppspress?

Hvordan sammenligner du deg med andre på instagram?

Hva synes du om å redigere seg selv på bildene sine på instagram?

Har du noen gang redigert deg selv eller vurdert det? I hvilken sammenheng?

På hvilken måte har instagram bidratt til ditt nåværende selvbilde om egen kropp?

### **E. Avslutning**

Er det noe mer i forhold til temaet du mener er relevant og vil fortelle om?

## **8. Vedlegg 2: Brev til informanter**

### **Din deltakelse i forskningsprosjekt knyttet til bacheloroppgave om temaet ”kroppspress i sosiale medier” ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU**

Vi takker for at du har sagt deg villig til å delta i et forskningsprosjekt for bacheloroppgave ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

Instituttets bachelorstudenter skriver en oppgave som innebærer analyse av dybdeintervjuer. Opplysningene samlet inn i oppgaven vil bare brukes til denne. Dersom det er aktuelt å bruke opplysninger til annet formål, vil du bli kontaktet.

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

NTNU, Institutt for sosiologi og statsvitenskap er ansvarlig for prosjektet.

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

Du er kontaktet som deltaker i dette prosjektet på basis av din alder, kjønn og at du er en aktiv bruker av mediet ’instagram’. Temaet for oppgaven er ”kroppspress i sosiale medier”, men oppgaven vil i hovedsak dreie seg om mediet ’instagram’ og derfor er det en forutsetning at informantene er kjent med og brukere av det spesifikke mediet.

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

Du blir invitert til et intervju som varer mellom 30 og 45 minutter. Du kan selv velge passende sted for intervjuet. Intervjuet vil tas opp med en digital lydopptaker.

#### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Du kan når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. 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 fra intervjuet blir lagret på en SD-minnebrikke. Opptakeren har verken tilkobling til internett- eller telenett. Etter opptak bringes opptakeren til instituttets eget transkripsjonsrom, hvor opptaket transkriberes av studenten selv. I transkriberingen anonymiseres opplysninger som kan identifisere deg som person. Etter dette slettes minnebrikken. Dermed er det ingen opplysninger som kan knyttes til deg som person som følger med videre i prosessen med analyse og publisering.

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

Prosjektet skal etter planen avsluttes 31.05.2019 og ved prosjektslutt vil informantens personopplysninger være slettet eller anonymisert.

#### **Dine rettigheter**

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

innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,  
å få rettet personopplysninger om deg,  
få slettet personopplysninger om deg,  
få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og  
å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine  
personopplysninger.

På oppdrag fra NTNU Institutt for sosiologi og statsvitenskap har NSD – Norsk senter for  
forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i  
samsvar med personvernregelverket.

**Prosjektet skal avsluttes senest 23.06.2019.**

### **Hvor kan jeg finne ut mer?**

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

NTNU Institutt for sosiologi og statsvitenskap, ved prosjektansvarlig (veileder).

NTNUs personvernombud: Thomas Helgesen, tlf 93 079 038, [thomas.helgesen@ntnu.no](mailto:thomas.helgesen@ntnu.no)

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

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig (veileder)

Student

---

## **Samtykkeerklæring**

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet "*kroppspress i sosiale medier*", og har  
fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

å delta i dybdeintervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til anonymisering, innen 1 måned etter  
gjennomført intervju.

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)