



En kvalitativ studie av kvinnliga elitfotboll- och ishockeyspelares påverkan av sociala medier

Camilla Sjöholm och Aisha Faiqi

GYMNASTIK- OCH IDROTTSHÖGSKOLAN

Självständigt arbete grundnivå 62: 2019

Ämneslärarprogrammet 2016–2021

Handledare: Jane Meckbach

Examinator: Pia Lundquist Wanneberg

Sammanfattning

Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att analysera hur idrottande kvinnor kan påverkas av sociala medier. För att uppfylla studiens syfte kommer följande frågor behandlas:

1. Vad innebär sociala medier för kvinnliga ishockey- och fotbollsspelare?
2. Vad innebär kroppsideal för kvinnor inom ishockey och fotboll?

Metod

Frågeställningarna har besvarats genom en kvalitativ ansats där intervjuer har genomförts med sex kvinnliga elitfotbolls- och ishockeyspelare. Intervjuerna har genomförts semistrukturerat där skribenterna intervjuat varsin sport. De genomförda intervjuerna har transkriberats ordagrant och innehåller därmed talspråk, vilket innebär att även citaten som används i uppsatsen skrivits med talspråk. För att analysera intervjuerna har genusteorin använts.

Resultat

Resultatet som framkommer i studien är att många av de intervjuade upplever att sociala medier har ett stort inflytande på självbilden. När det kommer till kroppsideal är det tydligt bland de intervjuade att bilder som publiceras på sociala medier är starkt bidragande till hur de ser på sig själva då det sker en jämförelse med andra.

Slutsats

Sociala medier sätter sina spår bland elitidrottande kvinnor som i många fall har resulterat i självskadebeteenden. Detta då de jämfört sig själva med andra och på så sätt försökt påverka den egna kroppen genom att träna mer och äta mindre. Fotbollsspelarna i vår studie var mer aktiva med att publicera bilder medan ishockeyspelarna mest bläddrade i flödet. Den skillnaden är dock inte kopplad till sporten utan snarare till deras personligheter.

Sökord: genusteori, ideal, sociala medier, elitidrott

Innehållsförteckning

1 Inledning	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Definitioner av begrepp.....	3
1.3 Tidigare forskning.....	3
1.4 Genusteori.....	5
1.5 Syfte och frågeställning.....	7
2 Metod	8
2.1 Urval	8
2.2 Genomförande.....	8
2.3 Undersökningsinstrument	9
2.4 Etiska överväganden.....	9
2.5 Studiens trovärdighet.....	10
3 Resultat	11
3.1 Sociala medier	11
3.2 Kroppsideal.....	12
4 Diskussion	16
4.1 Resultatdiskussion	16
4.2 Metoddiskussion.....	19
4.3 Vidare forskning.....	20
Käll- och litteraturförteckning	21
Bilaga 1	24
Litteratursökning.....	24
Bilaga 2	25
Intervjuguide.....	25

1 Inledning

“I många år har jag fightats med min kropp, misshandlat den och inte tyckt om den alls”. Citatet ovan är ett uttalande av landslagsspelaren i handboll, Isabella Gulldén. Hon är en av många idrottare som någon gång under sin karriär drabbats av den effekt som sociala medier kan medföra. Gulldén beskriver att hon i tidig ålder fick höra att hon var “tjock” och att hon påverkats av de trådsmala fotomodeller som syns bland våra flöden på exempelvis Instagram. Vilket i sin tur resulterade i att hon sökte sig till diverse dieter. Hon menar också på att accelerationen av sociala medier påverkar ökandet av kroppshetsen i samhället (Aftonbladet, 2018).

Gulldéns uttalanden i sitt sommarprat 2019 förstärks av Internetstiftelsen som menar på att användningen av sociala medier växer varje dag. Instagram som är en av de ledande plattformarna utgör 38 procent av svenskarnas internetförbrukning (Internetstiftelsen, 2018). För att påvisa mängden användning har Perrin (2015) genomfört en undersökning som visat på att 90 procent mellan åldrarna 18–29 var aktiva användare av sociala medier.

1.1 Bakgrund

Användandet och ökningen av sociala medier har på många plan visat sig ha en stor påverkan på hur kvinnor och mer relevant kvinnliga idrottare ser på sina kroppar. Kvinnor inom estetiska idrotter där kroppsformen har stor betydelse är också i större utsträckning mer missnöjda med sina kroppar (Swami med flera, 2009). Det tar dock inte stopp där. I en artikel som handlar om kvinnliga kanadensiska rugbyspelare visade det sig att alla deltagare påverkats av hur media framställer dem och att deras lagkamrater, framförallt de yngre, har blivit berörda av detta och påverkats av media när det kommer till kroppsideal (Hardy, 2015). Det är dock inte bara unga som blir influerade av bilderna som florerar på sociala medier. En studie på collegestudenter visade på att det inte fanns någon skillnad bland dem som gick första året och dem som gick det sista året. Det har visat sig vara på ett liknande sätt när det kommer till dem som sysselsätter sig med aerobics. Kvinnorna menade på att de påverkas av den mediala konstruktionen, men att de samtidigt tycker att den kulturella framställningen av kvinnokroppen är rent av löjlig (Pirkko, 1995).

Trots att det finns många kvinnor inom respektive idrott, som ständigt försöker motarbeta alla de kroppsideal som finns bland sociala medier i samhället, har det i en studie visat sig att även de i någon grad påverkas av hur de förväntas se ut och bete sig. I artikeln skriven av Swami med flera jämför de idrottande och icke-idrottande kvinnor angående hur deras kroppsbild influeras av media. Resultatet av artikeln är att kvinnor som sysselsätter sig med idrotter där kroppsformen har stor betydelse i större utsträckning också är missnöjda med sin kropp (Swami, Steadman & Tovée, 2009).

Sociala medier är en snabbt växande bransch och med dess framfart ökar tillgängligheten till sådant som samhället benämner som "idealkroppar". Detta innebär i sin tur att risken för ett kroppsmissnöje ökar, då det ständigt finns en annan kropp att jämföra sin egen med (Perloff, 2014). Den spontana och icke forskningsgrundade tanken är att kvinnor i större uträkning än män har ett kroppsmissnöje. Denna föreställning och reflektion har visat sig hitta styrka inom forskning. I dessa undersökningar framgår det att kvinnor är mer aktiva på sociala medier än vad män är (Länsförsäkringar 2017; Duggan & Brenner 2013; Homan et al. 2012; Tiggemann et al. 2009). Med tanke på detta är det inte heller helt oväntat att kvinnor, precis som Helgesson beskriver, reagerar mer negativt på hur media framställer kroppsideal (2009).

Lindex är ett företag som på sociala medier ständigt försöker förmedla ut olika storlekar på kroppar för att bryta samhällsnormer kring hur kroppar ska se ut. De har t ex skrotat konceptet att använda sig av plus size-storlekar. Företaget menar att det inte ska finnas en avdelning för plus size utan att det ordinarie sortimentet ska inkludera alla storlekar (Newsner, 2016).

Till skillnad från Lindex som motarbetar samhällets normer angående framställningen av kvinnor finns det även företag som förstärker dessa normer. Ett aktuellt exempel är reklamen för Bianca Ingrossos sminkvarumärke Caia Cosmetics. "Reklamen framställer därför kvinnorna som sexobjekt på ett sätt som är nedvärderande för kvinnor i allmänhet. Reklamen är därför könsdiskriminerande". Detta är ett citat angående reklamen. (Oxblod, 2019).

Då många studier angående kroppsideal utförts på icke-idrottare är det intressant för oss med idrottsbakgrund att genomföra en kvalitativ undersökning av hur detta ämne kan påverka idrottare, mer specifikt kvinnliga fotbolls- och ishockeyspelare i åldrarna 18–35 år.

De ovannämnda studierna har valts ut efter att ha använt relevanta sökord (se bilaga 1) för att komma åt syftet och de aktuella frågeställningarna.

1.2 Definitioner av begrepp

I denna uppsats används Nationalencyklopedins (NE) definition kring begreppet sociala medier, det vill säga “ett samlingsnamn på de olika sätt som människor kan kommunicera direkt med varandra genom till exempel text, bild eller ljud” (Sociala medier). Detta innebär alltså att det finns olika forum där enskilda individer bygger upp sitt eget innehåll som publiceras av användaren själv. Vilket kan jämföras med massmedier där de istället kommunicerar ut sitt innehåll genom diverse olika professionella organisationer. Tydliga exempel på appar och webbsidor som är väldigt efterfrågade idag, 2019, är Instagram, Facebook, Twitter och Youtube. (Internetstiftelsen, 2018).

Som tidigare nämnts är Isabella Gulldén en av de kvinnor vars kroppsideal tydligt påverkats av de bilder som människor lagt ut på sina personliga sociala medier. Ett ideal är alltså, likt NE beskriver “något önskvärt, förebildligt, ofta också ouppnåeligt” (Ideal). I Gulldéns fall hade de enligt samhället smala modellerna som lade ut bilder på Instagram stor inverkan på henne (Aftonbladet, 2018).

Begreppet kroppsideal är inte lätt att precisera. I varken uppslagsverket Nationalencyklopedin eller i Svenska Akademiens ordlista finns begreppet definierat. Kroppsideal är något som bestäms av samhället, en figur som framställs och därmed är önskvärd att eftersträva (Bauman & May, 2004, s.133). Att det finns normer och så kallade riktlinjer för hur den perfekta kroppen ska se ut är ingen hemlighet då det ständigt är ett aktuellt problem. På det här sättet, eller åtminstone på liknande sätt, har det varit genom historien, den enda skillnaden är att kroppsidealet har förändrats och det beroende på vilken norm som varit härskande. Tittar vi tillbaka i tiden, det vill säga i kroppsidealets historia har inte normen alltid varit den smala figuren. Ett exempel är konstnären Anders Zorns konstverk av kvinnor som beskrev 1800-talets kroppsideal, men som idag skulle ses som väldigt kurvig och fyllig (Kroppsnytt).

1.3 Tidigare forskning

I forskningsläget sammanfattas de vetenskapliga artiklar och studier som används i uppsatsen. Dessa behövs för att styrka påståenden och för att bidra med tidigare forskning. Det är

nödvändigt att ta reda på vad som tidigare gjorts och vad det lett till. Nedan kommer dessa studier att redovisas och summeras.

En studie på idrottande och icke-idrottande kvinnor jämför hur deras kroppsform influeras av media, vilket genomfördes genom enkätinsamlingar på 132 kvinnor i åldersspannet 16–61. Alla deltagare delades in i tre grupper: icke-idrottare, friidrottare och kampsportare. Resultatet som framkom i denna kvantitativa undersökning var att kvinnor som sysselsätter sig med idrotter där kroppsformen har stor betydelse i större utsträckning också är missnöjda med sina kroppar. I de idrotter där kroppsformen spelade stor roll visade det sig även att det inte alltid var för att bli snyggare i samhällets ögon som de ville gå ner i vikt utan snarare för att de ansåg att spädhet och arbetsuppgift gick hand i hand, att prestation och smalhet var förenliga. Det framgår även i artikeln att precis som Isabella Gulldén beskrev i sitt sommarprat att många idrottare kände sig nöjda med sin kropp under sitt idrottande men att de i sociala miljöer kände ett starkt kroppsmissnöje (Swami m.fl, 2009).

En annan studie utförd på kanadensiska rugbyspelare undersöker huruvida det kvinnliga ursäktande beteendet är igenkännbart, det vill säga begreppet female apologetic behavior. Detta i syfte att ta reda på om kvinnor anpassar sig efter det manliga och heterosexuella stereotyperna som finns inom idrott. Alla deltagare kommer med olika bakgrunder, spelar på olika nivåer och har varierad sexuell läggning. Resultatet av denna kvalitativa studie visar på att kvinnorna som deltog i undersökningen tidigare påverkats av detta kvinnliga ursäktande beteende men i takt med att de blivit äldre har även ursäktandet avtagit. Däremot kan de känna igen det hos vissa, framförallt yngre, lagkamrater. De tror främst att det har att göra med sexuell läggning och vilken nivå du spelar på (Hardy, 2015). Utifrån ett kulturellt perspektiv framställs beteenden och den kvinnliga kroppen på olika sett. I en studie inom aerobics har forskaren använt sig av flertal metoder såsom etnografiskt fältarbete, intervjuer och medieanalyser för att undersöka hur kvinnor påverkas av framställningen av kroppen. Resultatet i studien kom fram till visade sig vara motsägelsefullt. Detta då kvinnorna i själva verket dels påverkades av denna mediala konstruktion men samtidigt menade de på att kroppsidealet är rent av löjligt (Markula, 1995).

Ytterligare en studie vars syfte är att undersöka huruvida sexualiseringen av kvinnliga idrottare i media påverkar de kvinnliga idrottarna är en intervjustudie genomförd på collegestudenter. Intentionen var att göra en intervjustudie av om denna påverkan är större

eller mindre beroende på vilket studieår studenterna är inne på. Det var totalt 103 studenter som intervjuades och som ansågs vara användbara för just den här studien. Samtliga 103 deltagare var kvinnor, idrottare inom olika sporter, i olika divisioner, olika åldrar, olika delstater och varierande bakgrund, det vill säga med rötter från olika länder. Undersökningen gjordes genom att skicka ut mejl som garanterade anonymitet. Resultatet som studien visade på var att det inte fanns någon signifikant betydelse i vilket år studenterna var inne på och medias sexualiserande av kvinnliga idrottare. Det som däremot kom fram i studien var att kvinnliga atleter med en annan etnicitet än amerikansk påverkades väldigt mycket av sexualiseringen av kvinnliga idrottare. Denna påverkan var enbart kopplad till kroppen och kroppsuppfattningen (Riebock & Bae, 2013).

Även om det finns en hel del litteratur kring massmediaeffekter på kroppsbilden för unga kvinnor har det funnits ganska lite teoretiskt driven forskning. Med andra ord, forskning kring diverse processer och effekter av sociala medier på dessa kvinnors kroppsbild och självuppfattning. Nu när väldigt mycket av tiden spenderas på sociala medier menar Perloff (2014) att det är viktigt att identifiera hur sociala medier kan påverka uppfattningen om kroppsbild och störningar i kroppsbilden. Artikeln tar upp en serie av idéer och en ram för att vägleda forskning om sociala medieeffekter på unga vuxna kvinnors kroppsbild. Det interaktiva formatet och innehållsfunktioner i sociala medier, såsom stark närvaro och utbyte av en mängd visuella bilder, tyder på att sociala medier, som arbetar via negativa sociala jämförelser, kan påverka (Perloff, 2014).

1.4 Genusteori

Det hela började med brevväxling mellan två kvinnor för lite mer än 100 år sedan mellan Raden Adjeng Kartini från Java (då holländska Ostindien), uppväxt i en muslimsk familj med drömmar om att förbli ogift och starta en skola för elitens döttrar och Stella Zeehandelaar, en socialdemokrat från Nederländerna. Det var två unga kvinnor som började diskutera och ifrågasätta familjen som institution, könsuppdelningen av arbetet, ideologier om kvinnlighet och strategier för att förändra genusrelationerna. Just då skrevs det ingenting om att utveckla en teori utan det skrevs endast abstract om genusteorier. Alltså började människor redan för över 100 år sedan att prata om fördelningen av vad som ansågs vara manligt och kvinnligt (Connell, 2009, s.49–50).

Begreppet genus används för att framhäva att kön är en sociala och kulturell konstruktion. I vardagligt bruk talas det inte alldeles för sällan om "könsroller" när ämnet kommer på tal men i samtliga vetenskapliga sammanhang används oftast genus. Den fundamentala skillnaden mellan kön och genus är att kön anses som något biologiskt betingat medan genus något som är socialt och kulturellt framställt (Fagerström & Nilsson, 2008).

Genus och samhällskonstruktioner av män och kvinnor, manligt och kvinnligt som vi dagligen förses med är så pass vanliga och inpräntade i oss att sociala inlärningen kan upplevas tillhöra vår natur (Connell, 2009). Sociala inläringar talar till exempel om för oss vad som förväntas av respektive kön. Att vara man och manlig är att vara intresserad av sport medan kvinnliga kvinnor föreskrivs tycka om skor och smink (Fagerström & Nilsson, 2008).

Synen på genuskillnaderna resulterar i att de som inte följer de framtagna mönstren uppmärksammas på ett negativt sätt. Traditionella och stereotypa åsikter kring genus bibehålls med bland annat hjälp av media. Forskning visar bland annat på att kvinnor förminsas i den språkliga utformningen som kommer från media. Det talas mycket om vad som är ett passande beteende och det är något som ständigt finns i luften och förmedlas av lärare, inom reklam, av föräldrar, i media och inte minst inom detaljhandeln (Koivula, 1999; Brookes, 2002).

Connell (2009) menar på att människan har ett val och kan därmed själva välja att identifiera sig som feminin eller maskulin. Antingen accepterar du genusordningen och förhåller dig till den eller så intar du och bestämmer din egen plats. Detta är beslut som vi ständigt fattar genom våra uppträdanden, tolkningar och uttryck (s.19).

Återigen är dock media en plattform med stor inverkan och med program likt Super Bowl syns tydliga resultat på åsikter om genuskillnader och det är även sådana program som hjälper till och bidrar till att framställa dem (Connell, 2009).

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att många forskare menar att genus är en social konstruktion som bygger på normer och föreställningar om samhällets syn på manligt och kvinnligt. Enligt Hirdman (2007) står mannen som norm. Avviker du från normen uppmärksammas det ofta på ett negativt sätt (Koivula, 1999; Brookes, 2002). Det berör

könens relation till varandra och hur situationer framkallar de stereotypa föreställningarna om vad som anses vara manligt och kvinnligt, hon är den svaga, han den starka. Han tar hand om henne, hon den mindre (Hirdman, 2007).

1.5 Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att analysera hur idrottande kvinnor kan påverkas av sociala medier. För att uppfylla studiens syfte kommer följande frågor behandlas:

1. Vad innebär sociala medier för kvinnliga ishockey- och fotbollsspelare?
2. Vad innebär kroppsideal för kvinnor inom ishockey och fotboll?

2 Metod

Denna studie är kvalitativ och nedan kommer urval, genomförande och undersökningsinstrument att presenteras. Därefter etiska överväganden och till sist studiens trovärdighet. Studien syftar till att få en större förståelse för hur sociala medier kan påverka kvinnliga idrottares kroppsideal. För att erhålla denna kunskap samlas information in via kvalitativa intervjuer som genomförs med kvinnlig aktiva idrottare inom ishockey- och fotbollslag. Då syftet är att få kännedom kring vår frågeställning kommer det att ställas omfattande frågor med längre och mer utförliga svar, något som en kvantitativ metod inte skulle bidra med. Ytterligare en fördel med en kvalitativ analys är att informationen blir mer detaljerad och det går att göra ett urval av teman och citat som kan jämföras med tidigare forskning (Patel & Davidsson, 1994, s. 25–27).

2.1 Urval

Till denna studie har sex elitidrottande kvinnor mellan åldrarna 18–35 eftersökts. Detta då vi ville intervjua vuxna, seniora spelare. Urvalet begränsades till tre ishockey- och tre fotbollsspelare då det var lättillgängligt för skribenterna som själva är aktiva inom dessa idrotter.

Med tanke på detta använder sig denna uppsats av ett ändamålsenligt urval. Detta innebär att det handplockades personer med relevans för forskningsprojektet. Urvalet var därmed personer med kunskap om eller erfarenheter kring ämnet (Denscombe, 2014).

2.2 Genomförande

Respondenterna kontaktades både via mejl och telefon. Om de därefter valde att delta skedde intervjuerna i samband med de aktivas träningar. För att öka pålitligheten i studien genomförde inte den av skribenterna, som är aktiv inom seniorfotboll intervjuerna med deltagarna som är fotbollsspelare. Detsamma gällde för den andra skribenten, som är aktiv inom hockeyverksamheten. Innan intervjuerna skedde genomfördes en pilotstudie för att testa intervjufrågorna och på så sätt kunna förbättra och förtydliga intervjumallen (se bilaga 2).

Intervjun genomfördes semistrukturerat, det vill säga att huvudfrågorna var likadana för samtliga. Därefter ställdes följdfrågor utifrån respondenternas svar. Alla fick alltså samma huvudfrågor vilket gjorde att alla behandlades lika och att bedömningsunderlaget fick en liknande grund, samtidigt som intervjun styrdes lite beroende på vilket svar som framkom (Patel & Davidson, 1994, s.12–13).

De genomförda intervjuerna transkriberades ordagrant och därmed består de av talspråk, vilket innebär att citaten som används i uppsatsen är skrivna med talspråk.

2.3 Undersökningsinstrument

Denna kvalitativa studie spelades samtliga intervjutillfällen in, detta för att få en så komplett registrering som möjligt. Applikationen Röstmemo som finns installerad på mobiltelefonerna användes. Vid intervjuer av flertalet personer kan dessa direkta inspelningar bli väldigt omfattande, därför valde vi att föra anteckningar parallellt med inspelningarna. Vanligtvis kan kombinationen av dessa delar bli ansträngande att genomföra men i och med att uppsatsen utfördes av två individer kunde arbetsuppgifterna delas upp. En av skribenterna skötte inspelningen och intervjun medan den andre skrev ner anteckningar (Jacobsen, s.131).

2.4 Etiska överväganden

Studien anpassades utefter Vetenskapsrådets (2017) fyra etiska överväganden. Dessa fyra är nyttjandekravet (uppgifterna om deltagarna i studien får enbart användas för denna studie), informationskravet (deltagarna har rätt till att få del av syftet med studien), konfidentialitetskravet (ingen obehörig ska kunna ta del av deras personuppgifter) och samtyckeskravet (deltagarna har rätt att själva ta beslut kring om de vill vara med eller avbryta). Då alla deltagare var över 18 år var det inte nödvändigt med ett godkännande av föräldrarna för att delta. Däremot var det viktigt att påpeka anonymiteten då spelarna fortfarande är aktiva. Sedan var det att vara frivilligt att avbryta under intervjuens gång.

2.5 Studiens trovärdighet

För att öka reliabiliteten i uppsatsen besvarade alla deltagarna som intervjuades samma frågor, det vill säga frågor som var utformade på samma sätt. Vilket även förenklade den slutliga datainsamlingen. Som tidigare nämnt var intervjuerna semistrukturerade. Valet var baserat på att kandidaterna i sådana intervjuer ofta känner sig mer trygga då det upplevs mer som ett samtal än som ett förhör (Patel & Davidson, 1994, s.12–13).

Reliabiliteten och validiteten går väldigt ofta hand i hand och skapar tillsammans en trovärdighet i exempelvis studier, uppsatser och forskning. Validiteten är det som mäts medan reliabiliteten syftar till hur det mäts. I detta fall innebär validiteten att intervjuerna som genomfördes med de olika fotboll- och ishockeyspelarna representerade det som studien ville undersöka, det vill säga syftet och frågeställningarna (Mälardalens högskola, 2019).

3 Resultat

Tanken är att sammanfatta intervjuerna i en löpande text, för att sedan dra slutsatser utifrån dessa intervjuer kommer vi att använda en deduktiv ansats. Skillnaden mellan en deduktiv ansats och en induktiv ansats är att deduktion har en teori som utgångspunkt och utifrån den skapas ett allmänt antagande. Induktion utgår däremot från egna observationer och därefter skapas teoretisk generalisering. Detta gör att en deduktiv ansats passar vårt arbete (Psykologivetande, 2016).

3.1 Sociala medier

Resultaten av de genomförda intervjuerna visar på att sociala medier anses vara olika plattformar där ett visuellt och språkligt kommunikationsutbyte kan ske. Applikationer som deltagarna anser höra till denna kategori är bland annat Facebook, Instagram, Snapchat, Linkdin och Youtube.

Applikationerna som är gemensamma för samtliga deltagare är Instagram och Facebook, det skiljer sig dock i hur dessa kommer till användning. Den förstnämnde används främst för att hitta inspiration när det kommer till mode och träning till skillnad från den senare som används för att bibehålla kommunikationen med äldre vänner och för arrangerandet av event. Det framkom även att både fotboll- och ishockeyspelarna följde konton som var kopplade till den egna idrotten och det framförallt för att få motivation till varierad träning men även av rent intresse.

När det kommer till deras egna konton på Instagram skiljer det sig avsevärt i användandet av applikationen och i publiceringen av bilder. Bland de tre intervjuade ishockeyspelarna är det tydligt att de enbart använder plattformen för att gilla och följa kompisar, de är inte alls aktiva själva när det kommer till uppdateringen av egna bilder. Därav var det också mer vanligt bland de intervjuade fotbollsspelarna att antalet följare/vänner på sociala medier hade mer betydelse.

Gällande frågan i intervjuguiden (se bilaga 2) ”Har du någon gång velat publicera en bild av dig själv men avstått? I så fall varför?” framkom det bland annat av tre personer att de valt att

avstå. Vilket berott på att de blivit osäkra på följarskarans respons, det vill säga antalet likes och kommentarer. En av deltagarna sade bland annat ”Funderar väldigt mycket på sånt och det slutar nästan alltid med att jag inte lägger ut någonting. För att mina följare inte vill se det.” En annan sade ” Och jag tror att det kanske också är en annan sak, att jag inte postar så mycket för att jag känner asså, jag ska inte säga att jag tycker jag ser bra ut, men det är ingenting här kommer jag och jag vill visa mig.” Ytterligare en respondent berättade, ”Jag lägger aldrig ut en bild på bara mig och tänker nu ska jag få likes. Men det kanske grundar sig i att jag inte använder det så jättemycket.”

Föregående stycke leder in på nästkommande fråga ”Hur presenterar och framställer du dig i sociala medier?” En av de intervjuade fotbollsspelarna svarade ”Definitivt från mina bästa sidor, eller vad jag anser är min bästa sida. Det är en filtrerad version av sin verklighet. Det är ganska lätt att bestämma vad som ska ligga på sin sida och därför är det så som jag vill att folk ska se. Det som jag anser är bra med mig eller andra säger är bra med mig.” Sedan var det några av de intervjuade som menade på att de ibland lade fokus kring framställningen och ibland inte.

3.2 Kroppsideal

Likt tidigare rubrik fick samtliga deltagare även definiera begreppet kroppsideal. Här framkom det varierande svar där det bland annat nämndes ”Eh ingen aning om jag ska vara helt ärlig. Ehm kroppsideal för mig är nog att inte vara fet.” En annan menade på att kroppsideal är:

... det man förväntar sig att befolkningen ska se ut som, typ man ska vara smal men inte för smal. Samtidigt som du ska ha kött på benen för att du ska ha en rumpa samtidigt som du ska ha bröst. Men du ska fortfarande vara smal. Typ orimliga krav som bara få kan uppnå men samtidigt som att man ska shama alla andra som inte gör det.

Respondenterna fick även diskutera en fråga (se bilaga 2) som löd ”Kan du se någon koppling mellan sociala medier och kroppsideal? I så fall på vilket sätt?” Här svarade respondenterna att det finns en stark koppling. En av deltagarna nämnde att ”Ja absolut. Alltså det är såhär, jag känner att det fortfarande är sociala medier som sätter standarden för hur man vill att en

kropp ska se ut och sen, alltså som typ kan normalisera ohälsosamma kroppar samtidigt som ja, aa jag vet inte.”

Den ovanstående frågan knöts ihop med frågan angående hur sociala medier framställer kroppsideal. Här menade våra respondenter att sociala medier, i detta fall Instagram, har både sina för- och nackdelar. En av respondenterna uttryckte sig:

Jag skulle nog säga att det är negativt i det stora hela just för att det kan påverka på ett negativt sätt. Men sen tror jag också att det beror på vem det är som tittar och vilka ögon man tittar med. Det är ju lätt att bli påverkad. Men sen så förespråkar det ju ändå träning på ett sätt och det kan också vara positivt. Så jag tror det beror på vilket extrem man tar det till.

Återkommande i intervjuerna är att de nämner åldern kring sociala medier. De menar bland annat på att kopplingen mellan kroppsideal och sociala medier medför större risker bland yngre tjejer. En av respondenterna uttrycker sig ”Är du trygg i dig själv påverkas du inte lika mycket som om du är femton år och inte riktigt vet vad du vill och då är det svårt kanske om man ser bilder och tänker att sådär måste jag se ut. Jag tror att om man är mer trygg i sig själv och tycker om en som man är och då påverkas man inte lika mycket.” Likt det sistnämnda citatet fanns det gemensamma uttalande där de nämnde att det inom respektive lag fanns otrygga och yngre spelare som påverkades mer av framställningen av ett ideal. En av fotbollsspelarna berättade att ”Det är fortfarande väldigt unga och de här tjejerna pratar väldigt mycket om både spelare till höger och till vänster men det är ganska mycket fokus på de där lite fantasivärldarna som folk lever i om man ska gå tillbaka till det. Jag tycker att sociala medier och medier generellt är de platser som påverkar en mest”. En av ishockeyspelarna menade på att en åldersgräns kring sociala medier skulle minimera risken för självskadebeteenden.

När det kommer till den självupplevda påverkan av sociala medier bland de intervjuade fotboll- och ishockeyspelarna fanns det både de som påverkats och de som inte berörts av det. Flera av studiens respondenter hade på ett eller annat sätt upplevt en negativ effekt av sociala medier. En av fotbollsspelarna talade om att hon drabbats av Ortorexi, det vill säga en

ätstörning kopplad till träningshets, där träningen är en kompensation för matintaget ¹. Det var även en av de intervjuade som berättade att hon påverkas av fotbollsspelare som spelar i en högre division. Hon säger:

Ja, alltså man går in på lite olika konton och ba aha ja men hon hade den kroppen och spelar kanske bara en nivå över mig. Då tänker jag okej varför kan inte jag se ut sådär, varför stoppar jag i mig så mycket onödiga saker när jag vet att det påverkar mig. Ja det påverkar mig mer när jag tittar på fotbollsspelare och det är för att jag känner ett större samband till fotbollsspelare än till andra som inte har en elitidrott.

Ytterligare en fråga som har diskuterats är den angående Isabella Gulldén sommarprat, det vill säga om huruvida risken till att karriären blir påverkad med tanke på att det kan existera två ideal och att försöka eftersträva båda. Ett ideal som hör hemma inom sporten och ett ideal i sociala sammanhang. På den här frågan fanns det genomgående likheter hos samtliga spelare. De ville utveckla muskler för att bibehålla en bra prestationsnivå men samtidigt så slits de med samhällets ideal som de ansåg var att se smal och slank ut. En av de intervjuade fotbollsspelarna sa:

Ja jo, det känner jag att jag har påverkats lite av, speciellt när jag var yngre. Kanske kring tolv, då höll jag på med simning också och då hade jag stora ben och då kände jag såhär att när jag kollade på de andra i klassen så tänkte jag varför är jag så mycket större än alla andra. Och sen så blev jag såhär, ja jag håller på med tre andra idrotter samtidigt så det är klart att jag är större, jag har mer muskler. Men jag kände mig fortfarande, äh det känns fel. Men aa ja känner att man slits mellan. Men jag fokuserar mer nu på att inte bry mig så mycket om vad folk tycker och tänker, eller vad sociala medier säger.

En annan sa:

Jag skulle säga att fotbollskroppar och hur man känner sig i fotbollsidealet är väldigt olika från person till person. Det finns alla möjliga kroppar och alla är bra för olika

¹ Lin, Y., & Grigorenko, A. (2014). *Ortorexi-fixering vid mat och träning*. SISU Idrottsböcker. Hämtas 2019-12-06, från, https://scholar.google.se/scholar?hl=sv&as_sdt=0,5&q=ortorexi

saker. Så det är svårt att säga att det finns ett ideal för fotbollsspelare för alla positioner kräver olika saker av en. Men i samhället skulle jag nog säga att det finns två ideal, antingen så är det pinnsmala, typ Victoria Secret eller så är det de där crossfitpersonerna som har magrutor som hoppar ut från kroppen. Är man där mellan dessa så är man lat och mellanmjölk typ. Så det är två väldiga extremer antingen supersmal är väldigt vältränad.

Avslutningsvis fick samtliga respondenterna nämna för- och nackdelar med sociala medier. Det som sades vara positivt med sociala medieapplikationer var att de bidrog till fysisk aktivitet och inspiration när det kommer till bland annat mode, inredning och träning. Nackdelarna som framkom var desto fler, till exempel dålig självuppfattning, ätstörningar i form av anorexia och ortorexi, jämförelser med andra människor och självskadebeteenden rent generellt.

Sammanfattningsvis fick respondenterna besvara frågor kring uppsatsens frågeställningar angående sociala medier och kroppsideal. Det framkom att användandet av sociala medier skiljde sig väldigt mycket i hur dessa applikationer användes. Fotbollsspelarna i vår studie var mer aktiva med att publicera bilder medan ishockeyspelarna mest bläddrade i flödet. Den skillnaden är dock inte kopplad till sporten utan snarare till deras personligheter. Sedan var det spridda skurar kring hur de intervjuade såg på kroppsideal och hur de själva har upplevt påtryckningar kring den egna kroppen.

4 Diskussion

Studiens syfte är att analysera hur idrottande kvinnor kan påverkas av sociala medier, vilket har genomförts med hjälp av kvalitativa intervjuer tillsammans med aktiva elitidrottande kvinnor inom fotboll och ishockey.

4.1 Resultatdiskussion

För att uppfylla syftet har dessa frågeställningar ställts

1. Vad innebär sociala medier för kvinnliga ishockey- och fotbollsspelare
2. Vad innebär kroppsideal för kvinnor inom ishockey och fotboll?

Det framkom bland annat av Connell (2009) att kroppsideal är ett begrepp som beskriver hur befolkningen ska se ut, vilket för många människor är ett ideal som är omöjligt att uppnå. För att föra resonemang och för att förstå respondenternas uttalanden används genusteorin (Connell, 2009, s.49–50). Här menar vi på att det sociala främst är sociala medieapplikationer, det vill säga Instagram, Snapchat, Facebook och så vidare. Med tanke på att Instagram är en ledande applikation som utgör 38 procent av alla svenskars internetförbrukning är det inte förvånande att det är ett forum som med- eller omedvetet influerar människor (Internetstiftelsen, 2018). Bland de intervjuade nämndes bland annat att det är sociala medier som sätter standarden för hur en kropp ska se ut. Det är en tanke som finner styrka i en studie som menar att innehållet som delas bland sociala medier i form av mängder av visuella utbyten kan leda till negativa sociala jämförelser. Det i sin tur kan påverka den egna kroppsbilden (Perloff, 2014). Sedan är sociala medier forum som också kan förstärka de inpräntade sociala inlärningarna om vad som förväntas vara manligt och kvinnligt. Genusteorin menar bland annat att vi förväntas följa ett visst mönster om vi vill tillhör ”kategorin” kvinna. Med tanke på detta kan det snabbt växande konceptet av till exempel sminkvideos bidra till att bibehålla dessa stereotypa förväntningar, det vill säga att kvinnor förväntas tycka om smink. Dessa sminkvideos är främst inspelade av influencers vilket i sin tur kan resultera i att den unga följarskaran av kontona påverkas av dessa utseenden som förväntas uppnås.

Det Perloff (2014) beskriver ovan är en av de anledningarna till att vi valde att analysera det här ämnet. Som aktiva inom elitidrott har vi egna erfarenheter av hur sociala medier sätter sina spår bland lagkamrater och spelare och i många fall har resulterat i självskadebeteenden, vilket kommer från att de jämfört sig själva med andra och på så sätt försökt påverka den egna kroppen genom att träna mer och äta mindre. En av respondenterna menade på att en tydligare åldersgräns på sociala medier skulle minska antalet drabbade. Hon ansåg att det skulle köpa unga kvinnor mer tid till att utveckla en bra självkänsla och ett starkt självförtroende, något hon menar ligger till grund för diverse självskadebeteende. I en artikel om rugbyspelare framförde de äldre deltagarna att det fanns ett ursäktande beteende hos framförallt yngre lagkamrater, vilket de menade blev bättre med åldern (Hardy, 2015). Detta är en ytterligare artikel som styrker att en åldersgräns möjligtvis är rimlig. I utsatta lägen, det vill säga när människor är som allra svagast och bladdrar bland olika sociala medier och ser diverse mönster kring hur de förväntas se ut, är det inte helt lätt att bestämma sin egen plats i genusordningen. Vi människor hamnar alldeles för enkelt i underläge och väljer därmed att acceptera genusordningen och förhålla oss till den istället för att inta en egen plats och hitta en egen identitet.

Utifrån egna erfarenheter och diskussioner med vänner finns det gemensamma åsikter kring att kroppsideal är oerhört löjligt. Detta då jämförelsen av sin kropp gentemot andras är ett orättvist beteende mot sig själv, då den genetiska uppbyggnaden av samtliga kroppar är olika. Sedan anser vi inte att det är rimligt att göra denna jämförelse som elitidrottande kvinna då den ”vanliga” icke-idrottande kvinnan inte är i behov av samma kroppssammansättning. Även om samtliga av dem vi intervjuat är fullt medvetna om att bilder som exempelvis publiceras på Instagram är redigerade, retuscherade och anpassade utefter en viss specifik vinkel är det svårt att tänka nyktert i ett utsatt läge vilket även Markula (1995) visade i sin studie. Här är vi återigen och snurrar kring genusordningen. Hur vi människor ska komma ifrån jämförelsen med andra och hitta ett eget fack istället för att följa i andra individers fotspår, fotspår som förmodligen är satta för flera hundra år sedan. Vi som blivande lärare tror att stora delar av den här problematiken skulle kunna förebyggas genom att bedriva och inkludera områden sociala medier och kroppsideal som en del av undervisningen. Även om ämnet har anammats av många skolor är det inte tillräckligt stort fokus kring det med tanke på framväxten av sociala medier.

Frågan som går att ställa sig är då huruvida begreppen ska aktiveras. Vi menar att det är genomförbart vid till exempel källkritisk granskning, genuskonstruktion eller vid samhällsundervisningen där aktuella händelser ska diskuteras. På så sätt ökar förhoppningsvis medvetandet kring hur bilder eller texter kan återge en falsk marknadsföring, vilket skulle kunna resultera i att självkänslan och självförtroendet hos unga stärks. Detta är även en jämställdhetsfråga som bör aktualiseras inom idrottsverksamheter, för att exempelvis undvika situationer där idrottare slutar av fel anledningar. Många idrottare som slits mellan två ideal, det vill säga samhället och idrottens, kan energimässigt och skademässigt inte bibehålla en hög prestationsnivå vilket ofta leder till att idrottare måste sluta. Detta försök till att tillfredsställa två ideal kan bero på att de traditionella genuskonstruktionerna talar om för oss kvinnor att sport är för män. När vi kvinnor sedan väljer att satsa på en elitkarriär kan den stereotypa bilden på en kvinna florera i bakhuvudet och tala om att vi även ska uppfylla de så kallade kvinnliga mönstren. Det innebär att den inverkan som de får via sociala medier och diverse kanaler spiller över på idrotten. Vilket som tidigare nämnt ofta handlar om självskadebeteende, träna mer och äta mindre.

Likt tidigare nämnt är Isabella Gulldén en av alla idrottare som dragits mellan olika ideal. När en framgångsrik elitidrottare som hon pratar högt om ett sådant problem kan det hjälpa andra idrottare till att våga öppna upp sig. Förhoppningsvis innebär det att de vågar prata om det och få den hjälp och det stöd som behövs. På så sätt kan sociala medier bidra till något positivt, det vill säga att människor hittar bra förebilder. Något som idrottsföreningarna och idrottsförbunden skulle kunna se till att göra i de fall där tränare, lagläkare, fysioterapeuter eller dylikt ser tendenser till självskadebeteende är att ta bort den berörda spelaren från träning.

Genusskillnaderna i samhället är så pass stora att de individer som inte följer de framtagna mönstren upptäcks och får sig en extra blick. Dessa traditionella och stereotypa åsikter om genus kvarstår och bevaras med exempelvis media. Här nämns det mycket om vad som är ett acceptabelt beteende för respektive kön och det är något som ständigt snurrar kring oss. (Koivula, 1999; Brookes, 2002). Därför menar vi att om det ska ske en förändring kring hanterandet av begreppen sociala medier och kroppsideal är det oerhört viktigt att lärare, tränare, föräldrar, detaljhandeln och reklamer tar sitt ansvar. Ett ansvar att förmedla och ge kunskap om hur vi ska handskas med sådana begrepp. Det är en förutsättning för att ge alla möjligheten att skapa coping-strategier.

Ett exempel på när detaljhandeln tar sitt ansvar är när bland annat butikskedjan Lindex visar upp modeller och kroppar i olika storlekar. Det kan bidra till att fler samhällsmedborgare känner en större igenkänningsfaktor. Vilket också kan medverka till att ett bättre självförtroende och en bättre självkänsla hos fler individer.

Det vi också kan se är när detaljhandeln gör precis tvärtom, det vill säga inte tar sitt ansvar. Här är det väldigt aktuellt med den svenska kändisens Bianca Ingrossos sminkvarumärke Caia. Märket har fått stor kritik för att sexualisera och objektifiera det kvinnliga könet. Till skillnad från Lindex bidrar detta märke till att stärka konstruktionen av genus som vi tidigare nämnt är framtagen av just det sociala och kulturella.

Dessa två exempel på företag inom detaljhandeln är relevanta för denna uppsats då samtliga intervjuade använder sig av applikationen Instagram. Med tanke på att både Caia och Lindex är aktiva användare sätter de även en standard som antingen spär på eller går emot sociala och traditionella konstruktioner.

4.2 Metoddiskussion

Efter att ha genomfört samtliga intervjuer delar vi skribenter åsikt om tryggheten kring att båda var med under samtliga intervjuer. Det kändes som att intervjuerna kunde bli mer av ett samtal, rädslan för att missa frågor var inte lika stor eftersom den andra kunde flika in. Sedan känner vi att valet av att intervjua den andra skribentens sport var helt rätt, då intervjun kändes mer objektiv i och med att skribenten inte har någon relation till idrotten. Det vi i efterhand har resonerat kring angående urvalet är att det hade varit intressant för oss att även intervjua spelare under 18 år. Detta då många av dem som vi intervjuade nu menade på att sociala medier och kroppsideal främst påverkar de yngre spelarna.

Då intervjuerna var semistrukturerade kom inte frågorna i samma ordning vilket resulterade i att analysen av transkriberingen blev rörig. Samtidigt känner vi likt vi gjorde innan intervjuerna att vi inte skulle vela ha strukturerade heller. Vi upplever inte att svaren hade blivit lika utförliga eller spontana.

Transkriberingen och analysen av den uppfattar vi gick väldigt smidigt. Däremot valde vi att transkribera ordagrant vilket gjorde att det blev talspråk och det resulterade i att även citaten i

resultatet var talspråk. Vi kände att citaten skulle ge mer styrka om det var exakta ord från respondenterna.

Undersökningsinstrumenten var billiga och lättillgängliga. Något att tänka på till nästa gång är att boka grupprum till samtliga intervjuer i god tid. Det för att inspelningarna genomfördes via våra mobiler och ett grupprum skulle då förbättra ljudkvalitén.

4.3 Vidare forskning

Skulle den här uppsatsen varit ett större arbete hade vi som tidigare nämnt valt att få ett yngre perspektiv på begreppen sociala medier och kroppsideal, vilket hade givit oss en indikation på dels hur de upplever samhällets konstruktioner, dels hur de upplever att skolan och idrottsföreningar arbetar med ämnet. Sedan hade det varit intressant att genomföra en kvantitativ undersökning för att få data kring hur fler idrotter och idrottare påverkas av sociala medier. Med tanke på att vi tidigare nämnt att estetiska idrotter i större utsträckning drabbats av ett kroppsmissnöjde är det tänkvärt att jämföra gymnaster med dem respondenterna i denna uppsats.

Vidare forskning kring just den här aktuella uppsatsen skulle kunna vara en involvering av antingen tränare eller lärare. Detta för att få en upplevelse kring hur dessa pedagoger arbetar kring begreppen som varit genomgående i uppsatsen. Samt att jämföra det upplevda arbetet från två olika perspektiv, både från pedagogerna och eleverna eller spelarna.

Käll- och litteraturförteckning

Akademien för ekonomi, samhälle och teknik. (2019). Validitet. Hämtad 2019-10-04 från <https://www.mdh.se/student/stod-studier/examensarbete/omraden/metoddoktorn/metod/validitet-1.29071>

Connell, R. (2009). *Om genus*. (2., utvidgade och omarb. uppl.) Göteborg: Daidalos.

Denscombe, M. (2014). *The good research guide: for small-scale social research projects*. (5th ed.) Maidenhead, England: McGraw-Hill/Open University Press.

Dickson, S./Aftonbladet.se. (2018). Isabelle Gullden om vikhetsen: Har misshandlat min kropp. Hämtad 2019-09-30 från <https://www.aftonbladet.se/sportbladet/a/5VlAgK/isabelle-gullden-om-vikhetsen-har-misshandlat-min-kropp>

Fagerström, L. & Nilson, M. (2008). *Genus, medier och masskultur*. Malmö: Gleerup.

Hardy, E. (2015). The female 'apologetic' behaviour within Canadian women's rugby: athlete perceptions and media influences. *Sport in Society*, 18(2), 155-167.

Helgeson, V.S. (2009). *The psychology of gender*. (3rd ed.) Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice Hall.

Hirdman, Y. (2003). *Genus: om det stabila föränderliga former*. Stockholm: Liber.

Ideal. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-09-25, från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/ideal>.

Internetstiftelsen (2018). *Svenskarna och internet*. Stockholm: Internetstiftelsen <https://2018.svenskarnaochinternet.se/sociala-medier/>

Jacobsen, D.I. (2017). *Hur genomför man undersökningar?: introduktion till samhällsvetenskapliga metoder*. (Upplaga 2:1). Lund: Studentlitteratur.

Kroppsideal. Kroppsideal genom tiderna och problematiken med dem. *Kroppsnytt*. Hämtad 2019-11-18, från

<http://kroppsnytt.se/kroppsideal-genom-tiderna-och-problematiken-med-dem/>

Lin, Y., & Grigorenko, A. (2014). *Ortorexi-fixering vid mat och träning*. SISU Idrottsböcker. Hämtas 2019-12-06, från https://scholar.google.se/scholar?hl=sv&as_sdt=0,5&q=ortorexi

Länsförsäkringar (2017-08-26). #Misslyckad. Hämtad 2019-09-25, från

<https://www.lansforsakringar.se/skaraborg/privat/om-oss/hallbarhet--forskning/samhallsengagemang/misslyckad/>

Markula, P. (1995). Firm but shapely, fit but sexy, strong but thin: The postmodern aerobicizing female bodies. *Sociology of sport journal*, 12(4), 424-453.

Newsner.com. (2016). Nu hyllar vi svenska klädbutiken som slopar plus size-storlekar.

Hämtad 13-12-19 från <https://www.newsner.com/nyheter/nu-hyllar-vi-svenska-klaedbutiken-som-slopar-plus-size-storlekar/>

Oxblod, A. (2019, 11 december). Biancas sminkmärke fälls – efter detaljerna i videon.

Expressen. Hämtad 13-12-19 från <https://www.expressen.se/noje/biancas-sminkmarke-falls-igen-sexistisk/>

Patel, R. & Davidson, B. (1994). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns:

Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377.

Perrin, A. (2015). Social Media Usage: 2005-2015, 65% of adults now use social networking sites – a nearly tenfold jump in the past decade. *Pew Research Center*, (15).

https://www.secretintelligenceservice.org/wp-content/uploads/2016/02/PI_2015-10-08_Social-Networking-Usage-2005-2015_FINAL.pdf

Deduktion och Induktion. I *Psykologivetande.se*. Hämtad 2019-10-23, från <http://www.psykologiskvetande.se/deduktion-induktion.html>

Riebock, A., & Bae, J. (2013). Sexualized representation of female athletes in the media: How does it affect female college athletes' body perceptions?. *International Journal of Sport Communication*, 6(3), 274-287.

Sociala medier. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-09-25, från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/sociala-medier>.

Swami, V., Steadman, L., & Tovée, M. J. (2009). A comparison of body size ideals, body dissatisfaction, and media influence between female track athletes, martial artists, and non-athletes. *Psychology of Sport and Exercise*, 10(6), 609-614.

Vetenskapsrådet. (2017). *God forskningssed*. Stockholm: Vetenskapsrådet, s.39–41. <https://www.vr.se/analys-och-uppdrag/vi-analyserar-och-utvarderar/alla-publikationer/publikationer/2017-08-29-god-forskningssed.html>

Bilaga 1

Litteratursökning

Syfte och frågeställningar:

Syftet med denna uppsats är att få en större inblick kring huruvida sociala medier påverkar idrottande kvinnor.

Frågeställning

Hur påverkas kroppsidealet av sociala medier hos kvinnliga atleter?

Vilka sökord har du använt?

*” Media influence on female athletes ”,
“Ideal”, “Sociala medier”, “ortorexi”, “anorexi”*

Var har du sökt?

Discovery, google scholar, NE och pubmed

Sökningar som gav relevant resultat

*Discovery: ”Media influence on female athletes”
NE: “ideal”, “sociala medier”, “anorexi”
Google: “ortorexi”*

Kommentarer

Alla artiklar som var relevanta för frågeställningen hittades via denna sökkombination.

Bilaga 2

Intervjuguide

Inledning

- Presentation av oss
- Syftet med denna studie är att analysera hur idrottande kvinnor kan påverkas av sociala medier.
- Etiska överväganden:

Uppvärmningsfrågor

- När är du född?
- Vilken idrott utövar du?
- Hur länge har du utövat din idrott?
- På vilken nivå spelar du?

Huvuddel

Sociala medier

1. Vad är sociala medier för dig?
2. Har du sociala medier applikationer på din mobiltelefon, isf vilka?
 - Hur mycket tid spenderar du i dessa?
 - Hur och vad använder du sociala medier till? Ge exempel. (kontakt med vänner? När du har tråkigt?)
 - Skulle du kunna klara dig utan sociala medier? Om inte, i så fall varför? Om ja, Hur länge?
3. Hur presenterar och framställer du dig i sociala medier?
 - Vilken bild hoppas du förmedla av dig själv?
 - Hur tänker du kring andras uppfattningar om dig via sociala medier?
 - Finns det någon skillnad mellan hur du presenterar dig i sociala medierna jämfört med i verkligheten? I så fall, hur? Har du funderat över detta fenomen?

4. Anser du att det viktigt med antalet följare/vänner på sin sida?
 - Vad ger det för för- och nackdelar? och hur påverkar det dig?
5. Vad är det som avgör om du gillar eller kommenterar någon annans inlägg/kommentar/bild/status?
6. Vid vilka tillfällen delar du med dig av bilder? Vad tar du kort på då? Ge exempel
 - Har du någon gång velat publicera en bild av dig själv men avstått? I så fall varför?
 - När du ser bilder på sociala medier tänker du på att bilderna kan vara redigerade? (Utöver filter)

Kroppsideal

7. Kan du se någon koppling mellan sociala medier och kroppsideal? I så fall på vilket sätt?
 - Hur skulle du definiera kroppsideal?
8. Vad anser du om sociala mediers framställning av kroppsideal? Bra, dåligt, ge exempel?
 - Hur förhåller du dig till det kroppsideal som framställs på sociala medier?
Tränar mer, äter nyttigare?
9. Anser du dig bidra till detta ideal genom dina bilder och uppdateringar? I så fall hur?
Om inte, motivera?

Avslutande frågor

10. Anser du att det finns risker med det kroppsideal som framställs på sociala medier?
 - Om ja, vilka är riskerna?
11. Är det något du vill tillägga, något jag missat som du tycker är viktigt att få med?

Tacka för intervjun.