

FAGFELLEVDERT ARTIKKEL

Bruk av sosiale medier under og etter svangerskapet er knyttet til utseendefokusert sammenlikning

[Marthe Katrin Sarre](#)

Jordmor

Universitetssykehuset Nord-Norge

[Amalie Horn](#)

Jordmor

Nordlandssykehuset Lofoten

[Ingvild Aune](#)

Dosent og jordmor

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet og UiT Norges arktiske universitet

[Kroppsoppfatning](#)

[Sosialt nettverk](#)

[Graviditet](#)

[Barseltid](#)

[Oversiktsartikkel](#)

Sykepleien Forskning 2024;19(97288):e-97288

DOI: [10.4220/Sykepleienf.2024.97288](https://doi.org/10.4220/Sykepleienf.2024.97288)

Sammendrag

Bakgrunn: Sosiale medier spiller en stadig større rolle i hverdagen vår.

Tilgjengeligheten bidrar til at gravide og kvinner som nylig har født, oppsøker sosiale medier for å innhente informasjon. Kvinner befinner seg i en sårbar tilstand gjennom svangerskapet og tiden etter fødselen. Det kan gjøre dem mer mottakelige for inntrykk. Skildringer i sosiale medier gir forventninger om hvordan kvinnekroppen skal se ut.

Hensikt: Hensikten med studien var å utforske om sosiale medier har innflytelse på kroppsbildet til gravide og kvinner som nylig har født.

Metode: Vi gjorde en systematisk litteraturstudie der vi gjennomførte litteratursøk i fem elektroniske databaser. To kvalitative studier og fem kvantitative studier ble inkludert. Vi benyttet tematisk analyse.

Resultat: Av 1013 identifiserte titler ble sju studier inkludert. I den tematiske analysen fant vi tre gjennomgående temaer. De tre temaene var «Ulike skildringer bidrar til ulike oppfatninger av kroppsbildet», «Kroppsfokusert sammenlikning som et utfall av sosial mediebruk» og «Innflytelse på livsstilen». Bruk av sosiale medier gjennom svangerskapet og i tiden etter fødselen kan ha både positiv og negativ innflytelse på kvinners kroppsbilde. Videre er bruk av sosiale medier knyttet til utseendefokusert sammenlikning under og etter svangerskapet, som kan gi kvinnene negative følelser. Bruk av sosiale medier blant gravide kan føre til sunnere kostholdsvaner. For kvinner som nylig har født, kan slik bruk bidra til spiserestriksjoner og bekymringer om kosthold som følge av kroppslig misnøye.

Konklusjon: Studien avdekker kompleksiteten i forholdet mellom kvinners bruk av sosiale medier og deres kroppsbilde, under og etter svangerskapet. Sosiale medier kan ha både positiv og negativ innflytelse på kroppsbildet deres. Et kritisk blikk og støtte fra nærmiljøet reduserer sosiale mediers innflytelse på kroppsbildet til gravide og kvinner som nylig har født.

Introduksjon

De siste ti årene har sosiale medier spilt en stadig større rolle i hverdagen vår. Alle personer mellom 16 og 34 år i Norge benytter seg av bildedelingstjenester (1). I dag er kvinner som føder sitt første barn, i gjennomsnitt 30 år (2), og de faller dermed innenfor den aldersgruppen som hyppigst benytter seg av sosiale medier. Kvinner oppsøker sosiale medier på eget initiativ under svangerskapet og i tiden etter fødselen for å innhente informasjon og få emosjonell støtte (3, 4).

Under svangerskapet og i tiden etter fødselen befinner kvinner seg i en sårbar livsfase (5). Denne sårbare tilstanden kan ytterligere forsterkes ved økt bruk av sosiale medier, som er assosiert med lavere nivåer av psykisk velvære og en mer negativ selvfølelse (4). I denne livsfasen reflekterer kvinner mer over sitt eget kroppsbilde og utseende som følge av store, raske endringer (6).

Et kroppsbilde baserer seg på individets oppfatning av, tanker om og følelser rundt egen kropp (7). Et negativt kroppsbilde gjennom svangerskapet og etter fødselen øker risikoen for uheldige utfall, slik som depresjon, utfordringer knyttet til kosthold og en kortere ammevarighet (8, 9). Imidlertid er det sett at gravide har et betydelig mer positivt kroppsbilde enn ikke-gravide kvinner (10).

Sosial sammenlikningsteori (11) forklarer hvordan vi sammenlikner oss med andre for objektivt å evaluere oss selv, og hvordan sammenlikning påvirker våre relasjoner og følelser. Objektivisering innebærer å betrakte og behandle mennesker, spesielt kvinner, som objekter eller redusere dem til kun å være definert av deres fysiske egenskaper. Objektivisering av kvinner forekommer blant annet i mediene (12).

Hensikten med studien

Hensikten med denne studien var å utforske om sosiale medier har innflytelse på kvinners kroppsbilde gjennom svangerskapet og i tiden etter fødselen. Sosiale medier er et relativt nytt fenomen. Det finnes lite forskning på hvordan sosiale medier påvirker gravides og barselkvinner's kroppsbilde og psykiske helse. Sammenstilling av nyere forskningslitteratur om temaet vil kunne fylle det eksisterende kunnskapshullet.

I et samfunn som stadig blir mer digitalisert, vil det være fordelaktig for jordmødre og øvrig helsepersonell å få mer kunnskap om sosiale medias betydning for kvinners helse og velvære, sett i et helsefremmende og forebyggende perspektiv.

Forskningsspørsmålet vårt var følgende:

«Hvilken innflytelse har sosiale medier på kroppsbildet til gravide og kvinner som nylig har født?»

Metode

Vi gjennomførte systematiske litteratursøk i databasene Cinahl, Pubmed, Psycinfo, Web of Science og Oria i november 2023 og februar 2024. Ved en systematisk litteraturstudie har man for seg et klart formulert forskningsspørsmål før man setter i gang med systematiske søk i databaser(13). Her ble et PICOT-skjema benyttet som verktøy for å utarbeide et konkret forskningsspørsmål, før vi utførte søkene (tabell 1).

Tabell 1. PICOT-skjema

P Population	I Issue	C Context	O Outcome	T Type of study
Gravide Barsekvinner	Innflytelse på kroppsbildet	Sosiale medier	Erfaringer Innflytelse	Kvantitative Kvalitative
Pregnancy Pregnant Postpartum Postnatal	Body image Body dissatisfaction Body appreciation	Social media Instagram Facebook Tiktok Snapchat	Experience Influence	Quantitative Qualitative

PICOT: *population* = populasjon, *issue* = problem, *context* = kontekst, *outcome* = utfall, *type of study* = type studie

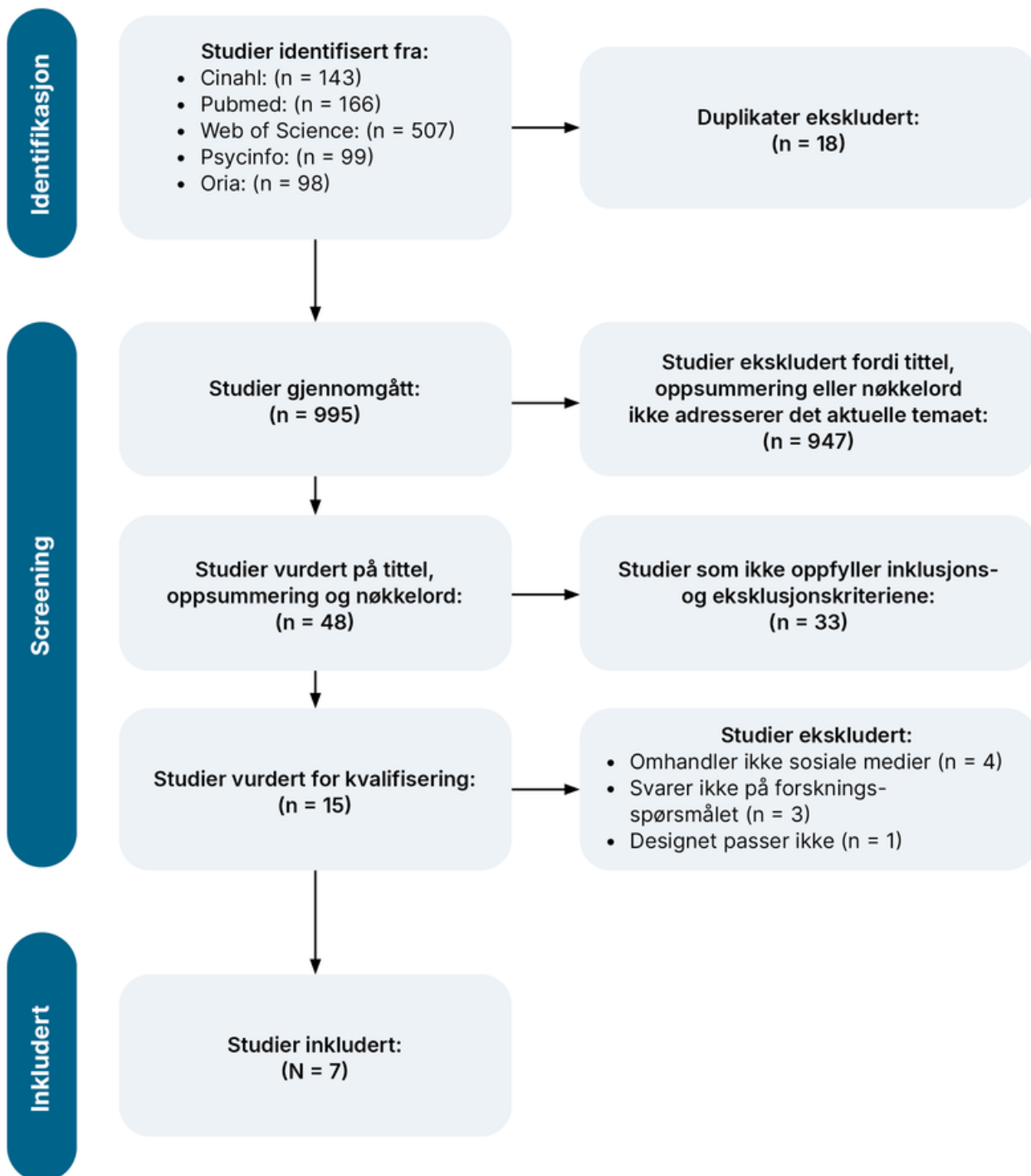
Søkestrategi

Vi utviklet nøkkelord som vi anså som relevante i prosessen med å finne tilstrekkelig og aktuell vitenskapelig forskningslitteratur. Emneordene var *body image*, *social media* og *pregnancy*.

I vårt søk etter relevant forskningslitteratur så vi på tittelen, sammendraget og nøkkelordene til alle de 995 treffene i databasene. Vi endte opp med 48 artikler som fremsto som relevante. Av dem var kun 15 aktuelle å lese i fulltekst, da de falt inn under våre inklusjons- og eksklusjonskriterier. Til sist endte vi med å inkludere sju artikler som spesifikt tok for seg temaet, herunder to kvalitative og fem kvantitative. Utvelgelsesprosessen er fremstilt i et PRISMA-flytskjema (14) (figur 1).

Figur 1. PRISMA-flytskjema

Identifikasjon av studier via databaser



Artiklene vi inkluderte, var enkeltstudier som omtalte gravide kvinner eller kvinner som hadde født i løpet av de siste 12 månedene, og sosiale medier. Tabell 2 viser våre inklusjons- og eksklusjonskriterier, som dannet rammer for søkene våre.

Tabell 2. Inklusjons- og eksklusjonskriterier

Inklusjonskriterier	Eksklusjonskriterier
<ul style="list-style-type: none">• Kvalitative og kvantitative primærstudier• Vitenskapelige fagfellevurderte artikler• Engelsk og nordiske språk• Artikler fra tidsrommet 2014 til 2024• Høy- og middelinntektsland	<ul style="list-style-type: none">• Oversiktsartikler og fagartikler• Lavinntektsland• Gravide som identifiserer seg som menn• Ikke-publiserte eller pågående studier• Studier som ikke utforsker sammenhengen mellom sosiale medier og gravides eller barselkvinnens kroppsbilde, eller som ikke utforsker deres erfaringer

[Vedlegg 1](#) viser vår søkehistorikk fra november 2023. Ingen nye vitenskapelige artikler ble identifisert i februar 2024.

Kvalitetsvurdering av inkluderte artikler

Kvalitetsvurdering innebærer en strukturert gjennomgang av den vitenskapelige artikkelens styrker og svakheter. Vi benyttet analyseverktøyet Critical Appraisal Skills Programme (CASP) i vår kritiske gjennomgang av kvalitative studier og kvantitative randomiserte kontrollerte studier, RCT-studier (15). For tverrsnittsstudier benyttet vi JBI Critical Appraisal Tools (16). Seks artikler ble ansett å være av høy kvalitet, mens vi anså én å være av middels kvalitet. Tabell 3 gir innsikt i vår kvalitetsvurdering.

Tabell 3. Kvalitetsvurdering av inkluderte artikler

Forfatter, tittel, tidsskrift og år	Metode (datainnsamling og analyse)	Styrker og svakheter	Kvalitet
Loftås og Råheim «Ikke for liten, ikke for stor»: Unge postgravides erfaringer gjennom kroppslige endringer <i>Fysioterapeuten,</i> 2020	Kvalitativ metode Dataene er samlet inn gjennom semistrukturerte individuelle intervjuer. Seks kvinner i alderen 20–30 år	Studien er gjort i Norge og er meldt til Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør for vurdering av innhenting og oppbevaring av personopplysninger. I tillegg er den fagfellevurdert. Hensikten er tydelig, og metoden er godt beskrevet. Utvalget er relativt lite og består kun av kvinner med vestlig bakgrunn. Rekrutteringen gikk gjennom en tredjeperson og kan tenkes å ha ført til et ikke-tilfeldig utvalg.	8/10 Høy kvalitet
Liechty, Coyne, Collier og Sharp «It's just not very realistic»: Perceptions of media among pregnant and postpartum women <i>Health Communication,</i> 2018	Kvalitativ metode Dataene er samlet inn gjennom semistrukturerte dybdeintervjuer.	Relativt stort utvalg på 50 damer som ble intervjuet. <i>Grounded theory</i> ble anvendt for å analysere datamaterialet og med en godt beskrevet fremgangsmåte på hvordan intervjuene ble gjennomført. En tredjepart ble benyttet til å vurdere kodingen for å sikre god troverdighet. Kvaliteten trekkes ned fordi etiske refleksjoner ikke er tatt med. Grunnet mange deltakere ble intervjutiden satt til 15–30 minutter. Det kan være kort tid til å gå i dybden av tematikken. Denne studien er tatt ut fra en annen studie, som tar for seg mediene generelt. Det er uklart hvordan de har trukket ut akkurat disse 50 damene fra studien	6/10 Middels kvalitet

<p>Hicks og Brown Higher Facebook use predicts greater body image dissatisfaction during pregnancy: The role of self-comparison <i>Midwifery, 2016</i></p>	<p>Kvantitativ metode, tverrsnittsstudie Dataene ble samlet inn gjennom et nettbasert spørreskjema. 269 gravide kvinner deltok i studien.</p>	<p>Rekruttering og datainnsamling er godt beskrevet. De har gått grundig gjennom besvarte spørreskjemaer og fjernet dem med ufullstendige svar. Resultater og konklusjonen er tydelig. Faktoranalyse er brukt for å sikre kvalitet i spørreskjemaet. De har rekruttert kvinner både via internett og ansikt til ansikt. Frivillig deltakelse kan føre til skjevhet i utvalget, for eksempel ved at kvinner som opplever påvirkning av Facebook og kroppslig misnøye, har høyere motivasjon for å delta i studien. Rekrutteringen foregikk på nett, noe som kan ha ført til en skjevhet ved at de med høyere utdanning deltar.</p>	<p>10/10 Høy kvalitet</p>
<p>Tang, Tiggemann og Haines Fitmom: an experimental investigation of the effect of social media on body dissatisfaction and eating and physical activity intentions, attitudes, and behaviours among postpartum mothers <i>BMC Pregnancy and Childbirth, 2022</i></p>	<p>Kvantitativ randomisert studie Dataene ble samlet inn gjennom eksperimenter over fem dager og spørreskjema i forkant og etterkant. 132 barselkvinner deltok i studien.</p>	<p>Hensikten er tydelig, og metoden er godt beskrevet. Resultatene er oversiktlige og delt inn i emner og tabeller som er godt beskrevet. De har gjort relevante analyser av dataene. Vi vurderer at resultatene i stor grad er overførbare til vår populasjon. Forholdet mellom forskere og utvalg er ikke beskrevet, og det kommer ikke frem om gruppene var blindet til intervensjonen de ble gitt.</p>	<p>9/10 Høy kvalitet</p>

<p>Nagl, Jepsen, Linde og Kersting</p> <p>Social media use and postpartum body image dissatisfaction: The role of appearance-related social comparisons and thin-ideal internalization.</p> <p><i>Midwifery, 2021</i></p>	<p>Kvantitativ tverrsnittsstudie</p> <p>Dataene ble samlet inn gjennom spørreskjema.</p> <p>Deltakerne besto av 242 kvinner som hadde født for maks 26 uker siden</p>	<p>De forklarer godt metoden, analysen og resultatet. De forklarer godt fremgangsmåten og diskuterer konfunderende faktorer. Vi anser at resultatene er overførbare til vår populasjon.</p> <p>Da dataene ble innhentet gjennom et nettbasert spørreskjema, kan det tenkes at kun kvinner som er mest engasjert i temaet, velger å delta i studien. I tillegg er det rimelig å anta at kvinner med høyere sosioøkonomisk status deltar i en slik studie, noe som også kan føre til en skjevhet i resultatene, og bidrar til at de ikke blir generaliserbare.</p>	<p>10/10 Høy kvalitet</p>
<p>Becker, Rodgers og Zimmerman</p> <p>#Body goals or #Bopo? Exposure to pregnancy and post-partum related social media images: Effects on the body image and mood of women in the peri-pregnancy period</p> <p><i>Body Image, 2022</i></p>	<p>Kvantitativ tverrsnittsstudie</p> <p>Dataene ble samlet inn gjennom ulike spørreskjemaer som ble utfyllt i forkant og etterkant av undersøkelsen.</p> <p>261 gravide og barselkvinner deltok.</p>	<p>Godt beskrevet metode med fremgangsmåte om hvordan studien er gjennomført. Etisk godkjent. Utvalget er godt beskrevet, likedan inklusjonskriteriene. Resultatet er lagt frem på en god måte, med både tekst og tabell. Vi anser studien som generaliserbar.</p> <p>Det er uklart om de har gjort vurderinger omkring konfunderende faktorer.</p>	<p>9/10 Høy kvalitet</p>
<p>Zeeni, Kharma og Mattar</p> <p>Social media use impacts body image and eating behavior in pregnant women</p> <p><i>Current Psychology, 2023</i></p>	<p>Kvantitativ tverrsnittsstudie</p> <p>Dataene ble samlet inn gjennom spørreskjema.</p> <p>192 libanesiske gravide kvinner var inkludert</p>	<p>Tydelige inklusjonskriterier, og karakteristika på utvalget er tydelige i teksten.</p> <p>Konfunderende faktorer er gjort rede for. Vi anser resultatene for å være valide og reliable. De har gjort godt rede for hvorfor de har tatt i bruk de ulike analysene, og de ser ut til å være hensiktsmessige for studiens mål.</p> <p>Da Libanon er et land i Midtøsten, er det rimelig å anta at det vil være kulturelle forskjeller fra Norge og den vestlige verden. Dette vil kunne påvirke generaliserbarheten av resultatene til vår populasjon. Likevel argumenteres det i teksten for at Libanon har adoptert mye av vestlig kultur.</p>	<p>9/10 Høy kvalitet</p>

Analysemetode

Vi anvendte tematisk analyse. Denne analysemetoden innebærer å identifisere temaer som direkte reflekterer vårt forskningsspørsmål, ut fra resultatene som kommer frem i artiklene (13). Vi diskuterte og identifiserte temaer sammen. Deretter sammenliknet vi funnene i artiklene og fant tre gjennomgående temaer. Tabell 4 viser de utarbeidede temaene fra dataanalysen.

Tabell 4. Utarbeidede temaer av analysen

Forfatter	Tema		
	Ulike skildringer bidrar til ulike oppfatninger av kroppsbildet	Kroppsfokusert sammenlikning som et utfall av sosial mediebruk	Innflytelse på livsstil
Becker, Rodgers og Zimmermann, 2022	x		
Tang, Tiggemann og Haines, 2022	x		x
Hicks og Brown, 2016	x	x	
Loftås og Råheim, 2020	x	x	
Nagl, Jepsen, Linde og Kersting, 2021		x	x
Zeeni, Kharma og Mattar, 2021	x	x	x
Liechty, Coyne, Collier og Sharp, 2018	x	x	

Resultater

Ulike skildringer bidrar til ulike oppfatninger av kroppsbildet

Forskning viser at sosiale medier og teknologiavhengighet er assosiert med et negativt kroppsbilde blant gravide kvinner og bekymringer for kroppens utseende etter fødselen (17).

Gjennom svangerskapet og i tiden etter fødselen opplever kvinner å bli utsatt for urealistiske og uoppnåelige fremstillinger av gravide og kvinner som nylig har født, i sosiale medier. Kvinner forteller om et fokus på den perfekte, slanke kroppen i sosiale medier, både under svangerskapet og etter fødselen, og at denne oppmerksomheten har negativ innflytelse på dem. Samtidig skåner kvinner seg selv ved å være kritiske til innhold som blir delt, og begrense tiden de bruker på sosiale medier (18).

Forskning viser at sosiale mediers skildringer av slanke og atletiske kvinnekropper bidrar til negative følelser knyttet til egen kropp (19).

Hele 41 prosent av deltakerne i studien til Liechty og medarbeidere (19) oppga at de følte seg negativt påvirket av skildringer i sosiale medier, mens 33 prosent sa at de hadde blandede følelser. Videre kom det frem at 46 prosent av deltakerne hadde negative følelser for kroppen sin som følge av å bli eksponert for idealiserte bilder av gravide kvinner og kvinner som nylig har født:

«Jeg liker ikke at når man snakker om seks måneder, så er det veldig kort tid. Det er mye tilheling som må til etter at man har født et barn, og kanskje det går raskt for noen, men for meg er det urealistisk. Jeg føler at det er det som gjør oss alle deprimert, fordi etter seks måneder ser vi fortsatt ikke ut som henne [...]» (19, s. 854 – vår oversettelse).

I studien til Tang og medarbeidere (20) oppdaget de at eksponering for kroppsfokuserte bilder og videoer av kvinner som nylig har født, hadde negativ innvirkning på kroppsbildet til kvinner etter fødselen. Kroppslig misnøye forekom hyppigst hos intervensjonsgruppen, som ble eksponert for det kroppsfokuserte innholdet, sammenliknet med kontrollgruppen, som ble eksponert for realistiske bilder.

En annen studie fant at deltakere som ble eksponert for slanke og atletiske bilder av gravide og kvinner som nylig hadde født, rapporterte om et mer negativt kroppsbilde (21).

Hicks og Brown (22) rapporterte at 47 prosent av deltakerne var engstelig for sin egen kropp under svangerskapet når de brukte Facebook. Det var 67 prosent som følte seg misunnelig på hvordan vennene deres så ut som gravide, og 61 prosent rapporterte at de var misunnelig på hvordan kjendiser så ut som gravide. Kun 8 prosent rapporterte om en følelse av selvsikkerhet under graviditeten. Det viste seg at nivået av kroppslig misnøye, kombinert med økt bekymring for kroppens utseende etter fødsel, økte proporsjonalt med hvor mye tid de gravide brukte på Facebook. Gravide som ikke benyttet Facebook, var mer positiv til kroppen sin sammenliknet med dem som benyttet dette nettverket.

På samme måte viste en annen studie at det var positivt for kroppsbildet til gravide og kvinner som nylig har født, å redusere konsumet av medier (19).

Under svangerskapet og etter fødselen gir kvinner uttrykk for at man ikke blir like negativt påvirket av sosiale mediers skildringer av kvinnekroppen under og etter svangerskapet, når man er bevisst på at mye fremstår som urealistisk (18). I studien til Liechty og medarbeidere (19) oppga 54 prosent av kvinnene at de ikke blir berørt av mediebildet. Disse kvinnene var kritiske til skildringer i sosiale medier, opplevde å få støtte av sine nærmeste, og var bevisst på at alle kropper er ulike:

«Jeg vil definitivt sammenlikne meg selv ... Jeg ønsker å leve opp til det og føler at jeg bør leve opp til det, og det er bare så overveldende fordi alle som har født et barn i Hollywood, går umiddelbart ned i vekt ... men så kommer jeg på hva som betyr mest ... da innser jeg at, ok, jeg bør ikke bekymre meg for det, jeg bryr meg ikke» (19, s. 855 – vår oversettelse).

Det kom frem av Becker og medarbeidere (21) at positive følelser knyttet til eget kroppsilde oppsto da kvinnene ble eksponert for realistiske bilder av gravide og kvinner som nylig har født. På samme måte viste Liechty og medarbeidere (19) at 26 prosent av deltakerne oppga at realistiske skildringer i sosiale medier hadde positiv innflytelse på kroppsbildet deres.

Kroppsfokusert sammenlikning som et utfall av sosial mediebruk

Gravide kvinner og kvinner som nylig har født, opplever at sosiale medier kan stimulere til sammenlikning. Kvinner sammenlikner seg ofte med andre kvinner i sosiale medier som har *det ideelle utseendet* – kvinner som ikke opplever særlig stor vektøkning i svangerskapet, og kvinner som raskt har oppnådd et pre-gravid utseende etter fødselen (19):

«Jeg ser mange mødre som deler bilder ... de ser veldig slanke ut ... og jeg ser ut som dette ... jeg føler meg ikke vel fordi jeg vil komme tilbake til min normale størrelse, og alle andre ser ut til å få det til ...» (19, s. 856 – vår oversettelse).

Kvinnens liv blir ofte glamorisert på sosiale medier, og fremstillingene avviker fra virkeligheten. Mye av innholdet som deles i sosiale medier, har et kroppsfokusert perspektiv og gjenspeiler ikke kvinnens liv slik det er i realiteten:

«Jeg tenker at folk ser Facebook som en mulighet til å sammenlikne seg selv med andre, og noen ganger får man ikke det ekte bildet av hva som foregår i menneskers liv ...» (19, s. 857 – vår oversettelse).

Forskning viser at gravide kvinner og kvinner som nylig har født, har negative følelser når de ser skildringer av slanke og atletiske kvinner i mediene. Disse negative følelsene er en følge av at kvinnene sammenlikner seg med kvinnene på bildene, og derfor føler på et press eller en forventning om å se slik ut selv (19):

«Jeg tror at signalene det sender ut er ... at å opprettholde figuren ... er det som er viktig ... Så jeg føler budskapet er, hvem bryr seg om babyen din eller hvor frisk du er gjennom svangerskapet – bare vær sikker på at du ser bra ut» (19, s. 856 – vår oversettelse).

Kvinner forteller at de etter fødselen sammenlikner seg med andre kvinners kropp på sosiale medier. De opplever et press fra samfunnet om å legge ut urealistiske bilder av kroppen sin, i frykt for ikke å leve opp til idealer og forventninger (18):

«Man blir kanskje mer påvirket enn man tror. Det er jo en grunn til at man tenker at man skal komme seg tilbake så fort som mulig. Det er fordi man blir påvirket av andre som har født, og som ser bra ut et par uker etterpå, sant. Og så ser man på seg selv etter fire måneder og så har man fortsatt den litt sånn flabby magen ...» (18, s. 79).

I studien til Nagl og medarbeidere (23) kom det frem at 42 prosent av kvinner som nylig har født, sammenlikner seg spesielt med nære venner på sosiale medier. Sammenlikninger med kjendiser forekommer i mindre grad i sosiale medier, men hele 93 prosent av kvinnene som rapporterte at de sammenliknet seg med kjendiser, sammenliknet seg oppover. Det vil si at de sammenliknet seg med noen de anså å være bedre enn seg selv (11).

Hyppig bruk av sosiale medier er assosiert med kroppslig misnøye etter fødselen fordi kvinnene sammenlikner seg med et urealistisk, idealiserende innhold (23).

Deling av innhold på sosiale medier er forbundet med konkurranse om å se mest mulig ut som idealiserte bilder av gravide kvinnekropper (17). Det er sett at jo mer tid de gravide bruker på Facebook, jo mer sammenlikner de sin egen kropp med andres. Dette fører til konkurranse om å se bra ut som gravid (22). Hele 67 prosent av de gravide i studien til Hicks og Brown (22) følte seg presset til å se ut som idealiserte, gravide kvinnekropper i sosiale medier.

Innflytelse på livsstilen

I studien til Zeeni og medarbeidere (17) viste det seg at bruk av sosiale medier blant gravide kvinner var sterkt forbundet med sunne kostholdsvaner. Derimot kom det frem i studien at alder, kroppsmasseindeks (KMI), paritet, trimester, bruk av kosttilskudd og rask vekt oppgang i svangerskapet ikke påvirket utfallet av kostholdsvaner.

Nagl og medarbeidere (23) fant også en sammenheng mellom sosiale medier og kosthold blant kvinner som nylig har født. Funnene deres skulle likevel vise seg å ha en mer negativ betydning: Kroppslig misnøye som følge av sosial mediebruk ble assosiert med høyere nivåer av spiserestriksjoner og bekymringer knyttet til kosthold hos kvinner etter fødselen.

På samme måte viste resultatene til Tang og medarbeidere (20) at når kvinner som nylig har født, blir eksponert for kroppsfokuserte bilder i sosiale medier, får de et anstrengt forhold til mat. Videre viste det seg at denne typen eksponering også inspirerte dem til å ville være mer fysisk aktive. Inspirasjonen vedvarte likevel ikke over tid og resulterte ikke i endringer i aktivitetsnivå.

Diskusjon

Forming av kroppsbildet gjennom sosiale medier

Funnene våre viser at eksponering for kroppsfokuserte skildringer i sosiale medier kan føre til kroppslig misnøye hos gravide og kvinner som nylig har født (17–22). Ifølge objektiveringsteorien blir kvinner redusert til objekter som skal tilfredsstille samfunnets forventninger om hvordan kvinnekroppen skal se ut. Kroppslig misnøye oppstår når kvinnene ikke opplever å nå opp til idealet (12).

Studien vår viser at en økt bruk av sosiale medier er knyttet til et mer negativt kroppsbilde blant gravide og kvinner som nylig har født (19, 22). Tidligere studier viser at et negativt kroppsbilde blant gravide kvinner og kvinner som nylig har født, kan bidra til depresjon i svangerskapet og barseltiden, kortere ammevarighet og økt bruk av morsmelkerstatning (8, 24). Sett i lys av objektiveringsteorien kan depresjon, skam og angst hos kvinner være en følge av kroppslig objektivering (12).

I studien vår kom det frem at mindre bruk av sosiale medier var positivt for kroppsbildet til kvinner under og etter svangerskapet. Det er vist at kvinner som sjekker Instagram gjentatte ganger i løpet av en dag, vurderer sitt kroppslige utseende i langt større grad enn kvinner som ikke benytter Instagram (19, 22). Ifølge Cohen og medarbeidere (25) er et liknende mønster observert ved eksponering for utseenderelatert innhold på Facebook. Annen forskning viser at bruk av bildedelingsplattformer er forbundet med kroppslig misnøye (26, 27).

Funnene våre viser at sosiale medier også kan ha en positiv innvirkning på kvinners kroppsbilde i svangerskapet og i tiden etter fødselen (19, 21). Dette støttes av resultatene til Tiggemann og medarbeidere (28), som viser at eksponering for bilder av fyldigere kropp kan fremme et positivt kroppsbilde blant kvinner. Cohen og medarbeidere (29) fant at unge kvinner som blir eksponert for innhold på sosiale medier som aksepterer ulike størrelser og former av kvinnekroppen, kan få et mer positivt kroppsbilde.

Det fremgår av våre resultater at enkelte kvinner opplever at skildringer i sosiale medier ikke har noen innflytelse på kroppsbildet deres. Det forutsetter at de er bevisst på at bilder i sosiale medier kan være retusjerte, og at ikke alt man ser, er i overensstemmelse med virkeligheten. Det er også vesentlig med støtte fra sine nærmeste (18, 19). Til likhet fant Rodgers og medarbeidere (30) at støtte og oppmuntring fra familie og venner, der det viktige var kroppslig funksjon, hadde en positiv effekt på kvinners kroppsbilde.

Sosiale medier genererer utseendefokusert sammenlikning

Våre funn antyder at gravide og kvinner som nylig har født, ofte opplever negative følelser når de ser bilder av andre kvinner i sosiale medier som befinner seg i liknende situasjon (18–20, 22, 23). Sosial sammenlikningsteori belyser at sammenlikning kan utløse både positive og negative følelser, avhengig av retningen man sammenlikner seg i (7, 11). Forskning indikerer at sammenlikning med noe man anser som mer ideelt, er knyttet til et mer negativt kroppsbilde (31).

Videre viser våre resultater at negative følelser som følge av sammenlikning har sitt utspring i et opplevd samfunnspress om å se slank og atletisk ut, både under og etter svangerskapet (18, 19). Dette funnet samsvarer med objektiveringsteorien, der negative følelser knyttet til sammenlikning skyldes urealistiske samfunnsnormer og idealer for kvinners utseende (12).

Funnene våre viser at gravide og kvinner som nylig har født, sammenlikner seg med kvinner i sosiale medier som ikke har gått særlig opp i vekt under svangerskapet, og som har kommet raskt tilbake til et pre-gravid utseende etter fødselen (19). En kvinne i studien til Loftås og Råheim (18) uttrykte et opplevd press om å måtte komme tilbake til et pre-gravid utseende så raskt som mulig etter fødselen.

Tiggemann og Anderberg (32) oppdaget at det å sammenlikne seg med idealiserte bilder av kvinner i sosiale medier kan bidra til et mer negativt kroppsbilde. Videre fant de at kvinner kan styrke sitt kroppsbilde ved å sammenlikne seg med virkelighetsnære bilder av andre kvinner (32).

I resultatene våre fremkommer det at gravide kvinner som bruker sosiale medier, opplever at de deltar i en slags konkurranse der kroppen deres skal likne mest mulig på de idealiserte bildene av gravide. Det bidrar til negative følelser (17, 22). Ifølge den sosiale sammenlikningsteorien vil man flytte sitt eget ambisjonsnivå for hva man anser som bra, nærmere andres nivå dersom man opplever det som bedre enn sitt eget (11).

Endringer i kostholdsvaner som følge av bruk av sosiale medier

Våre funn viser at sosiale medier kan være positivt ved å bidra til sunne spisevaner blant gravide kvinner (17). Motsatt belyser Rodgers og medarbeidere (30) hvordan et sosiokulturelt press om å se slank ut under og etter svangerskapet, eksempelvis formidlet gjennom sosiale medier, kan bidra til et restriktivt kosthold og strikte treningsrutiner i svangerskapet. Det kommer videre frem av våre resultater at sosiale medier kan bidra til at kvinner som nylig har født, får et anstrengt forhold til mat (20, 23).

Sett i lys av objektiveringsteorien vil det å sammenlikne seg med idealiserte bilder av andre kvinnekropper kunne resultere i kroppslig misnøye, og dermed være en faktor i utviklingen av spiseforstyrrelser (12). Denne teorien underbygges ytterligere av forskning som omhandler kvinner generelt, og indikerer at sosiale medier er assosiert med anstrengte kostholdsvaner og spiseforstyrrelser når man sammenlikner seg oppover (26, 31).

Implikasjoner for praksis

Jordmødre har en vesentlig rolle i å fremme kvinners helse og velvære, både individuelt og på samfunnsnivå. Det er rimelig å anta at veiledning og rådgivning i svangerskapsomsorgen kan bidra til en bevisstgjøring av påvirkningskraften til sosiale medier samt fremme realistiske forventninger til kvinnekroppen under svangerskapet og etter fødselen. Slik kan jordmødre hjelpe kvinner til å beskytte seg mot uheldige konsekvenser som følge av eksponering for urealistisk innhold på sosiale medier.

Metodediskusjon

En styrke ved studien er at de systematiske litteratursøkene ble gjennomført i fem ulike databaser. Vi samarbeidet i den tematiske analysen for å styrke studiens interne validitet. Søkemetoden er grundig beskrevet, slik at våre funn er etterprøvbare.

Sosiale medier er et utbredt fenomen i store deler av verden. Derfor er det rimelig å anta at funnene våre har overføringsverdi til den øvrige kvinnelige populasjonen, noe som styrker studiens eksterne validitet. Studien vår viser at det er forsket lite på sosiale medier, gravide og kvinner som nylig har født. Forskningsområdet er relativt nytt, noe som styrker studiens relevans.

Konklusjon

Våre funn indikerer at det er et komplekst forhold mellom bruk av sosiale medier og kroppsbilde til gravide og kvinner som nylig har født. Sosiale medier kan ha både en positiv og negativ innflytelse, avhengig av innholdet kvinnene eksponeres for, og hvor kritiske de er overfor det de ser i sosiale medier. Bruk av sosiale medier i denne livsfasen medfører sosial sammenlikning, som kan innvirke på kvinnenes kostholdsvaner.

Vår studie viser et behov for ytterligere forskning på området. Denne studien legger et grunnlag for fremtidig forskning som kan bidra til å forme retningslinjer og tiltak som støtter kvinners helse og velvære i denne fasen av livet.

Forfatterne oppgir ingen interessekonflikter.

Åpen tilgang [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



FØLER PRESS OG FORVENTNING: Kvinner sammenlikner seg ofte med andre kvinner i sosiale medier som ikke opplever særlig stor vektøkning i svangerskapet, og kvinner som raskt får tilbake kroppen slik den var før fødselen. *Illustrasjonsfoto: Frank Muckenheim / Plainpicture / NTB*

1. Statistisk sentralbyrå. 06998: Aktiviteter utført på internett de siste 3 måneder (prosent). Kjønn, alder og år: Bruk av internett til å se på video fra delingstjenester 2022 [internett]. Statistisk sentralbyrå; u.å. [hentet 19. september 2022]. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/06998>
2. Statistisk sentralbyrå. 07872: Foreldrenes gjennomsnittlige fødealder ved første barns fødsel, etter statistikkvariabel og år 2023 [internett]. Statistisk sentralbyrå; u.å. [hentet 7. mars 2023]. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/07872>
3. Bozan MB, Cangol E. Prevalence and causes of social media usage and addiction status of pregnant women. BMC Womens Health. 2023;23(1):655-. DOI: [10.1186/s12905-023-02787-1](https://doi.org/10.1186/s12905-023-02787-1)

4. Smith M, Mitchell AS, Townsend ML, Herbert JS. The relationship between digital media use during pregnancy, maternal psychological wellbeing, and maternal-fetal attachment. *Plos One*. 2020;15(12):e0243898. DOI: [10.1371/journal.pone.0243898](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243898)
5. Brean GV. *Psykisk helse i svangerskap og barseltid*. Oslo: Gyldendal; 2023.
6. Fuller-Tyszkiewicz M, Skouteris H, Watson BE, Hill B. Body dissatisfaction during pregnancy: A systematic review of cross-sectional and prospective correlates. *J Health Psychol*. 2013;18(11):1411–21. DOI: [10.1177/1359105312462437](https://doi.org/10.1177/1359105312462437)
7. Grogan S. *Body image. Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. 2. utg. London: Routledge; 2008.
8. Brown A, Rance J, Warren L. Body image concerns during pregnancy are associated with a shorter breast feeding duration. *Midwifery*. 2015;31(1):80–9. DOI: [10.1016/j.midw.2014.06.003](https://doi.org/10.1016/j.midw.2014.06.003)
9. Coyne SM, Liechty T, Collier KM, Sharp AD, Davis EJ, Kroff SL. The effect of media on body image in pregnant and postpartum women. *Health Commun*. 2018;33(7):793–9. DOI: [10.1080/10410236.2017.1314853](https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1314853)
10. Loth KA, Bauer KW, Wall M, Berge J, Neumark-Sztainer D. Body satisfaction during pregnancy. *Body Image*. 2011;8(3):297–300. DOI: [10.1016/j.bodyim.2011.03.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.03.002)
11. Festinger L. A theory of social comparison processes. *Hum Relat*. 1954;7(2):117–40. DOI: [10.1177/001872675400700202](https://doi.org/10.1177/001872675400700202)
12. Fredrickson BL, Roberts T-A. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychol Women Q*. 1997;21(2):173–206. DOI: [10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x](https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x)
13. Aveyard H. *Doing a literature review in health and social care: a practical guide*. 4. utg. London: Open University Press; 2019.
14. PRISMA statement. PRISMA Flow Diagram 2020 [internett]. Prisma Statement; 2020 [hentet 1. desember 2023]. Tilgjengelig fra: <https://www.prisma-statement.org/prisma-2020-flow-diagram>
15. Critical Appraisal Skills Programme (CASP). *CASP Checklists 2023* [internett]. Oxford: CASP; u.å. [hentet 1. november 2023]. Tilgjengelig fra: <https://casp-uk.net/casp-tools-checklists/>

16. The Joanna Briggs Institute (JBI). Checklist for analytical cross sectional studies [internet]. JBI; 2017 [hentet 15. november 2023]. Tilgjengelig fra: https://jbi.global/sites/default/files/2019-05/JBI_Critical_Appraisal-Checklist_for_Analytical_Cross_Sectional_Studies2017_0.pdf
17. Zeeni N, Kharma JA, Mattar L. Social media use impacts body image and eating behavior in pregnant women. *Curr Psychol*. 2023;42(6):4948–55. DOI: [10.1007/s12144-021-01848-8](https://doi.org/10.1007/s12144-021-01848-8)
18. Loftås I, Råheim M. «Ikke for liten, ikke for stor.» Unge postgravide kvinners erfaringer gjennom kroppslige endringer. *Fysioterapeuten*. 2020;87(8):76–81. Tilgjengelig fra: <https://fysioterapeuten-eblad.no/dm/fysioterapeuten-8-20/76/>
19. Liechty T, Coyne SM, Collier KM, Sharp AD. «It's just not very realistic.» Perceptions of media among pregnant and postpartum women. *Health Commun*. 2018;33(7):851–9. DOI: [10.1080/10410236.2017.1315680](https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1315680)
20. Tang L, Tiggemann M, Haines J. Fitmom. An experimental investigation of the effect of social media on body dissatisfaction and eating and physical activity intentions, attitudes, and behaviours among postpartum mothers. *BMC Pregnancy Childbirth*. 2022;22(1):766. DOI: [10.1186/s12884-022-05089-w](https://doi.org/10.1186/s12884-022-05089-w)
21. Becker E, Rodgers RF, Zimmerman E. Body goals or #Bopo? Exposure to pregnancy and post-partum related social media images: Effects on the body image and mood of women in the peri-pregnancy period. *Body Image*. 2022;42:1–10. DOI: [10.1016/j.bodyim.2022.04.010](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.04.010)
22. Hicks S, Brown A. Higher Facebook use predicts greater body image dissatisfaction during pregnancy: The role of self-comparison. *Midwifery*. 2016;40:132–40. DOI: [10.1016/j.midw.2016.06.018](https://doi.org/10.1016/j.midw.2016.06.018)
23. Nagl M, Jepsen L, Linde K, Kersting A. Social media use and postpartum body image dissatisfaction: The role of appearance-related social comparisons and thin-ideal internalization. *Midwifery*. 2021;100. DOI: [10.1016/j.midw.2021.103038](https://doi.org/10.1016/j.midw.2021.103038)
24. Hartley E, Fuller-Tyszkiewicz M, Skouteris H, Hill B. A qualitative insight into the relationship between postpartum depression and body image. *J Reprod Infant Psychol*. 2021;39(3):288–300. DOI: [10.1080/02646838.2019.1710119](https://doi.org/10.1080/02646838.2019.1710119)
25. Cohen R, Newton-John T, Slater A. The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*. 2017;23:183–7. DOI: [10.1016/j.bodyim.2017.10.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002)

26. Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*. 2016;17:100–10. DOI: [10.1016/j.bodyim.2016.02.008](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008)
27. Rounsefell K, Gibson S, McLean Sn, Blair M, Molenaar A, Brennan L, et al. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutr Diet*. 2020;77(1):19–40. DOI: [10.1111/1747-0080.12581](https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581)
28. Tiggemann M, Anderberg I, Brown Z. #Loveyourbody: The effect of body positive Instagram captions on women’s body image. *Body Image*. 2020;33:129–36. DOI: [10.1016/j.bodyim.2020.02.015](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.015)
29. Cohen R, Fardouly J, Newton-John T, Slater A. #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women’s mood and body image. *New Media Soc*. 2019;21(7):1546–64. DOI: [10.1177/1461444819826530](https://doi.org/10.1177/1461444819826530)
30. Rodgers RF, Campagna J, Hayes G, Sharma A, Runquist E, Fiuza A, et al. Sociocultural pressures and body related experiences during pregnancy and the postpartum period: A qualitative study. *Body Image*. 2024;48:101643. DOI: [10.1016/j.bodyim.2023.101643](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101643)
31. Fardouly J, Pinkus RT, Vartanian LR. The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women’s everyday lives. *Body Image*. 2017;20:31–9. DOI: [10.1016/j.bodyim.2016.11.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002)
32. Tiggemann M, Anderberg I. Social media is not real: The effect of ‘Instagram vs reality’ images on women’s social comparison and body image. *New Media Soc*. 2020;22(12):2183–99. DOI: [10.1177/1461444819888720](https://doi.org/10.1177/1461444819888720)