



LUNDS  
UNIVERSITET

# “Get Ready With Me” som vuxenpraktik

*Adultification av flickor i TikToks vardagsestetik*

Lunds Universitet, Institutionen för kommunikation  
Medie och kommunikationsvetenskap, fortsättningskurs  
Delkurs 4: B-uppsats, HT25  
Handledare: Martin Lundqvist  
Examinationsdatum: 17/2-2026  
Uppsatsförfattare: Tindra Fors & Ebba Adamson

## Abstrakt

“Get Ready With Me” som vuxenpraktik, adultification av flickor i TikToks vardagsestetik” , en B-uppsats av Tindra Fors och Ebba Adamson i Medie- och kommunikationsvetenskap, vid Institutionen för kommunikation, Lunds universitet. Denna studie undersöker hur TikTok-fenomenet “Get Ready With Me” (GRWM) bidrar till att skapa handlingsutrymme för adultification av unga flickor. I ett digitalt medielandskap där gränsen mellan barn och vuxna blir alltmer otydlig fungerar sociala medier som en central arena för normskapande kring kropp, estetik och identitet. Genom att analysera hur barn deltar och reproducerar vuxenkodade praktiker i “GRWM”-formatet syftar uppsatsen till att förstå hur föreställningar om vuxenliv kommuniceras, normaliseras och internaliseras i tidig ålder. Studien utgår från teorier om adultification, självpresentation och barndom som social konstruktion, samt begrepp som estetisering, sexualisering, moralisering och själv-varumärkesbyggande. Metodologiskt genomförs en kvalitativ tematisk innehållsanalys av 10 TikTok-videor där barn producerar “GRWM”- innehåll. Analysen identifierar återkommande mönster i hur smink, hudvård och klädval används för att iscensätta en vuxen estetik. Resultaten visar att formatets narrativa struktur och plattformens algoritmiska logik normaliserar vuxenkodade uttryck och uppmuntrar barn att framställa sig själva enligt ideal hämtade från influencerkulturen. Därmed suddas gränsen mellan barn och vuxna ut och barn tillskrivs ansvar och egenskaper som traditionellt förknippas med vuxenliv.

Studien bidrar med kunskap kring hur digitala mediepraktiker formar samtida föreställningar om barndom och belyser hur sociala medier aktivt deltar i en samhällelig förskjutning där vuxna blir ett normativt ideal även för unga flickor.

**Nyckelord:** Sociala medier, “Get Ready With Me”, adultification, barndom

# Innehållsförteckning

|                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Abstrakt</b>                                               | <b>2</b>  |
| <b>1. Inledning</b>                                           | <b>4</b>  |
| 1.1 Syfte och frågeställningar                                | 5         |
| <b>2. Tidigare forskning</b>                                  | <b>5</b>  |
| <b>3. Teori</b>                                               | <b>7</b>  |
| 3.1 Get ready with me                                         | 7         |
| 3.2 Adultification                                            | 9         |
| 3.3 Barndom som social konstruktion                           | 10        |
| <b>4. Metod och material</b>                                  | <b>10</b> |
| 4.1 Vetenskaplig grund och metodval                           | 10        |
| 4.2 Material, urval och avgränsning                           | 11        |
| 4.3 Analysprocessen                                           | 11        |
| 4.4 Etik, trovärdighet och begränsningar                      | 12        |
| <b>5. Analys</b>                                              | <b>12</b> |
| 5.1 Get Ready With Me                                         | 13        |
| 5.1.1 “Get Ready With Me” i en samtida plattformskontext      | 13        |
| 5.1.2 “GRWM” som genre och narrativ struktur                  | 14        |
| 5.1.3 Självpresentation som social praktik                    | 15        |
| 5.1.4 Normalisering genom upprepning                          | 15        |
| 5.1.5 Barns deltagande i “Get Ready With Me” - formatet       | 16        |
| 5.1.6 Praktiker som konstruerar “Get Ready With Me”- formatet | 17        |
| 5.2 Adultification                                            | 17        |
| 5.2.1 Estetisering hos flickor                                | 18        |
| 5.2.2 Sexualisering                                           | 18        |
| 5.2.3 Moralisering och ansvarsförskjutning                    | 19        |
| 5.2.4 Själv-varumärkesbyggande                                | 20        |
| 5.3 Barndom och vuxenhet i förändring                         | 21        |
| 5.3.1 Sociala medier och barnens självpresentation            | 21        |
| 5.3.2 Adultification som samhällelig förskjutning             | 22        |
| <b>6. Diskussion</b>                                          | <b>23</b> |
| 6.1 Framtida forskning                                        | 23        |
| <b>7. Källhänvisning</b>                                      | <b>24</b> |
| <b>Bifogade bilder:</b>                                       | <b>26</b> |
| <b>Övriga kommentarer:</b>                                    | <b>30</b> |

## 1. Inledning

Barndomen etablerades som en separat livsfas under 1700-1800-talet och präglades avskilt från vuxenlivet. Denna barndom innefattar skydd, trygghet och oskuldsfullhet som sedan successivt övergick till ett vuxenliv utan att inkludera tonåren (Humanium 2024). Tonårstiden växte senare fram som ett socialt och kulturellt fenomen på 1900-talet. Detta skapade uttryck för identitetsskapande, önskan till subkulturer och tillhörighet. Det blev särskilt tydligt under 1950-talet då fler arenor för populärkultur uppkom i form av radio och television (Danesi 2023:277). Huq (2006) beskriver däremot att kritiker under sent 1900-tal hävdade att barn- och ungdomskulturen höll på att försvinna. Unga beskrevs som allt mer "vetande" i samband med massmediernas ständiga informationsflöde vilket man menade exponerade dem för vuxenvärlden (2006:4).

Historiskt sett har övergångsprocessen mellan barndom, tonår och vuxenliv gradvis markerats med tydliga markörer. I dagens digitala samhälle har dessa markörer suddats ut och skildringarna mellan de olika livsfaserna är inte lika uppdelade som de tidigare har varit. Genom digitaliseringen och sociala medier såsom plattformen TikTok har unga fått upphov till mer mogna uttryck som tidigare förknippats med vuxna. Format som "Get Ready With Me" innefattar avancerade skönhetsritualer, tungt smink och mode-estetik som signalerar vuxenliv och särskilt polerat innehåll för att uppnå en sexualiserad form av femininitet. Unga tjejer som tar del av innehållet på dessa plattformar tenderar att efterlikna dessa uttryck genom att framställa sig själva på samma sätt som de äldre kvinnorna på plattformen gör. Detta synliggörs genom hur de sminkar sig, poserar och klär sig, samt skapar innehåll som belönas av plattformens algoritmer. Däremot hävdar forskare att unga inte är så oskuldsfulla som de ofta antas att vara och att den tidiga mogenheten är nära kopplad till det ständiga medieflödet de utsätts för (Huq 2006:4) Detta fenomen kan förstås som adultification; där barn tillskrivs egenskaper, uttryck och ansvar som ligger i linje med vuxenlivet, det vill säga är distanserat från deras faktiska ålder (Speno & Aubrey 2018:627-628). Detta väcker frågor gällande hur barndomen förstås och representeras i mediala sammanhang samt vilka normer som skapas runt femininitet i de omgivningar som barn socialiserar sig i.

Denna utveckling speglar en samhällsförändring där normer och estetik gällande barndom kommersialiseras via medieteknologier. Gränserna mellan barn, tonår och vuxna suddas ut

och blir mindre tydliga än vad de tidigare varit. Samtidigt får visuella normer och kommunikationspraktiker en allt mer central roll i ungas identitetsskapande vilket driver barn och vuxna samman. Detta är en angelägen fråga utifrån en medie- och kommunikationsvetenskaplig synvinkel, då medier inte bara avbildar dessa normer utan aktivt är med och formar utvecklingen på hur barndom och tonår uppfattas idag (Hoskins m.fl 2023:6).

### 1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur TikTok-fenomenet “Get Ready With Me” skapar handlingsutrymme för adultification. I en samtid där gränserna mellan barn, tonår och vuxna blir mindre utmärkta, utgörs det en central ståndpunkt i att förstå förändrande normer kring identitet och vuxenkodade beteenden. Studien avser att fördjupa sig i förståelsen av hur dessa normförändringar uttrycks i medier som riktar sig till barn och unga. Genom att analysera det digitala fenomenet “GRWM” undersöker denna uppsats hur föreställningar om vuxna kommuniceras och därefter normaliseras i samhället.

Mot bakgrund av detta formulerar studien tre övergripande frågeställningar som lyder:

1. Vilka praktiker bygger upp det mediala fenomenet *Get Ready With Me*?
2. Vilka normer konstruerar “adultification” kring unga flickor?
3. Hur påverkar sociala medier var gränsen går mellan barn och vuxna?

Genom att besvara dessa frågeställningar kommer uppsatsen att analysera kunskapsluckan angående vilka tillvägagångssätt “Get Ready With Me” använder för att främja adultification hos unga flickor och hur de påverkar gränsen mellan barn och vuxna. Uppsatsens forskningsfält kommer att relatera till barns användande av plattformen TikTok.

## 2. Tidigare forskning

En aktuell studie skriven av Nia Rocca (2025) innefattar samma tema som denna uppsats då den inkluderar en fördjupad förståelse för hur unga tjejer uppfattar de normer som formar deras identitet, uppväxt och självbild. Studien fokuserar på unga kvinnors egna erfarenheter

av att navigera mellan samtida tendenser till “infantilization” och hypersexualiserade ideal. Detta skapar en dubbelhet som är relevant för förståelsen av hur vuxengörandet av barn normaliseras (Rocca 2025:1). I studien beskriver skribenten hur dessa representationer internaliseras och förstås av unga tjejer. Utifrån intervjuer beskriver hon hur det är att växa upp i en samtid där populärkultur, medier och konsumtionsdrivna uttryck konstant formar upplevelsen av vad det innebär att vara en “tjej” (Rocca 2025:3). Detta ger en inblick i att förstå varför vuxenliv har blivit en normativ strävan bland unga flickor, exempelvis genom normer och trender inom skin-care, mode och smink. Rocca (2025) visar i sin studie att denna utveckling inte sker i ett vakuum, utan att det drivs av ett kulturellt klimat där flickor uppmanas att bosätta sig inom vuxenkodade uttryck. Detta samtidigt som det motsägelsefullt också infantiliserar genom trender och estetiker som framställer dem som barnsliga (2025:2).

Rocca (2025) synliggör hur unga kvinnor försöker hantera och förstå vuxenkodade normer och studien bidrar med intervjuer av unga kvinnor som själva har vuxit upp med sociala medier och estetiska trender som rör sig mellan barn och vuxna. Deras upplevelser ger en inblick i de normer som dagens barn möter och visar hur unga flickor lär sig att förstå sig själva genom att imitera ideal och förhålla sig till samhällets förväntningar (Rocca 2025:9).

En annan relevant studie är av Speno & Aubrey (2018) som fokuserade på två fenomen: adultification och youthification gällande modemagasin i USA. Speno & Aubrey (2018) beskriver att adultification är kopplat till att kvinnor under 18 år framställs som äldre än vad de egentligen är genom vuxna frisyrrer, smink, kläder, smycken och poser. Youthification är motsatsen till adultification, det vill säga att kvinnor över 18 år framställs som yngre med samma metoder för att förknippas med yngre åldrar (2018:626). Denna studie bygger på en omfattande analys av 540 bilder från tonårsmagasin, kvinnomagasin samt livsstilsmagasin (Speno & Aubrey 2018:625). Studien visade att de under 18 år framställdes på ett sätt som presenteras som sexuellt, attraktivt och moget, vilket är estetiskt kopplat till vuxenlivet. I studien framkom det få tillfällen då kvinnor över 18 år framställdes som barn, vilket som tidigare nämnt skedde i mycket lägre grad (Speno & Aubrey 2018:635-638). I de sammanhang där unga framställdes som äldre var sexualisering tydligt sammankopplat med ansiktsuttryck, smink och poser. Speno & Aubreys (2018) material visar att magasinens bilder skapar ett medielandskap som tar bort barndomen och skapar vuxna ideal med sexuella uttryck hos unga (2018:632-640).

Slutligen kompletteras den tidigare forskningen med en studie av Palawat m.fl. (2023). Denna studie undersöker hur unga tjejer influeras av den visuella kultur som existerar på sociala medier. Studien belyser hur den digitala miljön skapar specifika normer kring kropp, utseende och självpresentation där unga möter sexualiserade och idealiserade representationer av kvinnlighet (Palawat m.fl. 2023:341). Författarna vill förmedla att sociala medier är en central arena där estetiska normer förstärks. Detta leder till att flickor exponeras för ett flöde av visuellt material som signalerar hur en “feminin” och “vuxen” kropp bör se ut. Denna process skapar en kultur där unga imiterar vuxenkodade uttryck, vilket blir centralt för att förstå adultification i ett medieburet sammanhang (Palawat m.fl. 2023:343). Unga tjejer engagerar sig i sociala jämförelser med både jämnåriga och influencers som uttrycker sig genom kläder, poser och andra estetiska uttryck kopplade till vuxen kvinnlighet. Detta i sin tur leder till en internalisering av vuxenkodade normer (Palawat m.fl. 2023:342).

Tidigare forskning har visat att begreppet adultification är ett etablerat fenomen och att det finns mediala vuxenkodade normer där främst unga flickor exponeras för sexualiserande och vuxenkodade uttryck. Däremot finns en kunskapslucka kring specifika strategier som fenomenet “GRWM” använder sig av för att främja adultification, samt hur dessa processer påverkar gränsen mellan barn och vuxna. Denna uppsats ämnar därmed att bidra med ny kunskap genom att analysera hur “GRWM”-videor normaliseras på digitala plattformar.

### 3. Teori

#### 3.1 Get ready with me

“Get Ready With Me” (GRWM) är ett återkommande fenomen på sociala medier, främst på TikTok men förekommer även på Instagram, där kreatörer dokumenterar hur de gör sig iordning inför dagen eller specifika aktiviteter. Formatet fokuserar på smink, hudvård, hårstyling och klädval genom en kombination av vardaglighet och estetiserad iscensättning. Vanligtvis utstrålar innehållet spontanitet med en personlig känsla samtidigt som det följer tydliga visuella och narrativa ramverk där kropp och utseende står i fokus. Innehållet “GRWM” fungerar därmed både som underhållning och en form av livsstil- och skönhetskommunikation.

Som medieformat kan "GRWM" förstås som en del av den samtida influencer- och plattformskulturen där begreppet *självpresentation* blir en central social praktik. Rocca (2025) beskriver hur sociala medier och framför allt TikTok är en stor bidragande faktor till kvinnligt identitetsskapande. Trender på plattformen kan fungera som både motstånd och gemenskap genom stärkande budskap och där könsnormer begränsas av reproduktion (2025:1). Därmed har dessa mediala trender såsom fenomenet "GRWM" ett stort inflytande i identitetsskapandet, speciellt gällande unga kvinnor. Att göra sig iordning är inte längre en privat handling som sker bakom stängda dörrar, utan en offentlig och performativ aktivitet som publiceras för en publik att delta i. Kamerans närvaro omvandlar vardagliga rutiner till innehåll och de individer som deltar i detta fenomen tränas i att betrakta sig själva utifrån en yttre blick. Därigenom bidrar formatet till att normalisera ett regelbundet fokus på utseende, optimering och synlighet där kroppen fungerar som en resurs i ett projekt som kontinuerligt strävar efter förändring och exponering. Dessa faktorer bidrar till hur kvinnor projekterar sig själva och framför sin identitet som en performativ akt.

Ett centralt begrepp för att förstå hur normer etableras och får genomslag i digitala mediekulturer är *normalisering genom upprepning*. Begreppet utgår från antagandet att handlingar, uttryck och representationer som ständigt reproduceras, uppfattas som naturliga, självklara och oproblematiska. När beteenden uppkommer frekvent i mediala flöden förlorar de sin karaktär av val eller konstruktion och framstår istället som normala och genuina i sättet de utförs på. I relation till sociala medier och formatet "GRWM" blir denna process särskilt tydlig. När användare dagligen stöter på innehåll som innefattar sminkrutiner, hudvård eller påklädning normaliseras de tidigare privata stegen i en persons vardag och blir istället en form av innehåll som främjar ett medialt medielandskap. För att stärka förståelsen av sociala mediers påverkan och normalisering genom upprepning kan man se att normer inom mode och skönhet börjat trenda inom överskridande målgrupper av innehållet. Rocca (2025) beskriver att allt yngre åldrar anammar vuxna stilar som de exponeras för genom sociala medier (2025:2). Därmed påvisar detta att kreatörer har lyckats att skapa trender som barn eftersträvar då normer uppstått genom upprepning. Det finns inte längre samma efterfrågan på "barnmode" då normer nu är mycket mer tydligt kopplade till det vuxna modet som visas upp på sociala medier genom bland annat påklädning i "GRWM"- videor. Därmed blir relevanta begrepp för avsnittet *självpresentation* och *normalisering genom upprepning*.



### 3.2 Adultification

Adultification är ett sociokulturellt fenomen som enligt Speno & Aubrey (2018) är att ett barn tillskrivs egenskaper, förväntningar och ansvar som tillhör vuxenlivet snarare än dess faktiska ålder. Adultification skapar en förskjutning av gränserna mellan barndom, tonår och vuxna vilket påverkar ungas självbild genom hur de representeras och bemöts i samhället (2018:627-628). Inom fenomenet adultification har vi valt att fokusera på aspekter där den första är *moralisering*. Moralisering i samband med adultification innebär att unga tillskrivs ansvar och egenskaper som de ännu inte är utvecklade att hantera då dess mognad är i stadiet av ett barns. Huq (2006) beskriver att detta fenomen började under 1900-talet då vuxna försökte sudda ut gränsen mellan tonår och vuxenliv och skapa en gemensam kultur där individer ställdes för gemensamma krav oavsett mognadsgrad (2006:2).

Ytterligare en aspekt är *estetisering*, vilket innebär att unga porträtteras och förväntas framföras på ett vuxet sätt via sin estetik. Detta kan exempelvis vara via deras smink där de uttrycker sig med hjälp av tung och tydlig kosmetik vilket kopplas samman med vuxna kvinnor (Rocca 2025:2). Utifrån adultifications aspekt *estetisering* kan man dra kopplingar till *sexualisering*. *Sexualisering* har en nära koppling till hur unga flickor väljer att uttrycka sig i form av poser och ansiktsuttryck som kan uppfattas som mogna och eftertraktade (Speno & Aubrey 2018:628). Inom digitala mediekulturer förstärks dessa processer och förväntningar ytterligare då sociala plattformar uppmuntrar performativ självpresentation, professionellt kapital och responslogiker där unga framställs som vuxna.

Khamis m.fl. (2017) beskriver hur *själv-varumärkesbyggande* idéer och tankar började sprida sig i början på 2000-talet och "vanliga personer" började skapa egna ideal och normer på sociala plattformar. Via dessa visuellt drivna plattformar som exempelvis TikTok, utsätts unga för dessa vuxna ideal och skapar en eftersträvan att uppnå samma estetik (2017:195). Detta sker genom att kvinnor publicerar innehåll där de gör sig i ordning med konceptet "GRWM". I denna studie används adultification som ett analytiskt ramverk för att undersöka hur unga framställs i samhället. Därmed blir de relevanta begreppen för avsnittet *moralisering, estetisering, sexualisering och själv-varumärkesbyggande*.

### 3.3 Barndom som social konstruktion

I denna studie beskrivs *barndom* inte som en biologiskt fastställd fas, utan som en kulturell och socialt konstruerad kategori som utvecklas i relation till normer, samhällsstrukturer och medieteknologier. Mot slutet av 1900-talet problematiserar Huq (2006) uppfattningen om en avskild *barndom* genom att poängtera hur kritiker menade att barn blivit nyfikna.

Massmediernas informationsflöde ansågs exponera barn för vuxenvärldens normer och språk, vilket enligt Huq (2006) utmanade idén om barndomen som en oskuldsfull sfär (2006:4).

Genom detta perspektiv blir barndomen en *förhandlingsbar social zon*, där gränserna kan förskjutas när samhälleliga villkor förändras.

Genom format som "GRWM" introduceras konsumtionspraktiker såsom smink och avancerad hudvård som blir estetiska ideal för allt yngre målgrupper. Miegel och Johansson (2010) diskuterar hur denna konsumtionskultur har gjort kroppen till en central symbol för social tillhörighet där idealen för fysisk framställning ofta är kopplad till estetiska normer som omger vuxnas kroppsbilder (2010:288). Denna digitala mediekultur bidrar därmed till att göra barndomen mindre avskild från vuxna uttryck och mer integrerad i samma visuella och kommersiella flöden som sätter sin prägel på *vuxenlivet*. Danesis (2023:38-39) analys av populärkulturen som en central del av ungas identitetsskapande förklarar hur barn orienterar sig genom ideal och symboler som medier tillhandahåller, medan Huq (2006:4-5) visar hur denna tillgång skapar en osäkerhet kring var barndomens gränser går. *Barndom* blir inte enbart något barn "är" utan något som förändras och reproduceras genom mediala praktiker. Relevanta begrepp för detta avsnitt blir därmed *barn*, *vuxna* och *förhandlingsbar social zon*.

## 4. Metod och material

### 4.1 Vetenskaplig grund och metodval

I denna studie använder vi tematisk innehållsanalys enligt Braun & Clarke (2008) vilket är en kvalitativ innehållsmetod som syftar till att identifiera, organisera samt tolka återkommande mönster och teman i ett empiriskt material (2008:79). Analysen i denna uppsats är induktiv i och med att processen går ut på att koda data utan att försöka applicera dem i en redan existerande kodningsram, eller analytiska förutfattade meningar. Uppsatsen utgår ifrån teman som växer fram induktivt ur empirin (2008:83). Tematisk innehållsanalys passar väl för att studera "GRWM" i och med att fenomenet inte alltid uttrycks explicit utan ofta manifesteras

genom subtila visuella signaler. Genom att analysera TikTok-videor kan vi identifiera återkommande mönster i representationen av barn utifrån vuxna attribut. Metoden möjliggör en systematisk jämförelse mellan olika typer av material vilket ger förståelse för hur sociala medier formar uppfattningen om barn och vuxna (Braun & Clarke 2008:87) .

#### **4.2 Material, urval och avgränsning**

Denna studie bygger på en central empiri: Videomaterial från TikTok där barn visar upp ett vuxenkodat beteende utifrån konceptet GRWM. Urvalet av TikTok-materialet genomfördes via en strategisk sökning med nyckelorden “GRWM” och “skola”. När denna sökning görs på TikTok visas inte antalet sökträffar, men av materialet som framkom valde vi ut 10 videor som vi ansåg vara mest relevanta till ämnet. Uppsatsen inkluderar exempel från 9 av dessa videor som är bifogade nedan. Den övriga videon nämns inte i de valda exemplen men innefattar en översiktlig vuxen estetik inom fenomenet “GRWM”. Dessa exemplen är kopplade till barn som framställer sig som äldre och skapar vuxenkodat innehåll. Urvalet begränsades till offentliga videor där barnens ansikten censureras utan att påverka analysen av stil, smink och uttryck. Målstyrt urval används här enligt Alan Brymans (2008) teori genom att jämförelse-dimensioner inom forskningsfrågan redan identifierats. Metoden möjliggör jämförelser mellan olika grupper för att synliggöra skillnader samt skapa möjlighet till att medvetet söka deltagare med specifika erfarenheter och egenskaper (Bryman 2008:5).

Studiens avgränsningar innebär att uppsatsen inte kommer att innefatta intervjuer, föräldrarinnehåll eller längre videoformat. Syftet är att fokusera på visuella representationer av barn i relation till fenomenet “GRWM”, samt hur detta kan kopplas samman med fenomenet adultification. I och med att studien endast inkluderar 10 TikTok-videor går det inte att förstå ett bredare sammanhang än det som illustreras i det utvalda materialet eller att göra en generalisering. Det går därmed inte att förstå den kommunikativa aspekten bredare mellan plattformens olika användare samt hur detta påverkar den individuella individens självbild.

#### **4.3 Analysprocessen**

Insamlingen av materialet består av 10 videor från TikTok konceptet “GRWM”. Dessa videor innehåller vuxenkodat innehåll där barn och tonåringar presenterar rutiner, sminkningar, hudvård samt klädsel. I linje med Braun & Clarke (2008) granskade vi materialet noggrant för att bli familjära med innehållet samt kunna notera relevanta mönster (2008:87). Vi kodade

systematiskt element som återkom i källan. De relevanta koderna som återkom i TikTok-materialet var: *“Vuxenkodad styling” “sminkrutiner” “vuxna poser” “sexualiserande bildspråk” “vardagsrutiner framställda som glamourösa” “hudvård” och “kroppsnära kläder”*. Kodningen utfördes brett och inkluderande vilket överensstämmer med rekommendationerna att arbeta öppet och systematiskt (Braun & Clarke 2008:87). Därefter sorterades koderna i preliminära teman: *vuxenkodad estetik, barn som imiterar vuxna beteenden, tydliga uttryck för adultification och eftersträvan av ett medialt fenomen*. Dessa teman omarbetades och jämfördes i flera steg vilket är en central del i den tematiska metodens fas för granskning och förfining av teman (Braun & Clarke 2008:87). I analysen kopplas teman samman med tidigare forskning där “GRWM” står i fokus samt hur adultification kan vara en bidragande faktor till att gränsen mellan barn och vuxna suddas ut.

#### **4.4 Etik, trovärdighet och begränsningar**

I och med att denna studie bygger på material på barn från TikTok är de etiska aspekterna centrala. Allt empiriskt material har samlats in från offentligt publicerade videor där minderåriga medverkar. Detta innebär att materialet kommer att behandlas med extra varsamhet för att skydda dess integritet. Inom analysen av TikTok-videor anonymiseras barnen genom att namn, ansikte och andra identifierbara uppgifter exkluderas. Syftet är att studera hur adultification uttrycks genom “GRWM”, inte genom att granska eller värdera specifika individer. Studiens trovärdighet stärks genom en transparent och tydlig metodbeskrivning där urval och analysprocessen redovisas öppet. Analysen grundar sig i tidigare forskning om barnrepresentationer och om etablerade teorier, bland annat adultification. Samtidigt anpassar sig denna studie utifrån en del begränsningar. Analysen utgår från ett litet urval TikTok-videor vilket leder till att resultaten inte kan generalisera alla former av barnexponering. Trots dessa begränsningar bedömer vi att studiens etiska försiktighet och metodologiska överväganden bidrar till att resultaten är relevanta inom ramen för studiens syfte.

### **5. Analys**

Analyskapitlet undersöker ”GRWM” genom att analysera vilka praktiker som bygger upp det mediala fenomenet. Normer kopplade till adultification kommer även att analyseras, hur det aktivt reproduceras och internaliseras bland unga flickor. Samt hur gränsen mellan barn och vuxna förskjuts i ett samtida medielandskap där sociala medier utgör centrala delar av ett

barns vardag. Analysen tar sin utgångspunkt i studiens tre forskningsfrågor och kopplar empiriskt material till teoretiska begrepp. Det kommer att analyseras hur dessa processer bidrar till att omdefiniera vad barndom verkligen innebär i praktiken och därmed belysa kunskapsluckan kring ”GRWM”. Analysen bygger på det empiriska materialet utifrån digitalt innehåll från TikTok i form av ”GRWM”-videor.

## **5.1 Get Ready With Me**

Denna första del av analysen kommer att besvara frågeställning 1: *“Vilka praktiker bygger upp det mediala fenomenet Get Ready With Me?”*. Detta kapitlet kommer att utgå från temat *eftersträvan av ett medialt fenomen* med utgångspunkt i begrepp som självpresentation och normalisering genom upprepning.

### **5.1.1 “Get Ready With Me” i en samtida plattformskontext**

“Get Ready With Me” (GRWM) är ett återkommande och väletablerat format på sociala medieplattformer, främst TikTok, där kreatörer dokumenterar processen att göra sig iordning inför dagen eller en specifik aktivitet. Innehållet kretsar kring moment av bland annat hudvård, påklädning, smink och hårstyling. Medieformatet presenteras genom korta och snabba videofrekvenser där rutiner kombineras med ett personligt berättande. Dessa videoklipp inkluderar ofta att kreatören pratar till följarna om sina liv eller svarar på frågor. Formatet kan vid första anblick uppfattas som vardagligt och spontant, men har i själva verket utvecklats till en tydligt strukturerad mediegenre med igenkännbara narrativ och visuella och tekniska krav.

“GRWM” har sitt ursprung från influencer- och livsstilskulturen där vuxna kreatörer delar med sig av sin morgonrutin eller förberedelser inför sociala aktiviteter. Detta format fungerar som en resurs i att kommunicera livsstil, ge tips och råd inom skönhet eller vardag, samt etablera en relation till sina följare genom upplevd autenticitet. Detta kopplas till hur Khamis m.fl. (2017) beskriver ett mikrokändisskap där kreatörer drar till sig uppmärksamhet genom att dela med sig av insikter av dess privatliv för att skapa en känsla av verklighet och intimitet. Genom detta skapas en relation mellan följare och kreatörer som sedan främjar vidare interaktioner där de vill fortsätta delta i den redan existerande relationen (2017: 202-203). Microkändisskap kan uppfattas som mindre välkända kreatörer på exempelvis TikTok inom “GRWM”- fenomenet.

“GRWM” är ett koncept som inte är bundet till en specifik målgrupp utan har en bred och åldersöverskridande mediepraktik som senare sprids till diverse användare och sammanhang. Att förstå “GRWM” som en redan etablerad genre är viktigt då de uttryck och estetiker som förekommer i materialet inte uppstår isolerat, utan bygger på en redan existerande digital kultur med tydliga normer för hur innehåll ska presenteras.

### **5.1.2 “GRWM” som genre och narrativ struktur**

Som genre kännetecknas “GRWM” av en återkommande dramaturgi. Videorna följer för det mesta samma struktur där en situation först etableras. Kreatörer har ofta ett personligt intro som är noga kurerat efter hur de vill bli uppfattade och som bidrar till dess självuppfattning (Khamis m.fl., 2017: 196). Detta bidrar till skapandet av en internetidentitet som urskiljer kreatörer från varandra och bidrar till igenkänning genom tidigare videor som kreatören har skapat. Därefter förklarar kreatören de steg som ingår i rutinen i form av en genomgång. Slutligen visas ett färdigt resultat i form av en sminkning eller en outfit. Som tidigare nämnt sker detta ofta i kombination av personliga berättelser. Progressionen från “före” och “efter” skapar en berättelse om transformation och färdigställande vilket gör formatet enkelt att följa. Dessa typer av innehåll ter sig attraktivt i ett medielandskap fyllt av ett snabbt och scrollbaserat flöde. Formatet bidrar med snabba och tillfredsställande förändringar som skapar engagemang och bidrar till inspiration.

Den narrativa enkelheten bidrar till att göra genren reproducerbar. Strukturen kräver inga avancerade tekniska resurser utan endast en mobiltelefon med kamera, en spegel och en rutin. Det finns inga specifika krav på produkter eller stil vilket gör konceptet lättillgängligt för de flesta. Därav kan många kreatörer delta vilket i sin tur förstärker formatets spridning. Hoskins m.fl. (2023) beskriver att när kostnaden för produktionen är låg så tenderar fler att delta eftersom att det krävs en liten uppoffring. I och med att det är tillgängligt att reproducera dessa mediala fenomen utan höga kostnader finns det möjlighet att skapa ett obegränsat antal exempel. Detta leder i sin tur till att dessa exempel kan multipliceras utan gränser och skapa ett oändligt antal videor (2023:7). Videor inom genren kan få helt olika resultat beroende på vem som producerar innehållet vilket bidrar till en bred inkludering. Genom upprepning stabiliseras visuella koder såsom fasta kameravinklar, närbilder på produkter samt snabba klipp mellan de olika stegen för att upprätthålla det tempo som existerar på TikTok. Därmed blir “GRWM” inte bara en genre av innehåll utan även en mall för hur innehåll ska produceras.

### **5.1.3 Självpresentation som social praktik**

En central aspekt för att förstå “GRWM” är genom begreppet självpresentation. I digitala miljöer blir individens vardag, kropp och personlighet en del av det innehåll som cirkulerar och delas. Formatet “GRWM” konkretiserar utvecklingen av att gemene man nu kan delta i mediala format och dela med sig av sin vardag. Att sminka sig, klä på sig eller fixa håret är inte längre enbart en privat handling utan en aktivitet som iscensätts inför en publik. Detta är i linje med det som tidigare nämnts om självuppfattning och självpresentation (Khamis m.fl., 2017:196). Genom kameran omvandlas vardagsrutiner till performativa handlingar.

Användaren betraktar sig själv utifrån en yttre blick och planerar sitt agerande för att bli visuellt tilltalande och begriplig för den breda publiken. Därmed blir val av ljus, vinklar, redigering och musik en bidragande faktor till att skapa en estetiserad version av verkligheten som ska vara intressant för allmänheten. Därmed blir självpresentation både något spontant och planerat då den både uppfattas som genuin och verklighetstrogen men samtidigt noggrant producerad.

I processen att skapa innehåll blir individen både producent och objekt för innehållet. Kroppen, ansiktet och stilen fungerar som resurser i ett pågående identitetsarbete där synlighet och igenkännande är centrala mål. Därför kan konceptet “GRWM” förstås som ett format där identitet skapas genom att visa upp sig själv och bli ett kontinuerligt projekt som dokumenteras och delas med andra. Enligt Rocca (2025) kan denna självpresentation på sociala medier innebära att unga kvinnor infantiliseras i sina framställningar, vilket skapar ytterligare komplexitet i identitetsskapandet på dessa plattformar (2025:1-2).

### **5.1.4 Normalisering genom upprepning**

Normalisering genom upprepning är ett annat centralt begrepp för att analysera “GRWM”. När diverse handlingar, uttryck och representationer återkommer i sociala medieflöden börjar de uppfattas som naturliga och självklara, en process där upprepning bidrar till normalisering av kulturella uttryck (Danesi 2023:99). Det som från början kan uppfattas som tillgjort och onaturligt blir med tiden genom upprepning en del av de normer som finns i medielandskapet. Slutligen blir dessa beteenden det som förväntas när användare tar del av innehållet.

I relation till “GRWM” blir den upprepade processen extra tydlig. När användare dagligen exponeras för rutiner med samma typ av struktur skapas en underförstådd norm kring hur en

“vanlig” morgon eller förberedelse bör se ut. Detta inkluderar samma ordning i hudvårds- och sminkrutin, uppvisandet av produkter eller påklädning. Genom upprepning etableras ett standardiserat sätt att göra sig i ordning som i själva verket är långt ifrån verklighetstroget, med glamourösa rutiner och dyra varumärken. Därmed riskerar dessa rutiner att framstå som universella snarare än kulturellt och medialt konstruerat. Dessa rutiner skapar i sin tur normer som kan bidra till press hos gemene man utifrån en iscensatt vardag via frekvenser snarare än explicita instruktioner. Detta skapas när liknande innehåll florerar på sociala medieplattformar och praktiken blir med tiden självklar. Det förstärks ytterligare via plattformarnas algoritmer genom att premiera igenkännbara trender och att liknande videor sprids. Genom detta skapas en cirkulär process där upprepning genererar synlighet och synlighet genererar ytterligare upprepning. Formatet “GRWM” fungerar därmed som en normproducerande mekanism.

### **5.1.5 Barns deltagande i “Get Ready With Me” - formatet**

“GRWM” som ursprungligen etablerats av vuxna influencers och livsstilskreatörer har successivt spridits till yngre användare. Idag deltar barn aktivt producera och delta i liknande typer av innehåll. Genom att utgå ifrån samma struktur, bildspråk och berättarstil deltar barn i en redan etablerad mediepraktik istället för att skapa ett eget uttryck anpassat efter deras ålder och målgrupp. Videorna som barnen producerar följer ofta genrens satta stegvisa upplägg med rutiner, uppvisning av produkter, en avslutande presentation av det slutgiltiga resultatet samt det personliga innehållet. På så sätt integreras barn i samma logik av dokumentation, synlighet och självpresentation som präglar plattformen och som från början utgått ifrån vuxna normer och ideal. Deltagandet kan uppfattas som en form av imitation och lärande där barn tar efter vuxna praktiker och reproducerar de uttryck och format som dominerar dess digitala flöden (Hoskins m.fl 2023:38). “GRWM” blir en tillgänglig och reproducerbar mall för hur vardagen kan presenteras och omvandlas till innehåll. Detta gör det enkelt för yngre användare på exempelvis TikTok att delta i skapandet och dela sina rutiner med en bred publik.

Utifrån materialet av 10 TikTok-videor som har analyserats i uppsatsen, har man kunnat se hur återkommande uttryck förekommer. I dessa videor ser man upprepande mönster utifrån flera av de normer och ideal som har uppkommit ur vuxna ideal. Den första aspekten av barns deltagande inom fenomenet “GRWM” är hur de gör sig redo inför en skoldag. Resultatet visade att 5 videor fanns inom denna kategori. I detta material kan man tydligt se barns



imitation av de vuxna praktiker som förekommer på TikTok (bilder bifogade nedan). Den andra aspekten av barns efterliknade presentation av fenomenet är de flertal steg som videon inkluderar. I materialet visas tydligt hur barn använder och presenterar ett flertal produkter på samma vis som vuxna kreatörer. I det utvalda materialet bestod 4 videor av barn som använder minst 5 olika produkter i sin rutin (bilder bifogade nedan.) Till slut analyserades materialet utifrån barns efterliknande inom estetiseringen av ett stylat hår. Resultatet visade att 3 av 10 barn har fixat håret med hjälp av diverse stylingprodukter och redskap för att efterlikna det vuxna idealet (bilder bifogade nedan.)

### **5.1.6 Praktiker som konstruerar “Get Ready With Me”- formatet**

Utifrån ovanstående genomgångar kan “GRWM” förstås som att den är uppbyggd av ett antal återkommande och sammanlänkande mediepraktiker än att det endast uppfattas som ett trendbaserat videoformat. Fenomenet består av dokumentation av vardagsrutiner där handlingar inom hudvård, påklädning eller sminkrutiner systematiskt filmas och produceras som innehåll. Genren präglas av en narrativ struktur där rutiner omformas till berättelser med en tydlig början, stegvis progression och ett avslutande resultat. Självpresentation är en ytterligare faktor inom fenomenet. Självpresentation är central då individen iscensätter sitt utseende, personlighet och privatliv inför en publik och därmed omvandlar vardagliga handlingar till performativa uttryck. Därtill tillkommer estetisering och teknisk bearbetning av materialet där ljus, vinklar, redigering och musik används för att skapa ett visuellt tilltalande och engagerat innehåll som glorifierar verkligheten och vardagen.

Vidare bidrar “GRWM” till reproducerbarhet som gör det tillgängligt för ett flertal användare och kreatörer att delta och imitera. Detta skapar som tidigare nämnt en cirkulär process som främjar möjligheter till ytterligare spridning och synlighet. Slutligen förstärks formatet genom normalisering och därefter genom upprepning. Detta bidrar till att liknande videor ständigt cirkulerar och etablerar gemensamma normer för hur individer samt genren bör presenteras. Tillsammans utformar dessa praktiker “GRWM” till en stabiliserad medieform där vardagen systematiskt omvandlas till delbart, estetiserat och meningsskapande innehåll.

## **5.2 Adultification**

Denna andra del av analysen kommer att besvara frågeställning 2: *“Vilka normer konstruerar “adultification” kring unga flickor?”*. Kapitlet kommer utgå från temat *tydliga uttryck för*

*adultification* med utgångspunkt i begrepp som moralisering, estetisering, sexualisering och själv-varumärkesbyggande.

### **5.2.1 Estetisering hos flickor**

I “GRWM”-videor på sociala medier, främst TikTok, framträder unga flickor genom sminkrutiner, hudvårdsrutiner, klädval och poser som tydligt är kopplade till uttryck hämtade från vuxenlivet och kvinnor på sociala medier. På dessa medier har det skapats en kultur där kvinnor delar med sig av sitt liv, delar skönhetstips och visar upp sin mogna vardag med jobb och nöjen. Fokuset i dessa videor är nära kopplade till det innehåll som unga lägger ut då båda inkluderar skönhet och mode. I videor som ingår i den empiriska undersökningen synliggörs det att flickor tydligt inspirerats av detta TikTok-fenomen och att dess sminkrutiner och modeinnehåll är närliggande med de kvinnliga kreatörernas innehåll. De använder sig av samma typer av produkter och har samma upplägg i videorna. Det har alltså skapats en norm utifrån dessa kvinnliga kreatörer som barn tydligt vill följa.

Rocca (2025) beskriver hur flickor tidigt socialiseras in i en extern blick där värde kopplas till utseende och mognad (2025:2). När flickorna applicerar dessa normer på sitt utseende stärks den redan befintliga blicken. Videor med mogna uttryck tenderar i högre grad att gynnas av algoritmen än andra videor där barn agerar på sätt som är mer närliggande dess faktiska ålder. På TikTok blir ålder på så sätt sekundärt då det har skapats förväntningar och normer kring att detta fenomen ska framföras på samma mogna sätt oavsett ålder. Det skapas alltså en tydlig koppling mellan “GRWM”-trenden och *adultification* då unga flickor tillskrivs samma egenskaper och förväntningar på plattformen som de mogna kvinnorna (bilder på flickors estetisering i “GRWM”-formatet är bifogade nedan). I och med detta innebär estetisering att värdet i flickors uttryck knyts till hur väl de lyckas iscensätta ett visuellt tilltalande och moget yttre.

### **5.2.2 Sexualisering**

Sexualisering fungerar som en central norm inom *adultification* när unga flickors kroppar tolkas och värderas utifrån vuxna kvinnliga normer. Sexualiseringen är nära kopplad till estetiseringen då unga flickor framställs utseendemässigt för att uppfattas som mer attraktiva. Forskning visar att flickor tidigt socialiseras in i normer präglade av hypersexualisering och objektifiering där värde knyts till utseende och sexuell attraktivitet snarare än ålder och utveckling (Rocca 2025:2). I samband med de normer som skapas på sociala medier bidrar

det till en förståelse hos unga där dess sexuella uttryck skapar relevans i hur omgivningen uppfattar dem.

Inom TikTok-fenomenet "GRWM" kan man tydligt synliggöra hur flickor klär sig på ett moget sätt. I de vuxna versionerna av fenomenet är det vanligt att kvinnor klär på sig för att gå ut på nöjen och väljer då kläder som ska framhäva dess kvinnlighet. Trots att flickorna i de 10 utvalda klippen inte nått mognaden för att bära dessa plagg kan man se hur de använder sig av kläder som skapar en illusion av kvinnlighet (se bilaga nedan). Som tidigare nämnt skapar dessa vuxna kreatörer en norm för hur unga uttrycker sig. Begreppet sexualisering i detta sammanhang handlar inte främst om explicit sexualitet utan snarare att flickors kroppar påverkas av kvinnliga normer där sexualitet är en central del. Detta leder till att det skapas sammanhang där flickor utsätts för bedömning, begär och blickar som är formade av vuxna normer. Flickor tillskrivs därmed en implicit förståelse för hur deras kroppar avläses vilket förskjuter ansvaret från omgivningen till individen och flickor får vara mer eftertänksamma i och med att de befinner sig inom ett vuxet ideal med mogna egenskaper. Samverkan mellan sexualiseringen och estetisering visar att när flickkroppen formas enligt vuxna ideal och normer, blir den mer tillgänglig för sexualiserande tolkningar.

### **5.2.3 Moralisering och ansvarsförskjutning**

Moralisering är en normativ process som förstärker adultification genom att unga tillskrivs ansvar inom olika aspekter. Detta i sättet de framhäver sina kroppar, hur de uppfattas av omgivningen, samt dess generella estetik och ansvar. I diskurser om unga flickor i offentligheten, främst inom sociala medier, framträder moralisering som ett återkommande sätt att tolka och reglera flickors synlighet. Flickors klädval, sminkanvändning, intresse för skönhet eller poser beskrivs ofta i termer som "olämpligt", "lämpligt", "för vuxet" eller "provokativt". Dessa bedömningar signalerar att flickor förväntas att förstå och ansvara för hur deras kroppar tolkas av andra, inklusive vuxna och sexualiserande blickar.

Adultification skapas via en normativ förskjutning där flickor inte längre betraktas som barn som ska skyddas från vuxnas tolkningar utan snarare som moraliska subjekt som förväntas förebygga dessa tolkningar genom självreglering. Moraliseringen innebär att ansvaret för sexualisering, kritik eller negativa reaktioner placeras hos de unga individerna snarare än hos de strukturer eller aktörer som producerar normer och konstruerar innehållet. Detta skapar ett moraliskt dilemma hos flickor som påverkas av de mogna normerna där det finns strukturella

“krav” att uttrycka sig på ett visst sätt utan att ha utvecklat verktyg för att kunna hantera dem. Flickor konstrueras som tillräckligt mogna för att “veta bättre” trots att de befinner sig i en livsfas präglad av begränsad makt och handlingsutrymme. Därmed bidrar moralisering som ett normativt perspektiv till att sudda ut gränsen mellan barn och vuxna.

Dessa normer som skapas av det mediala fenomenet “GRWM” och av det generella samhället skapar en förväntan hos flickor att navigera kring komplexa sociala och sexuella koder. Därmed skapar moraliseringen en norm hos flickor som förstärker adultification. Barndom förstås inte längre som en skyddad position, utan som ett tillstånd där individen redan tillskrivits ansvar för konsekvenserna av sin synlighet. Detta går i linje med Huqs (2006) beskrivning kring moralisering då gränserna för ansvar kopplat till mognad suddats ut och att en gemensam kultur istället tar över (2006:2). Därmed får ålder en mindre relevans och formen av uttryck övertar.

#### **5.2.4 Själv-varumärkesbyggande**

Inom adultification är själv-varumärkesbyggande kopplat till att personer utan kändisskap har en strävan efter att skapa egna ideal och normer. Som tidigare nämnt började det skapas en strävan efter att vara en del av själv-varumärkesbyggandet i början av 2000-talet (Khamis m.fl. 2017:195). Detta är tydligt kopplat till TikTok-fenomenet “GRWM” där “vanliga” människor lägger ut när de sitter hemma och gör sig iordning vilket i en samtida digital kultur har blivit ett dominerande sätt att förstå identitet. Individen förväntas att presentera sig på ett konsekvent, attraktivt och igenkännbart sätt där kropp och utseende används som en resurs för att uppnå resultat. Dessa praktiker etablerar normer för hur man ska se ut och framträda i offentligheten. Normen som ursprungligen varit kopplad till vuxna aktörer har förskjutits till yngre åldrar och omfattar flickor som vill uppnå samma effekt.

När unga flickor tar del av denna typ av innehåll sker det en normöverföring där unga lär sig att framföra sig själva på liknande sätt. I det empiriska materialet syns det tydligt hur dessa flickor på ett flertal sätt har lärt sig av de kvinnliga kreatörerna och skapar innehåll på samma sätt. Själv-varumärkesbyggande fungerar här som en inlärdd logik där flickor lär sig och tar del av de mogna normerna som skapats på plattformen samt att estetiken bör presenteras på ett visuellt tilltalande sätt. Adultification uppstår därmed när dessa vuxna normer appliceras på barn och de förväntas uppfattas och ansvara för synligheten som skapas på liknande sätt som representativa kreatörer på sociala plattformar.

### 5.3 Barndom och vuxenhet i förändring

Den tredje delen av denna analys syftar till att undersöka frågeställning 3: *“Hur påverkar sociala medier var gränsen går mellan barn och vuxna?”*. Med utgångspunkt i teorin om att se barndom som en social konstruktion analyseras TikTok-fenomenet “GRWM”. Kapitlet kommer utgå från teman gällande *vuxen-kodad estetik* samt *barn som imiterar vuxna beteenden* med en grund i begreppen barn, vuxen och förhandlingsbar social zon.

#### 5.3.1 Sociala medier och barnens självpresentation

Sociala medier fungerar som en arena där barn och vuxna inte längre är åtskilda, utan börjar samexistera inom liknande performativa och visuella logiker. På plattformen TikTok är formatet “GRWM” särskilt populärt bland unga. Genom detta format deltar barn i praktiker som är kopplade till vuxenliv, vilket innebär att dessa vuxenkodade riktlinjer internaliseras i tidig ålder. När barn producerar innehåll där estetiska uttryck centreras, blir deras framställning en aktiv del i att reproducera dessa vuxna ideal.

I linje med Huqs (2006:4) resonemang om att mediala flöden bidrar till att försvaga barndomens avgränsning, visar “GRWM”-innehåll hur barn aktivt reproducerar dem och inte endast exponeras för vuxenvärldens normer. Formatets funktion på TikTok är en del av förskjutningen mellan barn och vuxna. På grund av det algoritmiska belöningssystemet premieras innehåll som följer redan etablerade vuxenestetiska ideal, vilket i sin tur skapar ett strukturellt incitament för barn att anpassa sitt uttryck efter vuxna normer snarare än barnens (Khamis m.fl. 2017:199). För att uppnå detta förskjuts uttrycket bort från traditionella föreställningar om barndom och skapar därmed en förhandlingsbar social zon där vuxna ideal internaliseras genom barnens självframställning.

Barnens estetiska uttryck i form av smink, kläder, hårvård och hudvård reflekterar inte bara personliga preferenser utan en bredare kulturell och social förväntning på vuxenliv. Genom att tidigt ta till sig dessa konsumtionspraktiker socialiseras barn in i en logik där kroppens yttre framställning fungerar som ett mått på socialt värde och normalitet (Miegel och Johansson 2010:290-291). “GRWM”-videor bidrar därmed till att barndomens avgränsning mot vuxna inte längre är biologiskt, utan är formad av performativa praktiker. Utifrån de 10 “GRWM”-videor vi har analyserat ser man hur dessa barn gör sig iordning innan sin skoldag genom liknande sätt som en vuxen kvinna hade gjort men med en skillnad i att det nu är ett barn som står nyvaken i sin julpyjamas (se bilaga nedan). Man ser tydligt hur barnen gör sig i

ordning enligt samma estetik och rutiner som vuxna använder inför diverse sociala tillställningar. Detta visar hur vuxna inte längre är representanter för ett framtida tillstånd, utan ett pågående ideal som barn väldigt gärna vill gestalta i nuet. Barnens självpresentation i "GRWM"-formatet blir därmed en central mekanism genom hur gränsen mellan barndom och vuxenliv förskjuts, ett tillfälle där barndomen omdefinieras genom vuxna performativa praktiker (Hoskins m.fl. 2023:4). Denna omdefiniering kan i sin tur förstås som en del av en bredare samhällelig förskjutning där barndomens sociala funktion och skyddande position gradvis försvagas.

### **5.3.2 Adultification som samhällelig förskjutning**

Ur ett samhällsperspektiv kan den ökade förekomsten av vuxenkodade praktiker bland barn bli ett uttryck för begreppet adultification. Barnen tillskrivs förväntningar, ansvar och egenskaper som traditionellt förknippats med vuxna, och i dagens digitala kultur där identitet konstrueras genom respons och synlighet, riskeras barndomen att gå ifrån att vara en skyddad livsfas.

Som tidigare nämnt anser Huq (2006:2) att samtida mediekulturer bidrar till att sudda ut generationsgränser genom att skapa gemensamma kulturella praktiker istället för åldersspecifika sfärer. "GRWM"-fenomenet kan förstås i linje med detta, då samma estetik, format och normer används av både barn och vuxna. Ålder blir därmed sekundär i relation till uttryckets genomslag och form. Denna utveckling utgör ett samhällsproblem genom att ansvaret för att navigera vuxna normer förskjuts alltmer till barnen själva. När vuxenkodade uttryck normaliseras i barns självpresentation konstrueras de som tillräckligt kompetenta för att hantera konsekvenserna av sin synlighet, trots begränsad makt och handlingsutrymme. Barndomen omdefinieras därmed från en skyddad position till ett tillstånd där individen förväntas anpassa sig till vuxna sociala krav. Adultification framträder som en konsekvens av bredare strukturella förändringar i digitala kulturer, där synlighet, värde och identitet organiseras enligt logiker som inte tar hänsyn till ålder. Gränsen mellan barn och vuxna suddas därmed ut, inte genom att barndomen upphör, utan genom att dess sociala betydelse successivt omformas.

## 6. Diskussion

Denna studie har belyst hur olika faktorer bidragit till förskjutning av gränsen mellan barn och vuxna via fenomenet “GRWM”. Resultaten visar att plattformen TikTok spelar en central roll i att reproducera och skapa vuxenkodade estetiker och normer. Studiens analys visar att barn i en tidig ålder internaliserar ideal kring kropp, beteende och utseende som traditionellt identifieras med vuxna. Detta bekräftar tidigare forskning som beskriver adultification som ett sociokulturellt fenomen där barn tillskrivs uttryck, egenskaper och ansvar som de ännu inte är helt utvecklade inför (Speno & Aubrey 2018:627-628). Fenomenet “GRWM” blir en arena där dessa normer förstärks. Barnens deltagande i vuxenkodade praktiker såsom klädval, sminkrutiner och poser, resulterar i att performativ självpresentation blir ett verktyg för att återskapa vuxna ideal. Utifrån ett medie-och kommunikationsvetenskapligt perspektiv kan resultatet av adultification synliggöra hur TikTok fungerar som en normproducerande arena där föreställningar om barn och vuxna inte bara representeras, utan aktivt konstrueras genom barns performativa självpresentation.

Studien visar att “GRWM” inte är ett isolerat fenomen, utan en normativ process som genomsyras av adultification där sexualisering, estetisering, moralisering och självvarumärkesbyggande samverkar. Denna dynamik kan bidra till psykosociala konsekvenser där barn navigerar mellan de vuxna normer som de ser etableras, och dess faktiska ålder (Palawat m.fl. 2023:342). Resultaten bekräftar tidigare forskning som påpekar att barndom är en social konstruktion, och att livsfaser inte länge är strikt biologiska utan formas av kulturella praktiker. Studien visar vidare att normer kring vuxenliv blir tillgängliga för barn i allt yngre åldrar, vilket skapar en kulturell förväntan att anta vuxna uttryck. Tillvägagångssätten som sociala medier använder sig av väcker frågor i ett större samhälleligt perspektiv om ett barns rätt till skydd, autonomi och en ny barndom där vuxna normer internaliseras i allt tidigare skede.

### 6.1 Framtida forskning

Framtida forskning kan fördjupa förståelsen av “GRWM” i samband med adultification genom att i större utsträckning fokusera på kommunikativa och språkliga praktiker snarare än endast de visuella. Detta genom en analys kring hur till exempel språkbruk, narrativ och tonalitet i sociala medier bidrar till en förkortad barndom.

## 7. Källhänvisning

Braun, V. & Clarke, V., 2008. *Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), pp.77-101. [Direktlänk](#)

Bryman, Alan, 2008. *Social Research Methods*. Oxford University Press: Oxford.

Danesi, Marcel (2023). *Popular culture: Introductory perspectives*. Femte upplagan Rowman & Littlefield.

Gerding Speno, A. & Stevens Aubrey, J., 2018. *Sexualization, youthification, and adultification: A content analysis of images of girls and women in popular magazines. Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95 (3), pp.625-646.

Hoskins, Kate, Genova, Carlo och Crowe, Nic (red.) (2023). *Digital Youth Subcultures: Performing 'Transgressive' Identities in Digital Social Spaces*. London: Routledge.

Humanium (2024) *Children's Rights History*, Humanium. [Direktlänk](#). Hämtad: 8/1 - 2026

Khamis, Susie, Ang, Lawrence & Welling, Raymond (2017). "Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers". *Celebrity Studies* 8(2): 191-208.

Miegel, F. Johansson, T. (2010). *Kultursociologi*. 2. uppl. Studentlitteratur AB.

Palawat, M.S., Charan, G.S., Kaur, A. & Pareek, S., (2023). *Social Media's Seductive Spell-Unraveling the Impact on Teen Girls. Indian Journal of Social Psychiatry*, 40 (4), pp.341-345. DOI: 10.4103/ijsp.ijsp\_123\_23.

Rocca, N., 2026. Women's Studies International Forum, 114. Published online 31/10-2025. DOI: [Direktlänk](#). *I'm just a girl in the world (That's all you'll let me be): Exploring young women's perceptions of hypersexualization and infantilization within experiences on TikTok*.



Rupa, Huq (2006). *Beyond Subculture. Pop, Youth and Identity in a Postcolonial World*. London: Routledge.

## Bifogade bilder:

Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 1.



Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 1 och exempel 2.



Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 1 och exempel 2.



Bild kopplat till I rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 1 och rubrik 5.2.1 Estetisering hos flickor, andra stycket.

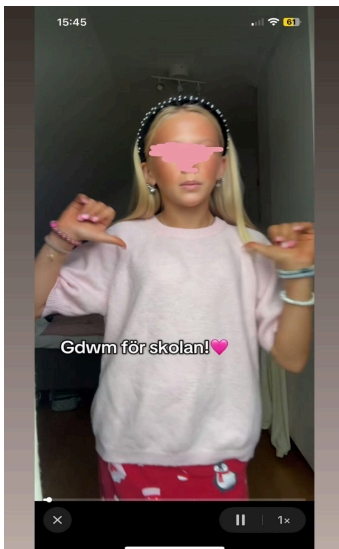


Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 2.

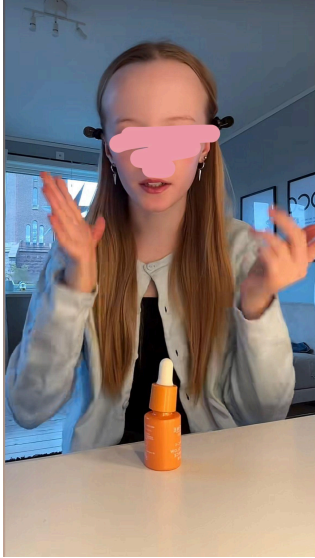


Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 2 och exempel 3.



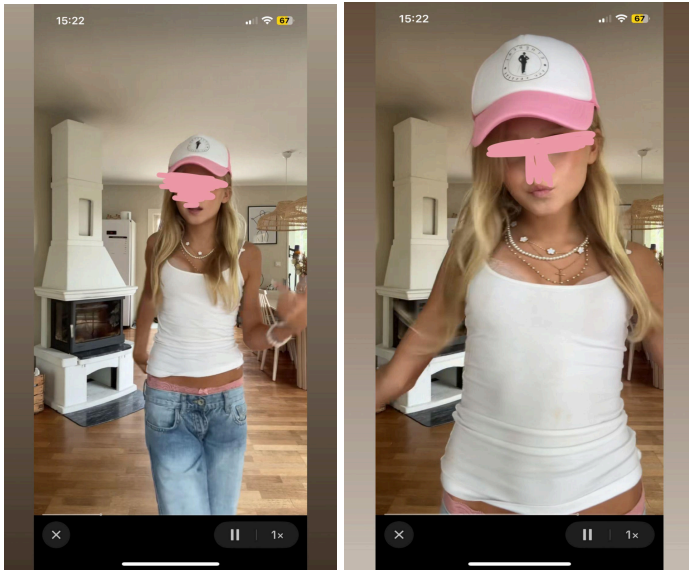
Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 1 exempel 3 samt rubrik 5.3.1 Sociala medier och barnens självpresentation, tredje stycket.



Bild kopplat till rubrik 5.1.5, andra stycket, exempel 3.



Bild kopplat till rubrik 5.2.2 Sexualisering, andra stycket



Övriga kommentarer:

Begreppet adultification används i denna uppsats på engelska eftersom det är ett etablerat och vedertaget analytiskt begrepp inom internationell forskning, där någon entydig och allmän accepterad svensk översättning saknas.

På en del av de bifogade bilderna framkommer ordet “GDWM” (get dressed with me) och inte ordet “GRWM” (get ready with me). Dock ingår begreppet “GRWM” inom “GDWM” eftersom att klä på sig och göra sig iordning anträffas inom samma kategori på TikTok.