

## VÅR SMALA LYCKA - OM ATTITYDER TILL DET KVINNLIGA KROPPSIDEALET

Pär Johansson och Inger Molin

Människans exponering för massmedia gör att kvinnor och män dagligen påminns om hur idealmänniskan bör se ut. Detta kan för många individer leda till ett utbrett kroppsmissnöje. Syftet var att undersöka implicita och explicita attityder till det kvinnliga kroppsidealet. De explicita attityderna mättes med en enkät och de implicita attityderna mättes med implicit associations test (IAT). För att försöka få en attitydpåverkan av kontext effekt fick försöksdeltagarna läsa antingen en positivt eller negativt riktad tidningsartikel till kroppsidealet. Studien innefattar även försöksdeltagarnas kroppsuppfattning, idealkroppsuppfattning och uppfattningen om massmedias kroppsideal. Studien visade att de ogillade det smala kroppsidealet och BMI predicerade kroppsmissnöje. I studien ingick 60 försöksdeltagare.

Nyckelord: implicit, explicit, attityder, kroppsuppfattning, IAT kroppsideal.

I dagens samhälle har kroppen och utseendet enligt Peterson, Tantleff-Dunn och Bedwell (2006) fått en enorm uppmärksamhet från media och reklambranschen. Dessa ofta förekommande signaler från media visar exempel på hur vi borde se ut för att vara attraktiva och framgångsrika. De visas ofta i form av bilder på slanka, vältränade och sexuellt utmanande människokroppar. TV, film och tidskrifter är fyllda med olika typer av kändisar som till exempel filmstjärnor, popstjärnor, modeller och idrottsstjärnor. Dessa kändisar uppfyller olika funktioner hos olika individer i form av underhållning och identifiering. Det kan spela en viktig roll vad det gäller inställningen till det egna kroppsidealet för den som identifierar sig med dessa kändisar. Fallon och Hausenblas (2005) förklarar att exponeringen av medias bild av idealets kroppsbyggnad kan påverka sinnesstämningen och leda till kroppsbildsstörningar. Genomsnittet av kvinnors vikt har ökat under de senaste åren medan medias bild av idealet blir allt smalare. Denna ökande diskrepans bidrar till ett normativt missnöje. Peterson et al. (2006) menar att den negativa kroppsuppfattningen medför att kvinnor drivs till att vara smala och utvecklar lågt självförtroende. Detta kan i sin tur leda till hälsoproblem och mentala sjukdomar bland kvinnor.

Samhället har inte alltid haft samma kroppsideal menar Sundbaum-Melin (2006). Historiskt sett har det kvinnliga kroppsidealet varierat i västvärlden. Under 1700-talet och 1800-talet användes hårt åtsittande korsetter för att framhäva kvinnans midja efter dåtidens kurviga kroppsideal. I början av 1900-talet började främst kvinnor från överklassen svälta sig, dricka ättika och äta arsenik för att få ett skört och blekt utseende. Under den senare delen av 1900-talet fram till nu är det en annan syn på kvinnobilden med att vissa kroppsdelar ska vara överdimensionerat stora eller små.

Denna kvinnoosyn kan i flera fall leda till förödande konsekvenser för en del kvinnor i deras mål att nå det rådande kroppsidealet.

### *Kognition*

Aronson, Wilson och Akert (2005) förklarar att teorier om social inlärning har sitt ursprung i behaviorismen och handlar om hur mänskligt samspel och tankar påverkar beteendet. De beteendemönster som människor utvecklar anpassas till den omgivande miljön. Efter hand lär människor sig att välja de beteenden som är framgångsrikast. Social inlärning skiljer sig från den traditionella behaviorismen genom att betydelsen av inlärning sker via observation. Albert Banduras modellinlärning (1973, refererad i Aronson et al., 2005) betonar att kognitiva faktorer som tänkande och planering är viktigt för inlärningen. Många beteendemönster lärs in genom att individen helt enkelt observerar hur andra beter sig och vilka konsekvenser deras beteenden får. Den sociala inlärningen lägger tyngdpunkten på betydelsen av modeller eller förebilder som spelar roll för inlärningen av beteenden och känslomässiga reaktioner.

Aronson et al. (2005) definierar scheman som mentala strukturer människor använder för att anpassa sig till den sociala världen. Människan formar intryck av andra utan att vara medvetna om det. Detta kallas för automatiskt tänkande och är strukturer individen följer omedvetet.

Athern och Hetherington (2006) skriver i sin studie att det är vanligt förekommande att kvinnor inom sig associerar magra ideal med något positivt som lycka, åtråvärdhet och status. Denna föreställning om hur kroppen ska se ut, handlar om olika scheman för kroppsstorleken menar författarna. I deras IAT studie om attityder till magra och kraftigt byggda personer visade det att majoriteten av deltagarna (N=86) associerade att vara mager med positivt och att vara överviktig med negativt. Ur resultatet kunde det utläsas att försökspersonerna generellt har kognitiva scheman som associerar att vara mager är positivt. Stimuli i testet var bilder av antingen mycket överviktiga eller smala kvinnor. Författarna resonerar om att det är möjligt att testet mäter negativa attityder gentemot övervikt, snarare än att försköna magerhet. De anser att ett test som manipulerar nivån av magerhet är mer känslig och kan lättare förutse kropps bilden.

### *Attityder*

Maio och Olson förklarar att "Våra attityder hjälper oss att bestämma vår identitet, vägleda våra handlingar, och influerar hur vi bedömer människor" (2000, refererad i Passer & Smith, 2004, sid.59). Aronson et al., (2005) förklarar att människor inte är några neutrala observatörer av världen utan har åsikter om det som händer runtomkring. Människans attityder hjälper till att förenkla tillvaron i form av att bearbeta de sinnesuttryck som vi utsätts för. Ett sätt att reducera informationsmängden är att göra klassificeringar utgår från liknande sinnesintryck som redan finns lagrade. På detta sätt skapas attityder genom att vi gör snabba värderingar och bedömningar utan att behöva ta hänsyn till alla informationsbitar. Karlsson (2004) anser att attityderna är ett resultat av miljöpåverkan och att de formas tidigt genom de erfarenheter individen gör och de budskap individen får. Hur attityder förändras har länge varit intressant för reklamare som kan få människor att ändra uppfattning om objekt. Aronsson et al., (2005) förklarar att när attityder förändras, är det ofta en respons till socialt inflytande. Individens attityder förändras till olika objekt beroende på vad samhället säger till

objektet En annan syn på attityder menar Nosek och Banaji (1995, refererad i Nosek, 2005) är att explicita attityder är styrda av social önskvärdhet och är därmed falska medan implicita attityder är de verkliga och sanna.

I Hargreaves och Tiggemanns (2003a) studie visades hur kort exponering för smala ideal bestående av mediebilder har en liten men konsistent negativ attitydpåverkan på kvinnors kroppsmisnöje. De anser att massmedia spelar en betydande roll i att kommunicera ut samhällets ideal av att vara attraktiv. Dessa orealistiska kroppsideal är en stor anledning till människors utbredda kroppsmisnöje i det västerländska samhället. Studien tyder på att människor som konsumerar mycket av media påverkas till ett större kroppsmisnöje. De medier som har störst påverkan är främst modetidskrifter, tv, såpoperor och musikvideos. Deras studie genomfördes vid två tillfällen. Vid båda mättillfällena använde de sig av samma försöksdeltagare. Vid första mättillfället fick deltagarna se tio minuter reklam med kvinnliga skådespelare som var smala och attraktiva. Den andra reklamen innehöll neutrala stimuli. Före och efter reklamen angav deltagarna mått av kroppsmisnöje för att kunna undersöka eventuella förändringar. Två år senare replikerades testet för att undersöka om deltagarna fortfarande upplevde ett kroppsmisnöje. Experimentell forskning har visat att kort exponering för det magra idealets mediebilder leder till en liten förändring av kroppsmisnöjet hos en del individer. Resultat var tydligt, flickor i femtonårsåldern visade sig vara mer missnöjda med sina kroppar än pojkar. Flickorna uttryckte en större vilja till att vara smala vid testtillfället två år senare. Studien visar mottagligheten för medias meddelande och representerar sociokulturella påtryckningar till att vara smal.

Levine (2000) förklarade att det smala kroppsidealet, sociala och massmediala påtryckningar har stor betydelse för den negativa kroppsuppfattningen. Tidningar, tv-program och filmer sänder ut budskap hur kvinnan ska vara feminin och upprätthålla en image av att vara vacker och slank.

#### *Implicita och explicita attityder*

Aronson et al., (2005) förklarar betydelsen av implicita och explicita attityder. Explicita attityder är när individer medvetet och med enkelhet kan berätta om vad de tänker och bedömer om objekt. Individer har också implicita attityder som är omedvetna och som är okontrollerbara när de ska bedöma ett objekt. Nosek (2005) hänvisar till Greenwald och Banaji (1995); Wilson, Lindsey och Schooler (2000) som förklarar att implicit utvärderar information som aktiveras automatiskt utan avsikt eller medvetenhet och att explicit betyder reflekterar utvärderingar producerade av kontrollerade processer. I Karpinski och Hiltons studie (2001) beskriver de två olika sätt att se på förhållandet mellan implicita och explicita attityder. En uppfattning är att attityder kan ses som ett isberg där explicita attityder syns ovanför vattenytan och de implicita attityderna ligger dolt under vattenytan. En andra uppfattning är att implicita och explicita attityder inte är beroende av varandra. Karpinski och Hilton hänvisar till Wilson, Lindsey och Schooler (2000) som argumenterade att människor kan ha både implicita och explicita attityder.

Fazio och Olson (2002) ifrågasätter ordet implicit och dess betydelse. De förklarar att implicit betyder omedvetet och ifrågasätter därför användandet av ordet implicit i samband med attityder. Människor inte är omedvetna om sina attityder, vilket skulle innebära att attityder är explicita. Om det finns skillnad mellan implicita och explicita

attityder så förutsätter det att det finns för-existerande attityder i minnet. Det finns dock ännu inga explicita mätningar som visar att det endast förekommer explicita attityder i minnet. De menar att det är mer lämpligt att se mätningen som utförs som explicit eller implicit istället för attityderna. Refereras en attityd eller stereotyp som implicit behövs det bevis för att det faktiskt är omedvetet.

Nosek (2005) argumenterar om fyra moderatorer för bedömningen av implicita och explicita attityder.

1. Självpresentation innebär en social önskvärdhet hos människor genom förändring av personliga eller sociala skäl. Detta försvagar sambandet mellan explicita och implicita mått.
2. Utvärderad styrka innebär starka övertygelser om något som anses viktigt. Krosnick och Petty (1995, refererat i Nosek, 2005) förklarar fyra drag av utvärderad styrka. Dessa är uthållighet, motstånd mot förändringar, de vägleder informationsprocesser och predicerar starkt beteenden. Då är det samstämmighet i implicita och explicita attityder.
3. Dimensionalitet innebär att de två attitydobjekten som testas är motpoler på samma dimension, t.ex. överviktiga och underviktiga. Är individen medveten om attityden till det ena objektet, vet individen attityden till det andra objektet.
4. Särskiljande betyder när individens egen uppfattning skiljer sig från samhällets normer.

Relationen mellan explicita och implicita mätningar tar Fazio och Olson (2002) upp som ”The Mode model” (Fazio & Olson, 2002, sid.304). Är motivationen eller tiden och resurserna att tänka över sitt ställningstagande lågt vid explicita mätningar kommer den att korrelera med implicita mätningar. Är däremot motivation, tiden och resurserna att tänka över sitt ställningstagande högt vid implicita mätningar så kommer den inte korrelera med explicita mätningar. Nosek (2005) har studerat förhållandet mellan implicit och explicit bedömning genom hur medvetna erfarenheter påverkar det omedvetna innehållet i minnet. Han visar genom sin studie att jämförelser mellan implicita och explicita mått har en stor betydelse för den sociala perceptionen, beslutsfattande och handling. Människor har en inre erfarenhet av att gilla eller ogilla sociala objekt vid bedömningen av ett socialt sammanhang eller sociala normer. Han anser att individens bedömning och perception är unik i jämförelse med andra.

#### *Implicit Association test*

Implicit Association Test (IAT) skapades av Anthony G Greenwald 1995 (Ahern & Hetherington, 2006). Det har blivit den mest använda metoden för att mäta omedvetna attityder. IAT mäter implicita attityder genom att undersöka automatiska associationer (1998, Greenwald, et al., refererad i Karpinski & Hilton, 2001). Karpinski och Hilton (2001) förklarar att IAT mäter hur nära associerat ett attityd objekt är (t.ex. en insekt eller en blomma) till ett utvärderande attribut (t.ex. ett otrevligt eller ett trevligt ord). De förmodar att ju mer nära varandra attributen och objekten är desto starkare är attityden. Detta innebär att människor är snabbare på att svara när omtyckta objekt paras ihop med positiva attribut än när illa omtyckta objekt paras ihop med positiva attribut.

Karpinski och Hilton (2001) undersökte förhållandet mellan implicita och explicita attityder och IAT. Studien bestod av tre olika undersökningar. Resultatet från studien 1 visade att det inte fanns någon korrelation mellan IAT och de explicita mätningarna.

Studien stödjer att IAT är oberoende från explicita attityder. I den andra studien undersöktes förhållandet mellan IAT, explicita attityder och beteende. Resultatet var att explicita attityder predicerar beteende men det gör inte IAT. Den tredje studien visade att IAT påverkades genom att deltagarna utsattes för nya associationer mellan attitydobjekten. De explicita attityderna förändrades inte.

#### *Samhällets tryck på kroppsidealet*

Hargreaves och Tiggemann (2003b) har undersökt effekter av kroppsmisshöjet genom att visa tv reklam med attraktiva kvinnor. Studien gjordes med 160 flickor och 197 pojkar i tonåren som fick se 20 reklamer innehållande smalt kvinnligt ideal. En grupp fick se 20 reklamer där idealet inte framgick. Testet utfördes vid tre tillfällen; före, direkt efter och efter femton minuter. Testet visade att flickorna hade mer kroppsmisshöje än pojkarna. Resultaten av studien stödde den generella hypotesen att attraktiva tv-bilder leder till ett ökat kroppsmisshöje och en schemaaktivering för flickor. Majoriteten i studien rapporterar att de har en känsla av att vara överviktig och har önskan att vara smalare. Reklamen med det smala kvinnoidealet kan resultera i ett ökat kroppsmisshöje och kan behålla negativa effekter i minst 15 minuter efter utsättandet.

Beebe, Holmbeck och Grzeskiewicz (1999) redogör för en metod som heter "Body size estimation" (BSE) proceduren. I denna metod ser testpersonerna en serie olika figurer som är ritade för hand och ska föreställa olika kroppstyper. De flesta studier kring dessa bilder har handlat om att testpersonerna själva ska markera den bild som bäst stämmer överens med deras kroppstyp. Med detta resultat kan de korrelera resultatet med faktisk kroppsstorlek och den önskade kroppstypen. Avvikelsen mellan testdeltagarna beräknas av deras aktuella kroppsstorlek och den bedömda idealstorleken. Genom en jämförelse mellan Body Mass Index (BMI) och idealstorlek medför att de kan se avvikelser i tankemönstret på grund av misshöje kring deras kroppsstorlek. Studier med dessa bilder visar att kvinnor som har negativa associationer till sin kropp använder negativ kroppsbildsbias om sin egentliga kroppsstorlek. Individer med kroppsmisshöje tenderar till att överskatta sin kroppsstorlek. Se Ahern och Hetheringtons studie om kroppsmisshöje och den sociokulturella påtryckningen om att vara smal under rubriken kognition.

#### *Syfte*

Eftersom tidigare forskning undersökt implicita attityder till överviktiga och smala människor, ansåg vi att en undersökning om implicita attityder om normalviktiga och smala människor kan vara intressant. Tidigare forskning av bland annat Ahern och Hetherington (2006) presenterar i sin studie hur de har undersökt implicita attityder till kraftigt byggda och smala människor. Flera av de artiklar som vi har tagit del av har handlat om liknande undersökningsområde. Det bidrog till vår tanke om att undersöka implicita och explicita attityder till normalviktiga och underviktiga personer. Ahern och Hetherington (2006) tar även upp i sin studie att mätningar av attityder till överviktiga och smala möjligen mäter negativa attityder gentemot övervikt, snarare än idealisering av magerhet. Vi ansåg att det kan bli ett tydligare resultat om undersökningen har ett starkt och ett neutralt attitydobjekt istället för två starka. Syftet med studien är att belysa människors explicita och implicita attityder till det kvinnliga kroppsidealet. Studien innefattar även massmedias påverkan av hur vi ska se ut och försöksdeltagarnas upplevda kroppsuppfattning i relation till hur de uppfattar massmedias ideal.

## Metod

### *Undersökningsdeltagare*

Vår undersökning genomfördes på högskolan i Kristianstad. Ur högskolans studenter rekryterade vi 60 försöksdeltagare varav 52 kvinnor och 8 män, åldern varierade från 18 till 57 år. För att få tag på studenter till vår studie kontrollerade vi vilka studenter som befann sig enligt schemat på skolan de dagar vårt experiment skulle äga rum. Anledningen till det var att minimera risken för ett stort bortfall och underlätta själva rekryteringsprocessen. Vi hade personlig kontakt med studenterna och berättade vårt syfte med undersökningen, samt informerade om att studien var frivillig och anonym (Vetenskapsrådet, 2002). Samtidigt med vår undersökning genomförde en doktorand på högskolan sitt experiment. Det innebar att vi använde varandras försöksdeltagare. För att så många som möjligt skulle vilja medverka, erbjöd vi alla deltagare ett presentkort som tack.

### *Apparatur och Material*

I vår studie har vi använt oss av ett implicit associationstest och en enkätundersökning.

#### *Utformandet av enkäten.*

För att mäta deltagarnas explicita attityder till massmedias kroppsideal och den egna synen på sin kroppsstorlek har vi använt oss av en kvantitativ enkätundersökning. Enkäten är egenkonstruerad (Se Bilaga 1) och innehåller förutbestämda slutna frågor och svarsalternativen är i form av en Likertskala där respondenten markerar en siffra ur en sexgradig skala (Bryman, 2001). 1 står för att deltagaren inte håller med påståendet och 6 indikerar om deltagaren instämmer helt. Patel och Davidson (1994) resonerar kring att människan har en viss benägenhet att vara neutralt i sitt beslutsfattande. Detta hade vi i åtanke när vi utformade enkäten för att undvika den så kallade centraltendensen i enkätsvaren och för att inte respondenterna skulle fastna i ett neutralt svarsmönster. Enkäten bestod av 28 frågor som berörde huruvida deltagarna är nöjda med sin egen vikt, om det smala kroppsidealet tolkas som positivt eller negativt och om de upplever en påverkan från massmedias kroppsideal. Efter 24 frågor hade vi fyra frågor som skulle besvaras utifrån siluettbilder. Dessa siluettbilder bestod av nio kvinnliga och nio manliga bilder som rankades i en niogradig skala. De kvinnliga siluettbilderna tog vi från Stunkard, Sorenson och Schulsinger (1983). Utifrån de kvinnliga siluettbilderna skapade vi manliga bilder genom att redigera bort de kvinnliga dragen som var utmärkande och på så sätt få fram en manlig motsvarighet (Se Bilaga 1). Med hjälp av siluettbilderna skulle deltagarna bedöma sin kroppsstorlek, bedöma hur de skulle vilja se ut, bedöma figuren de finner mest attraktiv och vilken bild som symboliserar massmedias bild av kroppsidealet. I enkäten efterfrågade vi även deltagarnas ålder, kön, vikt och längd. Vikten och längden hos deltagarna använde vi för att kunna fastställa Body Mass Index (BMI). BMI räknas ut genom att vikten divideras med längden i kvadrat ( $\text{kg/m}^2$ ) (Karlsson, 2004). Vi utförde en pilotundersökning med en lärare på högskolan som gav oss respons på enkäten.

#### *Utformandet av experimentet.*

För att få ett IAT test som stämde överens med vårt syfte med studien, letade vi fram fem passande bilder på kvinnor med normalviktiga kroppar och fem bilder med underviktiga kroppar. För att få ett brett utbud av bilder till IAT testet använde vi oss av sökmotorer på Internet (Se Bilaga 3). Till de tio bilderna lade vi fem positivt

värdeladdade ord som vacker, attraktiv, fräsch, åtråvärd, inne och fem negativt värdeladdade ord som ful, oattraktiv, äcklig, avvikande och ute för att kunna mäta attityder till dem. Utifrån detta bakgrundsmaterial konstruerade vår handledare IAT testet med avsikt att undersöka implicita attityder till normal- och underviktiga kvinnokroppar.

#### *Kontext effekt.*

För att undersöka om det kunde bli en kontexteffekt (Nosek, 2005), d.v.s. en påverkan av material som presenteras i omedelbar anslutning till testet, på implicita attityder i IAT testet använde vi oss av två olika tidningsartiklar. Tidningsartiklarna som användes till att skapa en kontext effekt hämtade vi från Aftonbladet. Den ena tidningsartikeln var positivt inställd till det smala kroppsidealet och handlade om att hålla formen med hjälp av kändisar (Aftonbladet 1, 2006). Den andra tidningsartikeln var negativt inställd till det smala kroppsidealet och handlade om det magra utseendet hos fotomodeller (Aftonbladet 2, 2006). Avsikten med att ha två olika synsätt på kroppsidealet i artiklarna var att försöka skapa en kontext effekt på deltagarnas implicita attityder **och explicita attityder.**

#### *Procedur*

Experimentet utfördes i en laboratoriemiljö på högskoleområdet. Laboratoriet kunde ta max 16 deltagare åt gången. Det innebar att vi delade in deltagarna i femton olika grupper under tre dagar där antalet försöksdeltagare varierade i respektive grupp. Undersökningsdeltagarna hälsades först välkomna i ett angränsande rum till laboratoriet. Därefter fick de en muntlig instruktion i vilken ordning de skulle utföra testerna. Innan testerna startade tilldelades försöksdeltagarna genom randomisering olika nummer som de skulle ange vid både experimentet och på enkäten. Hälften av försöksdeltagarna - de som fick ojämna nummer - skulle läsa den negativa tidningsartikeln. Den andra hälften av försöksdeltagarna - de med jämna nummer - skulle läsa den positivt inställda artikeln. Därefter fick försöksdeltagarna gå in i laboratoriet och började med att läsa någon av de två artiklarna. De fortsatte sedan med IAT vid datorn och till sist svarade de på enkäten.

Georg Stenberg som skapade vårt IAT test i datorn beskrev IAT processen i sju block. När testet startade hälsades försöksdeltagarna välkomna och fick information om hur testet skulle utföras. Under hela testet framför datorn svarade försöksdeltagarna med hjälp av två tangenter. Det första blocket som visades var bilderna, där skulle försöksdeltagarna skilja på normalviktiga och underviktiga kvinnokroppar. Sammanlagt gjordes 20 stimuli på detta sätt. Det andra blocket bestod av 20 ord som försöksdeltagarna skulle ange som positiva eller negativa. Det tredje blocket är en enkel kombination där normalviktiga bilder paras ihop med positiva ord och underviktiga bilder paras ihop med negativa ord. Det fanns 20 stimuli av denna sort. Block fyra innebar en upprepning av block tre. Anledningen till detta förklarade George Stenberg beror på att Greenwald först ville ha ett övningsblock före den riktiga mätningen. Greenwald fann att block tre och fyra gav samma värden och behöll därför båda blocken i testet. I block fem bytte försöksdeltagarna tangenter som en övning av en omvänd kombination av tangenterna. I block sex kombinerades de underviktiga bilderna med de positiva orden och innehöll sammanlagt 20 stimuli. Block sju innebar

en upprepning av block sex. De block som är viktiga i beräkningen är tre, fyra, sex och sju. Anledningen till det är att reaktionsskillnaden beräknas mellan block tre och fyra och mellan block sex och sju (Stenberg G, personlig kommunikation, 3 januari 2007). IAT programmet beräknar effektstorleksmått för varje deltagare. Trials under 400 ms och över 1000 ms kasseras. Felaktiga svar får ett tillägg på 600 ms, men tas sedan med i beräkningarna (Greenwald, Nosek, & Banaji, 2003).

### *Bortfall*

Undersökningen gav ett internt bortfall på tre deltagare i IAT-testet. En deltagare avbröt IAT testet och två IAT filer hittades inte. Det tror vi kan bero på att filerna har blivit överskrivna i datorn. I enkätundersökningen var det en försöksdeltagare som inte besvarade en utav frågorna.

### *Databearbetning*

Vi sammanställde enkätfrågorna till tre variabler för att kunna mäta kroppsmissnöje, internaliserat massmedietryck och massmediepåverkan (Se Bilaga 6). Ur de tre variablernas enkätfrågor valde vi bort item som hade sämst reliabilitet och validitet i varje variabel och räknade på de item som maximerades i Cronbachs alfa genom att vara  $> 0,70$ . På första variabeln, massmedietryck, var Cronbachs alfa 0,73. Den andra variabeln, kroppsmissnöje, visade ett alfa värde på 0,71. Den tredje variabeln, internaliserat massmedieideal, visade ett alfa värde på 0,7. För att kunna använda oss av resultatet från siluettbilderna och sammanställa det med de 24 enkätfrågorna så ändrade vi siluettbildernas niogradiga skala till en sexgradig skala. Detta kan räknas ut med formeln  $= 1+5*(x-1)/8$ .

## Resultat

Tabell 1. Här presenteras summamedelvärden och standardavvikelser för IAT och BMI. För variablerna massmedietryck, kroppsmissnöje och internaliserat massmedieideal redovisas medelvärde och standardavvikelse.

	IAT	BMI	Massmedietryck	Kroppsmissnöje	Internaliserat massmediaideal
M.	-0.63	24.00	3.80	3.22	3.34
S.D.	0.40	4.41	0.88	0.62	0.97
N	57	59	59	59	59

I ett t-test undersökte vi IAT måttet som visade att gruppens medelvärde skilde sig från noll,  $t(57) = 12.00$ ,  $p < .001$ . T-värdet visar att gruppens värden är skilda från noll och ligger på den negativa sidan vilket innebär en negativ attityd till underviktiga kroppar.



Tabell 2. Medelvärden, standardavvikelser för IAT, efter positiv eller negativ tidningsartikel för kvinnor och män N 57

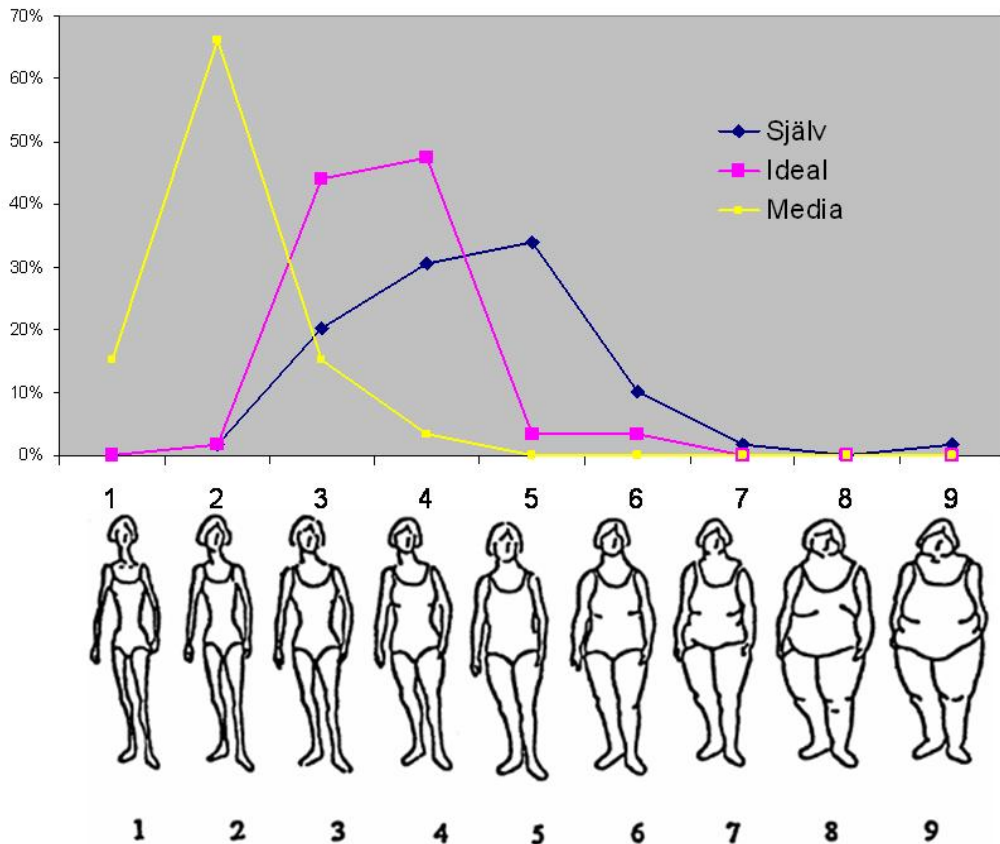
	Negativ artikel			Positiv artikel		
	M	S.D.	n	M	S.D.	n
Kvinnor	-0,63	0,42	26	-0,72	0,28	24
Män	-0,03	0,46	2	-0,66	0,35	5

I en tvåvägs mellangrups Anova undersökte vi effekterna av kön och tidningsartikel (positiv eller negativ till bantningsidealet). Den visade signifikanta huvudeffekter både för kön,  $F(1,54) = 8,97$ ,  $p < .004$   $\eta^2 = 0,14$  och artikelval  $F(1,54) = 10,24$ ,  $p < .002$ ,  $\eta^2 = 0,16$ . Det fanns också en signifikant interaktionseffekt  $F(1,54) = 6,64$ ,  $p < .003$ ,  $\eta^2 = 0,11$ . Effekten berodde på att de män som läste en positiv artikel visade en positiv påverkan (kontext effekt) av artikeln till det magra idealet. Eftersom antalet i denna grupp är mycket litet, måste resultatet tas med reservation. Kvinnorna visade ingen påverkan i vare sig positiv eller negativ riktning av tidningsartikeln.

Anovan följdes upp med två t-tester för att undersöka den negativa artikelns påverkan angående männens och kvinnornas implicita mätning. T-testerna visade ingen signifikans med kvinnornas resultat,  $T(44) = 0,89$ ,  $p > ,38$ . Det fanns en tendens med männens resultat men inte signifikant resultat,  $T(5) = 2,03$ ,  $p < ,098$ . Den effekt som framkom i Anovan bars upp av männen. Den signifikanta effekten i variansanalysen får tolkas med reservation eftersom t-testerna inte visade signifikant resultat.

Den positiva och den negativa artikelns påverkan angående den explicita mätningen undersöktes i ett t-test. Vi kan konstatera att det inte framkom någon artikelpåverkan,  $T(57) = 0,16$ ,  $p > 0,87$ .

En multipel regressionsanalys genomfördes med syfte att undersöka om någon av de oberoende variablerna IAT, BMI, massmedietryck och internaliserat massmedietryck kunde predicera beroendevariabeln kroppsmisnöje. BMI var den enda variabel som visade signifikant effekt på kroppsmisnöje. Prediktorn BMI förklarade 20 % av variationen i kroppsmisnöje,  $F(4,52) = 4,45$ ,  $p < 0,001$ . Riktningen på sambandet var att tyngre personer var mer missnöjda med sin kropp. De övriga variablerna, massmedietryck och internaliserat massmedietryck visade ingen signifikans.



Figur 1. Deltagarnas val av silhuettbilder för att illustrera massmedias ideal, det egna idealet och den egna kroppsuppfattningen.

Det fanns en signifikant skillnad mellan massmedias ideal, de egna idealen och den egna kroppsuppfattningen,  $F(2,116)=201,35$   $p < 0,001$ . Denna figur visar att undersökningsdeltagarna har ett annat kroppsideal än den självrapporterade kroppsuppfattningen. Figuren visar även att undersökningsdeltagarna upplever att det finns ett smalt massmedieideal. Den visar också på en stor skillnad mellan de ideal deltagarna har och de som massmedia förmedlar.

## Diskussion

Syftet med vår studie var att belysa människors explicita och implicita attityder till det kvinnliga kroppsidealet. Studien innefattar även massmedias påverkan till hur vi ska se ut och försöksdeltagarnas upplevda kroppsuppfattning i relation till hur de uppfattar massmedias ideal.

### *Kontext effekt och IAT*

De män som innan IAT testet läste en positivt riktad artikel till massmedias kroppsideal, upplevde det magra idealet som positivt. Männens resultat kan bero på, om individer läser något positivt blir det möjligtvis lättare påverkade. Resultat kan även betyda att de upplevde en större påverkan av massmedia och att artikeln förstärkte deras

omedvetna attityder till det smala kroppsidealet. Männens resultat kan ha varit annorlunda om artiklarna hade varit riktade mot det manliga kroppsidealet och därmed kunna relatera det till sig själva. Artikeln riktade sig bara till det kvinnliga idealet. Detta kan ha en påverkan på resultatet. Hade vår studie innehållit bilder på män och handlat om manliga idealet, tror vi de hade tagit till sig studien på ett annat sätt genom att relatera mer till sig själva.

Av kvinnornas resultat gällande kontext effekt gick det inte att tyda någon påverkan av tidningsartikeln. Nosek (2005) förklarar hur människan har en inre erfarenhet av att gilla eller ogilla sociala objekt. Det kan innebära att deras attityder och ställningstagande till det magra kroppsidealet redan innan testet varit så etablerade att attityderna inte gick att påverka. Det är möjligt att kvinnor ser massmedias bild av kvinnan som för svår att uppnå och det leder till ett negativt förhållningssätt till massmedias ideal. En anledning till det kan bero på att kvinnor utsätts för mer stimuli från massmedia än vad män gör. Peterson et al., (2006) belyser den ökade exponeringen av massmedia i form av signaler som visar exempel på hur vi borde se ut för att vara attraktiva och framgångsrika. De menar att stimuli ofta förekommer i form av bilder på slanka, vältränade och sexuellt utmanande människokroppar.

Vi instämmer till Nosek (2005) som påpekar att människor associerar sina attityder till sociala sammanhang och sociala normer. Resultatet som visar att kvinnor föredrar det normala idealet. Det kan bero på att människor vill vara tillsammans med likasinnade med samma värderingar och samma kroppsideal. Medelvärdet för försöksdeltagarnas BMI i vår studie är 24, vilket innebär att försöksdeltagarna hamnar på en skala för normalvikt. Vi tror det kan finnas en koppling mellan försöksdeltagarnas attityd till kroppsidealet och BMI nämligen att försöksdeltagarnas kroppstyp speglade den egna attityden.

Männens resultat visar en hög validitet till att kunna vara en kontext effekt men där reliabiliteten är låg på grund av de få män som deltog i studien. Resultatet kan därför ha tillkommit av en slump. Kvinnornas resultat hade en hög reliabilitet och går att generalisera ur undersökningsgruppen. Resultatet kan också bero på att de inte gick att påverka attityden under den korta stunden av stimuli som artikeln innefattade. Något som ytterligare kan ha haft påverkan på resultatet är att artiklarna skiljde sig. Den positiva artikeln innehöll endast text medan den negativa artikeln innehöll även exempelbilder till texten.

IAT resultatet visar att undersökningsdeltagarna ogillar det smala idealet och att modevärlden inte är i takt med människans uppfattning. Styrkan med IAT förklarar Nosek och Banaji (1995, refererad i Nosek, 2005) är att implicita attityder är de verkliga och sanna. Att försöksdeltagarna föredrar en normalviktig kroppstyp tror vi kan bero på att normalviktiga kvinnor har biologiskt mer lockande signaler såsom friskhet, fertilitet och chans till överlevnad.

I efterhand har vi reflekterat över validiteten i IAT bilderna. Vi anser att IAT kan ha gett ett annat resultat om bilderna hade avidentifierats, eftersom flera av bilderna är på välkända personer inom mode och film. I våra IAT bilder valde vi att ha ansiktsdragen kvar på figurerna. Det medförde en möjlighet till att testpersonerna relaterade

ansiktsdragen som attraktiva och tittade mer på ansiktet än att skapa sig en bild utifrån kroppsstorleken.

Vårt IAT resultat skiljer sig i jämförelse med exempelvis Ahern och Hetherington (2006) resultat. De studerade om försökspersonerna generellt har kognitiva scheman. Studien visade att försöksdeltagarna associerar att vara mager som positivt. Stimuli i testet var bilder av antingen väldigt överviktiga eller smala kvinnor. De resonerar om att det är möjligt att testet mäter negativa attityder gentemot övervikt, snarare än att försköna magerhet. Att våra resultat skiljer sig i jämförelse med Ahern och Hetherington (2006) kan bero att vi studerar attityder till normal och underviktiga kvinnokroppar.

#### *Enkätundersökning*

Resultatet i den explicita mätningen visade att det var endast Body Mass Index (BMI) som predicerade kroppsmissnöje. Resultatet visade att ju högre BMI som uppmättes bland deltagarna ju större kroppsmissnöje upplevdes. Validiteten i BMI anser vi vara hög. Däremot kan reliabiliteten diskuteras eftersom viktangivelse kan uppfattas som känslig och deltagaren kanske uppger en felaktig vikt. Vi tror att detta inte var fallet i vår studie, för att hela testet var anonymt.

Enkäten innehöll även siluettbilder som visade att deltagarna hade ett annat kroppsideal än den självrapporterade kroppsuppfattningen. Likaså angav undersökningsdeltagarna att det finns ett massmediaideal som är smalare än vad de själva ansåg sig vara på siluettskalan. Stimuli från massmedia utsätts människan för dagligen som leder till en tydlig uppfattning om mass medias ideal. I Hargreaves och Tiggemanns (2003b) studie visades att majoriteten av försöksdeltagarna rapporterar att de har en känsla av att vara överviktig och har önskan att vara smalare. Resultatet från siluettbilderna i vår studie visar en tydlig skillnad hos försöksdeltagarnas upplevda kroppsuppfattning och den idealbild de har.

#### *Framtida forskning*

Förslag på framtida forskning med anknytning till kroppsideal och implicita attityder skulle kunna handla om skillnaden mellan män och kvinnors attityder till både kvinnligt och manligt kroppsideal. Passer och Smith (2004) hänvisar till en studie av Falon A och Rozin P (1985) om män och kvinnors kroppsuppfattningar. Den visar männens tolkningar om hur muskulösa de behöver vara för att anses attraktiva och uppnå mass medias ideal. Kvinnorna bedömde sin kroppsform till att vara större än idealets bild, medan männens kropps bild ansågs ligga nära idealets bild. De visade att männen är mer nöjda med sin egen figur jämfört med kvinnorna. Jämförs resultaten mellan kvinnor och män så har de båda könen motsatta tolkningar om varandra. Männen ansågs sig behöva vara muskulösare än vad kvinnorna föredrog hos män. Kvinnorna ansåg sig behöva vara smalare än vad männen föredrog hos kvinnor.

Sammanfattningsvis visade resultaten i vår studie att IAT visade att försöksdeltagarna hade en positiv attityd till det normala kroppsidealet. Det som predicerade kroppsmissnöje är Body Mass Index (BMI). Försöksdeltagarnas BMI visade att ju högre BMI värde ju större kroppsmissnöje visas och en större vilja till att vara smal. Försöksdeltagarna bedömde en stor skillnad mellan självupplevd kroppsuppfattning, vilket kroppsideal deltagarna har och det kroppsideal som massmedia förmedlar.

Massmedia har skapat ett kroppsideal som skiljer sig från det normala kroppsidealet mot ett trådmalt kroppsideal.

### Referenser

Ahern A. L., & Hetherington, M. M. (2006). The thin ideal and body image: An experimental study of implicit attitudes. *Psychology of Addictive Behaviors*, 20, 338-342.

Aronson, E., Wilson D.T & Akert M.R. (2005). *Fifth edition Social Psychology*. Pearson education inc. ISBN: 0-13-132793

Beebe, D. W., Holmbeck, G. N., & Grzeskiewicz, C. (1999). Normative and psychometric data on the body image assessment-revised. *Journal of personality assessment*, 73, 374-394.

Bryman, A. (2001) *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB. ISBN: 91-47-06402-1

Fallon, E. A, & Hausenblas, H. A. (2005) Media images of the "ideal" female body: Can acute exercise moderate their psychological impact? *Psychological Review*. University of South Carolina, University of Florida, 62-73.

Fazio, R. H., & Olson M.A. (2002). Implicit measures in social cognition research: their meaning and use. *Annual Reviews Psychology*, 54, 297-327.

Greenwald, A.G., Nosek, B.A., & Banaji, M.R. (2003) Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality & Social Psychology*, 85 (2), 197-216.

Gustavsson C. (2001, 21 juli). Håll formen med hjälp av stjärnorna. *Aftonbladet* 1. Hämtad 10 november 2006 på <http://www.aftonbladet.se/vss/halsa/story/0,2789,73171,00.html>

Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2003a). Longer-term implications of responsiveness to 'thin-ideal' television: support for a cumulative hypothesis of body image disturbance? *European Eating Disorders Review*, 11, 465-477.

Hargreaves, D.A., & Tiggemann, M. (2003b). The effect of "thin ideal" television commercials on body dissatisfaction and schema activation during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 32, 367-373.

Jakobsen, K. (2006, 20 mars). Magra, knotiga och tragiska. *Aftonbladet* 2 . Hämtad 10 november 2006 på <http://www.aftonbladet.se/kvinna/9803/20/anorexia.html>

Karlsson, L. (2004) *Psykologins grunder* . Pozkal,Poland. ISBN 91-44-04290-6.

Karpinski, A. & Hilton, J.L. (2001). Attitudes and the implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 774-788.

Levine, M. P. (2000).Mass media and body image: a brief review of the research. *Healthy Weight Journal*, 14, 1-4.

Nosek, B. A., (2005). Moderators of the relationship between implicit and explicit evaluation. *Journal of Experimental Psychology*, 134, 565-584.

Patel, R. & Davidsson, B. (1994) *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur

Passer, M. W., & Smith, R. E. (2004) *Psychology: The science of mind and behavior* New York, NY: Mc Graw-Hill. ISBN: 0-07-256330-3.

Peterson R. D, Tantleff-Dunn S, Bedwell J. S:(2006) The effects of exposure to feminist ideology on women's body image. *Department of Psychology, University of central Florida*, 3, 237-246.

Stunkard, A.J., Sorenson, T. & Schulsinger, F. (1983). Use of the Danish adoption register for the study of obesity and thinness. In S. Kety (Ed.), *The Genetics of Neurological and Psychiatric Disorders*. New York: Raven Press

Sundbaum-Melin.,A. (2006, 13 november). Så styr modet kvinnokroppen *Aftonbladet*. Hämtad 7 december 2006 på <http://www.aftonbladet.se/halsa/0006/03/madonna3.html>

Vetenskapsrådet (2002).*Forskningsetiska principer inom humanistisk- samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet. ISBN: 91-7307-008-4.

## Appendix

## Bilaga 1. Enkätundersökning

Undersökning om kroppsideal

Man      Kvinna      Ålder \_\_\_\_\_ Cirka vikt \_\_\_\_\_ Cirka  
 längd \_\_\_\_\_

Ringa in det alternativ som du tycker stämmer bäst i frågorna eller påståendena.

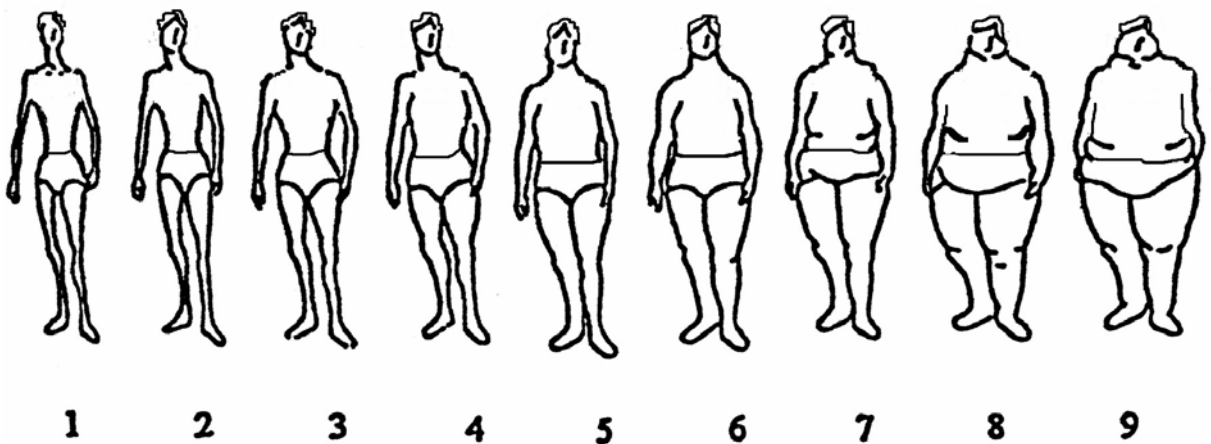
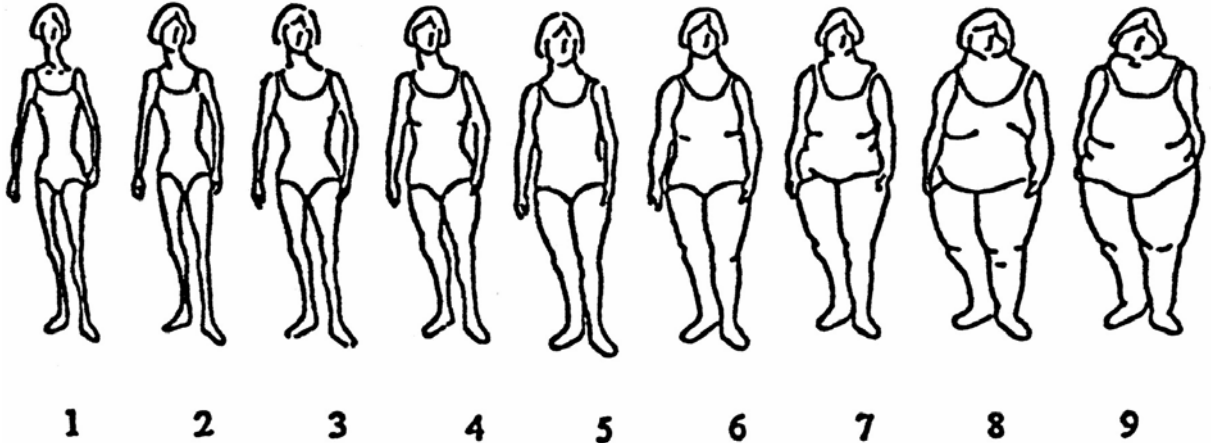
	Håller fullständigt med			Håller inte alls med		
1. Är du nöjd med din vikt?	1	2	3	4	5	6
2. Tänker du ofta på din vikt?	1	2	3	4	5	6
3. Tycker du det är svårt att vara nöjd med din vikt?	1	2	3	4	5	6
4. Jag tycker kraftiga människor är attraktiva	1	2	3	4	5	6
5. Om det är smala programledare med bra utseende på TV, så är det trevligare att titta.	1	2	3	4	5	6
6. Jag tror man får bättre ett självförtroende med en smal figur.	1	2	3	4	5	6
7. Känner du dig påverkad av massmedias signaler om att vara smal?	1	2	3	4	5	6
8. Tycker du att det är idealiskt att vara smal?	1	2	3	4	5	6
9. Upplever du att överviktiga människor får utrymme i TV?	1	2	3	4	5	6

10. Det finns andra viktigare saker att tänka på än vikten och utseendet.	1	2	3	4	5	6
11. Överviktiga kändisar är inte bra förebilder för ungdomar.	1	2	3	4	5	6
12. När jag ser reklambilder med vackra smala människor så vill jag också vara sån.	1	2	3	4	5	6
13. Tidningar som t.ex. <i>Må bra</i> och <i>Hälsa</i> påverkar mig till att vilja vara smal.	1	2	3	4	5	6
14. Jag tycker smala människor är attraktiva.	1	2	3	4	5	6
15. Kläder gör sig bäst på riktigt smala människor.	1	2	3	4	5	6
16. Är det ur hälsosynpunkt bra att vara smal?	1	2	3	4	5	6
17. Modeller på catwalken ska vara mycket smala för det är snyggast.	1	2	3	4	5	6
18. Var och en ska få se ut som den vill.	1	2	3	4	5	6
19. Känner du att massmedia påverkar dig till hur man ska se ut?	1	2	3	4	5	6
20. Jag tycker att massmedia fokuserar för mycket på kroppsidealerna.	1	2	3	4	5	6
21. Veckopress skriver för mycket om övervikt och bantning.	1	2	3	4	5	6
22. Överviktiga får ofta roller i filmer som dumma eller mobbade.	1	2	3	4	5	6



23. Smala människor får ofta roller i filmer som smarta. 1 2 3 4 5 6

24. Upplever du att massmedias påverkan av det smala kroppsidealet som positivt? 1 2 3 4 5 6



25. Vilken figur tycker du bäst passar in på dig? Figur nr.....

26. Vilken figur stämmer mest överens över hur du skulle vilja se ut?

Figur nr.....

27. Vilken figur anser du är mest attraktiv? Figur nr.....

28. Vilken figur tycker du bäst stämmer överens med massmedias bild på kroppsidealet?

Figur nr.....

**Tack för din medverkan!**

*Bilaga 2. Meddelande till försöksdeltagarna.***Läs detta innan du går!**

Du har deltagit i en studie som handlar om våra medvetna och omedvetna attityder gentemot kroppsidealet som massmedia framställer. Den första delen framför datorn behandlade de omedvetna attityderna och testmomentet som innehöll enkäten visar de medvetna attityderna till kroppsidealet. Om det är fler av dina klasskamrater som ska göra detta test, så är vi tacksamma om du inte talar om för dem vad studien gick ut på. För att få ett så bra resultat som möjligt på det omedvetna attityd testet är det viktigt att deltagaren inte vet syftet med testet. Har du frågor angående studien, får du gärna kontakta någon av oss på e-mailen.

[paer\\_johansson82@hotmail.com](mailto:paer_johansson82@hotmail.com)

[ingermolin@hotmail.com](mailto:ingermolin@hotmail.com)

När uppsatsen är färdig skickar vi gärna ut resultatet från experimentet du nyss deltagit i. Vill du ta del av resultatet när arbetet är färdigt får du gärna skriva upp din e-mail adress på utsatt e-post lista.

**Tack för din medverkan!**

*Bilaga 3. Två exempel på bilder som var med i IAT testet.*



Bilaga 4. Negativt riktad artikel som användes som kontext effekt.

# Magra, knotiga och tragiska

●● Svält-looken bland modellerna på årets Parisvisningar är värre än någonsin.

●● Aftonbladets modereporter **Katrin Jakobsen** har fått nog.

●● – Hur kan modeskaparna påstå att de älskar kvinnan när de hänger sina kreationer på tjejer som **liknar klädgalgar** i metalltråd? undrar hon.




---

Till vänster: 1,83 lång och storlek 34. Det blir bara ben kvar.

---




---

Till höger: Titta på benen! Låren är smalare än knäna.

---

## Modellerna vid årets Paris-visningar är smalare än någonsin

PARIS. Det blir värre från år till år. Magra, rödögda mannekänger med benknötar som skär genom tyget stakar sig fram på podiet. När de bär genomskinligt kan man nästan skymta inälvorna. Ett generat skratt fastnar i halsen. För det är inte ett dugg vackert, bara tragiskt.

När Karen Elson, en av världens mest kända mannekänger just nu, skulle visa kläder för italienska Dolce & Gabbana i Milano häromveckan nobbades hon. Du är för tjock, fick den stackars tjejen höra. Hon! För tjock! Storlek 34 sitter ju löst på henne.

Dessa modeskapare är minsann boven i det hela. Hur kan de påstå att de älskar kvinnan, när de sedan hänger sina kreationer på tjejer som mest liknar klädgalgar i metalltråd? Där kläderna omöjligt kan sitta tajt, eftersom kroppen nästan är ihålig.

Anorexi drabbar inte bara unga tjejer som jämför sig med mannekängerna i tidningarna. Det är faktiskt mannekängerna som är värst därän. Alltsedan



Kate Moss och Jodie Kidd för några år sedan steg ur sina kistor för att fascinera skraddarna med sitt zombie-utseende, har de som vill vara kvar i branschen tvingats att svälta sig från något- för- mager till skelett. De flesta, en gång mycket vackra kvinnor, går det inte att känna igen. Personligheten brändes tillsammans med underhudsfettet.

*Bilaga 5. Positivt riktad artikel som användes som kontext effekt.*

## Håll formen - med hjälp av stjärnorna

Omvärlden granskar deras kroppar under lupp. Därför är det kanske inte så konstigt att kändisarna håller sig i sådan fantastisk form.

Hälsa avslöjar knepen som gör att du kan få en lika snygg kropp som din idol. Och våra experter tycker till.

Ja, om du törs...

### ■ Jennifer Lopez

#### Äter inte stekt kött

Jennifer har lämnat sitt forna superkurviga jag genom att säga nej till sin mammas, goda, stekta mat och genom att hålla sig till en strikt fitnessregim. Så här ser Jennifers dagliga kost ut: Fullkorns-pannkakor och kaffe till frukost, hälsoshake till lunch och sallad med kyckling, fisk eller kött till middag.

Genom att ta bort den stekta maten från tallriken sparar Jennifer in många kalorier.

Utöver själva kosten så tränar Jennifer styrketräning tre gånger i veckan och kör ett danspass varannan dag. Hon är också nog med att promenera så ofta hon kan, minst en längre sträcka om dagen.

### Näringsexperten Magnus Nylander:

#### "Hon borde komplettera"

- Detta är en bra metod att nå sin drömfigur. Alla viktiga mineraler, spårämnen, fleromättade fetter, kolhydrater och proteiner finns med i kosten. Jag skulle dock vilja att man kompletterar dessa tre mål med mellanmål i form av frukt och fullkornsmacka, samt att dricka en del vatten mellan målen.

Att inte steka maten är suveränt eftersom stekningen förstör proteiner och vitaminer samt bildar giftiga ämnen i maten.

Dessutom adderar man en massa onödigt fett då man steker.

### Träningsexperten Tommi Lindqvist:

#### "Dans är bra för balansen"

- Dans är bra för koordination, balans och kondition. Styrketräning är också en bra träningsform eftersom man tränar kroppens alla muskelgrupper ordentligt.

Och promenader har alltid en positiv effekt, oavsett hur länge eller fort man går. Vill man kan man höja intensiteten och jogga i stället.

### ■ Elizabeth Hurley

#### Använder små bestick

Liz använder pyttesmå bestick då hon äter. Hon tar även med sig sina egna miniatyrbestick då hon äter på restaurang.

Rent psykologiskt påminner dieten om när man äter med pinnar på asiatiska restauranger och "ger upp" efter ett tag.

Med andra ord äter man inte lika mycket som då man kan "skövla" in maten i mun"

### Näringsexperten:

#### "Inte så dumt"

- Faktum är att detta inte är så dålig idé som man tror! Om det är en varierad kost man äter med dessa minibestick så kan man ändå få i sig de ämnen kroppen behöver. Dessutom äter man långsammare, vilket är bra för kroppen. Och man äter nog inte överdrivet mycket som man kanske gjort annars.

### ■ Jennifer Aniston

#### Håller Atkins-dieten

Jennifer Aniston håller sig strikt till den så kallade Atkins-dieten, som i dag utövas av många kändisar, bland andra Renée Zellweger och Victoria Beckham.

Dieten går ut på att man äter mycket proteiner (fisk, kött, kyckling), men inga kolhydrater. Enligt upphovsmakarna av dieten leder avsaknaden av kolhydrater till att inget fett lagras i kroppen.



*Bilaga 6. Sammanställning av item till tre variabler*

*1. Utbrett kroppsmisnöje*

Är du nöjd med din vikt?

Tänker du ofta på din vikt?

Tycker du det är svårt att vara nöjd med din vikt?

Vilken figur tycker du bäst passar in på dig?

Vilken figur stämmer mest överens över hur du skulle vilja se ut?

*2. Massmedias inflytande på kroppsidealet*

Om det är smala programledare med bra utseende på TV, så är det trevligare att titta.

Känner du dig påverkad av massmedias signaler om att vara smal.

När jag ser reklambilder med vackra smala människor så vill jag också vara sån.

Tidningar som t.ex. *Må bra*, och *Hälsa* påverkar mig till att vara smal.

Känner du att massmedia påverkar dig till hur man ska se ut?

Jag tycker massmedia fokuserar för mycket på kroppsidealen.

Upplever du att massmedias påverkan av det smala kroppsidealet som positivt?

Överviktiga kändisar är inte bra förebilder.

Modeller på catwalken ska vara mycket smala för det är snyggast.

Överviktiga får ofta roller i filmer som dumma eller mobbade.

Smala människor får ofta roller i filmer som smarta.

Vilken figur tycker du bäst stämmer överens med massmedias bild på kroppsidealet?

*3. Internaliserat massmedieideal*

Jag tror man får bättre självförtroende med en smal figur.

Jag tycker smala människor är attraktiva.

Kläder gör sig bäst på riktigt smala människor.

Är det ur hälsosynpunkt bra att vara smal?

