



Institutionen för hälsovetenskaper

Uppsatsarbete i folkhälsovetenskap

C-uppsats 20 poäng

(Folkhälsovetenskap 51-60 poäng och pedagogik 51-60 poäng)

Vad påverkar ungdomars självbild?

En enkätstudie som studerar relationen mellan massmedia,
motionsvanor och självbilden bland gymnasieungdomar

2007-05-07

Maria Pollak
Jessica Wulff

Handledare: Lars Axelsson

Examinatorer: Ingemar Andersson
Elisabeth Malmström

Innehållsförteckning

Sammanfattning	
Abstract	
Förord	
Innehållsförteckning	2
Inledning.....	7
Bakgrund	7
Kropps- och skönhetsideal	7
Socialisation	8
Litteraturgenomgång och teoretiska utgångspunkter	10
Massmedias påverkan	10
Sociokulturellt perspektiv	10
TV och tidningar	11
Kroppen i medierna.....	12
Identitet och självbild	12
Teorin om övervägda handlingar	14
Kroppsbild.....	14
Konsekvenser för folkhälsan.....	15
Fysisk aktivitet	15
Hur ungdomars kropps bild påverkas av massmedia	16
Individens samvete.....	17
Sociala inlärningsteorin.....	17
Problemprecisering.....	18
Syfte	19
Frågeställningar.....	19
Material och metod.....	19
Studiedesign	19
Kvantitativ metod	19
Urval.....	19
Enkätutformning.....	20
Pilotstudie.....	20
Datainsamling.....	20
Bortfall	20
Databearbetning	20
Omkodning av variabler.....	21
Etiska överväganden	21
Resultat.....	23
Beskrivning av studiegruppen.....	23
Relation mellan påverkan från massmedia och hur nöjda respondenterna var med sitt liv i olika avseenden	23
Relation mellan respondenternas motionsvanor och påverkan från massmedia.....	25
Relation mellan varför respondenten motionerade och påverkan från massmedia.....	25
Relation mellan hur ofta respondenterna tittade på TV samt läste tidningar och påverkan från massmedia.....	26
Relation mellan BMI och hur nöjd individen var med sin vikt och kropp.....	28
Skillnad i olika avseenden mellan de respondenter som studerade på Hälsa- och Idrottsprogrammet och på de övriga programmen	28
Diskussion	29

Relation mellan påverkan från massmedia och hur nöjda respondenterna var med sitt liv i olika avseenden	29
Relation mellan respondenternas motionsvanor och påverkan från massmedia.....	30
Relation mellan hur ofta respondenterna tittade på TV samt läste tidningar och påverkan från massmedia.....	32
Relation mellan BMI och hur nöjd individen var med sin vikt och kropp.....	33
Metoddiskussion.....	33
Folkhälsopedagogisk relevans.....	35
Konklusion	35
Litteraturförteckning	36
Bilaga 1	41
Bilaga 2	42

Uppsats för filosofie kandidatexamen vid Högskolan Kristianstad
51-60 poäng i folkhälsovetenskap och 51-60 poäng i pedagogik

Pollak, M. & Wulff, J. (2007). *Vad påverkar ungdomars självbild? En enkätstudie som studerar relationen mellan massmedia, motionsvanor och självbilden bland gymnasieungdomar.* (s 46)

Handledare: Lars Axelsson

Sammanfattning

Att vara vacker och smal är ett modernt skönhetsideal. Massmedia har kommit att spela en grundläggande roll i det moderna samhället. Ständigt påminns individen om idealet via bilder av vackra och smala människor. Begreppet självbild är omfattande, och en människas självbild är sammansatt av många faktorer såsom vissa individuella drag i utseendet, särskilda karaktärsegenskaper och tidiga livserfarenheter. Barns arbete med att hitta sig själva i tillvaron börjar så fort de fötts. Under tonåren är individen särskilt sårbar, eftersom det är under den här perioden som individen söker sin identitet. Syftet med studien var att studera om påverkan från massmedia samt motionsvanor relaterar till ungdomars självbild avseende den egna kroppen. Vi valde att genomföra en enkätstudie bland elever i årskurs 1 på gymnasiet, där 126 elever besvarade enkäten. Ett häpnadsväckande resultat var att de som tittade mer på TV var mer nöjda med sitt liv i olika avseenden. Resultatet i den här studien visade även att det inte fanns lika stor relation mellan påverkan från massmedia och respondenternas självbild som tidigare studier har visat. En tänkbar anledning till det här resultatet kan vara att majoriteten av respondenterna bestod av pojkar medan mycket av tidigare forskning är gjord på flickor. Slutsatsen av den här studien är att det behövs mer forskning på pojkars självbild kopplat till massmedias påverkan samt att skolan är en viktig arena att arbeta för att stärka individens kritiska tänkande kring massmedias budskap.

Nyckelord: Socialisation, massmedia, motionsvanor, ungdomar, självbild, kroppsbild

Dissertation in partial fulfilment of the requirement for Bachelor's degree in Health Promotion and Education, Kristianstad University
Equivalence: 10 credit points (15 ECTS points) Public Health Science and 10 credit points (15 ECTS points) Education

Authors: Pollak, M. & Wulff, J. (2007). *What affects adolescent's self-image? A questionnaire which studies the relation between mass media, exercise and self-image among students in upper secondary school.* (s 46)

Supervisor: Lars Axelsson

Abstract

Being beautiful and skinny is a modern beauty ideal. Mass media have played a fundamental role in the modern society. The individual is constant reminded about the ideal through pictures of beautiful and skinny people. Self image as a concept is extensive, and people's self image is compound of many factors as certain individual features in the appearance, special nature properties and early life experiences. Children's work with finding themselves in the life begins as soon as they been given birth to. During the teenage years the individual is particular vulnerable, since it is during this period of time that the individual applies for its identity. The aim was to study if the affects from mass media and physical activity influences the self image of adolescence regarding their own body. We chose to implement a cross sectional survey among students in grade 1 on the upper secondary school, where 126 students responded to the questionnaire. An astounding result was that those who watched more TV were more satisfied with their lives in several different ways. The result in this study also showed that the mass media does not influence the adolescents to the same extent as previous research has shown. A possible reason for this is according to us that the majority of the respondents were boys while much previous research is done on girls. The conclusion of this study is that it is needed more research on boys self image linked to the mass medias influence and that the school is an important arena to work in order to strengthen the individual's critical thinking around the messages that the mass media are sending.

Keywords: Socialization, mass media, physical activity, adolescence, self image, body image

Förord

I skrivande stund studerar vi sista terminen på Högskolan Kristianstad och är snart examinerade folkhälsovetare. Vi valde att genomföra den här uppsatsen tillsammans, vilket var en stor fördel eftersom vi hade möjlighet att diskutera, utbyta idéer och förslag och inte minst kunde uppmuntra varandra när arbetet kändes tungt. Under våren 2005 arbetade vi med en B-uppsats, en litteraturstudie, som behandlade ämnet ”*hur socialisationen kan påverka övervikt och fetma bland barn och ungdomar*”. B-uppsatsen skapade ett intresse för barn och ungdomars levnadsförhållanden och resulterade därför i den här C-uppsatsen. När det gäller arbetsfördelningen har vi båda två från början till slut varit delaktiga i uppsatsens samtliga delar. Det kändes svårt att under arbetets gång göra en arbetsfördelning, då uppsatsen krävde båda skribenternas medverkan för bästa resultat.

Vi vill tacka rektorn och lärare på skolan som gav sitt godkännande till studien. Framförallt vill vi tacka alla elever som deltog i vår enkätundersökning. Utan deras medverkan hade det inte varit möjligt för oss att genomföra den här studien. Vi vill även tacka vår handledare Lars Axelsson, samt bihandledare Pär Pettersson, för många goda synpunkter under studiens gång. Dessutom vill vi tacka uppsatsparen från vår seminariegrupp för stöd och uppmuntran samt deras konstruktiva feedback på vår uppsats. Sist men inte minst så vill vi tacka våra familjer och våra vänner för deras tålmodighet.

Kristianstad den 7 Maj 2007

Maria Pollak och Jessica Wulff

Inledning

I dagens mediasamhälle sker en ständig exponering av lättklädda kroppar, bantningstips och träningsmetoder. Mycket handlar om skönhet och utseende, men mediedebatten kretsar även kring livsstil och hälsa. Vad vi äter, hur mycket vi rör på oss samt vad vi väger diskuteras kopplat till dagens folksjukdomar (Folkhälsoinstitutet [FHI], 1999). World Health Organization (WHO) har utvecklat en policy som innefattar 21 målområden, Hälsa 21 – hälsa för alla på 2000-talet. Det finns två huvudsyften med policyn; dels att skydda och främja människors hälsa under hela livet och dels att minska förekomsten av de vanligaste sjukdomarna och personskadorna samt att lindra det lidande det orsakar. Målområde 4 tar upp *ungdomars hälsa* på fritiden och hur ungdomarna kan göra hälsosamma val till ett enkelt val. Målområde 13, *hälsofrämjande vardagsarenor*, beskriver vikten av att det hälsofrämjande arbetet riktas mot där människor bor, lever och arbetar som till exempel skolan. I skolan kan de egna förutsättningarna för hälsan diskuteras (WHO, 1998). Sveriges regering har utvecklat 11 folkhälsomål för att förbättra folkhälsan. Målområde 3, *trygga och goda uppväxtvillkor*, är avgörande för barns och ungdomars hälsa och för folkhälsan på lång sikt. Barns och ungdomars levnadsvanor ska särskilt uppmärksammas (Socialdepartementet, 2002).

Bakgrund

Kropps- och skönhetsideal

1920-talet var ett viktigt årtionde för formuleringen av ett nytt kroppsideal. Vid decenniets slut hade ett stort antal kvinnor, under inflytande av kosmetika-, mode- och reklamindustrin samt av Hollywood, för första gången börjat använda rouge och läppstift, korta kjolar och nylonstrumpor, och övergivit korsetten till förmån för ”viktreducerande” gummigördlar. Filmindustrin har sedan konsumtionskulturens barndom varit en av de främsta skaparna och leverantörerna av bilder. Hollywoodfilmen bidrog till att skapa de nya standarderna för utseende och kroppsframställning och visade för en masspublik vikten av att ”se bra ut”. Hollywood främjade de nya konsumtionskulturella värdena och projicerade bilder av den glamourösa kändislivsstilen på en världsomspännande publik. Hollywood bidrog även till att förändra mansidealet (Featherstone, 1994).

Den västerländska kulturen betonar kroppen och det yttre utseendet i till exempel reklamen. En viktig uppgift under puberteten är att få en riktig och realistisk bild av sig själv och sin kropp men även hur andra uppfattar ens yttre. För att få en sådan kroppsmedvetenhet refererar de flesta till det kulturellt accepterade kroppsidealet, vilket i den västerländska kulturen är en smal kvinna respektive en muskulös och lång man. Få når upp till de här skönhetsidealerna. Många ungdomar vill förändra sitt utseende, medan vuxna oftast har accepterat skillnaden mellan sig själva och idealutseendet (Hwang & Nilsson, 1996).

Att vara vacker och smal är ett modernt skönhetsideal. Ständigt påminns individen om idealet via bilder av vackra och smala människor. Under tonåren är individen särskilt sårbar, eftersom det är under den här perioden som individen söker sin identitet (Bispmors, Lindberg, Lindehag & Lindehag, 1995). Det moderna skönhetsidealet formar en ny generation. Redan i tidiga år har flickorna uppfattat budskapet: ”Man måste vara smal” (Folkhälsoinstitutet & Socialstyrelsen, 1993). Resultatet från en studie av Grogan och Wainwright (1996) visade att flickor redan i åtta års ålder rapporterade en missnöjdhet med sin kroppsform och form samt att de visste vad som karakteriserade en socialt accepterad kropp. Flickorna bantade inte själva utan uppgav att de hjälpte sina föräldrar med att följa en diet. Flickorna i studien uttryckte ett ogillande för kroppsformen hos modellerna i tidningarna på grund av att de ansåg att de var

för smala. Trots det var de avundsjuka på sina vänner som var smala (som modellerna) och som kunde äta fet mat utan att gå upp i vikt.

Trots det smala skönhetsidealet i dagens samhälle fortsätter övervikten och fetman bland ungdomar och vuxna att öka i västvärlden. År 2015 förväntas 2,3 miljarder vuxna människor vara drabbade av övervikt och fetma i världen (WHO, 2006). För att definiera undervikt, normalvikt, övervikt och fetma är Body Mass-Index (BMI) eller kroppsmasseindex det vanligaste måttet, även om det finns andra (Kallings, 2002). För att räkna ut BMI divideras kroppsvikten i kilo med kroppslängden i kvadratmeter. Nedan visas gränserna för BMI för vuxna i tabell 1.

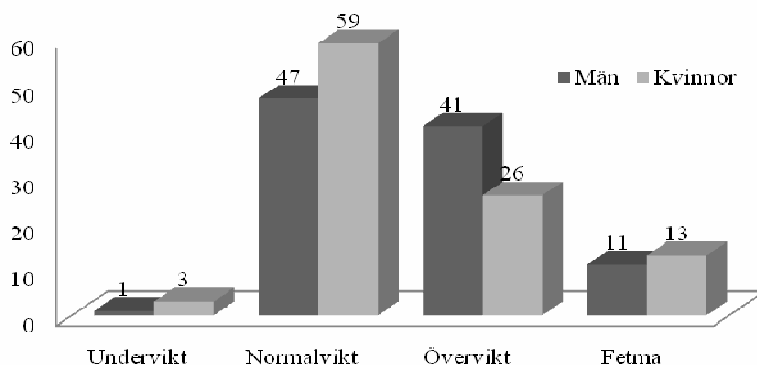
Tabell 1 Gränser BMI för vuxna

	BMI
Undervikt	< 18,4
Normalvikt	18,5 – 24,9
Övervikt	25,0 – 29,9
Fetma	> 30,0

(Socialstyrelsen, 2005)

BMI-måttet har dock sina begränsningar eftersom det inte visar om det är fett eller muskler som ger det höga BMI-värdet. Det går att räkna ut BMI för barn och ungdomar på samma sätt som för en vuxen. Det kallas då för ISO-BMI (Janson & Danielsson, 2003). ISO-BMI innebär att BMI-gränserna köns- och åldersanpassas på grund av att barn och ungdomars kroppssammansättning och proportioner förändras under uppväxten (Kallings, 2002). Medelvärde på övervikt (BMI över 25) för en 16-åring är ISO-BMI 24,14 och medelvärdet på fetma (BMI över 30) är i samma åldersgrupp ISO-BMI 29,16 (Janson & Danielsson, 2003).

Andelen underviktiga i Sverige är fortfarande låg i förhållande till normal- och överviktiga, se figur 1 (Folkhälsoinstitutet, 2006). En studie gjord på svenska skolungdomar visade att bland pojkar i 15 årsåldern ökar andelen som anser sig vara för smala med åldern och bland flickor i 15 årsåldern ökar andelen som anser sig vara för tjocka (Danielson, 2006).



Figur 1 BMI-fördelning uppdelat på kön bland personer i åldern 16-84 år i Sverige. Andel anges i procent (Folkhälsoinstitutet, 2006).

Socialisation

Barns arbete med att hitta sig själva i tillvaron börjar så fort de fötts. I samspelet med betydelsefulla vuxna, oftast föräldern, börjar barnets identitetsutveckling. Barnet ska förhoppningsvis nå fram till upplevelsen av att ”detta är jag och jag duger”. Det är i mötet

med andra människor, sammanhang och miljöer som barnets identitet formas. Barnet behöver mötas av kärlek, empati och respekt för att kunna utvecklas positivt i detta hänseende. Barnet behöver se sig själv i ett socialt sammanhang, eftersom den sociala tillhörigheten är viktig för identiteten. Identitetsutvecklingen och socialisationsprocessen kan sägas gå hand i hand. Barnen ska så småningom införliva sig själva i den inte så okomplicerade värld vars verklighet de möts av, inte minst genom TV:s utbud (Gren, 2001).

Socialisationsprocessen är en sammanfattande benämning på vad som sker då barn lär sig att bli delaktiga i olika grupper. I ett bredare perspektiv lär sig barnet genom den här processen att bli medlem i samhället. Genom socialisationsprocessen uppfostras barn till att ta över samhällets normer och värderingar. En fungerande socialisation innebär att barnen känner och upplever att de här normerna och reglerna också är riktiga. Socialisation innebär att samhällets normer och värderingar införlivas i människors tanke- och känsloliv (Pellmer & Wramner, 2003). Socialisationsprocessen är inte enbart begränsad till barndomen utan är något som fortsätter hela livet, även om grunderna naturligtvis läggs i det tidiga livet (Hill & Rabe, 1994).

Alfred Lorenzer har utvecklat en socialisationsteori där han fokuserar personligheten, det emotionella och den sociala grundvalen. Illeris (2001) menar att Lorenzers uppfattning av subjektiviteten som *internaliserade strukturer av interaktionsformer* i grunden motsvarar den syn på lärandets dubbla karaktär som en kombination av inre psykiska processer (internalisering) och samspelsprocesser (interaktionsformer). Lorenzer intresserar sig främst för samspelsprocesserna eller interaktionsformerna. Dessutom är det framför allt det socialiserande innehållet i de här processerna som Lorenzer behandlar, och inte minst den del av socialisationen eller personlighetsbildningen som lagras eller bäddas in i det omedvetna. Spänningen mellan det medvetna och det omedvetna i förhållande till den socialt normerande praktiken utgör identitetens och fantasins grundval. Illeris (2001) menar att Lorenzers teori handlar om olika typer av sociala processer som genom de deltagande personerna, instanserna och medierna inkluderar de rådande samhälleliga strukturerna, normerna och motsättningarna, vilka utgör grundvalen för de inre psykiska tillägnelseprocesser som äger rum inom den enskilde individen (Ibid). En internalisering av massmedias budskap om kroppsidealet kan leda till en störd kroppsbild, bantning och negativ påverkan hos individen. Forskning har börjat utvärdera preventions- och interventionskampanjer med avsikt att minska internaliseringen av idealet i media (Engeln-Maddox, 2006).

Socialisation definieras enligt Helkama, Myllyniemi och Liebkind (2004) som ett händelseförlopp där människan tillägnar sig kunskap, regler, uppfattningar och attityder som hon eller han behöver för att fungera som samhällsmedlem. Enligt Illeris (2001) är det både en individuell och en social process. Säljö (2000) menar att människans naturliga utveckling går från att vara bestämd av biologiska faktorer till att i två-tre års ålder övergå till att ske inom ramen för sociokulturella förhållanden. Socialisationen är indelad i primär, sekundär och tertiär socialisation. Primär socialisation innefattar familjen (Ibid) och sekundär socialisation innefattar andra grupper där relationen mellan medlemmarna inte är så personlig, till exempel skolan (Olsson & Olsson, 2000). Den tertiära socialisationen innebär att människor systematiskt påverkas att införliva speciella normer och värderingar, vilka förmedlas genom till exempel olika politiska partier, massmedia och reklam (Angelöw & Jonsson, 2000).

Paradoxen med de ökade kraven på individen med att uppnå de rådande skönhetsidealen som massmedia förmedlar och utvecklingen av övervikt och fetma i västvärlden inspirerade oss till att göra den här studien.

Litteraturgenomgång och teoretiska utgångspunkter

I litteraturgenomgången kommer vi att beskriva en del begrepp samt de teoretiska utgångspunkterna för den här uppsatsen. De begrepp som kommer att beröras och definieras är massmedia, identitet och självbild, kroppsbild och individens samvete. De teoretiska utgångspunkterna är sammanvävda med litteraturgenomgången. Följande teoretiska utgångspunkter kommer att beskrivas; sociokulturellt perspektiv, teorin om övervägda handlingar och den sociala inlärningsteorin.

Massmedias påverkan

Massmedia har kommit att spela en grundläggande roll i det moderna samhället. Massmedia utgör kommunikativa medier – dagstidningar, veckotidningar, TV, radio, bio, video, CD med mera – som når en stor publik. Massmedias påverkan på människors liv är djupgående. Medierna ger inte bara underhållning utan förser också människor med information och formar mycket av den information som används i vardagen (Giddens, 1998). Massmedia suddar ut gränserna mellan det privata, det offentliga och mellan de olika åldersklassernas särskilda världar. Genom massmedia kan barn och ungdomar lära sig att förstå och hantera sociala sammanhang som de inte kommer i kontakt med i kamratkretsen. Massmedia tillhandahåller stilar och tankemönster samt identiteter som kan utprövas, stiliseras, sättas samman, användas och överges. När inte den äldre generationens livsstilar längre är givna som mönster för de unga ökar massmedias betydelse som inspirationskälla i ungdomarnas identitetsprocess (Holmberg, 1994). Massmedia kommunicerar utanför föräldrarnas och de vuxnas värld och de förmedlar – eller påtvingar – barnen en mängd impulser och intryck som de tidigare inte hade tillgång till. De här intrycken kan dels påverka dem mycket starkt känslomässigt, dels ställa sig i vägen för den personliga erfarenhetsbildningen, vilket kan göra det komplicerat för barnen att senare i livet tillägna sig egna erfarenheter inom de här områdena (Illeris, 2001).

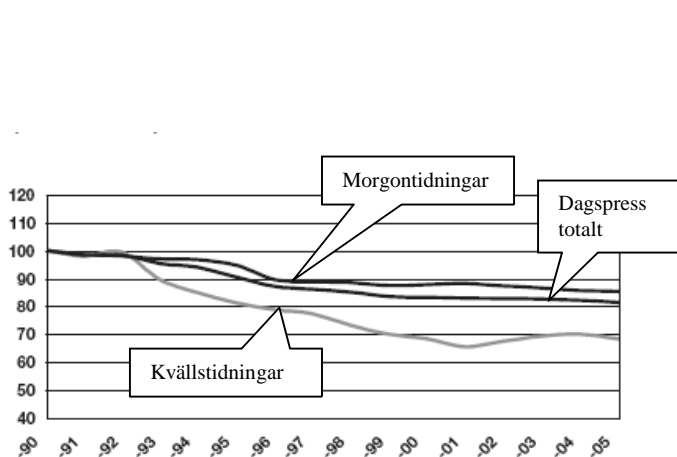
Sociokulturellt perspektiv

Roger Säljö (2000) har en omfattande internationell publicering om lärande och utveckling i ett sociokulturellt/kulturpsykologiskt perspektiv bakom sig. Säljös beskrivning av det sociokulturella perspektivet representerar en av utgångspunkterna i den här uppsatsen. Den sociokulturella kontexten är en integrerad del av människors handlingar och en viktig komponent i det som förser dem med strukturerade resurser för hur individen ska bete sig och ta sig an en uppgift. Den sociokulturella teorin utgår från att kunskap först existerar i ett samspel mellan olika individer för att sedan bli en del av det egna tänkandet och handlandet. Skola och utbildning är viktiga delar i lärandet men det är inte på något sätt begränsat till de här miljöerna. Många av de mest grundläggande insikter och färdigheter individen behöver, förvärfvas fortfarande i andra sammanhang, till exempel i familjen, bland vänner och kamrater, i föreningar och på arbetsplatser, det vill säga i miljöer som inte har som primärt syfte att förmedla kunskaper. Samtalet vid middagsbordet och samlingen framför TV:n är sammanhang där lärande sker genom interaktion mellan människor. En grundtanke i det sociokulturella perspektivet är att det är genom kommunikation som sociokulturella resurser skapas och förs vidare. Lärandet har en viktig roll i den västerländska kulturen och är knutet till föreställningar om ekonomisk och social utveckling samt en önskan om förbättrade levnadsvillkor. Lärande ses nästan alltid som något positivt och eftersträvänsvärt. Dock tillhandahåller det moderna samhället många läroprocesser som är djupt nedbrytande och farliga, det behövs inte mer än en flyktig blick i världen för att inse det. Det finns således

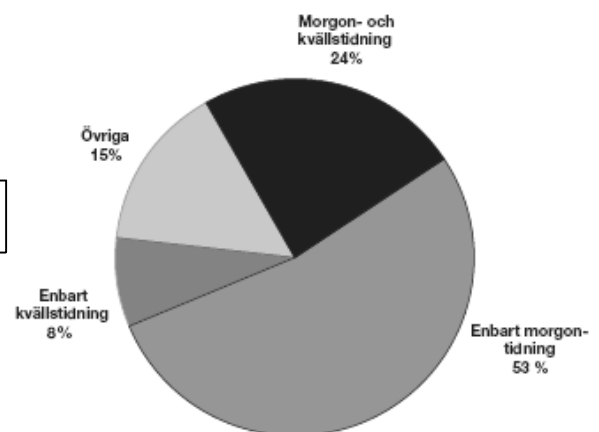
något dubbelt i läroprocesser. De positiva sidorna av lärandet döljer förlopp där lärandet är mer problematiskt för individen. Förmågan att bilda och dela kunskaper är den samma för både positiva och negativa läroprocesser. Lärandet handlar om vilka erfarenheter människor gör i en situation och vilka innebörder, tolkningar och handlingsmönster de tar med sig till andra kontexter senare i livet (Säljö, 2000).

TV och tidningar

TV har ett mycket speciellt inflytande, bland annat genom både syn- och hörselintryck, vilket gör påverkan extra stark, men också för att det är mycket få barnfamiljer som inte har TV. Det som barnen ofta ser på TV uppfattar de som normalt och normerande för sitt eget beteende, oavsett om det är ett positivt eller negativt beteende som skildras (Hwang & Nilsson, 1996). Den allt större inverkan som TV har fått är förmodligen det viktigaste som skett i medieutvecklingen under de senaste 30 åren. En studie gjord i USA visade att den genomsnittliga siffran för hur länge barn och ungdomar tittade på TV per dag var nära 3 timmar samt att 65 procent av 8-18 åringarna hade TV på sina rum (Bar-on et al., 2001). Ytterligare en annan studie visade att det fanns ett samband mellan mängden av TV-tittande och förekomsten av ätstörningar bland flickor i åldern 12-21 år (Escobar-Chaves et al., 2005). Bland Sveriges 15-24 åringar tittar 87 procent på TV dagligen och 49 procent har tre eller fler TV-apparater i hemmet (Nordicom Sverige, 2006). Om den nuvarande trenden när det gäller TV-tittande håller i sig, kommer ett genomsnittligt barn som föddes år 1998 att vid 18 års ålder ha ägnat mer tid åt TV-konsumtion än åt någon annan sysselsättning, förutom sömn (Giddens, 1998). Mycket tid, kraft och resurser läggs ner i vårt samhälle på att förändra människors attityder, bland annat försöker reklamen övertyga oss om att vi måste köpa vissa produkter och säljare använder teorier om attitydförändringar för att förmå människor att köpa deras varor (Angelöw & Jonsson, 2000). TV och tidningar påverkar i hög utsträckning människors tillvaro, inte enbart för att de styr många av individens attityder utan för att de också innebär att individen får tillgång till kunskap och information utan vilken många av dess sociala handlingar vore otänkbara (Giddens, 1998). Figur 2 visar upplageutvecklingen av dagspressen under 15 år. Framförallt är det upplagan av kvällstidningar som har sjunkit. Figur 3 illustrerar den genomsnittliga dagstidningsläsningen under en dag där enbart morgontidningarna står för 53 procent.



Figur 2 Dagspressens upplageutveckling, 1990-2005 (index 100= 1990)
Källa: Nordicom – Sveriges (2006)



Figur 3 Total dagstidningsläsning en genomsnittlig dag 2005
Källa: Nordicom – Sveriges (2006)

Kroppen i medierna

Media förser individen med en rad mallar för hur kroppen ska formos. En del individer tar intryck av mallarna medan andra bortser från dem. Ytterligare andra tar till sig mallarna men gör något eget av dem. Studier som undersökte hur media porträtterade de olika könen fann att män och kvinnor avbildades med märkbart stora skillnader i förhållande till deras faktiska kroppsvikt. I de här studierna gjordes en innehållsanalys, där forskarna tittade på hur ofta bilder på kroppar förekom i olika medier. Resultatet visade att kvinnor porträtterades som onormalt smala medan männen porträtterades som normalviktiga (Sandberg, 2004).

Under 1980- och 1990-talen har den manliga kroppen börjat synas mer i media där den porträtteras som ung, spänstig och muskulös. Den här ökningen av bilder på den ideala manskroppen kommer troligtvis leda till ökade problem med mäns självbild och hur nöjda de är med sina kroppar (Grogan, 1999). Undersökningar av tidningar och andra medier visade att även männen utsätts för bilder som rör problematiken kring den idealiserade kroppen (Mort, 1988). Både Mort (1988) och Chapman (1988) menar att det fortfarande finns en stor skillnad mellan presentationen av den kvinnliga respektive den manliga kroppen i media och även skillnader i de kulturella betydelseerna vid porträtterandet av kvinnor respektive män. Bilderna visar på hur myten om "den nya mannen" som känslig, medveten och orolig för sin kroppsfunktion skapar en känsla av jämlikhet trots att de gamla maktförhållandena ändå är bestående (Chapman, 1988).

Identitet och självbild

Många olika begrepp används för att sätta ord på hur människor uppfattar sig själva. Gemensamt för alla de här "själv-begreppen" är att de står för den attityd som människor har till sig själva (Raustorp, 2006).

Själv är ett filosofiskt och psykologiskt begrepp, som kan tolkas som en spegling av det skiftande förhållandet mellan individ och samhälle under skilda perioder. Själv är individens relation till eller uppfattning av sig själv. Därmed skiljer det sig från begreppet personlighet, som refererar till egenskaper, som den enskilde "har" eller tillskrivs. I vid mening kan själv definieras som ett omfattande begrepp som täcker en persons uppfattning om sig själv (Illeris, 2001). Karlsson (2001) menar att själv är individens varseblivning av sig själv.

Socialpsykologer ser själv som en social konstruktion som formas i individens samspel med andra. Det påverkar dessutom en rad sociala beteenden, till exempel hur individen uppfattar andra och hur individen kommunicerar. De här beteendena, och fler därtill, kan påverkas av hur individen ser på sig själv. Alla tankar och känslor om sig själv utgör individens *självbild*. De allra tidigaste teoretikerna menade att självbilden i hög grad har sitt ursprung i det sociala samspelet med andra (Ibid).

Begreppet självbild är omfattande, och en människas självbild är sammansatt av många faktorer. I detta sammanhang är det viktigt att veta att ett barns tidiga självbild i hög grad är en spegelbild av hur omgivningen uppfattar barnet. Genom sina handlingar och ord förmedlar "betydelsefulla andra" information som barnet tolkar som uttryck för dess egenvärde. Barnet övertar gradvis omgivningens uppfattningar och gör dem till sina egna och får därmed en idealbild av sig själv och en självvärdering. Alla har en självbild, och hos de flesta innefattar den ideal som inte alltid går att leva upp till. Sådana föreställningar om den egna personen kan vara rester av krav från uppväxten, eller kan ha skapats genom senare erfarenheter (Bunkholdt, 1997). Den personliga och alldeles individuella gestaltningen av de olika roller individen framträder i är en väsentlig del av den självbild som brukar kallas för

identitet. Stammen till ordet identitet är latinets ”*idem*” och betyder ”*detsamma*”. Det är just känslan av att vara en och samma person som är kärnan i en människas identitet, trots att personen uppträder på olika sätt på olika platser i olika åldrar (Wellros, 1998).

Självbilden är en röd tråd som obruten går genom barndom, pubertet, ungdom, medelålder och ålderdom. Den här tråden är sammansatt av vissa individuella drag i utseendet, särskilda karaktärsegenskaper och tidiga livserfarenheter. Det finns även ett samband mellan självbilden och den bild individen ger av sig själv till andra. Vem och hur individen är besvaras ofta med hjälp av de svar som ”betydelsefulla andra” i individens omgivning har gett på de här frågorna. Identiteten utformas genom ett samspel mellan individen och de människor hon eller han dagligen möter, den bild som uppstår finns i ”betraktarens ögon”. Bilden beror på betraktarnas sätt att tolka, dra slutsatser och kategorisera. Betraktarnas ögon fungerar sedan som speglar som återger den bild de har fått. Vilken av de varierande bilderna som tydligast kommer att präglade identiteten beror nog på vems ögon som individen ser som mest betydelsefulla. Hur väl individen lyckas sammanfoga de olika bilderna och hur positiv självbilden är har sedan stor betydelse för *självkänslan*, en föreställning om ens handlingsförmåga i olika slags situationer. En positiv självbild och en stark självkänsla brukar vara grunden för ett gott *självförtroende* (Wellros, 1998). Attityder är viktiga för individens gruppstillhörighet, sociala relationer och identitet. Attitydförändringar och hur bestående de blir kan ses som ett resultat av en strävan efter att stå i balans med den sociala miljön. Den här strävan efter balans yttrar sig dels så att individen anpassar sig till omgivningens förväntningar och normer, dels så att individen söker sig till en miljö som överensstämmer med de värden och attityder som är centrala för henne eller honom. Attityder tillägnas genom inläring då föremålen för attityderna är socialt konstruerade i människors sociala värld. När attityder bildas samverkar ett antal olika faktorer (Helkama, Myllyniemi & Liebkind, 2004).

När individen ser på sig själv och gör en värdering, positiv eller negativ, så gör individen en *självvärdering* eller *självskattning*. Hur individen värderar sig själv beror på de erfarenheter som görs i livet. Positiv självvärdering är naturligtvis något tillfredsställande för individen. Ofta är negativa känslor, som att vara deppig, olustig eller på dåligt humör, ett resultat av negativ självvärdering. De känslor individen får är beroende av vad individen jämför med. En faktor som tycks påverka de flestas självvärdering mer än allt annat är upplevelsen av den egna kroppen och det egna utseendet. Vilka aspekter av utseendet som är viktiga och vilka skönhetsideal som framhålls, är sannolikt ett kulturellt fenomen. Det är bara att betänka vilken enorm industri skönhetsmedel, hälsokost och plastkirurgi är för att förstå hur viktig de flesta i den västerländska kulturen anser att utseendet är. Överhuvudtaget spelar omgivningen en avgörande roll för hur attraktiv individen uppfattar sig själv, kanske i högre grad än för andra aspekter av självet (Karlsson, 2001).

Begreppet *självuppfattning* är numera etablerat i dagligt tal, ofta som ett ganska entydigt begrepp och gärna synonymt med ord som självkänsla och självtillit. När uttrycket används så ofta och i så många sammanhang, om än ganska oprecist, säger det något om vilken betydelse människor ger det. Självuppfattning uttrycker människors relation till sig själva, och har konsekvenser för deras förhållande till andra personer och den kultur de lever i. Forskningen framhäver också den centrala roll som identiteten har för självuppfattningen. I litteraturen används ofta självuppfattning och identitet synonymt. Det är vanligt att beskriva identitet i förhållande till en persons sociala miljö. Kroppens utseende kan motsäga individens identitetsuppfattning, men motsättningen behöver inte vara personligt relevant eftersom utseendet kan förändras. Det verkliga problemet ligger i att bli socialt accepterad (Duesund, 1996).

Teorin om övervägda handlingar

Teorin om övervägda handlingar (Theory of reasoned action, TRA), utvecklad av Fishbein och Ajzen (1975), utgår ifrån att människan tänker på konsekvenserna av sina handlingar innan hon utför dem. Teorin föreslår även att människor är rationella i sitt sociala beteende (Ajzen & Fishbein, 1980). TRA bygger alltså på att ett beteende beror på två variabler, attityder och subjektiva normer. Attityderna bestäms av tron på att ett önskat resultat ska uppnås om ett visst beteende utförs samt att resultatet är positivt för hälsan. Subjektiva normer bestäms av vad individen tror att andra vill att de ska göra samt hur stark individens motivation är till att rätta sig efter andras önskemål. År 1991 vidareutvecklade Ajzen TRA och kallade den för Teorin om planerat beteende (Theory of planned behaviour, TPB). Den här modellen inkluderar en tredje variabel, nämligen individens egen bedömning av sin förmåga att genomföra den tänkta handlingen (Andersson, 2002; Naidoo & Wills, 2000; Nutbeam & Harris, 2004).

Kroppsbild

Det finns inte någon annan period under människans livstid som kroppen förändras så mycket och snabbt som under ungdomsåren. Under puberteten blir kroppens utseende alltmer viktigt. I ett hjärtförebyggande hälsoprogram riktat till ungdomar i USA fann forskarna att uppfattningen om kroppens utseende var viktigare än någon annan livsstilsfaktor för ungdomarna själva och att dess betydelse ökade med åldern (Danielson, 2006). Önskan efter det smala idealet är alltså det mest problematiska under ungdomstiden. Det ironiska med den här önskan är att det är under ungdomsåren som flickor får mer hull runt höfter och låar (Maltby, Giles, Barber & McCutcheon, 2005). I en Uppsalaundersökning gjord år 1991, trodde en tiondel av flickorna i femte och åttonde klass att de skulle vara mer omtyckta om de var smalare. Bortemot tre fjärdedelar av flickorna hade någon gång velat bli smalare, mer än en tredjedel hade också försökt gå ner i vikt. För pojkarna i årskurs åtta i samma undersökning var det viktigare att vara muskulös. Sex procent av pojkarna ansåg att de var för tjocka och fjorton procent att de var för smala. Nära nitton procent av pojkarna trodde däremot att andra tyckte att de var för smala (Folkhälsoinstitutet & Socialstyrelsen, 1993).

Kroppsbilden är den känsla eller inre bild individen har av sin kropp. En mer eller mindre stabil kroppsuppfattning är en av grundstenarna i individens identitet. Kroppskänslan utvecklas genom hela livet men särskilt intensivt under uppväxten, då kroppen genomgår snabba förändringar. Kroppsbilden är svår att ändra. Den är något av de viktigaste i människans självuppfattning och är därmed central också i psykologisk behandling (Buhl, 1993). Carruth och Goldberg (1990) menar att ungdomstiden är den period då synen på kroppsbilden är mycket framträdande på grund av de fysiska förändringar som sker med kroppen. De fysiska förändringar som sker under ungdomstiden kan ytterligare bidra till att flickor har svårt att uppnå sina mål eller ideal. Ungdomstiden är också en tid för förändring, självmedvetenhet och identitetssökande.

Den forskning som ägnar kroppen uppmärksamhet är forskningen om kroppsbilden som genomförts inom neurologin och psykologin. En persons bild eller uppfattning av sin kropp är socialt påverkbar och kan därför vara instabil. Emotionella, kognitiva och själsliga erfarenheter påverkar den mentala föreställningen om kroppen. Det ligger nära till hands att anta att en person med negativ självuppfattning i en så kroppscentrerad kultur som den västerländska kan utveckla en negativ kroppsbild. Kroppsbilden kan upplevas medvetet eller omedvetet. Kroppsbilden representerar inte ett objektivet utan ett reflekterat vetande om kroppen. Det innebär att barnets upplevelse av kroppen kommer innan barnet kan uppfatta en bild av den. Utvecklingen av kroppsbilden sker genom speglingar, där barnet lär sig att känna

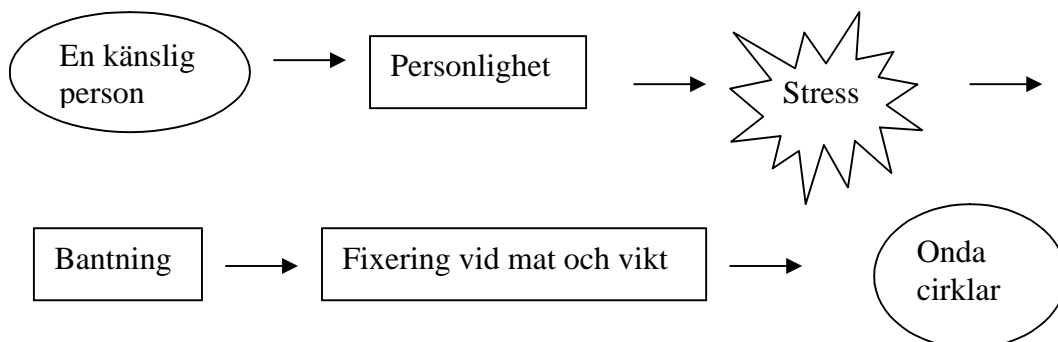
igen sig själv och efterhand inta sin egen kropp och avgränsa den från andras kroppar. Det här bidrar sedan till att barnet blir kapabelt att se sig själv med andras ögon (Duesund, 1996).

Konsekvenser för folkhälsan

Flera tvärsnittsstudier har uppmärksammat sambandet mellan exponeringen av mode- och skönhetstidningar och att flickor bekymrade sig över sin vikt samt hade symptom på ätstörningar. Den mest troliga förklaringen till varför flickorna kände en oro över sin kropp och vikt var att de uppmuntrades av massmedia att försöka förändra sitt utseende till att likna modellerna, vars kroppar och utseende är omöjliga att uppnå för de flesta människor (Field et al, 1999).

En tänkbar orsakskedja till ätstörningar, se figur 4:

1. En mottaglig individ (ärfvliga faktorer, tidiga erfarenheter, familj, att vara kvinna, kamrater, att vara i tonåren, skola, kulturella och sociala budskap).
2. En osäker identitet (låg självkänsla, ”snäll”, tyst, ”duktig”, tar hand om andra, åsidosätter egna behov).
3. En besvärlig situation (utlösande faktor till exempel separation, kränkande kommentar, ny miljö, nya krav).
4. Det kulturella budskapet (smal = vacker och beundrad, att vara någon).
5. ”Utvägen”, anorexi, bulimi (biologiska, sociala och psykologiska upprätthållande mekanismer).



Figur 4 En tänkbar orsakskedja till ätstörningar (Folkhälsoinstitutet & Socialstyrelsen, 1993).

Fysisk aktivitet

Det är numera väletablerat att regelbunden fysisk aktivitet har starka gynnsamma effekter på fysisk och psykisk hälsa. Fysisk aktivitet kan motverka psykisk ohälsa såsom depression, oro och ångest samt främja självkänslan och positiv kroppsuppfattning.

Fysisk aktivitet är ett komplext begrepp som innefattar all aktivitet i det dagliga livet och som varierar beroende på typ av aktivitet, frekvens, varaktighet och intensitet. Fysisk aktivitet definieras som all typ av rörelse som ger ökad energiförbrukning. Med regelbunden fysisk aktivitet enligt rekommendationen menas en aktivitet som utförs dagligen i 30 minuter om den är av måttlig intensitet, alternativt minst tre gånger per vecka om den är högintensiv. Motion är en planerad eller strukturerad fysisk aktivitet som syftar till att förbättra eller upprätthålla bland annat fysisk kondition och muskelstyrka. Motionsaktiviteter innebär oftast ett ombyte till träningskläder. Träning innebär en målsättning att öka prestationsförmågan inom olika idrottsgrenar, oftast i tävlingssyfte (Schäfer-Elinder & Faskunger, 2006).

Hur ungdomars kroppsbild påverkas av massmedia

Redan då en individ exponeras för ett objekt får det henne eller honom att gilla det. Att blotta exponeringen för ett objekt resulterar i att det upplevs som positivt har sedan fenomenet upptäcktes kunnat påvisas i över 200 studier (Helkama, Myllyniemi & Liebkind, 2004).

En studie bland flickor i nordöstra USA visade att 69 procent av de tillfrågade flickorna uppgav att bilderna i tidningar påverkade deras syn på sin egen vikt och kropp. 47 procent uppgav att de ville gå ner i vikt på grund av tidningarnas bilder (Field et al., 1999). Flickor som i högre grad läste veckotidningar om mode hade också en högre risk för att utveckla ätstörningar (Escobar-Chaves et al., 2005). Enligt Durkin och Paxton (2002) har tidigare studier visat att den negativa effekten av att titta på bilder med det kvinnliga idealet var starkare i de studier där de som medverkade var under 19 år jämfört med dem som var äldre. Deltagarna i Durkin och Paxtons (2002) studie fick bland annat sitta framför en dator och svara på frågor, både före och efter ett klipp med reklambilder. Ett exempel på en fråga var: hur nöjd är du med din kropp just nu? De som fick se bilder av smala modeller uppgav större missnöje med sin kropp än de som var med i kontrollgruppen och fick se bilder på bland annat accessoarer och väskor. Durkin och Paxton (2002) kunde även se en större skillnad jämfört med kontrollgruppen bland de flickor som var i 15 års ålder än de som var i 13 års ålder. Forskarna drog slutsatsen att bilder på smala kvinnor i media ökar risken för att flickor under ungdomstiden ska utveckla ett missnöje till sin kropp.

Tidningar som riktas mot flickor och unga kvinnor tenderar till att presentera traditionella bilder med smala modeller kopplat till attraktivitet. Guillen och Barr (1994) undersökte gestaltningen av kroppsbilden i en amerikansk ungdomstidning, *Seventeen Magazine*, mellan åren 1970-1990 och fastslog att tidningen bidrog till den gällande kulturella miljön där "det smala" förväntades hos kvinnan både av de vuxna och av ungdomarna själva. De här bilderna påverkade starkt läsaren och förmedlade definitioner av vad det innebär att vara kvinna.

I en studie med syftet att undersöka hur kvinnor påverkades av exponeringen av modetidningar när det gällde hur tillfredsställda de var med sin kroppsbild visade resultatet på medias roll i formandet av sociala perceptioner av den kvinnliga kroppen. Forskarna fann i sin studie att kvinnornas tillfredsställelse med sin kroppsbild var signifikant sammankopplat med deras exponering av det smala idealet som presenterades i modetidningarna. Trots att de två grupperna som undersöktes (en grupp som läste modetidningar och en som läste nyhetstidningar) inte skiljde sig signifikant när det gällde variablerna längd och vikt önskade gruppen som fick läsa modetidningar att de vägde mindre och såg på sig själva mer negativt än de som fick läsa nyhetstidningar. Exponeringen av modetidningar var relaterat till kvinnornas större angelägenhet med att vara smala, missnöjdhet med sina kroppar, frustration kring vikt och rädsla för att skilja sig från det smala idealet (Angood, Dwyer, Hamilton, Jacobs & Turner, 1997).

Det finns säkra bevis på att många kvinnor strävar efter att uppnå skönhetsidealen som presenteras i media. Det finns också bevis på att kvinnor ofta ser de här idealen för vad de är, det vill säga orealistiska och ouppnåeliga. Många kvinnor kan kritisera de här bilderna och de skönhetsidealen som de representerar, medan kvinnorna ändå känner sig bundna till idealen (Engeln-Maddox, 2006).

Individens samvete

Alla kulturer utvecklar sina egna sociala normer. Normer är regler som anger vad som är tillåtet och förväntat beteende för medlemmar av en grupp eller ett samhälle (Karlsson, 2001). Det är ett faktum att när individen skapar sig intryck av andra människor, byggs det till stor del på information som övertagits från andra. Under socialisationsprocessens gång övertar individen normer för bedömning av vad som är vackert eller fult, friskt eller sjukt, och så vidare. Det sistnämnda exemplet visar att den egna måttstocken och de egna värderingarna kan förändras till följd av upplevt tryck i sociala situationer. Det här visar den stora betydelsen av social påverkan. Den är många gånger större än vad individen är medveten om (Bunkholdt, 1997).

Skuldkänslor är en negativ störd känsla som kan bero på att individen anser att hans eller hennes handlingar har brutit mot en moralisk regel eller etisk princip, norm eller värdering. Skuldkänslor kan ge allvarliga känslomässiga följder som till exempel rädsla, depression och ensamhet (Dryden, 2002).

I en studie som folkhälsoinstitutet gjorde, i avgångsklasserna i gymnasiet år 1993, var nästan var fjärde flicka mycket missnöjd med sin kropp, medan mindre än en av tjugo pojkar var det. Flickorna önskade genomgående att de vägde mindre än vad de faktiskt gjorde, medan förhållandet var det motsatta för pojkarna (Folkhälsoinstitutet & Socialstyrelsen, 1993). Ungdomar som tror att personer i media representerar utseendeidealet, ett önskat beteende eller en livsstil identifierar sig inte enbart med figurerna i media utan jämför sig även med dem. Det kan i sin tur leda till ett missnöje med sig själv (Anderson, Huston & Schmitt, 2001). En studie som hade som syfte att ta reda på orsaken till varför flickor kände missnöje med sin kropp samt hur och varför flickorna ville vara smalare gjordes av Tiggeman, Gardiner och Slater (2000). De menar att det är välkänt av många inom området att orsakerna till den önskan ligger i de sociokulturella kraven som ungdomarna möter. Det innefattar krav från familjen, vänner samt massmedia vilka ses som väldigt starka övertygare av sociokulturella ideal. Massmedia förmedlar en bild av den ideala kvinnan som är svår att uppnå för de flesta flickor i tonåren. De tillfrågade i den här studien fick se bilder på kvinnor i ett spann från väldigt smala till väldigt tjocka. De fick sedan markera hur de ansåg sig vara just nu samt hur deras idealkropp såg ut. Resultatet i studien visade att orsaken till att flickorna ville vara smalare dels berodde på påverkan från modeller och massmedia, dels att de ville vara mer attraktiva och få mer uppmärksamhet. Andra orsaker som också framkom var att få ett bättre självförtroende och självsäkerhet, för att passa in i vissa typer av kläder och att uppnå en känsla av kontroll. Även att uppnå en ökad popularitet, se bra ut inför killarna, krav från vänner och för att flickor ska vara smalare och mindre maskulina än killarna var orsaker som nämdes. Andra studier har också visat att flickors idealfigur är mycket smalare än vad deras egen kropp är. Det är skillnaden där emellan som avgör hur nöjda eller missnöjda de är med sina kroppar (Tiggeman, Gardiner & Slater, 2000).

Sociala inlärningsteorin

De täta interpersonella samspelsprocesser som är av direkt betydelse för lärandet har av tradition främst behandlats av socialpsykologin och grupppsykologin. Begreppet *socialt lärande* (social learning) infördes på allvar genom Albert Banduras arbeten och hänför sig till de nära sociala relationernas betydelse för lärande (Illeris, 2001). Den sociala inlärningsteorin (Theory of social learning) skiljer mellan tre olika områden: den betonar den framträdande roll som ställföreträdande, symboliska och självreglerande processer i psykologiska funktioner har; den visar den utomordentliga förmågan människor har att använda symboler som möjliggör för dem att föreställa sig skeenden, analysera medvetna erfarenheter,

kommunicera med andra och planera, skapa, föreställa och engagera sig i betydelsefulla handlingar; och den anger en central roll för självreglerande processer (Bandura, 1977). Huvudtanken bakom teorin är att människor lär sig genom att observera hur andra människor, det vill säga modeller eller förebilder gör (Bandura, 1986). Teorin brukar därför på svenska kallas för modellinläring. Modeller vars beteende vi tar efter kan finnas i vardagslivet eller vara en medieperson. Sålunda kan rollkaraktärer i såpoperor både fungera som positiva och negativa modeller när det gäller att påverka människors beteende. Modellinläringens effekter anses vara större under vissa omständigheter. Modellerna ska antingen vara så lika som möjligt den person som ska ändra sitt beteende, eller så ska modellen vara en person som mottagaren ser upp till och beundrar, till exempel kändisar (Jarlbros, 2004). Det är inte bara modellpersonens beteende som har betydelse för lärandet, utan också den positiva eller negativa respons som individen kan se att modellpersonen får på sitt beteende (Illeris, 2001). Jarlbros (2004) menar att när människor studerar hur andra gör börjar de också att reflektera över sin egen förmåga.

Problemprecisering

För den här uppsatsen har vi, som presenterades i litteraturgenomgången, valt tre teoretiska utgångspunkter; det sociokulturella perspektivet, teorin om övervägda handlingar (TRA) och den sociala inläringsteorin. En grundtanke i *det sociokulturella perspektivet* är att det är genom kommunikation som sociokulturella resurser skapas och förs vidare (Säljö, 2000). Enligt Naidoo och Wills (2000) rankar över 80 procent av befolkningen media som den viktigaste källan för att tillägna sig hälsoinformation. Vi menar att massmedia kan vara ett bra sätt att kommunicera positiva hälsobudskap. Tyvärr är det dock långt ifrån alla hälsobudskap som är positiva. Massmedia fungerar som envägskommunikation, vilket vi menar är orsaken till att mottagarna av budskapet inte alltid reflekterar över vad budskapet förmedlar. *TRA* utgår ifrån att människor tänker på konsekvenserna av sina handlingar innan hon utför dem och att människor är rationella i sitt sociala beteende (Ajzen & Fishbein, 1980). Vi ifrågasätter dock om det verkligen är så att människan är rationell i sitt beteende i alla situationer och hade därför den här insikten i åtanke när vi utförde studien. Huvudtanken bakom den tredje utgångspunkten, *den sociala inläringsteorin*, är att människor lär sig genom att observera hur andra människor, det vill säga modeller eller förebilder gör (Bandura, 1986). Teorin brukar därför på svenska kallas för modellinläring (Jarlbros, 2004). Vi anser att teorin speglar socialisationens betydelse för hur individen bemöter massmedias budskap. Vi menar även att det ska finnas goda förebilder för ungdomarna både bland vuxna och i samhället i stort, där massmedia ingår.

Som vi presenterade i litteraturgenomgången innefattas massmedia av flera olika sätt att kommunicera. På grund av begränsad tid var vi tvungna att avgränsa massmedia till att endast gälla TV och tidningar. Likaså definieras individens självbild på många olika sätt och med många olika ord i den vetenskapliga litteraturen. För att underlätta för oss själva samt för läsaren valde vi att använda oss av förklaringen till självbild som ”alla tankar och känslor som individen har om sig själv”. Då det är bevisat att fysisk aktivitet, vilket innefattar motion, har positiva effekter på individens självbild har vi valt att ta med den här aspekten i vår studie. Fortsättningsvis när begreppet motion används i resultatet och i diskussionen är det definitionen av motion från litteraturgenomgången som åsyftas. Efter granskning av vetenskaplig litteratur inom det här området fann vi att de gjorda studierna var övervägande utförda på flickor och därför ansåg vi att det fanns bristfälligt med forskning kring hur massmedia inverkar på pojkars självbild.

Syfte

Syftet var att studera om påverkan från massmedia samt motionsvanor relaterar till ungdomars självbild avseende den egna kroppen.

Frågeställningar

- Finns det någon relation mellan påverkan från massmedia och hur nöjda respondenterna var med sitt liv i olika avseenden?
- Finns det någon relation mellan respondentens motionsvanor och påverkan från massmedia?
- Finns det någon relation mellan hur ofta respondenterna tittade på TV samt läste tidningar och påverkan från massmedia?
- Finns det någon relation mellan BMI och hur nöjd respondenten var med sin vikt och kropp?
- Finns det någon skillnad mellan de respondenter som går Hälsa- och Idrottsprogrammet och övriga program i olika avseenden?

Material och metod

Studiedesign

Kvantitativ metod

För den här uppsatsen valdes en kvantitativ studie i form av enkäter. Några fördelar med att använda enkät som metod är, enligt Ejlertsson (2005), att resultatet kan kvantifieras och generaliseras. Även att enkätundersökningar kan göras på ett förhållandevis stort urval i jämförelse med intervjuundersökningar samt att frågeformuleringarna är standardiserade, det vill säga att alla frågor och svarsalternativ presenteras på samma sätt för alla respondenter är fördelar med enkät. Eftersom syftet var att studera om massmedia samt motionsvanor relaterar till ungdomars självbild avseende den egna kroppen ville vi till viss del kunna kvantifiera samt generalisera resultatet. Den kvantitativa ansatsen passade därför bäst för studien. Vid utformningen av enkätfrågorna konstruerades frågorna till största del på egen hand med hjälp av de råd som Ejlertsson (2005) ger i sin bok. Även tidigare C-uppsatser inom folkhälsovetenskap, samt enkätstudier gjorda av FHI användes för att få förslag på hur frågorna skulle kunna formuleras till enkäten. Eftersom studien vände sig till ungdomar anpassades språket i frågorna till målgruppen samt antalet frågor begränsades för att det inte skulle ta för lång tid att fylla i enkäten.

Urval

Den empiriska studien genomfördes bland gymnasieungdomar i årskurs 1 på en gymnasieskola i Malmö Stad. För att göra urvalet kontaktades respektive rektor på de olika gymnasieskolorna i Malmö via E-mail. Endast en skola var positiv till att medverka i studien. En rektor svarade inte på det utskickade E-målet och sorterades därför bort. Andra rektorer uppgav tidsbrist som en orsak till att inte medverka, medan ytterligare andra redan hade pågående studier av högskolestudenter på skolan. Den medverkande skolan hade 166 elever i årskurs 1 fördelat på fem program, entreprenör-, hälsa & idrott-, frisör- och IT-program med två olika inriktningar. Antalet stämde bra överens med det antal respondenter som krävs för en meningsfull analys (Ejlertsson, 2003).

Enkätutformning

Enligt Ejlertsson (2005) bör en enkätutformning föregås av en operationalisering. Vid operationaliseringen definierades frågeområden efter syftet och därefter arbetades frågor fram. Frågeområdena bestämdes till *bakgrundsfrågor, TV-tittande och tidningsläsande, attityd till media och motion* samt *frågor om hur nöjd eller missnöjd respondenten var med sitt liv i olika avseenden* (se bilaga 2). Enkäten bestod av 14 frågor, några av frågorna var uppdelade i delfrågor. Enkäten konstruerades för att så långt som möjligt uppfylla kraven på symmetri i svarsalternativen. Svarsalternativen följde samma logiska följd genom att alternativen alltid angavs i samma fallande ordning från till exempel ”Väldigt mycket” till ”Väldigt litet”. Även antalet positiva såväl som negativa svarsalternativ var jämnt fördelat då ett högre antal positiva alternativ skulle leda till fler positiva än negativa svar (Ejlertsson, 2005).

Pilotstudie

En pilotstudie bör göras bland personer som ligger så nära den blivande undersökningsgruppen som möjligt (Ejlertsson, 2005). Pilotstudien utfördes i en grupp på fyra personer som gick i årskurs 1 på gymnasiet i en annan kommun. En bidragande faktor till att pilotstudien utfördes på just de här eleverna var att en av uppsatsskrivarna kände en av personerna i pilotstudiegruppen. Den här eleven fick själv välja ut andra elever som skulle ingå i gruppen, under förutsättning att det var jämt fördelat mellan könen. Under pilotstudien med eleverna fördes en muntlig diskussion kring enkäten. Genom det här tillvägagångssättet testades om målgruppen förstod frågorna och svarsalternativen. Eleverna gav även förslag på förändringar, vilket togs hänsyn till och justerades innan enkäterna lämnades ut till den tänkta populationen. Den slutgiltiga versionen av enkäten presenteras i bilaga 2.

Datainsamling

Gruppenkät anses vara den distributionsform som ger förhållandevis hög svarsfrekvens. Enkäterna delas då ut såväl som besvaras och samlas in i ett sammanhang (Ejlertsson, 2005). Det här tillvägagångssättet användes i den här studien då enkäterna delades ut personligen i klasserna och samlades in direkt efter att respondenterna fyllt i enkäterna. För att minska bortfallet ombads läraren att ge enkäten till de elever som inte var närvarande för ifyllande vid ett senare tillfälle.

Bortfall

Vid första kontakten med skolan via e-mail uppgavs att 175 elever gick i årskurs 1. Vid första besöket på skolan uppgavs istället att 166 elever gick i årskurs 1, vilket därför var det antalet som deltog i studien. 122 enkäter samlades in vid första besöket och vid det andra tillkom ytterligare fyra enkäter. Totala antalet blev därmed 126, vilket gav en svarsfrekvens på 76 procent. Det externa bortfallet (24 procent) bestod av elever som inte var närvarande på lektionerna vid första besöket och som inte heller valde att delta i efterhand. Några av frågorna har ett internt bortfall, vilket tydliggörs genom att n är mindre än 126 i tabellerna som presenteras i resultatet. Då majoriteten av populationen i studien var pojkar hade inte resultatet av fördelningen mellan könen påverkats i så stor utsträckning även om individerna i bortfallet hade medverkat. Den här slutsatsen kunde vi dra eftersom det vid bortfallsanalysen framkom att fler pojkar än flickor inte deltog i studien.

Databearbetning

Insamlad data bearbetades i SPSS 12.0, ett program för statistisk analys. Alla enkäter kodades från 1 till 126 och även svarsalternativen för varje fråga kodades innan data matades in. På fråga 13b (se bilaga 2) kunde flera svarsalternativ anges. De här svarsalternativen kodades

därför som enskilda dikotoma variabler (Ja, om svarsalternativet angetts och Nej, om svarsalternativet inte angetts). Bearbetningen inleddes med att frekvenstabeller gjordes för att kunna se fördelningar över olika variabler medan korstabeller gjordes för att se skillnader i fördelningar mellan till exempel kön och andra variabler. För att testa hypoteser, om det finns en skillnad eller inte, genomfördes ett antal Chitvåtest. När grupperna var små eller när någon cell hade ett förväntat värde under 5 användes Fishers exakta test. Även t-test gjordes då index användes som en variabel. Index gjordes utifrån fem variabler som behandlade hur nöjd eller missnöjd individen var i olika avseenden (fråga 14a-e, se bilaga 2). Svaren som varje individ uppgav fick således en siffra mellan 5 och 25, där 5 motsvarade ”mycket nöjd” i alla fem avseendena och 25 motsvarade ”mycket missnöjd” i alla avseendena. För att ha en acceptabel intern konsistens bör Cronbachs alpha ha ett värde kring 0,7 eller högre (Ejlertsson, 2005). Värdet för Cronbachs alpha i den här studien var 0,83. Varje En signifikansnivå på 5 procent ($p < 0,05$) valdes. I resultatet redovisas dock det exakta p-värdet.

Enkäten innehöll även öppna frågor som inte kunde bearbetas i SPSS. Svaren på de öppna frågorna har sammanställts, men eftersom svarsfrekvensen på de här frågorna var låg i kombination med att de inte tillförde någon ny information användes de inte i resultatet.

Omkodning av variabler

För att få genomföra ett giltigt Chitvåtest får högst 20 procent av klasserna ha förväntade frekvenser lägre än 5, dock ingen lägre än 1. Ett annat villkor är att stickprovets storlek inte bör understiga 30. Likaså finns det villkor för när t-test får genomföras. Variabeln ska vara normalfördelad. Om den inte är normalfördelad kan t-test användas ändå om stickprovet är stort. Vad som är ett stort stickprov kan variera från cirka 30 till mer än 100, beroende på hur sned fördelningen är (Ejlertsson, 2003). För att uppfylla villkoren för ovanstående tester omkodades ett antal variabler till nya variabler. Nedan kommer en redovisning över vilka variabler det här gäller, samt hur sammanslagningen genomfördes.

De variabler som hade svarsalternativ från ”väldigt mycket” till ”väldigt lite” samt ”mycket nöjd” till ”mycket missnöjd” slogs ihop från fem till tre grupper. De tre nya variablerna blev således ”mycket, varken mycket eller litet och litet” samt ”nöjd, varken nöjd eller missnöjd och missnöjd”. De andra svarsalternativen delades efter medianen, till exempel när det gällde antalet timmar framför TV:n samt hur ofta de motionerade. Kodningen för fråga 13b (se bilaga 2) gjordes på följande sätt: de svarsalternativ som var ikryssade fick en etta, för Ja, och de som inte var ikryssade fick en tvåa, för Nej. Uppdelning av BMI och ISO-BMI gjordes efter medianen.

Etiska överväganden

Enligt Vetenskapsrådet (2002) bör speciellt fyra krav beaktas vid planeringen av en enkätundersökning. De här kraven benämns informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. I den här studien tillgodosågs *informationskravet* genom att ett följebrev bifogades där studiens syfte och användning förklarades. Även elevernas rättigheter framkom i brevet, vilka var att deltagandet var frivilligt, att de när som helst hade möjlighet att avbryta enkätundersökningen samt att alla respondenter garanterades konfidentialitet (se bilaga 1). *Samtyckeskravet* uppnåddes genom att eleverna besvarade enkäterna. Eftersom respondenterna var över 15 år behövdes inget godkännande från föräldrarna. Däremot behövdes ett godkännande från rektorn på skolan. *Konfidentialitetskravet* är alltid av stor vikt för respondenten. Eftersom undersökningen var helt anonym fanns det ingen möjlighet att identifiera någon enskild deltagare. Dessutom förvarades och behandlades enkäterna så att ingen obehörig kunde få tillgång till dem.

Nyttjandekravet uppnåddes genom att de insamlade uppgifterna endast användes till de ändamål som uppgavs i följebrevet (Ejlertsson, 2005).

Risken med studien var att ett deltagande skulle kunna medföra en känsla av integritetsintrång. Genom att använda en anonym enkät minskade risken då inga svar direkt kunde kopplas till en enskild individ. Förhoppningen var dock att nyttan med studien skulle överväga riskerna och att ungdomarna skulle börja reflektera över massmedias budskap och hur det påverkade deras egen självbild avseende kroppen. I ett större perspektiv var ambitionen att andra projekt som berör ungdomars självbild ska kunna ta del av resultatet i den här studien.

Frågor om ungdomars vikt och attityder kan anses vara känsliga då det av individen kan kännas utpekande och dömande. Avsikten var inte att peka ut någon individ och därför betonades studiens anonymitet för att på så sätt få så sanningsenliga svar som möjligt. Bakgrundsfrågor ställdes i enkäten bland annat angående respondentens vikt och längd för att BMI skulle kunna räknas ut och användas som en variabel. Etikprövningen för den här studien skickades in till det Etikrådet på HV-institutionen enligt de riktlinjer som fanns på Högskolan Kristianstad. Studien godkändes i slutet av november 2006.

Resultat

Beskrivning av studiegruppen

I studien deltog 126 personer varav 33 (26 procent) var flickor och 89 (71 procent) var pojkar. 4 personer (3 procent) uppgav inte sitt kön. 118 personer uppgav både kön och program medan 8 personer inte svarade på en eller båda frågorna. Tabell 2 beskriver fördelningen mellan flickor och pojkar på respektive program.

Tabell 2 Fördelning mellan flickor och pojkar på respektive program (n=118)

Program	Kön	Antal	Andel (%)
IT, två inriktningar	Flickor	3	7
	Pojkar	39	93
Entreprenör	Flickor	6	46
	Pojkar	7	54
Hälsa-Idrott	Flickor	5	11
	Pojkar	39	89
Frisör	Flickor	19	100
	Pojkar	0	0

För de personer (n=121) som BMI kunde beräknas var medelvärdet 21,94 vilket innebar att värdet låg inom gränserna för normalvikt både enligt ISO-BMI och BMI. Fördelat på kön var medelvärdet lägre för flickorna, 21,14, jämfört med pojkarna, 22,16 (p = 0,022).

Det var 79 procent som hade 3 eller fler TV-apparater i hemmet samt 87 procent som hade TV på sitt rum. 1-2 timmars TV-tittande per dag var vanligast i populationen, 48 procent tätt följt av 3-4 timmar per dag, 32 procent. På frågorna hur ofta de tittade på dokusåpor, talangprogram, matprogram och modeprogram samt läste modetidningar, hälsotidningar och böcker svarade majoriteten av populationen ”mindre än 1 gång per vecka”. Kvällstidningar och dess bilagor lästes dock i något högre utsträckning, 33 procent svarade 1-2 dagar/vecka och 27 procent svarade mindre än 1 gång per vecka.

Relation mellan påverkan från massmedia och hur nöjda respondenterna var med sitt liv i olika avseenden

Resultatet visade att 43 personer (34 procent) av respondenterna ansåg att de påverkades mycket av bilder i tidningarna om vad som var den perfekta kroppen, medan 48 personer (38 procent) uppgav att de påverkades lite. För variabeln ”om bilder i tidningarna påverkar dig till att vilja förändra din vikt” ansåg 33 personer (27 procent) att de påverkades mycket, medan 66 personer (53 procent) ansåg att de påverkades lite. På frågan ”om bilderna i tidningarna påverkar dig till att vilja träna mer” svarade 45 personer (36 procent) att de påverkades mycket, medan 44 personer (35 procent) påverkades lite. 13 procent (n = 126) uppgav att de blivit påverkade av ett tv-program eller tidning till att påbörja ett viktminskningsprogram och 18 procent (n = 120) uppgav att de blivit påverkade av ett tv-program eller tidning till att vilja träna för att få större muskler.

För att undersöka ungdomarnas självbild ställdes frågor om hur nöjd eller missnöjd individen var med livet i olika avseenden; livet i allmänhet, fritid, umgänge med vänner, kroppen samt vikten. Respondenterna graderade svaren på en femgradig skala, från ”mycket nöjd” till ”mycket missnöjd”. Utifrån de här fem frågorna bildades sedan ett index där lägsta värde var 5, det vill säga ”mycket nöjd”, och högsta värde var 25, det vill säga ”mycket missnöjd”. Medelvärdet för pojkarna var 8,67 (n = 87) och 11,48 för flickorna (n = 33). Pojkarna hade

lägre medelvärde och var således mer nöjda med sitt liv i olika avseenden jämfört med flickorna ($p = 0,000$). Vidare var index signifikant relaterat till några av de andra påverkansvariablerna.

Tabell 3 beskriver att de som blev mycket påverkade av bilder i tidningarna till att förändra sin vikt samt uppgav att ett TV-program/tidning hade påverkat dem till att vilja påbörja ett viktminskningsprogram även var mindre nöjda med sitt liv i olika avseenden. Det fanns även ett signifikant samband mellan hur ofta respondenterna motionerade och hur nöjda de var med sitt liv i olika avseenden ($p = 0,002$). De respondenter som uppgav att de motionerade fyra gånger eller mer per vecka var i större utsträckning nöjda än de som motionerade tre gånger eller mindre. Även några av anledningarna till varför individen motionerade var signifikant relaterat med index. De som uppgav att de tränade för att inte få dåligt samvete samt för att gå ner i fettvikt var mindre nöjda med sitt liv i olika avseenden.

Tabell 3 Relation mellan påverkan från massmedia, motion, TV-tittande och index (t-test)

	Index, nöjd-missnöjd med livet i olika avseenden
Påverkan till att vilja förändra vikten	
Mycket (n=32)	11,09
Övriga (n=90)	9,00
p-värde	0,011
Påverkan till att påbörja viktminskningsprogram	
Ja (n=16)	12,31
Övriga (n=108)	9,07
p-värde	0,002
Hur ofta motion	
<3 d/v (n=58)	10,69
>4 d/v (n=61)	8,43
p-värde	0,002
Motionerar för att inte få dåligt samvete	
Ja (n=24)	12,21
Nej (n=98)	8,89
p-värde	0,000
Motionerar för att gå ner i fettvikt	
Ja (n=20)	12,35
Nej (n=102)	8,99
p-värde	0,000
Antal timmar framför TV: n	
<2 h/dag (n=78)	10,23
>3 h/dag (n=44)	8,25
p-värde	0,009
Talangprogram	
<1 gång/v (n=73)	10,34
>1 gång/v (n=49)	8,22
p-värde	0,002

Relation mellan respondenternas motionsvanor och påverkan från massmedia

Tabell 4 visar att av de personer som motionerade tre gånger eller mindre per vecka svarade 51 procent att de blev lite påverkade av bilder i tidningarna till att vilja förändra sin vikt, medan 56 procent av dem som motionerade fyra gånger eller mer svarade att de blev lite påverkade. Skillnaden mellan grupperna var störst bland dem som svarade att de påverkades mycket.

Tabell 4 Relation mellan motionsvanor och påverkan från bilder till att vilja förändra vikten (χ^2 test)

Påverkan till att vilja förändra vikten (%)	Motion 3 ggr eller mindre (n= 57)	Motion 4 ggr eller mer (n= 62)	p-värde
Mycket	37	15	
Varken mycket eller litet	12	29	
Litet	51	56	0,007

Det påvisades även en signifikant skillnad ($p = 0,009$) mellan de personer som svarade att de motionerade tre gånger eller mindre per vecka och de som svarade att de motionerade fyra gånger eller mer per vecka i relation till hur ofta de tittade på talangprogram. 72 procent av dem som motionerade tre gånger eller mindre tittade på talangprogram mindre än en dag per vecka, medan 53 procent av dem som motionerade fyra gånger eller mer tittade på talangprogram mer än en dag per vecka. Resultatet visade även på sambandet mellan motionsvanor och hur ofta personerna tittade på modeprogram ($p = 0,028$). 79 procent av dem som motionerade fyra gånger eller mer per vecka tittade på modeprogram mindre än en dag per vecka.

Relation mellan varför respondenten motionerade och påverkan från massmedia

Av de respondenter som svarade att de motionerade för att inte få dåligt samvete (19 procent), gå ner i fettvikt (16 procent) och för att öka muskelvolymen/styrkan (32 procent) uppgav en större andel att de påverkades mycket, till skillnad från de övriga svarsalternativen, av bilder i tidningarna till vad som är den perfekta kroppen. Av de respondenter som svarade att de motionerade för att inte få dåligt samvete och gå ner i fettvikt var det också en större andel som uppgav att de påverkades mycket, till skillnad från de övriga svarsalternativen, av bilder i tidningarna till att vilja förändra vikten. De respondenter som uppgav att de motionerade av andra anledningar påverkades i mindre utsträckning av bilder i tidningarna. Av de respondenter som uppgav att de påverkades mycket av bilder i tidningarna till att vilja träna mer svarade 65 procent ($n = 20$) att de motionerade för att de annars fick dåligt samvete och 41 procent ($n = 39$) svarade att de motionerade för att gå ner i fettvikt samt öka muskelvolymen/styrkan, se tabell 5.

Tabell 5 Relation mellan uppfattning om påverkan från massmedia och varför individen motionerar (χ^2 test)

	Samvete		Fettvikt		Kondition		Styrka	
	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej
Påverkan till vad som är den perfekta kroppen (%)	(n = 20-24)	(n = 98-104)	(n = 20-39)	(n = 85-104)	(n = 61-62)	(n = 61-62)	(n = 39)	(n = 83-85)
Mycket	(54)	29	(70)	29	44	24	(49)	27
Varken mycket el. litet	(25)	29	(25)	29	24	32	(15)	34
Litet	(21)	42	(5)	44	32	44	(36)	39
p-värde		0,049		0,000		0,075		0,029
Påverkan till att vilja förändra vikten								
Mycket	(50)	20	(70)	18	36	16	(28)	25
Varken mycket el. litet	(13)	23	(25)	20	43	30	(33)	15
Litet	(38)	57	(5)	63	21	54	(39)	60
p-värde		0,013		0,000		0,001		0,029
Påverkan till att vilja träna mer								
Mycket	(65)	29	(41)	32	42	27	(41)	32
Varken mycket el. litet	(30)	30	(41)	25	34	26	(41)	25
Lite	(5)	41	(18)	44	24	47	(18)	44
p-värde		0,002		0,019		0,030		0,019

Anm. Andelen inom parentes då $n < 50$.

81 procent av respondenterna svarade att de motionerade av andra anledningar än att de fick dåligt samvete. Av de här tittade 76 procent på modeprogram mindre än en dag per vecka. Vidare visade variabeln "modetidningar" ett signifikant samband med tre av de åtta anledningarna till varför respondenten motionerade. Av de respondenter som uppgav att de inte motionerade för att de fick dåligt samvete läste 84 procent modetidningar mindre än en dag i veckan. Av dem som inte motionerade för att gå ner i fettvikt läste 85 procent modetidningar mindre än en dag per vecka, se tabell 6.

Tabell 6 Relation mellan modetidningar och orsaker till motion (χ^2 test)

	Modetidningar <1 dag/v		Modetidningar >1 dag/v	p-värde
Dåligt samvete (%)	Ja (n = 23)	(56)	(44)	
	Nej (n = 98)	84	16	0,009
Fettvikt	Ja (n = 20)	(45)	(55)	
	Nej (n = 101)	85	15	0,000
Kondition	Ja (n = 61)	70	30	
	Nej (n = 60)	87	13	0,045

Anm. Andelen inom parentes då $n < 50$.

Relation mellan hur ofta respondenterna tittade på TV samt läste tidningar och påverkan från massmedia

Det fanns signifikanta samband mellan grupperna, de som tittade på TV och läste tidningar mindre än en dag per vecka och de som tittade och läste mer än en dag per vecka, och hur mycket bilder i tidningarna påverkade till vad som är den perfekta kroppen. För samtliga gymnasieprogram där respondenterna svarade att de tittade på TV-programmen mer än en dag per vecka var det en större andel, till skillnad från det andra svarsalternativet, som uppgav att de blev mycket påverkade av bilder i tidningarna till vad som är den perfekta kroppen. Majoriteten av respondenterna svarade att de läste modetidningar respektive hälsa- och

träningstidningar mindre än en dag per vecka. Av de respondenter som svarade att de läste modetidningar mindre än en dag per vecka uppgav 46 procent (n = 97) att de påverkades lite av bilder i tidningarna till vad som är den perfekta kroppen, se tabell 7.

Tabell 7 Relation mellan påverkan från bilder till vad som är den perfekta kroppen och tv-program samt tidningar (χ^2 test)

	Dokusåpa		Talangpr		Mat & trän.pr		Modetidn		Hälsa & träntid	
	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d
	(n = 63)	(n = 62)	(n = 73)	(n = 51)	(n = 103)	(n = 20)	(n = 97)	(n = 26)	(n = 107)	(n = 16)
Påverkan till vad som är den perfekta kroppen (%)										
Mycket	22	47	25	49	30	(60)	26	(69)	31	(63)
Varken mycket el. litet	32	23	27	28	30	(15)	28	(23)	28	(25)
Litet	46	31	48	24	40	(25)	46	(8)	41	(13)
p-värde		0,015		0,007		0,036		0,000		0,029

Anm. Andelen inom parentes då n < 50.

Majoriteten av respondenterna svarade att de tittade på mat- och träningsprogram samt modeprogram och läste modetidningar mindre än en dag per vecka. Av de respondenter som svarade att de tittade på och läste ovan nämnda program och tidningar mindre än en dag per vecka uppgav 57 procent (n = 101), 61 procent (n = 86) respektive 63 procent (n = 96) att de påverkades lite av bilder i tidningarna till att vilja förändra vikten. Vidare visade resultatet att de respondenter som tittade på dokusåpa samt läste modetidningar och träningsböcker mer än en dag per vecka påverkades i högre utsträckning av bilder i tidningarna till att vilja träna mer i förhållande till de som tittade och läste mindre än en dag per vecka, se tabell 8.

Tabell 8 Relation mellan påverkan från massmedia och tv-program samt tidningar (χ^2 test)

	Dokusåpa		Mat & trän.pr		Modepr		Modetidn		Träningsböcker	
	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d	<1 d	>1 d
	(n = 62-63)	(n = 61-62)	(n = 101-103)	(n = 20)	(n = 86-88)	(n = 36)	(n = 96-97)	(n = 26)	(n = 101-102)	(n = 21-22)
Påverkan till att vilja förändra vikten (%)										
Mycket	19	34	21	(60)	17	(50)	16	(69)	25	(38)
Varken mycket el. litet	18	23	22	(10)	22	(17)	22	(15)	20	(24)
Litet	63	43	57	(30)	61	(33)	63	(15)	55	(38)
p-värde		0,067		0,002		0,001		0,000		0,320
Påverkan till att vilja träna mer										
Mycket	22	50	32	(60)	31	(50)	27	(73)	30	(59)
Varken mycket el. litet	33	26	31	(20)	33	(22)	32	(19)	29	(32)
Litet	45	24	37	(20)	36	(28)	41	(8)	41	(9)
p-värde		0,004		0,058		0,124		0,000		0,010

Anm. Andelen inom parentes då n < 50.

Relation mellan BMI och hur nöjd individen var med sin vikt och kropp

Vidare var det vissa av variablerna som innefattades av index som var signifikanta när de testades enskilt mot samma variabler som tidigare testades mot index. Tabell 9 illustrerar de samband som var signifikanta. Således kunde inte ett signifikant samband påvisas med de andra variablerna. I tabellen kan det utläsas att 24 procent (n = 58), som hade ett BMI mellan 21,49-28,56, var missnöjda med sin vikt medan 4 procent (n = 59), som hade ett BMI mellan 17,30-21,48, var missnöjda med sin vikt.

Tabell 9 Relation mellan BMI och om individen var nöjd med sin vikt samt kropp (χ^2 test)

	BMI 17,30-21,48	BMI 21,49-28,56
Vikt (%)	(n = 59)	(n = 58)
Nöjd	76	60
Varken nöjd eller missnöjd	20	16
Missnöjd	4	24
p-värde		0,005
Kropp	(n = 60)	(n = 59)
Nöjd	75	69
Varken nöjd eller missnöjd	20	14
Missnöjd	5	17
p-värde		0,093

Skillnad i olika avseenden mellan de respondenter som studerade på Hälsa- och Idrottsprogrammet och på de övriga programmen

Vid uppdelningen mellan Hälsa- och Idrottsprogrammet mot de övriga programmen visade resultatet att en mindre andel på Hälsa- och Idrottsprogrammet tittade på TV två timmar eller mindre per dag (24 procent) än de som gick på de övriga programmen (76 procent), skillnaden var signifikant ($p = 0,003$). 27 procent (n = 81) av dem som studerade på de övriga programmen tittade på TV tre timmar eller mer per dag. Vidare visade det sig att de som läste på Hälsa- och Idrottsprogrammet motionerade i större utsträckning än de som läste på de övriga programmen. 89 procent (n = 44) tränade fyra gånger eller mer per vecka, medan 31 procent (n = 77) från de övriga programmen tränade lika mycket. Det fanns en signifikant skillnad mellan de respondenter som studerade på Hälsa- och idrottsprogrammet och på de övriga programmen i förhållande till om ett TV-program eller en tidning hade fått individerna till att vilja gå ner i vikt ($p = 0,001$). Medelvärde för index för de respondenter som läste på Hälsa- och Idrottsprogrammet var 7,71 (n = 42) och för de övriga programmen var medelvärde 10,4 (n = 82). Det fanns en signifikant skillnad mellan index och de båda ovan nämnda grupperna ($p = 0,000$), medan BMI inte visade någon signifikant skillnad mellan grupperna.

Diskussion

Syftet med studien var att studera om påverkan från massmedia samt motionsvanor relaterade till ungdomars självbild avseende den egna kroppen. Vårt huvudresultat i studien visade att ungdomarna inte påverkades i lika stor utsträckning som tidigare studier har visat. Vad som dock var häpnadsväckande var att de respondenter som tittade på TV mer än tre timmar per dag var mer nöjda med sitt liv i olika avseenden jämfört med de respondenter som tittade på TV två timmar eller mindre per dag. De respondenter som tittade mer på TV var de elever som studerade på Hälsa- och Idrottsprogrammet, de var även mer nöjda med sitt liv i olika avseenden, de uppgav att massmedia inte påverkade dem i så stor utsträckning samt de motionerade fler dagar i veckan än de elever som studerade på de övriga programmen. Av de respondenter som svarade att de motionerade för att inte få dåligt samvete eller för att gå ner i fettvikt uppgav en större andel att de påverkades mycket av bilder i tidningarna till vad som är den perfekta kroppen samt till att vilja förändra vikten. De respondenter som uppgav att de motionerade av andra anledningar påverkades i mindre utsträckning av bilder i tidningarna.

Relation mellan påverkan från massmedia och hur nöjda respondenterna var med sitt liv i olika avseenden

Respondenterna i den här studien bestod till majoriteten av pojkar, vilket har ett samband med att resultatet visade på att respondenterna påverkades generellt i mindre utsträckning av massmedia samt var mer nöjda med sitt liv i olika avseenden. Trots att medelvärdet för BMI visade på normalvikt för både pojkarna och flickorna visade resultatet i studien att pojkarna var mer nöjda enligt index än vad flickorna var. I en tvärsnittsstudie av Utter, Neumark-Sztainer, Wall och Story (2003) visade deras resultat att pojkarnas medelvärde för hur nöjda de var med sin kropp var högre än flickornas. Det här är något som även kan härledas till Sverige. I alla åldersgrupper, såväl 10-14 som 15-17 åringar, skattar pojkar sig själva något högre än flickor (Fox, 2000). Enligt Johnsson (1990) förekommer anorexi och bulimi mest bland kvinnor vilket kan förklaras av att flickor skattar sig själv lägre än vad pojkarna gör både enligt tidigare studier och enligt resultatet i den här studien. En koppling mellan låg självskattning och låg självkänsla skulle kunna vara en förklaring till varför flickor ”väljer” anorexi och bulimi som enda utväg. Det kulturella budskapet, det vill säga massmedia, och det sociala stödet kring individen är även faktorer som påverkar. De självskattade psykiska problemen har ökat markant de senaste åren, ökningen finns bland diagnoserna depression, utmattning och lättare psykiska symtom, till exempel ständig trötthet, oro, ångslan och ångest samt sömnbesvär (Socialstyrelsen, 2005). Vi är medvetna om att massmedia inte bär hela ansvaret utan att det finns många andra faktorer som kan påverka. Med det här i baktanke bör ändå massmedias ansvar lyftas upp till diskussion i samhället när det gäller vilka budskap som de förmedlar.

Hur ofta individen motionerade samt om individen motionerade för att gå ner i fettvikt och för att inte få dåligt samvete hade ett samband med att individen var mer missnöjd med sitt liv i olika avseenden. Vad som dock var intressant var att de respondenter som tittade på TV mer än tre timmar per dag var mer nöjda, enligt index, än de som tittade mindre än två timmar per dag. Det här kan ha sin förklaring i att den grupp som tittade mer på TV var de elever som studerade på Hälsa- och Idrottsprogrammet och de var i sin tur mer nöjda med sitt liv i olika avseenden än de övriga eleverna på de andra gymnasieprogrammen. I enlighet med Schäfer-Elinder och Faskunger (2006) menar vi att regelbunden fysisk aktivitet främjar självkänslan. Därför påverkades inte eleverna på Hälsa- och Idrottsprogrammet i så stor utsträckning av massmedias budskap eftersom de redan var fysiskt aktiva och därmed hade en stark

självkänsla vilket bidrog till att de var mer nöjda med sitt liv i olika avseenden än de övriga eleverna på de andra gymnasieprogrammen. Den här slutsatsen kan vi även stärka med de slutsatser som forskarna drog utifrån den så kallade Compass-studien om fysisk aktivitet, matvanor, övervikt och självkänsla bland 15-åringar i Stockholm. Ett av deras resultat var att de som idrottar, i organiserad form eller på egen hand, hade högre självkänsla än de som inte var aktiva alls. Högaktiva pojkar och flickor hade högre självkänsla än medelaktiva och lågaktiva. Compass-studien visade på tydliga samband, det vill säga den som är fysiskt aktiv är också mer nöjd med sig själv (Rasmussen, 2005).

I granskningen av den vetenskapliga litteraturen om massmedias påverkan fann vi att den till stor del baseras på flickor. Grogan (1999) menar att den manliga kroppen har börjat synas mer i media och att den ökade publiceringen av den ideala manskroppen troligtvis kommer att leda till ökade problem med mäns självbild och hur nöjda de är med sina kroppar. Med det här i baktanke krävs därför ytterligare forskning för att undersöka hur unga män påverkas av massmedia eftersom behovet av ytterligare forskning kommer att öka. När det gäller variablerna om bilder i tidningarna påverkade respondenterna till vad som var den perfekta kroppen och till att vilja träna mer var skillnaden inte så stor vad gäller de som påverkades lite och de som påverkades mycket. Skillnaden mellan grupperna var större för variabeln om bilder i tidningarna påverkade respondenterna till att vilja förändra sin vikt, där var det fler som blev påverkade mycket. Vidare visade resultatet att endast ett fåtal hade blivit påverkade av ett TV-program eller tidning till att påbörja ett viktminskningsprogram samt viljan till att träna för att få större muskler. I jämförelse med andra studier visar resultaten sammantaget att ungdomarna i den här studien påverkades i mindre utsträckning av massmedia.

Relation mellan respondenternas motionsvanor och påverkan från massmedia

Av dem som motionerade fyra gånger eller mer per vecka var det fler som tittade på TV tre timmar eller mer per dag än bland dem som motionerade tre gånger eller mindre per vecka. Utifrån resultatet kunde vi se att det var fler bland dem som motionerade mindre som i större utsträckning blev påverkade till att vilja förändra till exempel vikten. Dock ska det poängteras att majoriteten bland respondenterna blev lite påverkade av bilder i tidningarna till att vilja förändra vikten. Det här kan ha att göra med individens självbild, det vill säga slutsatsen är att de som motionerade mer var även mer nöjda med sig själva och blev därmed påverkade i mindre utsträckning än de som inte motionerade lika mycket. I en metaanalys av 36 studier med slumpmässigt kontrollerat urval av personer i olika åldrar rapporterades att träning utgjorde ett värdefullt sätt att öka och bibehålla fysisk självkänsla. 78 procent av studierna visade en signifikant positiv förändring av självkänslan vid träning. Effekten var störst hos barn och medelålders vuxna och förekom både bland män och bland kvinnor. En positiv effekt på den självkänslan kunde påvisas i hälften av studierna (Fox, 2000).

Av dem som svarade att de motionerade för att inte få dåligt samvete, gå ner i fettvikt, öka konditionen och öka styrkan var det en större andel individer som också blev mycket påverkade till vad som är den perfekta kroppen, påverkade till att vilja förändra vikten samt påverkade till att vilja träna mer än de som inte motionerade av de här anledningarna. Samma enhetliga slutsats kan inte dras bland dem som svarade att de inte motionerade av de här anledningarna, utan här var svaren mer utspridda. Slutsatsen är att det här visar på motionens betydelse för hur mycket individen påverkas samt hur individens självbild utvecklar sig. Framhållas ska dock att majoriteten av respondenterna motionerade av andra anledningar, som till exempel att de var aktiva på sin fritid inom en sport (fotboll, ishockey med flera). Fox

(2000) menar att självkänslan är en friskfaktor. Fysisk självkänsla är uppbyggd i fyra undergrupper; idrottslig (motorisk) kompetens, kroppsattraktivitet, fysisk styrka samt fysisk kondition. Genom att den fysiska självkänslan förbättras ökar därmed också individens självkänsla (Raustorp, 2006).

Med utgångspunkt i vårt resultat vill vi göra ett inlägg till debatten som pågår i samhället idag angående antal lektionstimmar i ämnet idrott och hälsa. Antalet timmar på schemat blir färre och färre medan våra barn och ungdomar blir mer och mer överviktiga och mår mer och mer psykiskt dåligt. Riksidrottsförbundet (2007) har under många år betonat vikten av och verkat för daglig fysisk aktivitet i skolan. Idrottsrörelsen har under de senaste fyra åren med hjälp av den nationella satsningen Handslaget genomfört en mängd fysiska aktiviteter i samverkan med skolan för att påvisa skillnaden det ger för eleverna. Vi menar i enlighet med Riksidrottsförbundet att idrotten i skolan är av betydelse för socialiseringen in i och genom idrotten då ungdomarna får möjlighet att prova på de effekter som en fysiskt aktiv livsstil kan ge. Med utgångspunkt i det sociokulturella perspektivet (Säljö, 2000) menar vi att kunskap kring fysisk aktivitet först existerar i ett samspel mellan olika individer, till exempel mellan pedagog och elev, för att sedan bli en del av det egna tänkandet och handlandet. Alltså att det tänket kring fysisk aktivitet blir en del av individens livsstil även utanför skolan. Förutom alla de fysiska hälsovinster individen gör med en fysiskt aktiv livsstil är det även bevisat i en mängd studier att fysisk aktivitet bidrar till en hel del mentala hälsoeffekter. De mentala hälsoeffekterna är bland annat bättre tankemässig förmåga, förbättrat humör, ökad tillfredsställelse med livet, ökat självförtroende och självkänsla, minskade depressionskänslor samt mindre ensamhetskänslor (Riksidrottsförbundet, 2007). Det sociokulturella perspektivet behandlar även lärande och utveckling och det är genom kommunikation som sociokulturella resurser skapas och förs vidare (Säljö, 2000). Vi vill även här betona att det tyvärr är så att massmedia fungerar som en envägskommunikation, vilket är orsaken till att individen inte alltid reflekterar över vad budskapet förmedlar. Det här kan vara en orsak till den förvirring och osäkerhet som många ungdomar känner, vilket i sin tur kan leda till en ökad kroppsfixering bland ungdomarna.

Frågan måste lyftas till en politisk nivå och politikerna måste inse att barnen är inaktiva långt ner i åldrarna och därför krävs det insatser tidigt så att barnen väljer en aktiv livsstil även i vuxen ålder. Utifrån vårt resultat anser vi även att mer idrott i skolan kan bidra till en mindre kroppsfixering hos ungdomarna. Resultatet visade att de som var mer fysiskt aktiva även var mer nöjda med sitt liv i olika avseenden. Mer fysisk aktivitet i skolan bör inte vara svårt att ordna, många gör det redan och det finns en hel del goda exempel att inspireras av, till exempel Bunkefloprojektet. Det här styrks även utav den sociala inlärningsteorin (Bandura, 1986) där modellinlärning visar på goda förebilders påverkan på ungdomarnas beteenden till ett mer hälsosamt beteende. Utifrån teorin har även föräldrarnas livsstil betydelse för att fungera som goda förebilder för ungdomarna och på så sätt påverka dem till att vara fysiskt aktiva även i vuxen ålder. Då det är bevisat sedan tidigare att den primära socialisationen är av betydelse för hur ungdomarna hanterar den sekundära och tertiära socialisationen (Hill & Rabe, 1994), menar vi att det också är ett argument för familjens betydelse på individens beteende. Om det då är så ”enkelt” att undvika alla de konsekvenser som en inaktiv livsstil medför borde det vara en självklarhet för alla skolor att införa mer timmar till gymnastiken.

Relation mellan hur ofta respondenterna tittade på TV samt läste tidningar och påverkan från massmedia

Enligt Nordicom Sverige (2006) har 49 procent av Sveriges 15-24 åringar tre eller fler TV-apparater i hemmet medan 79 procent i den här studien hade tre eller fler TV-apparater i hemmet. Trots att respondenterna i så stor utsträckning hade tillgång till TV-apparater tittade majoriteten endast på TV två timmar eller mindre per dag. Eftersom respondenterna endast tittade på TV två timmar eller mindre per dag kan det kopplas samman med att de påverkades i mindre utsträckning av massmedias budskap. Resultatet visade att flertalet av respondenterna tittade på TV och läste tidningar mindre än en dag i veckan. Av de här respondenterna påverkades majoriteten lite av massmedia beträffande vad som är den perfekta kroppen, viljan till att förändra vikten samt viljan till att träna mer. Majoriteten av dem som tittade på TV och läste tidningar mer än en dag i veckan uppgav däremot att de påverkades mycket av massmedia. Utifrån de här resultaten kan vi visa på sambanden mellan massmedias budskap och hur individen hanterar det. Individer som tittar på TV eller läser tidningar i större utsträckning uppger således att de påverkas mycket i större utsträckning. Resultatet och slutsatsen ovan stärks av Giddens (1998) som menar att TV och tidningar påverkar människors tillvaro i hög utsträckning. Utan individens tillgång till kunskap och information vore många av dess sociala handlingar otänkbara.

Flertalet av de studier som har granskats och tagits med i litteraturgenomgången behandlar och bevisar massmedias påverkan på ungdomars självbild. Exempelvis visade Escobar-Chaves et al (2005) studie på sambandet mellan unga flickor som i större utsträckning läste veckotidningar om mode också hade en högre risk för att utveckla ätstörningar. Även en studie gjord av Angood et al (1997) visade att exponering av modetidningar var relaterat till kvinnors större angelägenhet till att vara smala och en rädsla för att skilja sig från det smala idealet. Guillen och Barr (1994) menar att då unga kvinnor får växa upp med en positiv kroppsbild är det mindre tänkbart att de påverkas av de kulturella budskapen i samhället och utvecklar på så sätt mer motståndskraft med det inflytande som ungdomstidningarna faktiskt har. Att acceptera det fysiska som händer med kroppen under puberteten är en grundläggande faktor för individens utveckling under ungdomsperioden. Det genomträngande idealet med den smala kroppen som porträtteras i tidningar och andra medier kan allvarligt hindra unga kvinnor från att uppnå den här utvecklingen. Istället för att acceptera sin kropp blir de unga kvinnorna mycket mer medvetna om och negativa till sin kropp efter att ha läst i modetidningar. Det ökade trycket på att vara smal tillsammans med de orealistiska bilderna i massmedia kan ha en förödande effekt på kvinnornas självförtroende och identitetssökande (Angood et al, 1997). För även om individen ser idealen som orealistiska och ouppnåeliga som Engeln-Maddox (2006) diskuterade kring, så kan inte individen sägas handla på ett rationellt sätt i det här avseendet. TRA (Fishbein & Ajzen, 1975) utgår ifrån att människan handlar rationellt och menar att individen tänker på konsekvenserna av sina handlingar. Vi ifrågasätter den här teorin och menar att människan i det här avseendet är väldigt irrationell. Utifrån de resultat som har framkommit i studien så är det ju ändå så att individen har en önskan att uppnå ett visst ideal som massmedia speglar, även om det är en mindre andel som har den här önskan så finns den ändå hos några individer. Den här frågan hade varit intressant att studera vidare kring. Hur det kommer sig att ungdomarna, trots att de vet att idealet i massmedia är missvisande, ändå inte kan stå emot den här strävan att uppnå idealet?

Utter et al (2003) menar att föräldrar och pedagoger måste vara medvetna om att tidningar som fokuserar på bantning och viktminskning inte enbart har en positiv effekt på ungdomar. Föräldrar och pedagoger bör därför diskutera med ungdomarna kring riskerna med ohälsosam

bantning som till exempel tidningarna skriver om. Hälsoutbildare bör arbeta för att få massmedia till att förmedla ett mer positivt budskap, framför allt när det gäller individens kroppsbild. I enlighet med Bremberg (2004), menar vi att skolan är en viktig arena för hälsofrämjande arbete och att skolan har en viktig roll i formandet av ett kritiskt tänkande. Om skolan lär ungdomarna att vara kritiska skulle det kunna bidra till att ungdomarna även i andra situationer agerar med en större medvetenhet. I enlighet med Gren (2001) menar vi att barn behöver möta vuxna som är goda förebilder. I vuxnas samtal och sätt att vara i förhållande till varandra tjänar de som förebilder för barnen. Vuxna förmedlar ett budskap i det som sägs. Om budskapen inte stämmer blir barnen förvirrade. Grogan (1999) menar vidare att ungdomar i åldern 16-19 år generellt har modeller och skådespelare som förebilder för hur de vill se ut. Det här avtar med åldern och i 40-49 års ålder är det familjemedlemmar som är de främsta förebilderna.

Relation mellan BMI och hur nöjd individen var med sin vikt och kropp

Majoriteten av respondenterna var nöjda med sin vikt och kropp oavsett BMI. Dock var det en större andel av dem som hade ett BMI mellan 21,49 – 28,56 som var missnöjda än dem som hade ett lägre BMI. Som mått kan BMI vara missvisande då måttet inte tar hänsyn till muskelvikt och kroppsuppbyggnad. I en nyligen publicerad artikel har forskarna konstaterat att BMI är ett mindre bra mått på fetma. Forskarna mätte BMI hos 400 collegestuderande elever och jämförde sedan siffran med hur mycket kroppsfett de hade, överrensstämmelsen var mycket dålig (Pivarnik, Ode & Oswald, 2007). Därmed kan vi inte uttala oss om det verkligen är så att de respondenter som hade ett BMI över 25 faktiskt var överviktiga. Ytterligare ett problem med BMI, liksom med enbart kroppsvikten, är att det blir en siffra för individen att relatera till. På så sätt kan det skapa konflikter för individen mellan det inre och det yttre, det vill säga mellan självbilden och kroppsbilden.

Metoddiskussion

Vi gjorde en tvärsnittsundersökning i form av en enkätundersökning. En tvärsnittsstudie beskrivs av Ejlertsson (2003) som en ögonblicksbild av verkligheten som till exempel beskriver människors förhållanden och attityder vid ett visst tillfälle, utan någon relation varken framåt eller bakåt i tiden. En tvärsnittsstudie kan inte säga något om orsakssambanden utan enbart om hur olika faktorer samvarierar med varandra. Vi hade alltså ingen möjlighet att avgöra riktningen på sambanden, vilket vi ser som en svaghet med studien. En av anledningarna till att vi valde att utföra en kvantitativ undersökning var att vi till viss del ville kunna generalisera resultatet till en större population. Eftersom endast en gymnasieskola i Malmö visade intresse för att delta i studien kunde vi inte göra ett slumpmässigt urval av samtliga gymnasieskolor i Malmö Stad och inte heller generalisera i den utsträckning som vi hade velat eller tänkt från början. Rektorn på skolan vi utförde studien på sade sig ha ett stort intresse för hälsofrågor vilket kan vara en anledning till varför skolan valde att delta i studien. Den skolan som deltog i studien skulle i teorin kunna ha ett större intresse för hälsofrågor och möjligen arbeta mer med elevernas hälsa. Om det här skildrar verkligheten kan vi inte uttala oss om eftersom vi inte har någon kunskap om de övriga skolornas intressen eller hälsoarbete. Det är möjligt att vårt resultat hade sett annorlunda ut om en eller flera av de andra gymnasieskolorna hade valt att delta i studien.

Vår undersökning uppnådde en svarsfrekvens på 76 procent, vilket är lägre än de 80 procent som Ejlertsson (2005) anser att en väl förberedd och genomförd enkätundersökning bör kunna ha. Vi menar ändå att svarsfrekvensen på vår undersökning är acceptabel. Vi har dock

funderat över hur vi ytterligare hade kunnat minska bortfallet. Vi valde att personligen besöka skolan och vid samma tillfälle dela ut och samla in enkäterna. Vi överlät dock till lärarna att lämna ut och samla in enkäterna till de frånvarande eleverna, vilket vi hade kunnat göra annorlunda på två sätt. Dels hade vi själv kunnat återkomma till skolan och göra en andra insamling och dels kunde konfidentialiteten till viss del ifrågasättas, eftersom vi inte kunde garantera att lärarna tillgodosåg konfidentialitetskravet.

En studies kvalitet kan värderas på många olika sätt. I en kvalitetsgranskning av en studie är begreppen validitet och reliabilitet två viktiga begrepp att beakta. Validitet betyder i vilken grad studien mäter det som den är avsedd att mäta. För att mäta validiteten i enkäten gjordes en pilotstudie. Innehållsvaliditet och intern och extern validitet är begrepp som bland annat innefattas i definitionen av validitet. Innehållsvaliditet innefattar det som experter inom området anser tillhöra den begrepps värld som används när nya studier görs (Andersson, 2006). Genom att studera vad expertis anser ingå i områdena socialisation, massmedia och ungdomars självbild anser vi att hänsyn har tagits till innehållsvaliditeten. Vi hade dock svårigheter med att definiera begreppet självbild då det beskrivs på olika sätt och med olika definitioner i litteraturen. För att kunna definiera begreppet självbild måste även andra självbegrepp beskrivas. Den interna validiteten är teoretisk och grundar sig på tidigare studier av de begrepp som används när nya studier ska göras samt känd kunskap inom området (Andersson, 2006). Eftersom vi använde granskade vetenskapliga artiklar i vår litteraturgenomgång menar vi att den interna validiteten på så sätt uppnåts. Extern validitet betyder i vilken grad det går att generalisera resultatet (Andersson, 2006). I vår studie var populationen som studerades begränsad vilket gjorde att den externa validiteten inte kan anses vara tillräcklig för generalisering i större utsträckning. Det finns en möjlighet att bias förekom när det gällde enkätfrågornas utformning då vissa av frågorna, till exempel längd, vikt, antal timmar framför TV:n samt hur ofta individen läser tidningar, baserades på respondenternas egna minnen. Frågorna om längd och vikt kan även anses vara känsliga vilket gör att fel uppgifter lämnas eller att frågorna inte besvaras, något som Ejlertsson (2005) även kommenterar. När det studeras hur en faktor hänger ihop med andra faktorer är det viktigt att minska antalet confounders, det vill säga störfaktorer. En confounder samvarierar med de undersökta variablerna och påverkar samtidigt effekten. Vanliga confounders är kön, ålder, utbildning och social tillhörighet (Andersson, 2006). Eftersom vi valde att utföra vår studie i årskurs 1 på en gymnasieskola menar vi att vi tagit hänsyn till confounderna ålder och utbildningsnivå. När det gäller enkätfrågorna som berörde individens självbild så skulle validiteten kunna diskuteras och även om det verkligen går att mäta påverkan från massmedia genom enkäter. När det gäller frågor kring individens självbild och om han/hon påverkas av massmedia kan ett mer uttömmande svar vara av intresse eftersom det kan vara svårt att göra den uppskattningen på så kort tid som det trots allt tar att fylla i en enkät. Vid en intervju skulle respondenterna ha möjlighet att utveckla sina tankar och eventuellt komma fram till andra svar än vad de uppgav i den här studiens enkät. Under analysen av resultatet kom vi fram till att enkäten kunde ha utformats på ett annorlunda sätt för att bättre kunna mäta individens självbild samt påverkan från massmedia.

Även om index visar ett högt värde på Cronbachs alpha (0,83), det vill säga att de olika delarna relaterar till varandra, kan kombinationen av de olika komponenterna ifrågasättas. Index visar hur nöjd eller missnöjd individen är med sitt liv i olika avseenden. Här hade naturligtvis andra komponenter av livskvalitet kunnat tas med utöver de som nu ingår i index. För framtida studier så kommer vi att ha det här i åtanke och därmed använda mer beprövade frågor som lämpar sig bättre för konstruktion av index.

Folkhälso pedagogisk relevans

Vår uppfattning är att det är viktigt att arbeta med att stärka barn och ungdomars självkänsla och därmed deras självbild vad gäller kroppen för att det inte ska utvecklas till psykisk ohälsa i framtiden. Det kommer ständigt nya rapporter som visar på att den psykiska ohälsan går lägre ner i åldrarna samt ökar varför det är av ännu större vikt att förebyggande arbete prioriteras mot målgruppen barn och ungdomar (Socialstyrelsen, 2005). Det råder enighet om det gällande skönhetsidealets negativa inverkan på flickors och unga kvinnors självbild och självkänsla (Folkhälsoinstitutet & Socialstyrelsen, 1993). Vi menar därför att det behövs insatser för att sprida kunskap om det här till berörda inom reklam- och medievärlden, så att de kan inse och ta sitt sociala ansvar. I likhet med Raustorp (2006) anser vi att det finns en uppenbar risk att ungdomar påverkas till ohälsosamma vanor på grund av de idealbilder som presenteras i TV och tidningar. Vi menar att när de här frågorna diskuteras måste den information som framförs vila på vetenskaplig grund, samt att det är viktigt att utgå från en helhetssyn eftersom alla människor är unika och därför har olika förutsättningar och mål.

Avsikten med studien var att vi ville öka medvetenheten bland ungdomar att det som media speglar oftast inte är verkligheten. Tanken var även att uppmuntra till ett kritiskt förhållningssätt till det som media förmedlar. Programledare och tidningsförläggare bör anta en mer ansvarsfull ledarattityd mot skildringen av extremt smala kvinnor som förebilder. Det råder en obalans mellan idealet och människans förmåga att kunna uppnå det här idealet. För även om det är så att individen är medveten om problemet finns det ändå en önskan att skaffa sig den där kroppen eller utseendet. Relevansen för folkhälsan är att inspirera till en sund livsstil och hitta en balans mellan ytterligheterna kring idealet. Svederberg, Svensson och Kindeberg (2001) menar att genom införskaffande av kunskap och förståelse för olika hälsobudskap kan individen fatta beslut om den egna livsstilen vilket pedagogiken står för i det hälsofrämjande arbetet.

Konklusion

Vårt huvudresultat i studien visade att ungdomarna inte påverkades i lika stor utsträckning som tidigare studier har visat vilket kan ha sin förklaring i att majoriteten av respondenterna bestod av pojkar. Det är även tidigare bevisat att pojkar skattar sig högre än flickor och i sin tur inte är lika mottagliga för massmedias påverkan. För att ytterligare kunna bevisa att de här slutsatserna är riktiga krävs det mer forskning kring massmedias påverkan på pojkar eftersom mycket av de studier som finns idag baseras på flickor. Med utgångspunkt från vårt resultat menar vi att motion kan ses som en skyddsfaktor för att inte utveckla en negativ självbild och bör således vara en del av varje individs vardag.

Litteraturförteckning

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, Inc
- Anderson, D R., Huston, A C., & Schmitt, K L. (2001). Self-Image: Role Model Preference And Body Image. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 66; 108-119
- Andersson, I. (2006). *Epidemiologi för hälsovetare – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur
- Andersson, S-I. (2002). *Hälsopsykologi, en introduktion*. Lund: Wallin & Dalholm
- Angelöw, B. & Jonsson, T. (2000). *Introduktion till socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur
- Angood, L M., Dwyer, D H., Hamilton, H., Jacobs, M. & Turner, S L. (1997). The influence of fashion magazines on the body image satisfaction of college women: An exploratory analysis. *Adolescence*, 32
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall, Inc
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall, Inc
- Bar-on, M. E., Broughton, D. D., Buttross, S., Corrigan, S., Gedissman, A., Gonzalez de Rivas, M. R., Rich, M. & Shifrin, D. L. (2001). Children, adolescents and television. *Pediatrics*, 2; 423-426
- Bispfors, Y., Lindberg, M., Lindehag, A-G. & Lindehag, L. (1995). *Hälsopedagogik, helhetssyn på barns och ungdomars hälsa*. Nyköping: ATHENA Lär AB
- Bremberg, S. (2004). *Elevhälsa – teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur
- Buhl, C. (1993) *Kampen om kroppen, om anorexi, bulimi och andra ätstörningar*. Borås: Centraltryckeriet
- Bunkholdt, V. (1997). *Psykologi. En introduktion för sjuksköterskor, socialarbetare och övrig vårdpersonal*. Lund: Studentlitteratur
- Carruth, B. & Goldberg, D. (1990). Nutritional issues of adolescents: Athletics and the body image mania. *Journal of Early Adolescence*, 10; 122-140
- Chapman, R. (1988). The great pretender: Variations on the new man theme. In O. Chapman & J. Rotherford (Eds.), *Male order: Unwrapping masculinity* (pp. 225-248). London: Lawrence and Wishart
- Danielson, M. (2006). *Svenska skolbarns hälsovanor 2005/2006*. Tillgänglig: http://www.fhi.se/upload/ar2006/Rapporter/svenska_skolbarns_halsovanor.pdf, Läst: 2006-10-11

- Dryden, W. (2002). *Skuldkänslor, vad det är och hur du övervinner dem*. Lysekil: Slussens bokförlag
- Duesund, L. (1996). *Kropp, kunskap och självuppfattning*. Falköping: Gummesons Tryckeri AB
- Durkin, S J. & Paxton S J. (2002). Predictors of vulnerability to reduced body image satisfaction and psychological wellbeing in response to exposure to idealized female media images in adolescent girls. *Journal of Psychosomatic Research*, 53; 995– 1005
- Ejlertsson, G. (2003). *Statistik för hälsovetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur
- Ejlertsson, G. (2005) *Enkäten i praktiken*. Lund: Studentlitteratur
- Engeln-Maddox, R. (2006). Buying a beauty standard or dreaming of a new life? Expectations associated with media ideals. *Psychology of Women Quarterly*, 30; 258-266
- Escobar-Chaves S. L., Tortolero S. R., Markham, C. M., Low, B. J., Eitel, P., & Thickstun, P. (2005). Impact of the Media on Adolescent Sexual Attitudes and Behaviors. *Pediatrics*, 116; 303-326
- Featherstone, M. (1994). *Kultur, kropp och konsumtion*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion
- Field, A. E., Camargo C. A., Taylor, C. B., Berkey, C. S., Roberts, S. B. & Colditz, G. A. (2001). Peer, Parent, and Media Influences on the Development of Weight Concerns and Frequent Dieting Among Preadolescent and Adolescent Girls and Boys. *Pediatrics* 107; 54-60
- Field, A. E., Cheung L., Wolf, A.M., Herzog, D. B., Gortmaker, S. L. & Colditz, G. A. (1999). Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics*, 103; 36-40
- Fischbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Folkhälsoinstitutet, (1999). *Ett liv av vikt – fem år senare*. Stockholm: Folkhälsoinstitutet
- Folkhälsoinstitutet, (2006). *Nationella folkhälsoenkäten: Hälsa på lika villkor*. Tillgänglig: http://www.fhi.se/templates/Page_10100.aspx, Läst: 2007-02-08
- Folkhälsoinstitutet & Socialstyrelsen, (1993). *Ett liv av vikt – regeringsuppdrag om anorexi/bulimi*. Stockholm: Folkhälsoinstitutet
- Fox, KR. (2000). Self-esteem, self-perceptions and exercise. *International Journal of Sport Exercise Psychology*, 31; 228-240.
- Giddens, A. (1998) *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur
- Gren, J. (2001). *Etik i pedagogens vardagsarbete*. Stockholm: Liber

- Grogan, S. (1999). *Body Image, understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Great Britan: Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn
- Grogan, S. & Wainwright, N. (1996). Growing up in the culture of slenderness – Girl's experiences of body dissatisfaction. *Women's Studies International Forum*, 19; 665-673
- Guillen, E. & Barr, S. (1994). Nutrition, dieting, and fitness messages in a magazine for adolescent women, 1970-1990. *Journal of Adolescent Health*, 15; 464-472.
- Helkama, K., Myllyniemi, R., & Liebkind, K. (2004). *Socialpsykologi – en introduktion*. Malmö: Liber
- Hill, A. & Rabe, T. (1994). *Barns syn på andra barn. En studie av barns socialisation av attityder och värderingar av andra barn med särskild tonvikt på barn med funktionshinder*. (Rapport 1994:06). Göteborg: Göteborgs Universitet, Institutionen för pedagogik
- Holmberg, O. (1994). *Ungdom och media*. Lund: Studentlitteratur
- Hwang, P. & Nilsson, B. (1996). *Utvecklingspsykologi – Från foster till vuxen*. Stockholm: Natur och kultur
- Illeris, K. (2001). *I mötet mellan Piaget, Freud och Marx*. Lund: Studentlitteratur
- Janson, A. & Danielsson, P. (2003). *Överviktiga Barn – En handbok för föräldrar och proffs*. Stockholm: Bokförlaget Forum
- Jarlbro, G. (2004). *Hälsokommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur
- Johnsson, P. (1990). *Anorexia nervosa och Bulimia nervosa – självbild, försvar och differentiering*. Lunds Universitet: Reprocentralen
- Kallings, L V. (2002). *Åtgärder mot fetma. Nationell inventering av pågående studier/projekt avseende fysisk aktivitet och kost för att förebygga övervikt och fetma*.
- Karlsson, L. (2001). *Psykologins grunder*. Lund: Studentlitteratur
- Maltby, J., Giles, D C., Barber, L. & McCutcheon L E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10; 17–32
- Mort, F. (1988). Boy's own? Masculinity, style and popular culture. In Rowena Chapman Jonathan Rutherford (Eds.), *Male order: Unwrapping nwsculinity* (pp. 193-224). London: Lawrence and Wishart
- Naidoo, J. & Wills, J. (2000). *Health Promotion, foundations for practice*. New York: Baillière.
- Nordicom-Sverige, (2006). Internet barometer 2005. Medie Notiser, Göteborgs universitet, nr 2, 2006, Tillgänglig: <http://www.nordicom.gu.se>, Läst: 2006-10-11

- Nutbeam, D. & Harris, E. (2004). *Theory in a Nutshell*. Australien: McGraw-Hill
- Olsson, B-I. & Olsson, K. (2000). *Utveckling, livsvillkor och socialisation*. Stockholm: Liber
- Pellmer, K. & Wramner, B. (2003). *Grundläggande folkhälsovetenskap*. Stockholm: Liber
- Pivarnik, J., Ode, J. & Oswald, T. (2007). Research shows BMI often not an accurate indicator of body fat. March issue of *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 3/5/2007
- Rasmussen, F. (red). (2005). *Fysisk aktivitet, matvanor, övervikt och självkänsla bland ungdomar*. Samhällsmedicin & Statens Folkhälsoinstitut (Compass-studien).
- Raustorp, A. (2006). *Fysisk självkänsla*. Uppsala: Kunskapsförlaget i Uppsala AB
- Riksidrottsförbundet, (2007). Tillgänglig: <http://www.rf.se/t2.asp?p=13288&x=1&a=902913>, Läst: 2007-03-26
- Sandberg, H. (2004). *Medier och fetma – en analys av vikt*. Lund: Sociologiska institutionen, Lunds universitet
- Schäfer-Elinder, L. & Faskunger, J. (2006). *Fysisk aktivitet och folkhälsa*. Statens folkhälsoinstitut, rapport 2006:13. Tillgänglig: http://www.fhi.se/upload/ar2006/Rapporter/R200613_Fysisk_aktivitet_0701.pdf, Läst: 070425
- Socialdepartementet, (2002). *Mål för folkhälsan*. Regeringsproposition 2002/03:35
- Socialstyrelsen, (2005). *Folkhälsorapport 2005*. Tillgänglig: <http://www.socialstyrelsen.se/NR/rdonlyres/7456A448-9F02-43F3-B776-D9CABC727A9/6169/20051114.pdf>, Läst: 2006-02-22
- Svederberg, E., Svensson, L. & Kindeberg, T. (2001). *Pedagogik i hälsofrämjande arbete*. Lund: Studentlitteratur
- Säljö, R. (2000). *Lärande i praktiken – ett sociokulturellt perspektiv*. Stockholm: Prisma
- Tiggeman, M., Gardiner, M. & Slater, A. (2000). I would rather be size 10 than have straight A's'': A focus group study of adolescent girls' wish to be thinner. *Journal of Adolescence*, 23; 645–659
- Utter, J., Neumark-Sztainer D., Wall, M. & Story, M. (2003). Reading magazine articles about dieting and associated weight control behaviors among adolescents. *Journal of adolescent health*, 32; 78-82
- Vetenskapsrådet, (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk- samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet
- Wellros, S. (1998) *Språk, kultur och social identitet*. Lund: Studentlitteratur
- World Health Organization, (1998). *Hälsa 21 – Hälsa för alla på 2000-talet*. Stockholm: Folkhälsoinstitutet.

World Health Organization, (2006). *Facts about overweight and obesity*. Tillgänglig:
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/index.html>, Läst: 2007-02-08

Bilaga 1

Till Dig som går i årskurs 1 på gymnasiet i Malmö Stad

Den här enkätundersökningen genomförs av två studenter på det Folkhälsopedagogiska programmet vid Högskolan Kristianstad, där den ingår som en del i examensarbetet. Vi vill genom den här undersökningen ta reda på vilken bild massmedia förmedlar för att påverka ungdomars självbild bland elever på gymnasiet i Malmö Stad.

Det finns inte någon annan period under människans livstid som kroppen förändras så mycket och snabbt som under ungdomsåren. Under puberteten blir kroppens utseende alltmer viktigt. I ett hjärtförebyggande hälsoprogram riktat till ungdomar i USA fann man att uppfattningen om kroppens utseende var viktigare än någon annan livsstilsfaktor för ungdomarna själva och att dess betydelse ökade med åldern.

Du har tillsammans med cirka 175 andra elever blivit utvald för den här enkätundersökningen då Du studerar på ett gymnasium i Malmö Stad.

Ditt deltagande i undersökningen är frivilligt, och Du kan när som helst avbryta Din medverkan. Det är dock viktigt för undersökningens kvalitet och trovärdighet att alla som får frågeformuläret besvarar det. Därför hoppas vi att Du vill hjälpa oss genom att besvara frågorna i enkäten så fullständigt som möjligt. Svaren från enkäterna kommer endast att användas i detta examensarbete.

Ditt deltagande i undersökningen är naturligtvis helt anonymt! Eftersom Du inte skriver ditt namn eller några andra personuppgifter i enkäten, så kan svaren inte kopplas till Dig som person. Anonymitet innebär också att det endast är vi som genomför studien, samt vår handledare, som har tillgång till enkätsvaren.

Om det är något Du undrar över i efterhand så hör gärna av dig till oss.

Tack för Din medverkan!

Malmö/Kristianstad, HT-2006

Maria Pollak
0708-874389

Jessica Wulff
0737-665937

Bilaga 2

Frågeformulär

Till Dig som svarar på denna enkät:

Genom att svara på de här frågorna hjälper du oss att få reda på mer om hur media påverkar ungdomars självbild.

- > Du skall inte skriva Ditt namn – Dina svar kommer att hållas hemliga.
- > Ingen i skolan kommer att få se Ditt ifyllda frågeformulär.
- > Läs frågorna i tur och ordning. Försök svara så ärligt Du kan.
- > Om det är svårt att välja bara ett svar, försök tänka på det som stämmer in bäst eller på det som stämmer för det mesta.

Fråga 1-4 handlar om bakgrundsfrågor om Dig själv:

1. Ange Ditt kön Kvinna
 Man
2. Vilket program studerar Du på?
3. Ange Din längd i cmcm
4. Ange Din vikt i kgkg

Fråga 5-9 handlar om hur mycket Du tittar på TV och läser tidningar:

5. Hur många TV-apparater har Du och Din familj i ert hem? 1
 2
 3 eller fler
6. Har Du egen TV på ditt rum? Ja
 Nej
7. Hur många timmar per dag tittar Du på TV i genomsnitt? Mer än 7 timmar/dag
 5-6 timmar/dag
 3-4 timmar/dag
 1-2 timmar/dag
 Mindre än 1 timme/dag

8. När TV visar nedanstående program, hur ofta tittar Du då på:

a) Dokusåpor

(ex. Big Brother, Baren, Paradise Hotel)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

b) Talangprogram

(ex. Idol, Floor Filler, Fame Factory)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

c) Mat- och träningsprogram

(ex. Du är vad du äter, Toppform, Biggest Loser)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

d) Modeprogram

(ex. Sofis mode, Top Model, Project Runway)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

9. Hur ofta läser Du:

a) Modetidningar

(ex. Veckorevyn, SOLO, King)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

b) Hälsa- och träningstidningar

(ex. Fitness Magazine, Hälsa, Toppform)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

c) Kvällstidningar och dess bilagor

(ex. Kvällsposten, Aftonbladet)

- Varje dag
- 5-6 dagar/vecka
- 3-4 dagar/vecka
- 1-2 dagar/vecka
- Mindre än 1 gång/vecka

d) Böcker som behandlar träning
kost och hälsa

- Varje dag
 - 5-6 dagar/vecka
 - 3-4 dagar/vecka
 - 1-2 dagar/vecka
 - Mindre än 1 gång/vecka
-

Fråga 10-13 handlar om Din attityd till media och motion:

10. Din attityd till media:

a) I vilken omfattning tror Du att
bilder i tidningar påverkar Din syn
på vad som är den perfekta kroppen?

- Väldigt mycket
- Ganska mycket
- Varken mycket eller litet
- Ganska litet
- Väldigt litet

b) I vilken omfattning tror Du att
bilderna i tidningarna påverkar Dig
till att vilja förändra din vikt?

- Väldigt mycket
- Ganska mycket
- Varken mycket eller litet
- Ganska litet
- Väldigt litet

c) I vilken omfattning tror Du att
bilderna i tidningarna påverkar Dig
till att vilja träna mer?

- Väldigt mycket
- Ganska mycket
- Varken mycket eller litet
- Ganska litet
- Väldigt litet

**11a) Har ett TV-program/tidning
fått Dig till att vilja gå ner i vikt?**

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om Du har svarat Nej eller Vet inte på fråga 11a, gå vidare till fråga 12a.

b) Vilket TV-program/tidning fick Dig till att vilja gå ner i vikt?

.....
.....

c) Vilken diet/metod följde Du?

.....
.....

12a) Har ett TV-program/tidning fått Dig till att vilja träna för att få större muskler?

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om Du har svarat Nej eller Vet inte på fråga 12a, gå vidare till fråga 13.

b) Vilket TV-program/tidning fick Dig till att vilja träna för att få större muskler?

.....
.....

13. Din attityd till motion:

a) Hur ofta motionerar Du så att Du blir andfådd/svettas?

- Varje dag
- 4–6 gånger/vecka
- 2–3 gånger/vecka
- 1 gång/vecka
- 1 gång/månad
- Mindre än 1 gång/månad
- Aldrig

b) Varför motionerar Du?
Flera svarsalternativ får väljas

- Umgås med kompisar
- Det är roligt
- Jag mår bra av det
- Jag får dåligt samvete om jag inte motionerar
- Jag vill gå ner i fettvikt
- Jag vill öka muskelvolymen/-styrkan
- Jag vill förbättra konditionen
- Annat, vad?.....

Fråga nr 14 handlar om Dig själv och Ditt liv:

**14. Hur nöjd eller missnöjd är Du med
Ditt liv i följande avseenden?**

- | | |
|-----------------------------|---|
| a) Ditt liv i allmänhet: | <input type="checkbox"/> Mycket nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Varken nöjd eller missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Mycket missnöjd |
| b) Din fritid: | <input type="checkbox"/> Mycket nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Varken nöjd eller missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Mycket missnöjd |
| c) Ditt umgänge med vänner: | <input type="checkbox"/> Mycket nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Varken nöjd eller missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Mycket missnöjd |
| d) Din kropp: | <input type="checkbox"/> Mycket nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Varken nöjd eller missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Mycket missnöjd |
| e) Din vikt: | <input type="checkbox"/> Mycket nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska nöjd |
| | <input type="checkbox"/> Varken nöjd eller missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Ganska missnöjd |
| | <input type="checkbox"/> Mycket missnöjd |

Tack för Din medverkan!