



AKADEMIN FÖR HÄLSA OCH ARBETSLIV  
Avdelningen för arbets- och folkhälsovetenskap

---

Unga män, kroppsideal och sociala media - en intervjustudie  
om hur hälsobudskap i media framställs bland unga män

Daniel Hawkins

VT 2017

Hälsopedagogiska programmet  
Folkhälsovetenskap, teori, metod och examensarbete 15 hp

Handledare: Anneli Marttila  
Examinator: Maria Lennernäs Wiklund

---

## Young men, body ideals and social media – an interview study on how health messages in media is presented among young men

Hawkins, D. (2017). *Young men, body ideals and social media – an interview study on how health messages in media is presented among young men*. Bachelor thesis in Public Health Science. Department of Occupational and Public Health Science. Faculty of Health and Occupational Studies. University of Gävle, Sweden.

### *Abstract*

**Background:** The easy access to social media and a focus on male and female body ideals that are presented in social media can lead to depression, anxiety and physical inactivity. From a public health perspective, the importance of a deeper knowledge of this phenomenon is essential for young women and men, and past studies of this subject among young men are few **Aim:** The purpose of this study was to study young men's experiences and perceptions of their own health and body ideals in relation to health and body ideals presented on social media. **Method:** The study was conducted with an inductive approach with semi-structured interviews as data collection method. The sample consisted of six people between the ages of 18-25 who exercised at least twice a week. The material was analyzed using a thematic analysis. **Results:** The analysis of the results led to a main theme: Social media, health and body ideals – an interaction. The main theme consists of four sub-themes: Health as a resource, ill health as an obstacle, body ideals and ways to reach them, and media as an impact factor. In these sub-themes, codes were found, each of which relate to the main theme. **Conclusion:** Health is a comprehensive concept that includes many factors that contribute to a healthy lifestyle. The mass media's production of health images is perceived by interviewed in this study as a fixation of the body ideals versus subjective health. For these participants, the experience of misleading health information is readily available while the correct health information is perceived as more difficult to get ahold of.

**Keywords:** *Social media, health and body ideals, health information*

## Unga män, kroppsideal och sociala media – en intervjustudie om hur hälsobudskap i media framställs bland unga män

### Sammanfattning

**Bakgrund:** Den lätta åtkomsten till sociala medier och fokus kring de manliga och kvinnliga kroppsidealerna som framställs i media kan leda till depressioner, ångest och fysisk inaktivitet. Utifrån ett folkhälsoperspektiv är vikten av en djupare kunskap kring detta fenomen väsentlig bland unga kvinnor och män och tidigare studier kring detta bland unga män är få. **Syfte:** Syftet med studien var att studera unga mäns erfarenheter och uppfattningar om sin hälsa och kroppsideal som framställs på sociala medier.

**Metod:** Studien genomfördes med en induktiv ansats med semistrukturerade intervjuer som datainsamlingsmetod. Urvalet bestod av sex personer i åldrarna 18–25 år som tränade minst två gånger i veckan. En tematisk analys användes vid analys av materialet. **Resultat:** Analysen resulterade i ett huvudtema: Sociala media, hälsa och kroppsideal, en växelverkan. Detta huvudtema resulterade i fyra underteman: Hälsa som resurs, ohälsa som hinder, kroppsideal och vägar dit, samt media som påverkansfaktor. I dessa underteman hittades koder som samtliga har en relation till huvudtemat. **Slutsats:** Hälsa är ett omfattande begrepp som innefattar fler faktorer som bidrar till en hälsosam livsstil. Massmedias framställning av hälsa uppfattas av denna grupp som en fixering av de kroppsliga idealen kontra den subjektiva hälsan. För dessa deltagare är upplevelsen av vilseledande hälsoinformation lättillgänglig medan den korrekta hälsoinformationen uppfattas som svårare att nå.

**Nyckelord:** Sociala medier, hälsa och kroppsideal, hälsobudskap

## Innehåll

1. Inledning.....	6
2. Bakgrund .....	6
2.1 Hälsobegreppet och folkhälsomål .....	6
2.2 Folkhälsoperspektiv.....	7
2.3 Barn och ungas uppväxtvillkor och psykisk hälsa.....	8
2.4 Fysisk aktivitet.....	8
2.5 Sociala medier .....	9
2.6 Vilken bild av hälsa visas i massmedia? .....	9
2.7 Kroppsuppfattning genom tiden .....	11
2.8 Självkänsla.....	11
2. Problemformulering .....	12
3. Syfte.....	12
3.1 Frågeställningar .....	12
4. Metod och genomförande.....	13
4.1 Urval .....	13
4.2 Genomförande .....	13
4.3 Analysmetod.....	13
4.4 Forskningsetiska principer.....	15
5. Resultat .....	15
5.1 Sociala media, hälsa och kroppsideal - en växelverkan .....	16
5.2 Hälsa som resurs.....	16
5.2.1 Må bra, både fysiskt och psykiskt .....	16
5.2.2 Fria valmöjligheter .....	16
5.3 Ohälsa som hinder .....	17
5.3.1 Rutiner är avgörande – ostrukturerad vardag .....	17
5.4 Kroppsideal och vägar dit.....	17
5.4.1 Genvägar.....	17
5.2 Media som påverkansfaktor .....	18
5.2.1 Reklam på gott och ont.....	18
5.2.2 Ansvar.....	19
6. Diskussion .....	20
6.1 Resultatdiskussion .....	20
6.2 Konsekvenser .....	21
6.3 Metoddiskussion.....	22
7. Förslag till vidareforskning .....	22
8. Slutsats .....	23
9. Tack .....	23
Referenser .....	24
Bilaga 1 .....	27
Bilaga 2.....	28

## Begreppsförklaringar

### **”Adds”**

Adds är en form av internet reklam/annons som förekommer på internet.

### **”Cleana”**

Ett slanguttryck inom träning/fitness, vilket betyder att om en person är ”clean” tar personen inga förbjudna tillskott.

### **”Fitness-människor”**

Aktiva personer inom träning, främst på tävlingsnivå.

## 1. Inledning

Utvecklingen det senaste seklet har gått från ett jordbrukssamhälle till ett högteknologiskt samhälle där sociala medier blivit en social mötesplats där människor kan interagera med varandra. På dessa plattformar finns en mängd olika reklam och budskap för vad som är hälsa och såväl hälso- och sjukvården som privata företag och organisationer använder dessa plattformar för att kommunicera med människor kring en hälsosam livsstil. Tillgängligheten till sociala medier och den ständiga fokusen kring hur manliga och kvinnliga kroppar ska se ut enligt media kan bidra till beteenden som kan leda till t.ex. depressioner, fysisk inaktivitet och ångest ökar (Brown & Bobkowski 2011).

Denna uppsats syftar till att öka förståelsen för hur unga män beskriver att de upplever hälsobudskap via sociala medier. Målet är att fylla gapet av kunskap på området och skapa en ökad medvetenhet om vilket kroppsideal och hälsoinformation som sociala medier förmedlar till unga män.

## 2. Bakgrund

### 2.1 Hälsobegreppet och folkhälsomål

Hur människor i vardagen uppfattar begreppet hälsa kan vara olika. Den mest kända definitionen av hälsa som används i olika sammanhang har formulerats av Världshälsoorganisationen (WHO):

*”Hälsa är ett tillstånd av fullkomligt fysiskt, psykiskt och socialt välbefinnande, inte endast frånvaro från sjukdom” (WHO 1948).*

Fysiskt och kroppsligt välbefinnande innebär fysisk aktivitet och frånvaro av smärta som är en grundförutsättning för hälsa (Folkhälsomyndigheten 2006). Psykiskt välbefinnande eller psykisk hälsa i sin helhet är svårdefinierat. Med psykisk hälsa menas den hälsorelaterade upplevda livskvalitén, det upplevda välbefinnandet och funktion i vardagen (Folkhälsomyndigheten 2017). Socialt välbefinnande och delaktigheten i ett socialt sammanhang är väsentligt för människors hälsa. Att känna sig behövd, bekräftad och tillhöra en gemenskap i det vardagliga livet, på arbetet, i skolan, bland vänner och familj påverkar hälsan i stor utsträckning (Statens folkhälsoinstitut 2005).

Ett annat sätt att tolka begreppet hälsa är enligt Antonovsky (2005) när en individ har en känsla av sammanhang med andra ord KASAM. KASAM innebär att individen känner en begriplighet och hanterbarhet i sin livssituation, individen upplever en meningsfullhet med sin vardag (ibid).

Årligen genomförs i Sverige en nationell studie med uppgift att undersöka människors (befolkningens) subjektiva upplevelse av hälsa, den så kallade självskattade hälsan. I undersökningen ligger intresset i att undersöka levnadsvillkor och livsvillkor för att se hur hälsan hos befolkningen ser ut och därmed kunna följa förändringar i hälsan över tid (Folkhälsomyndigheten 2016).

I den nationella folkhälsoenkäten finns frågor om hälsa generellt, men med större fokus på den självskattade hälsan, omfattande frågor om levnadsvanor, sysselsättning, ekonomiska förhållanden, trygghet och sociala relationer. Den självskattade hälsan kan förklaras enligt Folkhälsomyndigheten (2016) som ett mätinstrument som visar hur hälsan hos befolkningen i samhället uppfattas.

Det finns faktorer som påverkar hälsan, dessa kallas för hälsans bestämningsfaktorer (Dahlgren & Whitehead 1991). De grundläggande faktorerna för hälsa är kön, arv och ålder (ibid). Inom dessa bestämningsfaktorer finns det s.k. livsstilsfaktorer som avgörs utifrån levnadsvanor respektive individ har. Exempel på livsstilsfaktorer är matvanor, sömnvanor, rökvanor och alkohol. Syftet med hälsans bestämningsfaktorer och vikten av att rapportera resultaten av befolkningens hälsa är att kontinuerligt förbättra hälsan hos befolkningen (ibid).

## 2.2 Folkhälsoperspektiv

Utifrån ett folkhälsoperspektiv är fokus i denna studie att uppmärksamma på vilket sätt föreställningar om hälsa och kroppsideal framställs i sociala media. Den fysiska aktiviteten som tidigare nämnts är viktig för både hälsan och välbefinnandet, men kroppsideal och ”pressen” att se ut på ett visst sätt för att passa in kan skapa psykisk ohälsa vilket är viktigt att uppmärksamma. Utifrån ett folkhälsoperspektiv är det viktigt att studera både unga kvinnors och mäns uppfattningar om detta och studier kring detta bland unga män är få.

Redan från tidig ålder finns det möjligheter till att försöka motverka psykisk ohälsa, enligt Statens folkhälsoinstitut (2010) visar sig trygga familjeförhållanden samt stödande närmiljöer som till exempel förskolan och skolan ha en stark koppling till att motverka psykisk ohälsa senare i livet. Fysisk aktivitet är också en aspekt som uppmuntras dagligen via bland annat reklam vilket kan uppfattas som något positivt, men den positiva reklamen av fysisk aktivitet kan uppfattas olika beroende på vilka aktörer som sprider budskapen och hur budskapen presenteras. De centrala myndigheter i samhället kan inte på egen hand ansvara för alla typer av hälsoinformation som sprids,

men har möjligheten att se över reglerna över hur och vilken hälsoinformation som sprids vare sig det gäller kommersiell eller ideell reklam (Palm & Sandberg 2004).

### **2.3 Barn och ungas uppväxtvillkor och psykisk hälsa**

Det finns elva folkhälsomål i Sverige som ska fungera som riktlinjer för att skapa samhälleliga förutsättningar för en hälsa på lika villkor (Folkhälsomyndigheten 2016). Ett av de elva folkhälsoområdena inbegriper barn och ungas uppväxtvillkor, där uppväxten och miljön i hemmet är viktiga faktorer som påverkar hälsan redan i ett tidigt stadium. Forskning tyder på att de förhållanden som byggs upp från tidig ålder har en relevans för den psykiska hälsan de kommande åren (Statens folkhälsoinstitut 2010). Larsson & Fagrell (2010) menar att ungdomar vars föräldrar är auktoritära visar sig utveckla bättre anpassningsförmåga, bättre skolresultat och mindre psykosomatiska besvär vilket kan leda till en bättre psykisk hälsa senare i livet. Dåliga relationer mellan ungdomar och föräldrar ökar risken för psykisk ohälsa hos ungdomar (ibid).

Enligt Socialstyrelsens folkhälsorapport (2009) upplever allt fler ungdomar oro, ångest och söker vård för depressioner än tidigare. Varje år utförs en årlig rapport som kartlägger internetanvändningen i Sverige (Soi 2015), där ungdomar/unga vuxna i åldrarna 16–25 stod för majoriteten av användningen. En riskfaktor som kan påverka unga män redan i tidig ålder är bland annat sociala medier i den bemärkelsen att ”de perfekta” kroppsidealen ofta framställs i modetidningar, reklamer och sociala medier (Rysst 2010).

### **2.4 Fysisk aktivitet**

Ett annat av de elva folkhälsomålen i Sverige handlar om fysisk aktivitet. Målet är att på lång sikt utveckla och stimulera till en ökad fysisk aktivitet bland barn, vuxna och äldre. Med fysisk aktivitet menas all fysisk aktivitet som förbättrar hälsan och den fysiska kapaciteten utan att leda till skada eller risk för skada (Folkhälsomyndigheten 2006). Till exempel vardagsaktiviteter som en promenad eller en cykeltur men även motion och fysisk träning. Fysisk aktivitet kan utföras överallt från situps i hemmet till ett träningspass på det lokala gymmet. Att alla individer i samhället sköter om sin kropp har nästintill blivit en samhällsangelägenhet (Larsson & Fagrell 2010). Många aktörer i samhället verkar tillsammans för att försöka påverka samhällets invånare till att ta sitt ansvar och ta hand om sin hälsa. De individer som är fysiskt inaktiva sätter sin framtida hälsa på spel och förkortar sitt liv (ibid). I enlighet med Folkhälsomyndighetens ”Folkhälsopolitiska rapport 2010” visade sig samhällets kostnader för fysisk inaktivitet vara upp till sju miljarder kronor varje år.



I denna studie är fokus på att studera hur unga män beskriver hur de uppfattar hälsa och ohälsa samt sociala mediers påverkan på dessa uppfattningar.

## 2.5 Sociala medier

Sociala medier är ett samlingsbegrepp för bland annat mobila applikationer dvs. tillämpningsprogram som t ex. kontaktbok, kalender och SMS- och chatprogram men också ”webbplatser” till hjälp för att människor ska kunna interagera i sociala nätverk (Skolverket 2015). När sociala nätverk och medier växer sig större kan dessa plattformar användas på olika sätt. I en studie av Kite, Foley, Grunseit, & Freeman, (2016), undersöktes hur många människor som valde att gå in på reklamers hemsida relaterade till hälsa som spreds via ”Facebook”, ett av de större sociala nätverken. Studien visade att ju större publicitet hälsorelaterade videoklipp och bilder har, desto mer spridningar och likes fick reklamerna. ”Sociala applikationer” används numera globalt i både låg-, medel- och höginkomstländer och används som verktyg för både reklamer av olika slag och hälsokommunikation. Vidare belyser studien att många privata företag använder sig av sociala medier för att marknadsföra sig genom att skapa hemsidor som visar reklamer om t.ex. kostråd, viktnedgång, viktökning, träning och kosttillskott (ibid).

Användandet av sociala medier är som tidigare nämnt ett alternativ för människor att kunna ha en möjlighet att interagera med varandra (Skolverket 2015). I dagsläget har vi ständigt tillgång till både bloggar (dvs. en webbdagbok), tidningar, tv, internet och via telefonen. De mest betydelsefulla kanalerna för massmedia är fyllda av köpta annonser i både TV, radio, direktreklam och internetreklam (Palm & Sandberg 2004).

## 2.6 Vilken bild av hälsa visas i massmedia?

Överallt där massmedia har sitt fotfäste omges vi människor av bilder och reklam om hur man bör se ut enligt de skönhetsideal som finns i samhället (Barlett, Vowels och Saucier 2008). Författarna använde sig utav två meta-analyser i två korrelationsstudier för att undersöka i vilken utsträckning deltagarna anpassat sig efter massmedias bild utav hur ”ideal-kroppen” ska se ut. Syftet med meta-analyserna var att fastställa relationerna mellan exponering av kroppsideal och negativ självbild. Undersökningarna visade att unga män påverkas av att vilja öka i muskelmassa samt att gå ner i vikt på grund utav de kroppsideal som framställs i media och människor nästintill ”pressas” till att anpassa sig efter samhällets normer; att utseendet bör vara på ett visst sätt. Detta kan i sin tur leda till negativt beteende i form av ångest och negativa tankar om sig själv.

Trycket från massmedia visade sig i studien ha en koppling till unga mäns kroppsuppfattning och självkänsla (ibid).

Hälsobudskap i sociala medier ska i grunden vara korrekt enligt Nationella folkhälsokommittén (2004). Medias framställning av hälsoinformation kan komma att vridas åt både det dramatiska och kommersiella hållet vilket leder till risk för missuppfattningar av själva grundinformationen (Palm & Sandberg 2004).

Media har en betydelsefull direkt inverkan på människors attityder, hälsobeteenden och värderingar (Sandberg 2005). Det finns ett behov att reflektera över hälsobudskapen som förmedlas i sociala medier för att i sin tur kunna sprida åtskilliga budskap om att vara nöjd över hur man ser ut. Hälsokommunikationen i samhället kan komma att framföras på olika sätt, allt från en personlig tränare på ett lokalt gym till en reklam för ett träningsredskap hemma i tv-rutan. Med andra ord är kommunikationen ständigt närvarande och föränderlig (ibid).

Larsson & Fagrell (2010) förklarar att det finns en förväntan bland samtliga individer i samhället att inte bara ta ansvar för sin egen hälsa utan också ta till sig av de ideal som formas av samhället. Det finns både synliga och osynliga påverkansfaktorer, informationsflödet används utav olika medier för att föra ut budskap som påverkar individernas sätt att tänka och handla (ibid).

Den mängd informationskällor som finns idag via tv, sociala applikationer, dagstidningar och telefoner har lett till ett stort överflöd av budskap kopplat till både hälsa och ohälsa. Upplevelsen av hälsobudskap som inte gett den effekt som önskats är ett problem, istället för att vägleda människor till en bättre hälsa leder allt fler budskap människor i motsatt riktning. Detta kan vara på grund utav att den relevanta hälsoinformation som sprids inte når fram till människor (Sandberg 2005).

I en studie av Karazsia, Crowther, & Galioto (2013), beskrivs spridningen via sociala medier som en av de viktigaste komponenterna till varför kroppsidealen i samhället ser ut som de gör. Samhällsidealen som menar att kvinnor bör ha en smal kroppsform för att vara tilltalande och männen bör vara muskulösa för att anses vara attraktiva. I studien beskrivs även en påverkansprocess bland unga män gällande träning där de medverkande männen i studien visade sig jämföra sig med varandra utseendemässigt mer än vad kvinnorna gjorde. Vidare i studien påvisas även ett intresse för användning av dopningspreparat som följd till den sociala pressen bland män i träningsmiljö (ibid).

Enligt De Jesus, et al (2015) fungerar sociala medier som en motivationsfaktor på både gott och ont. Den attraktion av det manliga kroppsidealet som formats av samhället blir en typ av målsättning där strävan efter de manliga normerna i slutändan består av att inneha så lite kroppsfett och samtidigt så mycket muskler som möjligt (ibid).

## 2.7 Kroppsuppfattning genom tiden

Kroppsuppfattningen genom åren har varit olika, men det var under antikens Grekland kroppen blev ett huvudämne på kartan (Larsson & Fagrell 2010). Den muskulösa manliga kroppen med sex-pack var dock inte det idealet som eftersträvades, den muskulösa och fettfria kroppen ansågs vara ett resultat av ett samhälle som grundats genom slavarbete (ibid).

Det var inte förrän sent 1700-tal då kroppen ansågs vara mer än en maskin, rationaliseringen och förnuftet växte fram (Larsson & Fagrell 2010). En mer omfattande kunskapsbildning av kroppsutveckling blev i fokus, fler aspekter hörde till denna f.d. maskin än vad som beaktats tidigare. Kroppen var inte bara ett objekt (kroppen betraktas utifrån) utan även ett subjekt (hur kroppen upplevs inifrån) (ibid).

Under 1800 till tidigt 1900 tal började kroppsutveckling förknippas med olika samhällsgrupper, ett växande intresse av att förbättra sin sociala ställning i dåtidens samhälle. Individerna och samhället ansågs utvecklas tillsammans, en förändring i samhället påverkar individen som i sin tur förändras. Kroppsuppfattningen förändrades i den mån att kroppen som subjekt, de "känslor" människor upplevde definierade ett nytt sätt att förstå kroppen på (ibid).

I dagens samhälle som nämnts tidigare har individer blivit en social markör där vi medvetet eller omedvetet kan signalera vilka vi är via endast kroppsspråk. Kroppen och utseendet är huvudmålet samtidigt som hälsobudskapen i samhället bidrar till ett paradoxalt kaos då media framställer budskap där samhällsinvånare rekommenderas att leva hälsosamt och sköta om kroppen (Larsson & Fagrell 2010). Ett utseendefixerat samhälle skapar en osäkerhet och ett sökande efter bekräftelse hos individer där en kontinuerlig reflektion av hur andra människor uppfattar en själv.

## 2.8 Självkänsla

Självkänsla innebär hur man ser och tänker om sig själv. Den kan både ha en positiv och negativ inverkan på en individ (Ungdomsmottagningen 2017). Pressen att anpassa sig utefter samhällets normer som påstås vara hälsosamma kan upplevas jobbiga och även ouppnåeliga. Detta kan leda till en sämre kroppsuppfattning och dålig självkänsla (Larsson & Fagrell 2010). Något som ytterligare kan leda till en dålig självkänsla hos unga vuxna kan vara den reklam som media publicerar dagligen (Jeffers, Cotter, Snipes & Benotsch 2013).

I en studie av Ahadzadeh, Pahlevan Sharif och Ong (2017) beskrivs den mobila sociala applikationen Instagram som ett av de större sociala medierna när det kommer till

popularitet (antal användare). Studiens syfte var att undersöka hur användandet av applikationen påverkade självkänslan. 273 universitetsstudenter deltog i undersökningen som skedde via Internet. Hypotesen i studien var att användandet av denna applikation skulle framställa en känsla av missnöje om deltagarnas utseende. Resultatet visade att applikationen påverkade deltagarna i studien negativt efter deltagarna dagligen använt applikationen under en bestämd tid. Den dagliga användningen av applikationen hade medfört negativa tankar om deltagarnas egna kroppar.

Tidigare forskning pekar på flertal studier som undersökt unga kvinnors psykiska välmående såväl som psykiska ohälsa via sociala medier, exempelvis Sheldon (2010) och Cohen & Blaszczynskis (2015) studier. Men studier med liknande upplägg gjorda på unga män är få.

## **2. Problemformulering**

I dagsläget finns det genomförda studier som handlar om kvinnors självskattade hälsa och hur de påverkas av olika budskap, aktörer och avsändare i sociala medier. Forskningsunderlaget för mäns psykiska hälsa och hur män påverkas av sociala medier är nästintill obefintlig. För att fylla gapet av kunskap på området behövs mer kunskap om hur unga män upplever hälsoinformation och kommunikation via sociala medier. I alla typer av sociala medier idag ser vi människor som pressar sin kropp till att medverka i tävlingar där målet är att ha så pass mycket muskelmassa och lite fett som möjligt på kroppen. Kan det vara att sociala medier påverkar den självupplevda hälsan vare sig vi är medvetna om det eller inte, negativt såväl som positivt? Media är något som berör alla dagligen och det vi inte tänker på är vad resultatet eller konsekvenserna av det kan bli.

## **3. Syfte**

Syftet med studien är att undersöka unga mäns erfarenheter och uppfattningar om sin hälsa och de kroppsideal som framställs på sociala medier.

### **3.1 Frågeställningar**

Vad är en bra hälsa?  
Varför tränar intervjupersonen?  
Hur beskrivs den ideala kroppsformen?  
Vad gör intervjupersonen för att uppnå sitt kroppsideal?  
Hur upplevs hälsoinformation från sociala medier?

## 4. Metod och genomförande

En kvalitativ forskningsmetod med en induktiv ansats ansågs passande för denna studie då syftet är att undersöka och beskriva unga mäns egna erfarenheter, uppfattningar och åsikter (Bryman 2011). Kvalitativa undersökningar ger detaljrik och nyanserad information om den sociala verklighet som undersöks (ibid).

### 4.1 Urval

Urvalet i denna studie sex unga män i åldrarna 18 till 25.

Inklusionskriterier: Deltagarna skulle vara män över 18 år och upp till 25 år samt uppge att de tränar regelbundet (minst två gånger per vecka).

Exklusionskriterier: Män som är under 18 år eller över 25 år samt män som säger sig inte träna regelbundet.

### 4.2 Genomförande

Studien genomfördes med semi-strukturerade intervjuer med studiens frågeställningar och syfte i fokus, detta ledde till fyra olika frågeteman (se Intervjuguide, bilaga 1) som författaren konstruerade i samråd med handledaren. Dessa framkomna teman var uppfattningar om hälsa, hälsoinformation, hälsa i sociala medier och egen hälsa i relation till massmedia. Intervjufrågorna konstruerades utifrån studiens syfte och frågorna var öppna även om en tematiserad intervjuguide fanns tillgänglig kunde ordningsföljden variera beroende på vad deltagarna svarade på tidigare ställda frågor (Bryman 2011).

Den första kontakten med intervjupersonerna skedde på två olika träningsanläggningar i Uppsala efter att ha kontaktat platsansvarig som gav sitt godkännande att utföra studien på gymmen. Författaren kontaktade sedan fjorton slumpmässigt utvalda män i entrén på de olika gymmen, de blev informerade om studien och fick läsa informationsbrevet (se bilaga 2). Sedan genomfördes en beskrivning av deltagarnas rättigheter i enlighet med de forskningsetiska aspekterna. Av fjorton tillfrågade individer ställde sex av dessa upp på en intervju och deltog i studien. Intervjupersonerna informerades om att de när som helst kunde avbryta sitt deltagande och avstå från att svara på frågor.

Intervjuerna utfördes i entrén på respektive träningsanläggning och varierade mellan femton och trettio minuter. Av de deltagande i studien uppfyllde alla inklusionskriterierna. För att säkerställa att ingen information uteslöts spelades alla intervjuer in efter godkännande. Efter detta transkriberades varje intervju ordagrant.

### 4.3 Analytisk metod

För att sammanställa resultatet av insamlade data har en induktiv tematisk analys

genomförts. Då detta är ett outforskat område passar det med en induktiv ansats där datainsamlingen och analysen redogör möjligheter till att dra slutsatser utifrån deltagarnas erfarenheter (Bryman 2011).

Valet av att använda en tematisk analys som metod är på grund utav den detaljrika data som kan samlas in och kan bearbetas på olika sätt. Enligt Braun & Clarke (2006) är en tematisk analys en väl vald metod där datainsamlingen redogör erfarenheter, betydelser och händelser och är särskilt lämplig att användas i studier där den tidigare kunskapen är begränsad.

Den tematiska analys som genomfördes utgick ifrån Braun & Clarke (2006) sex stegs tematiska analys (se tabell 1). Den tematiska analysen användes för att hitta mönster, potentiella värdefulla meningar i kodningen av det insamlade datamaterialet genom att upprepat läsa igenom innehållet. Efter att ha bekantat sig med det insamlade materialet skapades inledande koder utifrån varje intervju. Koderna från varje enskild intervju sammanställdes till potentiella teman och underteman. Dessa teman tittades noggrant igenom för att se till att de teman som uppkommit stämde överens och passade till de koder och datainformation som insamlats. Därefter analyserades de uppkomna potentiella teman för att upptäcka eventuella mönster och kategorier sinsemellan. Materialet inom varje tema finslipades så att grundinformationen blev så tydlig som möjligt att förstå. Den information som bearbetats fram bör nu förklaras utav det övergripiga huvudtemat. Avslutningsvis valdes de citat som mest kunde framställa innehållet av varje kod.

Tabell 1. Sex steg i den tematiska analysen översatt från Braun och Clarke 2006.

1. Läsa igenom och bekanta sig med materialet	Ta anteckningar och transkribera materialet
2. Koda materialet	Sammanställa materialet och insamla data som är av betydelse för varje enskild kod
3. Söka efter teman	Letande efter potentiella teman genom att sammanställa koder som är tillämplig till tillhörande tema
4. Utveckla samt se över teman	Granska om de uppkomna teman passar till de kodade materialet
5. Definiera och namnge teman	Se över vad temat i själva verket berättar, skapa definitioner namnge teman samt finslipa på detaljerna i varje tema
6. Forma rapporten	Välja ut citat som mest beskriver resultatet inom alla teman i studien i

	relation till forskningsfråga samt litteratur.
--	--

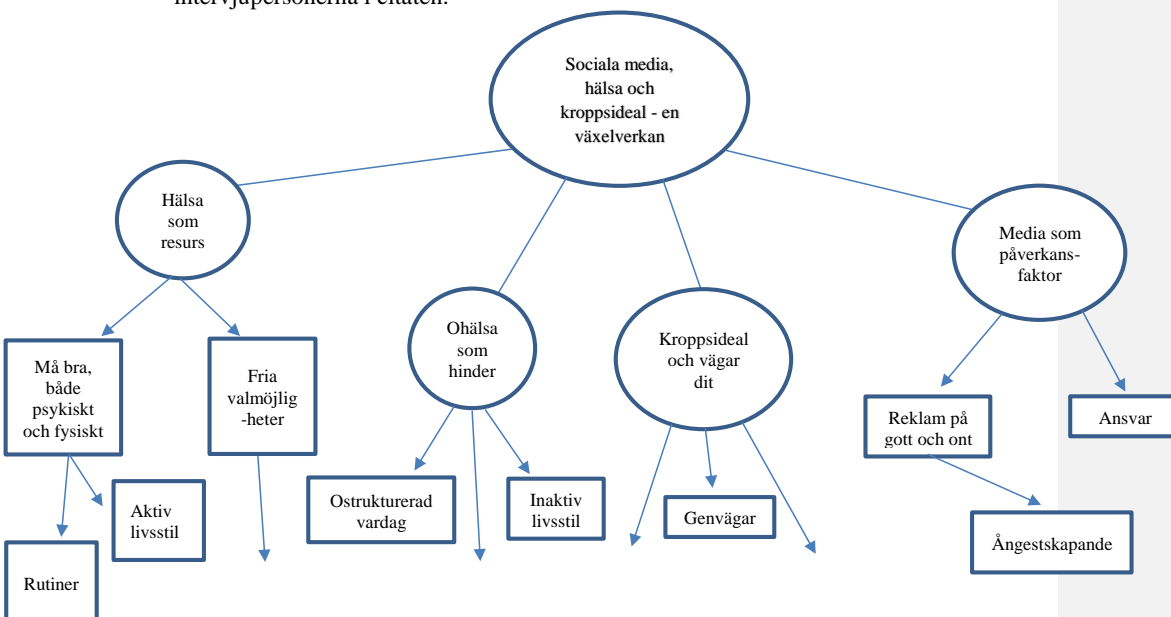
#### 4.4 Forskningsetiska principer

Under arbetets gång kom studien att utgå ifrån de fyra forskningsetiska principerna; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Dessa principer innebar att deltagandet i studien är frivilligt och de deltagande hade rätt att avbryta sin medverkan när som helst. All information som samlades in under denna undersökning används endast till denna uppsats (Vetenskapsrådet 2002). Innan varje enskild intervju lästes dessa fyra forskningsetiska principer upp tillsammans med deltagarna, detta för att undvika missförstånd och deltagarna får då även en mer tydlig bild av deras rättigheter i studien. Resultatet redovisas på så sätt så ingen enskild person kan kännas igen.

### 5. Resultat

I samband med analysen av intervjuerna uppkom ett tema, resultatets huvudtema. Detta tema består utav fyra underteman som i sin tur består utav fjorton koder som beskriver deltagarnas erfarenheter och uppfattningar om kroppsideal och hälsoinformation som framställs via sociala medier.

Figuren nedan visar en tematisk karta som visar hur huvudtema, underteman och koder förknippas. I redovisningen av resultatet används förkortningen P för de deltagande intervjupersonerna i citaten.





Figur 1. Tematisk karta över huvudtema, underteman i relation till koder

### 5.1 Sociala media, hälsa och kroppsideal - en växelverkan

Sammanfattningsvis utifrån intervjuerna uppkom ett huvudtema, sociala media, hälsa och kroppsideal - en växelverkan. Detta på grund utav att de som blev intervjuade ansåg att ämnena påverkar varandra på ett eller annat sätt. Nedan redovisas de fyra underteman som konstruerades i analys.

### 5.2 Hälsa som resurs

#### 5.2.1 Må bra, både fysiskt och psykiskt

Majoriteten av intervjupersonerna beskrev vikten av en god hälsa som en självklarhet. I intervjuerna framkom att rutin och struktur i vardagen var en av grundpelarna till ett fysiskt och psykiskt välmående vilket betyder en god hälsa enligt intervjupersonerna. Detta genom att intervjupersonerna ansåg att utan rutiner i det vardagliga livet finns ingen motivation till varken regelbunden fysisk aktivitet, goda matvanor och en aktiv social samvaro. Enligt intervjupersonerna är det de strukturerade rutinerna som tillsammans skapar den disciplin som behövs till att utföra dessa aktiviteter för att uppnå en god hälsa.

*” Att jag mår bra, man ska må bra och ha en bra hälsa. Det får jag av att träna, och då får jag en fysiskt bra hälsa men även av träning får jag en psykisk bra hälsa, för jag mår mycket bättre, blir klarare i skallen och får rutiner om dagen...” (P1)*

Fysiskt och psykiskt välbefinnande med en aktiv social samvaro framkom som ett upprepat svar bland intervjupersonerna då begreppet hälsa ansågs vara väldigt omfattande.

#### 5.2.2 Fria valmöjligheter

Fria valmöjligheter att kunna göra precis vad som helst utan en tanke på någon form av begränsning, var ytterligare ett gemensamt återkommande svar då begreppet hälsa skulle förklaras av intervjupersonerna. En känsla av kontroll inom alla områden i livet, vilket innebar regelbundna matvanor och fysisk aktivitet såväl som ett socialt aktivt liv både på fritiden och på arbetet menade intervjupersonerna var ett sätt att känna en kontroll över sin egen hälsa.



## 5.3 Ohälsa som hinder

### 5.3.1 Rutiner är avgörande – ostrukturerad vardag

Utan bestämda rutiner i vardagen ansågs en överdriven konsumtion av alkohol vara en av de mest återkommande anledningar till vad att inneha ohälsa innebär. Inom detta ämne betonade intervjupersonerna att under den efterlängtnade årliga semestern kunde alkohol konsumeras i överdrivet stora mängder vilket resulterade i att de rutiner och den träningsmotivation intervjupersonerna haft från början försvann liksom den regelbundna fysiska aktiviteten. En för lång tidsperiod mellan träningspassen vid exempelvis semester visade sig leda till en extrem träningsångest som hos en del intervjupersoner kunde dämpas med hjälp av alkohol även efter semestertider. Intervjupersonerna uppgav att den livsstilen med en ökad alkoholkonsumtion och nästintill inga rutiner skulle kunna leda till en inaktiv livsstil med tillkommande dåliga sömnvanor och ångest.

*"...när man missbrukar alkohol och inte är fysiskt aktiv och bara är som en soffpotatis, de är en dålig hälsa och de märker man själv. När man åker utomlands och haft en jobbig semester med för mycket alkohol, dåligt med sömn och ingen träning, då märker man att kroppen inte alls funkar som man är van vid. Med tanke på att jag är van vid att träna o ha en bra hälsa, men då märker man att de något som inte stämmer liksom att hälsan inte alls är bra, då går det åt helvete med allt." (P2)*

Begreppet ångest dök upp ett flertal gånger bland de intervjuade som en påverkansfaktor till ohälsa till följd av alkoholkonsumtion.

## 5.4 Kroppsideal och vägar dit

Det uppgavs att en av anledningarna till varför fysisk aktivitet i form av gymträning var så pass viktigt var för att den s.k. "fitness-trend" som alltmer etablerar sig och växer. Intervjupersonerna förklarade att fler och fler människor blir motiverade på olika sätt till att delta i tävlingar som i regel går ut på att se så vältränad ut som möjligt. Med det allmänt ökade intresset för fitness-tävlingar inom tränings-branschen uppgav ett flertal av intervjupersonerna att träning nu mer handlar om att se så vältränad ut som möjligt.

*"Det finns överallt, fitness is the new sexy. De flesta tränar, kolla överallt, på tv, i tidningar och fitness-tävlingar, de är hur stort som helst." (P2)*

Tidigare ansågs träning handla om att må bra och öka i styrka samt förbättra sin egen kondition, nu har träning ersatts med en öppen rivalitet om vem som har det mest vältränade utseendet.

### 5.4.1 Genvägar

I och med detta skifte av fokus till ett mer utseendefixerat synsätt att träna, framkom i intervjuerna att kosttillskott blivit en växande marknad kring fitness-trendernas fortsatta spridning. Allt fler människor som aldrig varit inne på ett gym tidigare men som nyligen

köpt sig ett gymmedlemskap anser sig redan tro att det räcker med att träna ett par gånger i veckan för att nå sina kroppsideal så länge de tar rätt kosttillskott. De intervjuade lyfte fram och förklarade att detta fenomen ofta är förekommande bland yngre tillskott i gymbranschen och att de yngre inte har en aning om vilket hårt arbete som krävs för att nå dit dem är idag.

*” Det som missas är att det är ”hard work” alltså hårt arbete som krävs för att komma dit, det är ju inte de olika kosttillskotten som gör att man blir stark o snabb eller vad det nu är för att få en bra hälsa utan, det är ju hårt arbete.”(P3)*

Under samtliga intervjuer dök kosttillskott upp som ämne, åtskilliga gånger poängterades att vissa av dessa kosttillskott upplevdes som onödiga och ska ha kostat mycket pengar.

*” Dåliga sätten är väl bild på människor som är övernaturligt stora och ett litet kosttillskott på bilden, så ser man att dem personerna är ju inte ”cleana” för fem öre. Dem har ju tagit andra produkter som är starkare o mycket mer sämre för kroppen än vad dom vill visa. Man inser tillslut att man inte kommer bli så stor, då blir man negativt påverkad, man känner att ”fan vad dum man är att man köpt alla dom där produkterna”. (P2)*

## 5.2 Media som påverkansfaktor

### 5.2.1 Reklam på gott och ont

Flera intervjuade uppgav att massmedia spelar en stor roll för hur träningsreder och kroppsideal ser ut idag. Ett exempel är många av de reklamerna för olika dieter under intensiva träningsperioder. Det ansågs som viktigt att inte låta sig luras utav reklamer som visar sig vara för bra för att vara sanna. Enligt de intervjuade anses massmedia vara en aktör som främst är ute efter att tjäna pengar och tänker inte på hur budskapen kan uppfattas.

*” Massmedia generellt är väl mest ute främst för att sälja, så de brukar ofta göra stora rubriker o liksom ”så här ska du göra för att må bra” men de går liksom aldrig in på djupet, alltså på vad man verkligen borde göra för att må bra. Istället har de en stor rubrik för att sälja, sen så liksom... mer än så gör dom inte.” (P1)*

Samtliga intervjuade bedömde att massmedias reklam med inriktning på träning ses mer som vilseledande än inspirerande så det ofta framställs extremt vältränade individer på alla former av tidningsomslag, bilder och filmklipp. Denna typ av reklam ansågs vara mer ångestskapande då de intervjuade förklarade att bilderna som visar extremt vältränade individer påverkar en själv till att ständigt jämföra sig med andra, i den bemärkelsen att alltid sträva efter att bli mer vältränad än alla andra.

*" Det finns ju så många sociala medier idag, om man tex, går in på aftonbladet så ser man ju olika "adds" och till och med artiklar om hur du ska ha få god hälsa o gå ner eller upp i vikt i vikt eller vad du nu behöver ". (P3)*

## 5.2.2 Ansvar

På frågan om vilket ansvar massmedia har när det gäller framställningar av hälsa svarade samtliga intervjuade att det är ett enormt ansvar att kunna stå för det så står i dagens massmedia. Det som skrivs och kan läsas i telefoner och i tidningar mm borde vara sanningsenligt. En av intervjupersonerna betonade att det inte räcker med att det kommer ut information utan att det ska vara rätt typ av information.

*" Massmedia har ett väldigt stort ansvar att sprida rätt sorts information, man ser hela tiden allt skräp som skrivs i tidningarna eller på nätet om nya supermetoder till att gå ner 30 kg eller gå upp i muskelmassa på kortast möjliga tid. Men mycket av dom reklamerna är ju skadliga, då känns de ju inte som "rätt typ av information.". (P6)*

Ett flertal andra begrepp som falsk marknadsföring och "adds" uppgavs i samband med media som ett förekommande fenomen. De flesta av intervjupersonerna berättade att mycket av den hälsoinformation som framställs i massmedia är många gånger bara reklam och ger inte alls den informationen som verkligen behövs. Ett par av de intervjuade ansåg däremot att rätt information finns tillgänglig bara motivationen och tålmodet finns till att leta efter den. Vidare upplevde samtliga intervjuade att hälsobudskapen som framställs i media nuförtiden handlar om hur det perfekta kroppsidealet ska se ut istället för hälsobudskap om hur den upplevda hälsan kan förbättras subjektivt.

*" Det känns som att media komplicerar det här med livsstil, "du ska göra ditten och datten för att få den här drömkroppen" de är så mycket fokus på dom kroppsliga idealen." (P6)*

De intervjuade poängterar att det är omöjligt för en enstaka aktör att bära ansvaret för att all hälsoinformation bör vara sann, speciellt när det finns så många olika aktörer i samhället som arbetar med hälsoinformation. Några intervjuade uttryckte att massmedia sitter på en stor makt och når ut till väldigt många människor, därför borde massmedia ta ett större ansvar för vad som framställs.

*" Dom har en direkt kontakt med omvärlden, dom är ju det största som kan påverka egentligen, men det är ju svårt också för att massmedia är ju inte en enda källa heller, utan de är tusentalstals olika källor som man får olika information ifrån, så att de är ju svårt. Dom sitter på den makten att kunna påverka i princip alla människor, så dom har ju ett stort ansvar att visa vilken information som verkligen är rätt. De bra*

*hälsobudskapen handlar om hur man mår o inte bara om hur man ser ut. Det är lite så jag tänker, man behöver inte må bra bara för att man har magrutor liksom, men egentligen lite mer information om psykisk hälsa skulle behövas. Mår man bra psykiskt kan man ta tag i andra saker också.” (P4)*

## 6. Diskussion

Nedan visas sammantagen diskussion utav resultatet av teman, underteman samt koder i relation till tidigare studier inom ämnesområdet.

### 6.1 Resultatdiskussion

I intervjuerna framkom att hälsa är ett viktigt och omfattande begrepp då det inkluderar flera faktorer för att i sin tur uppnå sin fulla potential, det vill säga ett bra mående på alla fronter i livet. Fysisk aktivitet är en utav de elva folkhälsomålen i Sverige som innebär en generell uppmuntran och stimulation till en ökad fysisk aktivitet på längre sikt. Enligt det sammantagna resultatet är fysisk aktivitet en grundpelare för samtliga deltagare i denna studie.

Rutiner och en struktur i vardagen ger individer flera möjligheter att påverka sin hälsa på flera sätt både fysiskt och psykiskt. Vikten av att inneha en regelbunden social samvaro kan kopplas tillsammans med ett pass på sitt närmaste gym där det finns möjlighet att träna och lära känna nya människor. Fria valmöjligheter att själv kunna bestämma och kontrollera över hur sin kropp ska se ut utan att bli påverkad till den grad då den psykiska ohälsan kommer knackandes på dörren. Den fysiska aktiviteten är en av de viktigaste faktorerna till en bra hälsa och påverkar hela människan både mentalt och fysiskt (GIH 2017).

Hälsa uppfattas som ett brett ämne bland de intervjuade i denna studie, och inkluderar bland annat de faktorer som nämndes ovan, är en avgörande del för hur individer lever sitt liv. Den psykiska ohälsa som i intervjuerna ansågs påverka en individs levnadsval under exempelvis samtal om kroppsideal och utseende, är märkbart såsom nämnts i bakgrunden. Psykisk ohälsa som drabbar unga män inom urvalsåldern i denna studie resulterade i en form av ångestkänsla som kan leda vidare till att självkänslan påverkas. Ett par av de intervjuade upplevde att bilder och videoklipp på fitness-figurer medförde en ångestfylld känsla av att de måste träna hårdare på gymmet för att passa in. I en liknande studie omnämnd i bakgrunden, av Ahadzadeh, et. al (2017) så visade sig dessa deltagare också påverkas negativt utav sociala medias framställning av fitness-personer och fitness-kroppar via en social applikation vilket i sin tur blir en del av den psykiska ohälsa som slutresultat.

Samtalen kring kroppsidealen med deltagarna tycktes överensstämma med den hypotes som presenterades i bakgrunden, nämligen begreppet utseendefixering. I en tidigare studie av Barlett, et. al (2008) uppfattade deltagarna i studien en ”press” från massmedia

att uppnå den presenterade idealkroppen. Detta kan kopplas samman till denna studie då resultatet visar att det existerar en generell önskan bland de yngre männen inom träningsbranschen att forma och uppnå den ”ideala kroppen” med mycket muskler och lite fett, så som media framställer den. Detta resultat kan även kopplas till Larsson & Fagrell (2010) som menar att det finns de faktorer som påverkar individers sätt att tänka och handla.

I resultatet framkom även en viktig aspekt då flera av deltagarna konstaterat att utseendefixeringen av kroppen gått för långt inom träningsbranschen. Det upplevda måendet (hur insidan mår) förväxlats med de kroppsliga idealen. Ser en person bra ut med stora och synliga muskler samt lite kroppsfett så mår personen bra. Har personen däremot inga synliga muskler och har en annan typ av kroppssammansättning så uppfattas personen inte må bra.

I likhet med Palm & Sandbergs studie (2004) kan medias framställning av hälsoinformation vridas vilket resulterar i generella missuppfattningar av grundinformationen. Medias tillvägagångssätt att förmedla hälsoinformation och budskap att träna hårdare och längre uppfattas inte endast som en motivationsfaktor, utan detta beror helt och hållet på hur mottagaren uppfattar informationen. Ett par deltagare upplevde en ångest av medias förmedling av kroppsideal då det oftast är fitness-personer som står som frontfigurer med sexpack och synliga, stora muskler. Dessa reklamer ansågs bara ha en bakomliggande uppgift, att sälja så mycket som möjligt, i detta fall kosttillskott. Tillskotten ansågs även de som vilseledande då användningen av kosttillskotten på reklamen förväntades resultera i att köparen av tillskottet skulle få en likadan kropp som på reklamen. I linje med en annan studies resultat av Sandberg (2005) upplevs hälsobudskap som ska leda till en bättre hälsa istället leda människor i en motsatt riktning då en generell uppfattning av att all hälsoinformation inte går att lita på. Detta tros grunda sig i att den vilseledande hälsoinformationen spridits över en större yta av media kontra den korrekta hälsoinformationen som förmedlas via till exempel Nationella folkhälsokommittén (2004).

## 6.2 Konsekvenser

Varför är dessa resultat viktiga? Resultaten i denna studie överensstämmer med andra utförda studier inom liknande områden och har en viktig faktor gemensamt, nämligen psykisk ohälsa. Låt säga att inga märkbara förändringar sker inom massmedias spridning av hälsoinformation och framställning av kroppsideal och låter detta fortgå. Detta kan resultera i att fler individer kan drabbas av psykisk ohälsa i ännu tidigare skeden i livet. Det kommer yngre generationer som lär sig mobiler, datorer, surfplattor, klockor med tillgång till internet och hamnar därmed i riskzon för alla bieffekter av marknadsföringen av bl. a kosttillskotten som kan inverka den psykiska ohälsan. Med detta i åtanke framstår folkhälsomålet barn och ungas uppväxtvillkor särskilt viktigt.

Detta mål omnämner att trygga och stabila familjeförhållanden i hemmet är viktiga faktorer som påverkar hälsan redan från ett tidigt stadie och att den omgivande miljön nära barnet som skola och förskola samt trygga sociala relationer är av stor betydelse att stärka självkänsla och känslan av trygghet hos barn och ungdomar.

### 6.3 Metoddiskussion

Valet till en kvalitativ forskningsmetod i denna studie grundar sig på själva syftet i studien. I kvalitativa studier bygger forskningsstrategin på att lägga vikten på detaljrik information som är mer inriktad på ord än på siffror (Bryman 2011). Kvaliteten i en studie inom kvalitativ forskning kan ses utifrån trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och en möjlighet att styrka och konfirmera, dessa tillsammans kan kopplas samman till begreppet tillförlitlighet.

Innebörden av studiens tillförlitlighet berör begreppet trovärdighet som innebär i denna studie att forskaren skapar en trovärdighet i resultaten och att undersökningen överensstämmer med de forskningsetiska regler som finns (ibid). Tillförlitligheten i denna studie bygger på intervjuguiden som forskningsinstrument, detta forskningsinstrument användes metodiskt under samtliga intervjuer och är en styrka i sammanhanget som är tematiserat och formulerat med öppna frågor som vägledning i intervjun så att information samlas på ett systematiskt sätt. Grundidén är att i intervjun ställa följdfrågor förutom frågor i intervjuguiden utifrån det som intervjupersonen berättar. Tillförlitligheten stöds dessutom av den noggrant utförda analysen och inspelning vid varje enskild intervju för att undvika missförstånd, samt för att kunna gå tillbaka och lyssna så att ingen information gick förlorad.

Intervjuer som datainsamlingsmetod baserades på en granskning av deltagarnas erfarenheter, uppfattningar och åsikter, vilket överensstämmer med studiens syfte. En aspekt som kan ha haft en inverkan på resultatet i studien är valet av utrymme där samtliga intervjuer utfördes. Intervjuerna utfördes vid soffgrupper nära entrén på respektive gym vilket kan ha lett till att de intervjuade känt sig stressade och påverkade att svara på frågor då det alltid fanns andra individer på plats. Dock upplevde varken intervjuaren eller de intervjuade någonting av detta under intervjuernas gång.

## 7. Förslag till vidareforskning

Diskussionen om vad begreppet hälsa innebär och vad detta betyder för individer inom träningsbranschen i denna studie pekar på att vikten av regelbunden fysisk aktivitet är en faktor som bidrar till ett generellt bättre mående på alla plan i livet. Vidare forskning inom detta område kan bestå utav att försöka få en djupare kunskap om vilka bakomliggande aktörer som står för den vilseledande framställningen av hälsa samt vilseledande information om hur kroppen påverkas av träning, näring och

näringspreparat. Detta för att som nästa mål kunna försöka främja den hälsosamma reklamen som sprids via olika kanaler, exempelvis livsmedelsverket.

## 8. Slutsats

Den här studien påvisar att hälsa som begrepp är omfattande. Flera faktorer som är bidragande till hälsa som framkom i intervjuerna är rutiner och struktur i vardagen, regelbunden fysisk aktivitet, en social samvaro, psykiskt välbefinnande, fria valmöjligheter och goda matvanor. Vikten av att inneha en god hälsa visade sig ha en högsta prioritet bland de intervjuade.

Massmedias framställning av hälsa och hälsoinformation uppfattades främst som en fixering utav de kroppsliga idealen, utseendet prioriteras allt mer över den subjektiva hälsan. Upplevelsen av vilseledande hälsoinformation ifrån media ansågs bland de intervjuade ske frekvent kontra den ”korrekta” hälsoinformation som uppfattades som reserverad. Massmedia visade sig som påverkansfaktor i denna studie då samtliga av de intervjuade känt sig påverkade på ett eller annat sätt.

## 9. Tack

Ett jättestort tack till min enastående handledare, Anneli Marttila, som visat tålamod och gett mig de rätta verktygen för att skriva denna studie. Tack till de deltagande i studien som lät sig intervjuas.

Jag skulle även vilja rikta ett stort tack till min familj och sambo som alltid funnits där som stöd under denna studieperiod.

## Referenser

Antonovsky, Aaron. 2005. *Hälsans mysterium*. 2. Utg. Stockholm: Natur och kultur.

Ahadzadeh, A, Pahlevan Sharif, S, & Ong, F 2017, 'Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth', *Computers In Human Behavior*, 68, pp. 8-16,

Barlett, C, Vowels, C, & Saucier, D 2008, Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns', *Journal of Social & Clinical Psychology*, 27, 3, pp. 279-310

Braun, V. and Clarke, V. 2006 Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101. ISSN 1478-0887

Brown, J. D. & Bobkowski, P.S. 2011. *Older and newer media: Patterns of use and effects on adolescents health and well-being*. *Journal of research on adolescence*, 21(1), pp 95-113.

Bryman, A. 2011. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber

Cohen, R. & Blaszczynski, A. 2015. Comperative effects of facebook: and conventional media and body image dissatisfaction. *Journal of eating disorders*, 3(23). Doi: 10.1186/s40337-015-0061-3

Dahlgren, G & Whitehead, M. 1991. *Policies and Strategies to promote social equity in health*. Background document to WHO – Strategy paper for Europe. ISSN: 1652-120X ISBN: 978-91-85619-18-4 <https://core.ac.uk/download/pdf/6472456.pdf> [Hämtad 17-04-20]

De Jesus, A, Ricciardelli, L, Frisén, A, Smolak, L, Yager, Z, Fuller-Tyszkiewicz, M, Diedrichs, P, Franko, D, & Gattario, K 2015, 'Media internalization and conformity to traditional masculine norms in relation to body image concerns among men', *Eating Behaviors*, 18, pp. 137-142, Academic Search Elite, EBSCOhost, viewed 22 January 2017.

Folkhälsomyndigheten 2017. *Psykisk ohälsa – Nationella folkhälsoenkäten*. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/folkhalsorapportering-statistik/statistikdatabaser-och-visualisering/nationella-folkhalsoenkaten/psykisk-halsa/> [Hämtad 17-04-03]

Folkhälsomyndigheten 2006. *Fysisk aktivitet och folkhälsa*. [https://www.folkhalsomyndigheten.se/pagefiles/21516/R200613\\_Fysisk\\_aktivitet\\_0701](https://www.folkhalsomyndigheten.se/pagefiles/21516/R200613_Fysisk_aktivitet_0701).

Ändrad fältkod



[pdf](#) [Hämtad 17-04-03]

Folkhälsomyndigheten 2016. Teknisk Rapport. "Hälsa på lika villkor".  
<https://www.folkhalsomyndigheten.se/documents/statistik-uppfoljning/enkater-undersokningar/nationella-folkhalsoenkaten/2016/Teknisk-rapport-inkl-bilagor-nationellt-urval-2016.pdf> [Hämtad 2017-04-11]

Gymnastik och idrottshögskolan 2017. *Fysisk aktivitet och hälsa*.  
<http://www.gih.se/FORSKNING/Forskningsinriktningar/Inriktning-fysisk-aktivitet-och-halsa/> [Hämtad 2017-05-22]

Karazsia, B, Crowther, J, & Galioto, R 2013, 'Undergraduate Men's Use of Performance- and Appearance-Enhancing Substances: An Examination of the Gateway Hypothesis', *Psychology of Men & Masculinity*, 14, 2, pp. 129-137

Larsson, H & Fagrell, B. 2010. *Föreställningar om kroppen: kropp och kroppslighet I pedagogisk praktik och teori*. 1. Uppl. Stockholm: Liber

Jeffers, A. J., Cotter, E. W., Snipes, D. J. & Benotsch, E. G. 2013. BMI and depressive symptoms: *The role of media pressures*. *Eating Behaviors*, 14, 468-471.

Kite, J, Foley, B, Grunseit, A, & Freeman, B 2016, 'Please Like Me: Facebook and Public Health Communication', *Plos ONE*, 11, 9, pp. 1-16

Palm, L & Sandberg, H. 2004. *Strategier för hälsokommunikation och deras användbarhet. En genomgång av forskningsläget*. Statens Folkhälsoinstitut.

Rysst, M. 2010. "Healthism" and looking good: Body ideals and body practices in Norway. *Scandinavian Journal of Public Health*. 38 (5) p. 71–80.

Sanberg, H. 2005. *Medier som arena för hälsokommunikation*.  
[http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/184\\_027-036.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/184_027-036.pdf) [Hämtad 2017-03-05]

SBU's Handbok. 2012. Kap8. *Värdering och syntes av studier utförda med kvalitativ analysmetodik*.  
[http://www.liv.se/Global/Jobb,%20utbildning%20och%20forskning/Forskning/FoU-enheter/Allm%C3%A4nmedicin/SBUshandbok-Kap8-V%C3%A4rdering%20och%20syntes\\_kvalitativ%20analysmetodik.pdf](http://www.liv.se/Global/Jobb,%20utbildning%20och%20forskning/Forskning/FoU-enheter/Allm%C3%A4nmedicin/SBUshandbok-Kap8-V%C3%A4rdering%20och%20syntes_kvalitativ%20analysmetodik.pdf) [Hämtad 17-03-03]

Sheldon, P. 2010. Pressure to Be Perfect: Influences On College Students Body Esteem. *Southern Communication Journal*, 75, 3, pp. 277–298

Skolverket 2015. *Fakta om sociala medier*.  
<http://www.skolverket.se/skolutveckling/resurser-for-larande/kollakallan/kallkritik/sociala-medier/fakta> [Hämtad 17-02-26]

Socialstyrelsen 2009. *Folkhälsorapporten 2009*.

Soi 2015. *Svenskarna och Internet 2015*. <http://www.soi2015.se/> [Hämtad 17-05-09]

Statens folkhälsoinstitut 2010. Barn och ungas uppväxtvillkor. *Kunskapsunderlag för holkhälsopolitisk rapport 2010*.

Statens folkhälsoinstitut 2005. *Kultur för hälsa, en exempelsamling från forskning och praktik*.  
<https://www.folkhalsomyndigheten.se/pagefiles/21493/r200523kulturforhalsa0510.pdf>  
[Hämtad 2017-04-11]

Ungdomsmottagningen 2017. *Självkänsla*. <http://www.umo.se/Jag/Självkänsla/>  
[Hämtad 17-03-02]

Vetenskapsrådet, *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Elanders Gotab. <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> [Hämtad 2017-03-02]

## Bilaga 1

### Intervjuguide

#### Uppfattningar om hälsa

- Vad är hälsa för dig?
- Vad är en god hälsa/dålig hälsa?
- Vilken betydelse har hälsa för dig?

#### Hälsoinformation

- Vilka kanaler i samhället sprider hälsoinformation?
- Vart hämtar du information inom området hälsa, t.ex. information om kost och träning?

#### Hälsa i sociala medier

- Vilka typer av sociala medier använder du?
- I vilken utsträckning använder du dessa? (timmar/dag)
- Hur upplever du att massmedia framställer hälsa?
- På vilket sätt kan massmedia ha betydelse för hälsan och dess utveckling?

#### Egen hälsa i relation till massmedia

- Hur upplever du att du personligen påverkats av hälsobudskap i massmedia?
- Hur hanterar du den mängd budskap som massmedia sprider?
- Vilket ansvar anser du att massmedia har vad gäller spridning av hälsoinformation.

## Bilaga 2

### Hej och välkommen!

Jag skulle gärna vilja veta vad just DU tycker om kroppsideal och hälsoinformation som framställs i massmedia!

Mitt namn är Daniel Hawkins och jag studerar min sista termin på det hälsopedagogiska programmet på högskolan i Gävle. Just nu skriver jag min kandidatuppsats inom ämnet folkhälsovetenskap där min studie handlar om att undersöka unga mäns erfarenheter och uppfattningar om kroppsideal och hälsoinformation som framställs på sociala medier. Jag söker efter unga män i åldrarna 18–25 som tränar regelbundet (minst två gånger i veckan) för en intervju tillsammans med mig.

Deltagandet i studien är självklart frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta din medverkan. Intervjutiden kan komma att variera mellan ca. 15–30 minuter. Intervjun kommer att spelas in för att säkerställa att ingen information går förlorad. Deltagandet kommer även att vara anonymt och informationen som samlas in kommer endast att användas till denna studie.

Funderar du över någonting, tveka inte över att höra av dig!

Daniel Hawkins  
Email: [ofk14dhs@student.hig.se](mailto:ofk14dhs@student.hig.se)  
Mob: 0702861498

Handledare  
Anneli Marttila  
Email: [anneli.marttila@hig.se](mailto:anneli.marttila@hig.se)

Ändrad fältkod

