

ERSTA & SKÖNDAL HÖGSKOLA

Institutionen för socialt arbete - Sköndalsinstitutet

Socionomprogrammet med inriktning mot äldreomsorg 160p

Sköndal - Stockholm

VECKOTIDNINGAR, SKÖNHETSIDEAL OCH UNGA FLICKOR

En studie för att se om graden av veckotidningskonsumtion påverkar unga flickor.

C- uppsats 10p, T6Ä
Tentamensuppgift
Vårterminen 2005
Handledare: Nils Varg
Examinator: Kenneth Sundh
Opponent: Sofia Östlund

Författare: **Lina Jönsson**

*Jag börjar med ett citat från Marx – ”det är inte människornas medvetande som bestämmer deras existens, utan tvärtom deras sociala existens som bestämmer deras medvetande”. Detta ger en ganska målande bild av vad jag menar och söker i studien för C- uppsatsen.
Det är här allting börjar....*

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING

1. BAKGRUND	4
2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	6
3. METOD	7
3.1 Litteraturstudie	7
3.2 Förberedelse av enkät	7
3.3 Avgränsning och urval	8
3.4 Genomförande och observation	8
3.5 Bearbetning och analys	9
3.6 Variabler	9
3.7 Validitet, reliabilitet och generaliserbarhet	9
3.7.1 Validitet	9
3.7.2 Reliabilitet	10
3.7.3 Generaliserbarhet	11
3.8 Etik	12
3.9 Metodproblem	12
4. TEORI OCH LITTERATUR	14
4.1 Ungdomsåren	14
4.2 Dagens skönhetsideal	15
4.3 Veckotidningar och medias roll	17
4.4 Diskussion av teorier och litteratur	18
5. RESULTAT	21
5.1 Veckotidningskonsumtion	21
5.2 Skönhetsideal och utseendets betydelse	22
5.3 Reglering av matintaget	25
5.4 Klasskamrater och blir smala mer populära	26.
5.5 Samband mellan veckotidningskonsumtion och flickornas syn på utseende och mat	27
5.6 Samband mellan flickornas syn på skönhetsidealet och syn på utseende och mat	29
5.7 Flickornas egna kommentarer	30
6. DISKUSSION	32
6.1 Veckotidningskonsumtion	33
6.2 Skönhetsideal	34
6.3 Utseendets betydelse	35
6.4 Reglering av matintaget	36
6.5 Påverkan och samband	37
6.6 Eget slutord	38

KÄLLFÖRTECKNING

BILAGA 1

SAMMANFATTNING

Studien börjar med en litteratur studie och en kort inblick i en liten del av den historia som finns om hur vi har anset och anser att en kvinna skall se ut. Studien handlar om det ökade trycket på kvinnan att göra om sitt utseende för att passa in i den mall vi har skapat för hur en kvinna skall både se ut och vara. Vad som i vår tid är mallen för hur en kvinna ska se ut och vara är det så kallade kvinnliga skönhetsidealet. Det kvinnliga skönhetsidealet har funnits sedan urminnes tider men i olika former för hur kvinnans utseende skall vara samt hur hon skall bete sig. I dagens samhälle har skönhetsidealet, mallen hur en kvinna skall vara, fått en annan kraft då budskapet nu matas ut via media.

Media påverkar idag våra ungdomar enormt då de under denna fas i livet söker en identitet, vilket gör dem extra mottagliga. En grupp som står i centrum för medias utbud är dagens unga flickor som visat sig vara en köpkraftig grupp. Att vara ung flicka innebär alltså att man är påverkingsbar och utsatt för direkt riktad reklam. Reklam som runt om i vårt samhälle idag återfinns i form av bilder som visar upp skönhetsidealet samt tips hur man skall göra för att lyckas efterlikna detta. Dessa unga flickor som växer upp idag är en första generation att växa upp mitt i detta enorma bildflöde, frågan är vilka konsekvenser detta kan komma att ge.

Jag har i den andra delen av studien genomfört en enkätundersökning där jag tittat på veckotidningarnas eventuella påverkan på unga flickor från år sju (år är vad som tidigare benämndes som årskurs, det vill säga flickor i åldern 13-14 år gamla). Det är ett tydligt resultat i studien som visar på att unga flickor påverkas i den mening att de ger utseendet en egen betydelse bara i form av dess skönhet. Flera av dessa unga flickor speglar sig ofta, jämför sig med det rådande skönhetsidealet samt regler sitt intag av mat.

Graden av veckotidningskonsumtion hos de unga flickorna i studien visar sig ha en betydelse och majoriteten av flickorna både jämför sig med och anpassar sig efter skönhetsidealet idag. Unga flickor vill ha ett utseende som hjälper dem att passa in, vilket symboliserar just ungdomsåren mer än något annat. Att passa in är under denna period väldigt viktigt och märks i allt de vill och allt de gör.

1. BAKGRUND

Under 1500-talet börjar det dyka upp vackra kvinnokroppar på en mer utbredd arena. Den vackra kvinnokroppen blev under denna tid en central symbol för den västerländska konsten i egenskap av sin skönhet. Crona-Leandoer (1991) menar att detta ligger kvar än idag och då vi betar oss som om skönhet är betydelsefullt blir den det på den sociala arenan. Kvinnors syn på skönhet präglas av samhällets oskrivna regler om hur vi bör se ut. Vi lär oss tro att skönhet är en del av ett komplett liv. Kvinnor uppfyller en viktig funktion för den kommersiella karusellen som säljer till oss ett blivande idealtillstånd och en dröm om skönhet. Ett idealtillstånd som för oss är ouppnåeligt (a a).

Sett ur detta perspektiv är det inte konstigt att ätstörningar har blivit allt vanligare i vårt samhälle. Under de senaste 20-30 åren har ätstörningarna ökat och man räknar med ett stort mörkertal då många sjuka inte söker hjälp (kunskapscentrum för ätstörningar). Att flickor får ätstörningar under ungdomsåren kan förklaras med att de under denna period i livet söker sin identitet. De speglar sig i det som finns att tillgå i samhället och den egna gruppen. Allt handlar om att ungdomar vill känna samhörighet och gemenskap (Cullberg 1992). En annan orsaksfaktor är att flickor under ungdomsåren går upp i genomsnitt 17 kg på bara några år. Detta i form av längd samt underhudsfett som tillkommer på höfter, stjärt, lår och bröst, vilket gör att de genom en snabb förändring inte längre passar in i skönhetsidealet. Det resulterar i att de i jämförelse med skönhetsidealet kan känna sig tjocka (Hwang & Nilsson 1995).

I en undersökning som omfattade 500 skolbarn i åldrarna 7-16 år visar det sig att unga flickor idag, i yngre ålder än tidigare, är sysselsatta med att fundera över sitt utseende. Vilket de uppmärksammar och känner sig missnöjda med. Undersökningen visar på ett tydligt genomslag av det supersmala skönhetsidealet och över år sex i skolan är det över hälften av flickorna som uppger att de velat bli smalare och försökt gå ner i vikt. Ändå är det väldigt få flickor som under tonåren har en övervikt. Endast några få procent av flickorna kan under ungdomsåren räknas som överviktiga (Folkhälsoinstitutet 1994:23).

Att banta redan i tidig ålder anses skadligt då det kan leda till att den normala balansen som finns i kroppen rubbas, vilket kan ge framtida konsekvenser på hunger och mättnadskänsla. Ingen borde banta under denna fas i livet, inte ens vid en kraftig övervikt. Om det av något skäl är att anse som nödvändigt att banta under ungdomsåren skall detta ske under läkarkontroll. Enligt Hwang & Nilsson (1995) samt Folkhälsoinstitutets rapportserie (1994:23) är bantning under ungdomsåren en av portarna som kan leda till ätstörningar som anorexi.

Idag är det många av Sveriges kvinnor som vaktar på vad de äter och bantar under långa perioder eller större delen av sitt liv, vilket inte är att anse som ett sunt beteende. Allt för att efterlikna det rådande skönhetsidealet. Trots det är det inte många kvinnor som anser att de har ett sjukt förhållande till mat, vilket gör att de inte söker hjälp och får diagnosen ätstörning.

Det blir viktigare och viktigare att se rätt ut idag. Utseendet handlar inte bara om utseende. Vi lär oss tidigt att sammankoppla utseendet med en rad egenskaper. Skönhet står idag för att vara trevlig, intelligent, varm med mera. Samhället lägger även ett tyngre ansvar på individen, att skapa sig ett tilltalande yttre. Är du överviktigt eller ful är det ditt eget fel då det finns tillgångar som bantning, skönhetsoperation och fettsugning. Dessa kan användas att förändra sitt yttre med. Föreställningen idag är att man *kan* och *bör* göra om sig för att få ett fördelaktigt utseende och gör man inte det får man skylla sig själv (Folkhälsoinstitutet 1994:23).

Även tips finns till förfogande då man skall förändra sitt yttre. Björk (1999) tar upp massor med vad som i veckotidningen Amelia kallar ”tips”. Om hur kvinnan kan och bör forma sig för att få vara med. Våra veckotidningar uppmanar kvinnor att kämpa för denna förändring (Björk 1999) som enligt Crona-Leandoer (1991) är ouppnåelig. Frågan här är hur Amelia och de andra veckotidningars budskap tas emot och tolkas av våra unga flickor?

2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet är att studera flickor från år sju, tidigare benämnd som sjunde årskursen i grundskolan. Hur många av flickorna som konsumerar veckotidningar, hur hög konsumtionen är samt om de jämför sig med skönhetsidealet? Om det går att finna något samband mellan graden av flickornas veckotidningskonsumtion eller syn på skönhetsideal och syn på utseende och kropp? Samt se om det är någon skillnad på hur flickorna ser på detta utifrån var de bor, i en större respektive mindre stad?

För att bemöta mitt syfte skall jag besvara följande frågeställningar:

- I vilken utsträckning konsumerar dessa unga flickor veckotidningar?
- Jämför flickorna sig med det rådande skönhetsidealet?
- Påverkar flickornas grad av tidningskonsumtion flickornas tankar angående mat eller flickornas matintag?
- Påverkar flickornas grad av tidningskonsumtion flickornas tankar angående utseendet och dess betydelse?
- Påverkas flickorna av att jämföra sig med det skönhetsideal som presenteras i veckotidningarna när det gäller flickornas tankar rörande mat eller dess matintag?
- Påverkas flickorna av att jämföra sig med det skönhetsideal som presenteras i veckotidningarna när det gäller flickornas syn på utseende och dess betydelse?

För att bemöta studiens syfte och frågeställningar har jag studerat litteratur inom ämnet samt gjort en enkätundersökning på flickor år sju.

3. METOD

Jag vill se om dagens unga flickor påverkas av veckotidningar och skönhetsideal. För att svara på syftet med uppsatsen har jag använt mig av en mindre litteraturstudie och gjort en kvantitativ studie i form av en enkätundersökning. Litteraturstudiens syfte är att förstå dels de unga flickorna, dels fenomenet veckotidningar och skönhetsideal. Enkätundersökningen ämnar svara på hur det ser ut i kretsen av unga flickor. Om det finns en påverkan från veckotidningar och skönhetsideal. Sedan har förståelsen diskuterats utifrån litteratur och teorier inom ämnet.

3.1 Litteraturstudie

I mitt arbete har jag sökt litteratur i databaser, bibliotekskataloger och via Internet. Den litteratur som jag använt mig av är den som gått att finna då jag använt mig av sökord som media, veckotidningar, flickor, ätstörningar, påverkan, ungdom, utseende, kvinna. Från det jag fått fram genom sökningarna har jag plockat ut och använt det material som enligt min mening varit samstämmigt med syftet. Detta material har likt enkätundersökningen bearbetats och analyserats utifrån kategorierna veckotidningar, skönhetsideal, utseende och mat. Materialet som använts har varit beroende av hur tillgängligheten av den sökta litteraturen varit på: Stockholms stadsbibliotek, Sköndal högskolebibliotek och Stockholmsuniversitetsbiblioteket samt vad som funnits i min och mina vänners bokhyllor.

3.2 Förberedelser av enkäten

Ett råmanus togs fram för enkäten utifrån litteratur, syfte, frågeställning, det kvantitativa, handledning och min förförståelse. Handledningen i detta skede var av högsta vikt för att få en bra kvantitativ formulering av både frågor och svarsalternativ. Efter bearbetningen av råmanuset testades enkäten. Hur precisa frågorna och svaren var samt hur de skulle komma att uppfattas? Om layouten var att anse som tillräckligt genomarbetad, enkätens frågor och svar var lätta att förstå och ta till sig? Enkäten testades med hjälp av ett flertal personer i forma av pilotstudier, för att se om enkäten skulle fungera för ämnesområdet och om den skulle fungera med åldersgruppen?

Första mötet hade jag med en ekonom som tidigare läst statistik och om utformning av enkätfrågor. Hon granskade kritiskt råmaterialet för enkäten. Efter diskussion ändrades i samband med detta möte en del av formalia och frågor formulerades om. För tydligare svar och att bli tydligare för en trettonåring.

För att ytterligare stärka validiteten i enkäten fokuserade en pilotstudie på hur en ung flicka i trettonårsåldern kan uppfatta frågorna. Förståelsen för åldersgruppen testades med två unga flickor. Vid första mötet träffade jag en trettonårig flicka. Hon läste igenom enkäten och markerade eventuella svårigheter. Sedan tittade vi gemensamt igenom det hon markerat. Vi diskuterade det och med hennes hjälp ändrades vissa frågor och svarsalternativ till vad som enligt henne är förståeligt för åldersgruppen. Vi diskuterade även vad hon skulle mena med sina svar på frågorna för att se om svaren ger önskvärt resultat.

Efter detta granskades enkäten återigen av handledare samt fyra skolkamrater för att finna eventuella felformuleringar eller annat som skulle kunna påverka undersökningens resultat negativt. Ytterligare en genomarbetning av enkäten gjordes och sedan en till pilotstudie med en annan flicka. Endast en svårighet uppkom i samband med förståelse. Då denna var avhjälpt granskades enkäten ytterligare av mig samt handledare innan vi ansåg att den var färdig att delas ut till de unga flickorna.

3.3 Avgränsning och urval

Jag har i samband med formuleringen av syftet valt att begränsa studien till att undersöka veckotidningars eventuella påverkan på flickor. Då jag tror dessa är en del av dagens ungdomskultur. En annan avgränsning är att studien kommer att innefatta flickor från år sju. Studien handlar om konsumtion av veckotidningar, mat och utseendets betydelse och jag kommer inte behandla eventuell diagnostik av ätstörning utan bara nämna detta som fenomen.

Jag har besökt tre högstadieskolor, en i Nyköping och två i centrala Stockholm. Enkäten lämnades ut till totalt sex klasser alla från år sju och endast flickor. För att få ett liknande material från båda städerna lämnades enkäten ut till lika många klasser i båda städerna. Tre klasser från Stockholms innerstad, det vill säga skolor med postadress Stockholm, samt tre klasser från Nyköping. Att enkäten lämnades till just dessa klasser beror dels på slumpen dels på mig som person.

I Nyköping lämnades enkäten till tre klasser ifrån samma högstadieskola, den högstadieskola jag ringde till först i Nyköping. Detta är den högstadieskola jag själv har gått på, vilka svarade ja direkt och hade flera klasser i år sju vilket gjorde att det i Nyköping vart tre årskurser från samma högstadieskola.

Urvalet av skolor i Stockholm framkom via en sökning på postadress Stockholm via Internet. Jag kontaktade skolorna, i den ordning jag fann dem och den som först tackade ja blev mitt val. I Stockholm lämnades enkäten ut till två olika högstadieskolor, då den första skola att tacka ja endast hade en klass år sju. Högstadieskola nummer två att tacka ja hade flera klasser i år sju och jag lämnade här ut enkäten till två klasser från år sju. De klasser som användes från respektive skola och de flickor som deltog var helt upp till skolan och de som medverkat är de som hade ett passande schema och de elever som var närvarande vid utlämnandet av enkäten.

Jag och min handledare ansåg att sex klasser skulle bli ett lagom material att bearbeta för c-uppsatsen. Att flickorna går år sju är min avvägning. Jag bestämde mig för att studien skulle syfta till flickor i tidig ålder, sedan övervägde jag åldern med tanke på förståelse, vilket efter visst övervägande gav år sju. Anser att denna ålder passar in både gällande att vara ung och förstå ämnet samt frågorna. Detta är en intressant ålder då det under denna tid händer mycket. Puberteten infaller vilket kan vara både problematiskt och stormigt.

3.4 Genomförande och observation

I samband med att enkäten lämnades ut informerades rektor, lärare och slutligen eleverna om vad jag gör, varför och vad det kommer att användas till. Jag informerade eleverna om vilka veckotidningar jag menar då jag i enkäten skriver veckotidningar. Jag uppmanade dem att svara så riktigt och ärligt som möjligt samt frågade om något var tveksamt eller obegripligt. Informationen om samtycke var tydlig och de var öppet uttalat att de kunde avvika utan att lämna in enkäten när som och att fylla i enkäten var helt frivilligt.

För att undvika missförstånd fyllde de i enkäten när jag var där. Vilket innebar att jag kunde svara på eventuella frågor samt att jag fick in svaren på enkäterna direkt, vilket var fördelaktigt för mig.

Det var bortfall av ett antal elever, enligt lärarna, då flera av eleverna vid tiden för utlämnandet av enkäten var sjuka eller bortresta. Detta har inte behandlats alls utan de elever som varit närvarande har tillfrågats om att fylla i enkäten vilket samtliga gjorde.

Många av flickorna som deltog i undersökningen var mer eller mindre neutrala i sin attityd men det var en tydlig gruppindelning. Somliga var mer färgstarka, diskuterade, frågade eller sa något och verkade väldigt klara över att de inte var kopior av något eller del i en grupp utan ansåg sig vara klara original. Andra var förargade över att jag utgick ifrån att skönhetsidealet var negativt då dessa var väldigt måna om att efterlikna skönhetsidealet. Under tiden för utlämnandet av enkäten i mötet med flickorna har jag hört allt från feministiska ramsor till undringar över vad det är för fel att se ut som skönhetsidealet som faktiskt är det ultimata.

3.5 Bearbetning och analys av material

Efter insamlandet av enkäterna matades resultaten in i SPSS. Bearbetningen började med att jag tittade av resultaten genom att leka med dessa, för att se hur materialet såg ut samt att se vad som fanns av intresse. Jag gjorde körningar mellan de olika kategorierna i crosstab med Kendalls tau- b. Allt som visade på signifikans analyserades ingående för att finna det som kunde ha föranlett resultatet samt dess betydelse. Det material som vistat sig värdefullt och intressant har skrivits ut för vidare bearbetning samt diskuterats med handledare. Materialet har inom kategorierna och utifrån syftet analyserats vilket avgränsat och reducerat materialet ytterligare. Användandet av kategorier gav materialet struktur och avgränsning. De slutgiltiga kategorierna och resultat inom dessa blev synligt.

De frågor som inte hade besvarats på enkäterna har lämnats öppna för att vara synliga då materialet bearbetas.

Tanken med en kvantitativ metod var att jag i största möjliga mån ska vara objektiv för att lättare och riktigare definiera resultaten. Jag inser själv att objektivitet inte är fullt möjligt, då jag medvetet eller omedvetet tolkar resultaten utifrån det jag vet eller tror mig veta. Jag ingår undersökningen med vetskapen att jag med min förförståelse redan är en subjektiv del, som individ i samhället, författare och "forskare" i denna studie.

3.6 Variabler

Materialet som insamlats har under arbetets gång delats upp i fyra kategorier. De kategorier som använts är veckotidningar, skönhetsideal, mat och utseende. Detta för att få struktur under arbetets gång samt för att hålla fokus på det som är viktigt för studien. Både litteratur och enkätundersökning har haft dessa kategorier som styrande av både insamlande och redovisning. För litteraturen har det styrt från sökord till slutgiltig redovisning. I enkäten har de styrt formulering av frågor, resultatets samkörning samt redovisning. Vid samkörningen av variablerna så har veckotidningskonsumtion varit den beroende medan mat och utseende varit oberoende. Variabeln skönhetsideal har jag under arbetets gång varit lite tveksam till och provat som både beroende och oberoende variabel, denna kommer slutligen att ses som mer av en beroende variabel.

3.7 Validitet, reliabilitet och generaliserbarhet

3.7.1 Validitet

Validitet är en fråga som handlar om giltighet, om studien mäter det som den avser/avsett att mäta (Malmström, Györki & Sjögren 1998).

Vilket denna studie har lyckats med i det stora men misslyckats med i vissa fall där missbedömningar och missar förekommit som först upptäckts efter undersökningens slut. I vissa fall har studien mätt vad den avsett men tvetydigt, vilket gör resultaten aningen osäkra och mätningen mindre korrekt.

Vissa svarsalternativ borde ha formulerats annorlunda, då det hade underlättat vid redovisningen, gett tydligare mätningar samt en bättre förståelse av resultaten. Vissa kategorier av frågor som hur de reglerar sitt intag av mat och hur de uppfattar och ser på idealet kunde ha varit flera, utförligare och mer precisa för att tydligt mäta vad som avsågs. De frågor jag haft har i vissa fall gett svar som vid närmre eftertanke inte alltid varit entydiga, vilket gjort det svårt att förstå vad svaren står för. Som exempel frågan om de tänker på vad de äter som bara ger svar på om de tänker på vad de äter inte vad de tänker. Detta har lett till att denna fråga som skulle kunna ha gett ett starkt resultat nu är tvetydig vad flickorna avsett med sina svar då man kan tänka på mat i olika avseenden. Validiteten hade stärkts om jag arbetat igenom frågorna mera så jag fått en korrektare mätning av frågan, en entydigt svar. Ett antal frågor kunde ha tagits bort då de inte gav svar på det som jag egentligen ämnade undersöka och andra skulle, som sagt, ha formulerats annorlunda eller följts upp av ytterligare frågor för att klargöra vad de menade med tidigare svar.

De bortfall av svar på vissa frågor kan för en klass förklaras med att de blev stressade av läraren, då det inte fanns någon avsatt tid för enkätundersökningen. En av flickorna från denna klass har missat en hel sida. På vissa av svaren saknas dock två flickor. Detta kan förklaras med att flickan inte ville svara på frågan, av för mig okända anledningar.

Kvale (1997) skriver att olika metoder är att se som verktyg och man använder det man har behov av för ändamålet med det man gör. Jag såg en övervägande poäng med att göra en kvantitativ studie på detta ämne och tror att det i slutändan gav bra information och hög tillförlitlighet om hur det verkligen ser ut bland dagens unga flickor. Jag anser att det mätinstrument jag använt mig av, enkäter, var rätt och har hjälpt mig att trots vissa tveksamheter i undersökningen ge mig svar på det jag efterfrågat. Jag har fått fram hur det ser ut idag bland dessa unga flickor, att det faktiskt finns ett samband mellan konsumtion av veckotidningar och hur unga flickor ser på utseende och mat intag.

3.7.2 Reliabilitet

Reliabilitet handlar om pålitlighet och tillförlitlighet det vill säga en frånvaro av fel som beror på slumpen i en studie (Malmström, Györki & Sjögren 1998).

Resultaten kan skilja sig mellan Nyköping och Stockholm då jag vet att en av skolorna det vill säga två av klasserna från Stockholm har läst om massmedia under föregående termin. Vad jag inte vet är om eleverna från Nyköping eller de från den andra skolan i Stockholm har gjort detta. Har i genomgången av resultaten funnit ändrade svar i flera fall vilket även det kan ha påverkat resultaten, de kanske ändrade för att det var fel eller för att de såg vad grannen hade svarat och då snabbt suddat ut sitt egna egentligen sanna svar.

Att i denna ålder fråga om skönhetsideal och påverkan av veckotidningar kan i sig vara ett problem då dessa ungdomar då de till frågas aldrig skulle erkänna att de påverkas av något utan hävdar att de själva bestämmer och använder det dom själva vill och tycker är snyggt (diskussion med biträdande rektor Mats Bergman 05.03.17). Jag har även då jag pratat med flickorna i samband med enkätutlämnandet sett en starkt skiftande attityd som gör mig tveksam till resultaten. Det var i ett par av klasserna inte möjligt att sära på flickorna innebära att de kan ha tittat på vad den som satt bredvid svarat, vilket kan ha påverkat resultaten och minskat tillförlitligheten.

Kan i efterhand tycka att undersökningens första fokus på media i sin helhet till att begränsa till veckotidningar var av mindre lyckad karaktär. Flickorna som inte läser veckotidningar utsätts för bilder på skönhetsideal genom reklam och television, detta skulle kunna minska reliabiliteten i undersökningen. Undersökningen visar dock att veckotidningar har en påverkan på unga flickor.

På kommentarerna blir synligt vad flickorna tycker, vilket följer i hur de har svarat på övriga frågorna i enkätundersökningen. Några flickor har tydligt visat att de är emot skönhetsidealet och svarat att de skulle må mycket sämre om de såg ut som det. Har funnits flickor som i kommentaren svarat att de är för skönhetsidealet samt de som skrivit att de inte är nöjda med sig själva, vilka verkar ha svarat väldigt ärligt. Flickornas egna kommentarer har varit varierande, feminist ramsor, idealdyrkan, utan kommentar och en mellanhållning. Detta borde i slutändan ge en ganska bra spridning på vad flickorna svarat vilket gör att åsikterna tar ut varandra.

Att studie är av kvalitativ karaktär beror på att jag ansett detta vara den mest tillförlitliga och tydligaste metod förundersökningen. Jag tror att diskussioner om att påverkas av veckotidningar kan vara känsligt. Det kan vara svårt erkänna och stå för att man påverkas av veckotidningar i denna ålder då de flesta vill framstå som opåverkade, egna "original flickor" som går sin egen väg. Jag tror att tillförlitligheten till resultaten blir högre med en kvantitativ metod där flickorna vet att de är helt anonyma. Endast ett fåtal flickor skulle hunnits med om intervjuer använts och anonymiteten skulle då blivit svår att skydda till hundra procent.

Enligt Olsson och Sörensen (2001) är kvantitativ metod att definiera med en tidigare bestämd hypotes, d.v.s. att man har en teori som man vill bekräfta, vilket jag i en viss mån har. Ämnet är för mig inte helt främmande, utgick dock inte i undersökningen från en hypotes, men den fanns där, annars hade jag antagligen inte gjort undersökningen. Skulle kunna säga att jag surfade ett varv på den induktiva - deduktiva vägen (Chalmers 1994), beroende på hur man definierar induktivt och deduktivt. Men jag skulle på en "lägre" nivå kunna säga att min väg sett ut så här; Jag har levt i och observerat samhället vilket har lett till att jag uppmärksammat media -veckotidningarna, det smala skönhetsidealet, unga flickors beteende och den utseendes fixering som idag råder (induktivt). Har sedan deduktivt, resonerat mig fram till min utgångspunkt. Detta har skett ungefär så här: om man påverkas av veckotidningar och veckotidningar basunerar ut ett orealistiskt smalt skönhetsideal och tips om att nå detta så borde de unga flickorna påverkas av detta skönhetsideal och sträva efter att efterlikna det. Om man ser till mitt resonemang kan man även hävda att detta göra att studien har reliabilitet.

3.7.3 Generaliserbarhet

Generaliserbarhet är om det går att dra allmängiltiga slutsatser, att generalisera studiens resultat till övriga population (Malmström, Györki & Sjögren 1998).

Att göra en kvantitativ studie ger ett resultat som om det blir signifikant går att generalisera utifrån. Kvantitet åsyftar till att mäta vilket ger ett lättare generaliserbart resultat av något. Mitt syfte, att uppmärksamma, mäta och se om det går att finna samband mellan olika fenomen, finns en önskan om att finna generaliserbara resultat (Kvale 1997). Den kvantitativa metod jag har valt att använda mig av är enkätundersökningen, att arbeta med statistik. Statistik som är en metod att förstå och förklara ett fenomen mer allmängiltigt, vilket jag efterfrågade fenomenets grad av påverkan (Byström 2000).

Att generalisera resultaten till alla flickor från år sju ifrån hela Sverigesland är inte i alla avseenden fullt möjligt. Men det går att urskilja möjliga mönster som finns bland unga tjejer. Dessa mönster har i många fall i undersökningen visat på signifikanta samband vilket innebär att det går att generaliseras utifrån undersökningen till hur det ser ut bland flickor från år sju i Sverige idag, om validiteten håller. Det enda 100 % säkra som går att säga utifrån undersökningen är att dessa 54 flickor har vid detta tillfälle svarat så här.

3.8 Etik

För att studien skall möta de grundläggande etiska principerna (Olsson & Sörensen 1999) samt HSFR:s tidigare etiska riktlinjer (Kvale, 1997) har jag tagit dem båda i beaktande. De grundläggande etiska principerna är autonomi, godhet, att inte skada och rättvisepincipen. HSFR:s tidigare riktlinjer är information, samtycke, nyttjande och förvaring. I enlighet med beslutade jag följande: Innan enkäten gavs ut till eleverna har rektor eller biträdande rektor samt lärare läst enkäten samt fått all information av mig om studien för att godkänna denna innan eleverna tillfrågats då dessa är minderåriga. Innan utlämnandet av enkäten informerade jag flickorna om ämnet, vad jag gör, varför jag gör det, vad jag kommer att göra med informationen, vad jag menar med frågorna i enkäten samt svarade på frågorna som vissa av flickorna hade.

Informerade om deras rättigheter kontra mina skyldigheter samt hur jag kommer att uppfylla dessa skyldigheter, hur jag kommer använda materialet jag får in samt hur jag kommer att förvarar det. Information rörande samtycke, att de själva väljer om de vill delta eller inte i enkätundersökningen. Jag förklarade att de kunde lämna undersökningen och lokalen när som helst och att de inte hade några skyldigheter att vare sig lämna in enkäten eller fylla i den. När de hade fyllt i och lämnat in enkäten, var chansen försutten att dra sig ur då det inte längre går att skilja deras enkät från de andras vilket medför att alla är helt anonym då inte ens jag kan skilja dem från varandra.

För att undvika missförstånd gjorde flickorna enkäten medan jag var där vilket gjorde att jag direkt kunde svara på frågorna som kom upp plus att jag fick in svaren från enkätundersökningen direkt. Undersökningen som är helt o kodad och anonym har förvarats hemma hos mig.

Att fråga eller lämna ut enkät till minderåriga kräver båda föräldrarnas samtycke enligt de riktlinjer som idag tillkommit, i denna studie har eleverna, skolan, rektorn och lärare samtyckt till enkäten och studien i samtliga fall. Föräldrarnas samtycke har inte inhämtats i något av dessa fall. Detta är ett grovt övertramp då flickorna är minderåriga och har svarat på enkätundersökningen utan varken föräldrarnas vetskap eller samtycke. På Ersta och Sköndal högskola har de parter som ansetts berörda då vetskapen om studiens bristande etik framkommit diskuterat detta, om och hur undersökningen kunde fortgå. Det man i denna samling kom fram till var att ett i efterhand insamlat samtycke skulle kunna skapa mer lidande än vad det nu har gjort, saken lämnas därhän. Materialet som är insamlat är anonymt och det anses att detta utan fler etiska överväganden kan användas i fortsatta undersökningen, inga vidare åtgärder skall göras. Det är dock viktigt att här poängtera att undersökningens tillvägagångssätt varit klart oetiskt då minderåriga deltagit utan föräldrarnas samtycke.

3.9 Metodproblem

Det största metodproblemet i samband med denna undersökning har varit bristande kunskaper om den kvantitativa metoden samt hur den kvantitativa undersökningen skall redovisas. De problem som har uppkommit under arbetets gång har varit hur man kvantitativt skall formulera frågor och svar i en enkät. Hur en enkät skall utformas för tydlighet och säkerhetsställning av resultat?

Hur dessa skall matas in, hur programmet, här SPSS, fungerar, analysering av resultat samt vilket värde de resultat som framkommit har?

I fasen resultatredovisning, var problemet hur resultat skall redovisas? Att göra tabeller och finna såna som tydliggör redovisningen och resultaten. När förståelsen om hur dessa tabeller kan se ut var problemet att finna och förstå det program i vilket tabellerna skapas.

Har utifrån kunskapen jag förfogar över inom området funnit och gjort det jag ansett bäst för situationen. I många fall har jag kommit med egna lösningar vilket inte alltid varit lättaste vägen eller vägen via de program som finns för att användas vid en kvantitativ redovisning men det är den väg jag funnit och klarat av hanteringen för. Att jag valde kvantitativmetod berodde delvis på viljan att lära mig.

4. TEORI OCH LITTERATUR.

För att förstå denna studie samt dess resultat behövs kunskap om hur det är att vara ung kvinna mellan 13-14 år. Denna del syftar till att beskriva tonårsperioden och hur denna kan upplevas, förklaring till varför unga flickor påverkas och hur detta kan förstås. Hur vårt rådande skönhetsideal är och upplevs, veckotidningarnas eventuella roll och de teorier som finns om skönhetsideal och veckotidningar (media).

4.1 Ungdomsåren

Enligt Cullberg (1992) delas tonårsperioden som infinner sig mellan 13-19år in i tre underavdelningar: förpuberteten, puberteten och adolescensen. Flickor i studien är 13-14 år vilket innebär att de befinner sig i förpuberteten med vissa indikationer på puberteten. Förpuberteten är det förberedande stadiet då en ökad fysisk och fysiologisk spänning blir markant. Puberteten börjar nalkas vilken kännetecknas av utvecklandet av könsorgan och kropp under påverkan av könshormonerna. I "utvecklingspsykologi" talar Hwang och Nilsson (1995) om ungdomstiden som enligt dessa varar mellan 10-20 års ålder som den mest utmanande och komplicerade perioden i livet. Detta är den mest individuella utvecklingsfasen och det sker stora kroppsliga, kognitiva och sociala förändringar under en period av tre år varav toppen av tillväxtpurten för flickor är mellan 12-14 år (a a). Det är i denna spurt som flickorna i studien befinner sig vilket gör att förståelsen för denna utveckling är viktig i samband med denna studie.

Förpuberteten kan ses som ett språng tillbaka, ett uppsamlade av kraft innan könsmodnaden och vuxenheten kommer igång. I denna period av livet blir vännerna extra viktiga och flickor har gärna nära bästisar samtidigt som spänningar mot familjen här kan förstärkas. Det sker en ökning av den sexuella driften vilket kan märkas i viss utsträckning genom uttryck i klädsel och sminkning. Då det är vanligt att ungdomar under denna period tar avstånd från det motsatta könet blir oftast idolbilder och främmande människor här objekt för flickors känslor av kärlek och hetta (Cullberg 1992).

I denna fas börjar flickorna i olika åldrar och takt träda in i pubertetens första fas av kroppsutveckling med bröstutveckling som en av de första förändringarna följt av den första menstruationen som brukar komma ett eller flera år efter att bröstet börjat utvecklas. Då kroppen utvecklas snabbt kan ge en ojämn utveckling av höfter, fet och muskler. Även om kroppen utvecklas jämnt så finns det många aspekter som påverkar flickor i denna fas. Håret blir fetare, kroppen får en ny lukt, de aktiva svett och luktörtlarna förorsakar finnar och östrogenet gör att flickor får kortare ben och en rundare kroppsform under denna fas då mängden av underhudsfett ökar på bröst, höfter, stjärt och lår. En flicka ökar normalt i snitt 17kg i vikt och 25cm i längd genomsnittligt under denna period (Hwang & Nilsson 1995). Under denna period och fortsatt in i puberteten blir en allt viktigare fråga hur och när man utvecklas eller inte utvecklas. Både brist på utveckling och snabb utveckling kan här ge problem för den enskilde individen (Cullberg 1992).

Puberteten är en väldigt intensiv och speciell period i livet. De flesta flickor upplever bröstet som den viktigaste indikationen på puberteten. Menstruationen har börjat komma allt tidigare och det är i dag inte ovanligt att en flicka får menstruation redan i 10 års ålder men det är även normalt att den dröjer upp till 16 års ålder. Att menstruation och bröstutveckling är så individuellt kan för flertalet flickor innebära olika slags lidande och utanförkänslor. Det finns dock en möjlighet att mycket av det lidande som funnits i samband med flickors första menstruation har trappats ner då det idag finns och ges mer kunskap till ungdomar om vad som händer under denna period samt hur de skall sköta menstruationen (Cullberg 1992).

Ett sätt för flickor att klara av denna period är att lägga sig till med ett så kallat *yttre konforma beteende* vilket innebär att de agerar likhetssökande i sitt beteende. En anpassning av kläder, stil, smink och intressen för att överensstämma med de oskrivna lagar som finns bland vännerna, allt för att få känna tillhörighet (Cullberg 1992) vilket innebär att flickor under denna period är anpassningsbara.

Kulturmönster och samhälle stärker det biologiska hos flickor genom dess fokusering och nästintill alla ungdomar känner sig under dessa år avvikande och missnöjda med sitt utseende genom det konventionella skönhetsidealet, reklamen och massmedia. Detta skapar ofta ett lättare lidande hos flickorna då de har svårare än pojkar att hantera sina negativa känslor vilket i många fall kan leda till lätta depressioner och dålig självkänsla. Unga flickors tankar är under denna i livet egocentriska och rör sig mycket om utseende, de är ofta väldigt självupptagna under denna period. De uppfattar sig ofta i sociala situationer som viktigare än de egentligen är och de har oftast svårigheter att tänka rationellt runt sina erfarenheter. Deras socioemotionella utveckling präglas starkt av sökandet efter en identitet och denna slits mellan att hitta sin egenart och passa in i gruppens ideal (Hwang & Nilsson 1995).

Vårt samhälle betonar det yttre utseendet och kroppen genom alla de olika kanaler som media försett oss med till exempel reklam. Att passa in och hitta sig själv är utmärkande för denna fas i livet och många unga flickor ägnar mycket tid framför spegeln med kläder, smink och hår. Att här få en realistisk kroppsuppfattning är viktigt men det som finns och accepteras idag som de unga vänder sig till då de söker en kroppsmedvetenhet är bilden av en extremt smal kvinna, skönhetsidealet. Inte många når upp till detta skönhetsideal och många unga flickor vill se annorlunda ut mot vad de gör. De är medvetna om hur viktig roll utseendet spelar i relationer till det andra könet, ett viktigt inslag under denna tid. Våra samhälliga värderingar om smalhet och attraktion och det utbredda beteendet att banta är orsak till att unga flickor allt oftare insjuknar i ätstörningar. Detta beror på både ett sjukt samhälle och en sjuk individ (Hwang & Nilsson 1995).

4.2 Dagens skönhetsideal

"Dagens västerläska idealkropp – vårt skönhetsideal är idag att vara: smal, stark, ungdomlig, androgyn, fysiskt vältränad samt att den reflekterar kulturens grundläggande värderingar om självständighet, självkontroll, tuffhet, tävling och ungdom" (Gerholm 1998, 20).

För att passa in i det rådande modet, kulturella värderingarna och skönhetsidealet finns idag flera handelsvaror att tillgå. Med hjälp av allt från plastisk kirurgi till kosmetika kan i dagens samhälle allt på kroppen manipuleras eller omskapas. Hur mycket en kvinna än gör för att passa in i denna idealbild kommer hon alltid att vara det andra könet. Mannen i västvärlden har konstruerat sig själv som subjekt, som norm vilket gör att kvinnan blir det andra, det avvikande objektet (Gerholm 1998).

Nina Björk (1996) skriver att Elle som är ett känt modemagasin är till för att kvinnor ska förverkliga sin första uppgift att bli traditionellt kvinnliga, att bli just sköna objekt. Björk (1996) beskriver kvinnokroppen som en bild som varje människa född med ett kvinnligt kön har till uppgift att arbeta kroppsligt och estetiskt med att förverkliga. Bilden av kvinnokroppen beskrivs här som – *"en bild, ett objekt, en konstprodukt som vi åtrår"* (a a 22). Hon menar att det som först syns och tolkas som vem vi är idag är vår kropp. Att känna till och agera utifrån det kön man har, att veta hur man skall vara och se ut enligt "könsnormerna" och vara enligt dem, är idag en nödvändig kompetens och en identitet (a a).

Kvinnokampen som under sjuttioalet handlade om rätt till saker som frihet och jämlikhet har nu bytt mening. Idag uppmanar man kvinnor att våga vara kvinnor och att använda sin rätt att bejaka sina kvinnliga sidor. Vilket enligt detta är att styras av de kvinnliga skönhetsidealen och lägga sin tid och energi på att efterlikna skönhetsidealet, det vill säga enligt ovan att bli ett objekt. Att bli som skönhetsidealet i vår kultur idag är att sträva att se ut som de femtonåriga modeller som ännu inte har blivit kvinnor. Det är detta som är idealkroppen som vi skall sträva efter idag, den fasta, strömlinjeformade och för oss kvinnor oftast onaturliga form (Crona-Leandoer 1991).

Fotomodellsdrömmen handlar om att få denna så kallade skönhet bekräftad och öppet uttalad, att få legitimationen och värdet vacker (Crona-Leandoer 1991). Att vara vacker idag innebär att, som sagt, se ut som skönhetsidealet som blivit allt smalare med åren. Fröken Sverige har på 30 år blivit fyra cm längre och hela 19 kilo lättare, då hon 1951 var 171 cm och vägde 68 kg och 1981 var hon 175 cm och vägde 49 kg (Folkhälsoinstitutet 1994: 23, 15).

Det är många som anser att media och samhället idag har skapat just ett skönhetsideal som styr hur en kvinna bör vara. Birgitta Edlund (2003) skriver även hon att vi idag har ett väldigt smalt skönhetsideal speciellt för unga flickor och att detta ligger nära den lägsta accepterade gränsen för normalvikt (enligt BMI). Att efterlikna idealet ligger på individen själv då det idag går att ändra utseendet handlar det nu om ett eget val. B. Edlund (2003) hävdar även att media stödjer skönhetsidealen då de sammankopplar ett idealiskt utseende med fördelaktiga egenskaper som skönhet, framgång, välstånd och lycka.

Det idag styrande skönhetsidealet befästs i tidig ålder. Redan vid 7-8 års ålder är barnens skönhetsbegrepp mycket likt äldre ungdomars då dessa ideal idag ges till barn tidigt genom exempelvis formerna som finns på Barbie och Ken lär sig barn vad som är den "rätta formen". I en undersökning på barn i nio års ålder associerade både pojkarna och flickorna en tjock kropp med dålig socialförmåga, sämre resultat i skolan, sämre hälsa och låg attraktivitet. Då vi idag i vårt västerländska samhälle har övervikt som vår tids folksjukdom kommer detta smala att förknippas med hälsa, och unga idag ser det smala som ett hälsoideal (Meurling 2003).

Kultursociologer och antropologer talar om kroppen som en bild av samhället. De anser att kroppen är som en metafor för sociala och samhälliga relationer. De ser tillstånd som framvuxna ur en samhällelig kontext och anser att kroppen bör definieras utifrån den tankestruktur som råder. De menar att vi underkastar oss skiftande skönhetsideal som råder för olika tider och med det blir fast i en dröm om evigt och ungdomligt liv, vilket man som människa kan kämpa för all oändlighet. Målet finns inte att nå men pockar ändå ständigt på vår uppmärksamhet i form av bilder som omger oss vart vi än vänder oss i samhället (Lundin & Åkesson 1994).

Nina Björk (1999) skriver om 1800-talets kvinna som den "normala" hysteriska och 1900-talets som anorektisk, vilket flera håller med om. Jorun Solheim (1998) är även hon inne på detta då hon skriver att som hysterin var tidigare är nu anorexin kvinnlighetens sjukdom. Att anorexin är en "könssjukdom" som skapats av vårt samhälle och som uttrycker två paradoxala sidor, vår tids kvinnlighet och könskultur i allmänhet.

Solheim (1998, 113) menar att anorexi är ett symboliskt och metaforiskt kroppsspråk. Hon presenterar ett paradigmiskt meningssammanhang som är av en speciell symbolstruktur med betoning på dessa drag som tycks vara genomgående:

- *Mindre och mindre mat – hon är aldrig tillräckligt smal.*
- *Störningar i den egna kroppsbilden – förnekande av magerheten.*
- *Oupphörliga matfantasier – maten förföljer henne*
- *Hyperaktivitet – hon befinner sig på flykt.*
- *Menstruationen och kroppsutvecklingen upphör – en arrestering av det kvinnliga.*
- *Strävan efter perfektion – det fullkomliga självet.*

Solheim (1998) menar att detta kroppsliga språk inte är så svårt som många tycker utan ganska precist. Anorektiker är att se som både magiker och mimare som mimar både problem och lösning på samma gång. Att anorexi är en kvinnosjukdom handlar om att kvinnan är mera öppen samt att kvinnan står i samband med mat. Det ger ännu en symbolik till anorektikers språk: ett bortstötande av det kvinnliga. Slankheten, jakten efter den trådsmla kroppen, anorexin hänger ihop och kännetecknar precis som mannens kropp en sluten kropp, asexuell och med frihet från kvinnlighetens börda – det kroppsbetingade ödet. Med detta menas inte att anorektiker försöker att efterlikna dagens moderna kvinnliga trådsmla slankhetskysteri, utan tvärt om. Den moderna kvinnligheten är anorektisk. Det handlar om att det kvinnliga är det som måste utplånas, det manliga är det fördelaktiga idealet i vårt samhälle och anorexin är förnekande av kvinnobilden (Solheim 1998).

4.3 Veckotidningar och medias roll

I ”utvecklingspsykologiska teorier” sätter man i samband med Skinners teori om inlärningsprocessen ett likhetstecken mellan utveckling och inläring (Jerlang 1988). Vad är det då veckotidningarna lär våra unga flickor idag, då de befinner sig i den mest kritiska utvecklingsfasen i livet?

Det rådande skönhetsidealet som finns synligt runt om i media att skåda för kvinnor handlar i dag mer än någonsin om att vara smal. Grundstommen i att vara rätt som kvinna är just baserat på detta nyckelord – smal. Med att vara smal faller sedan sakta bitarna på plats. Att vara smal innebär idag att vara så mycket mer än en tunnare kropp. Smalhet sammankopplas med allt från skönhet till disciplin, lycka och framgång allt bara genom att ha en tunn kropp (Björk 1999).

Idag har medieutbudet blivit större än någonsin tidigare och här formas i hög grad de skönhetsideal som styr i samhället. Vi har nya generationer som nu växer upp med detta bildflöde och tar del av det mer än tidigare generationer någonsin gjort. Till saken hör även att media idag i stor utsträckning riktar sig särskilt till unga människor. De bilder som möter ungdomarna idag är även i stor utsträckning manipulerade och retuscherade till de perfektionistiska skönhetsideal som idag råder. Dessa bilder publiceras sedan som om det vore vanliga människor. De ideala kroppar som konstrueras via datorer blir ”det normala” i vårt samhälle medan vi själva blir ”det avvikande” (Folkhälsoinstitutet 1994:23).

Enligt boken 100 år av mode kännetecknas 1990 talet och framåt av modeller med androgyna kroppar. Det ska nu vara trådsmla modeller som representerar skönhet i vår kultur. Detta trots protesterna och debatterna som kommer i vågor och handlar om dagens modeller och anorexi. Men det är dessa kroppar som nu är valda att representera skönhetsidealet i media, speciellt veckotidningarna och de så många gånger kallade modemagasinen.

Det anses vara kontroversiellt med minderåriga modeller vilket leder till att många av de stora märkena och designerna börjar använda sig av minderåriga flickor i sina kampanjer (Mulvey & Richards 1998). Crona-Leandoer (1991) talar om att dagens ideal är format efter femtonåriga flickor utan ännu utvecklade former. Det vill säga att det är någon utan kvinnliga former som karaktäriserar kvinnan.

De framsteg som gjordes under 1990-talet får vi "vanliga människor" till vår glädje nu ta del av genom veckotidningar och från tv soffan. 1990-talet bjöd oss på det nya läppstiftet och underlagskrämerna som inte kladdar, aha –syra som fått folket att jublar då känslan att huden blir som ny är en av effekterna. Den som besväras av celluliter kan nu köpa sin kräm och för dem som har pengar ökar under denna era de som provar på skönhetsoperationer som ses som en varaktig metod att stärka självförtroendet. Även framsteg som ansiktslyft utan ett stelt resultat, fettsugning, laser behandling och bröstimplantat gjorde att plastkirurgin blev allt populärare. Det har blivit ett eget ansvar att skämma bort sig själv, att ta sig tid att omforma sin kropp. Makeupmarknaden blir mer ungdomsorienterad då det upptäcks att mycket unga flickor har en stor köpkraft (Mulvey & Richards 1998).

Kvinnor uppfyller idag en enorm funktion för den kommersiella karusellen som säljer till oss ett blivande idealtillstånd och en dröm om skönhet som för oss är ouppnåelig (Crona-Leandoer 1991). Konfektionsindustrin talar om för oss hur vi skall klä våra kroppar och de lanseras ständigt nya modetrender. Kosmetikaindustrin erbjuder ständigt nya sätt att bli av med rynkig hud eller minska omkretsen på våra lår. Läkemedelsindustrin vill vara med och tala om för oss hur och med vad vi skall hela vår kropp. Livsmedelsindustrin lägger enorma summor på reklam för att tala om för oss att vi skall köpa allt från chips till minimjolk och tobakbolagen vill helst se att du både snusar och röker samtidigt som socialstyrelsen varnar för dess skadliga inverkan (Hellmark 1993).

Media har idag mycket makt och att den makten används många gånger mot kvinnan. Björk (1999) beskriver anorektiker som en överdrift av ett konventionellt kvinnobeteende och hävdar att anorektiker har bestämt sig som de säger i Lätta-reklamen och som alla kvinnor borde enligt dagen kvinnomall. Anorektiker har följt Amelias uppmaningar och bestämt sig, funnit sin inre röst och lärt sig – "inte en bit till" som Amelia skrev i sitt första nummer 1997 över ett fotografi av en normalviktig kvinna med isoleringstejp klistrad i ett tjockt kors över munnen (Björk 1999).

De åsikter som framförs i tidningar och litteratur idag verkar vara ganska likasinnade, ätstörningar är en av effekterna av det skönhetsideal som media visar upp. En extra utsatt grupp är unga flickor i början av tonåren då de i denna utvecklingsfas naturligt lägger på hullet och då i jämförelse med skönhetsidealet blir rädda att uppfattas som tjocka (Folkhälsoinstitutet 1994:23).

Om de sedan läser veckotidningar som Vecko-Revyn kommer deras rädsla att bekräftas. Man kan inte vara helt nöjd med en enda kroppsdel efter att ha läst Vecko-Revyn i bara två månader. Denna tidning pekar ständigt på saker som du kan och nu borde ändra på som att banta ner magen, plocka ögonbrynen, raka, färga, sminka, banta, behandla och så vidare (Björk 1996).

4.5 Diskussion/sammanfattning av teorier och litteratur

Om man bara ser till litteraturen, författarnas teorier om hur skönhetsidealen påverkar och styr kvinnor idag samt hur det är att vara ung och vad som styr och händer under ungdomsåren med en ung flicka, kan man dra vissa tänkbara slutsatser. Enligt Cullberg (1995) beskrivs ungdomsåren som en kritisk tid där man är starkt påverkningbar, söker en identitet och något eller någon att spegla sig i. Media ger oss produkterna och knepen som skall leda kvinnorna närmre skönhetsidealet. Skönhetsidealet som idag används likt en samhällskontroll av kvinnorna. Media försöker sälja ett ouppnåeligt idealtillstånd till kvinnor för att sysselsätta dem och hålla dem ifrån den samhälliga arenan och de höga positionerna. Långt tillbaka i samhällets historia finns det mönster som visar att kvinnorna under alla tider har styrts för att hållas i schakt (Björk 1996 & 1999, Crona–Leandoer 1991 & 1993).

Det skönhetsideal som ges till oss redan som barn i form av Barbie och senare genom reklam, tidningar och television är den bild vi får av hur det är att vara kvinna respektive man. Veckotidningarna som säljs till oss dyrt som en lyxprodukt och vars syfte är att instruera oss i att vara kvinnor, att bli kvinnor eller rättare sagt: rätt som kvinnor. Vi instrueras med krämer, behandling, formning, träning och bantning men som Crona–Leandoer (1991) säger är det bara en kommersiell karusell, ett vinstsystem som bygger på att slå två flugor i en smäll. Att hålla kvinnorna idag på plats samt tjäna pengar på dem.

För hur skulle ekonomin reagera om vi kvinnor helt plötsligt bara slutade att köpa och använda dessa så kallade skönhets produkter. Tänk om alla kvinnor vaknade upp en dag och bara bestämde sig för att nu är det stop, inga skönhetsoperationer, ingen veckotidningsförsäljning, inga krämer, inget smink, inte en massa nya kläder och så vidare. Hur skulle detta påverka samhället och samhälls ekonomin och vad skulle sägas om det. Vad bra att kvinnorna satsar på det som verkligen ger något och utvecklar dem som personer? Nej jag tror inte det, reaktionen skulle snarare bli att nu har kvinnorna blivit galna eller feministernas ny kupp, eller något liknande. Jag tror inte att männen skulle se detta som ett samhällslyft utan som något negativt. Men varför ska inte vi ha tillgång till samma arena och samma möjligheter som männen, vad skulle vara fel med det. Jo mönstret, det är inte så våra könsroller ser ut, det skall helt enkelt inte vara så...

Kosmetikens framsteg med allt från kladd fria läppstift till cellulitkrämer beskrivs som under för kvinnorna. De talar om skönhetsoperationer som ett varaktigt sätt att stärka sitt självförtroende något som vi kvinnor borde jubla över, för hur skulle vi annars stärka det? Enligt boken "*Hundra år av mode*" är det verkligen så att kvinnornas arena rör sig runt skönhet och utseende. Hela boken är en hyllning av kvinnan som ett objekt och det är för mig ofattbart att detta är en bok skriven av två kvinnor. Denna bok beskriver kvinnor som utan intellekt och förmåga till någon slags personlig utveckling. Hur kan dessa kvinnor hylla sitt förfall, för det är vad detta är en hyllning för kvinnors strävan efter ett ouppnåeligt och ovärdigt mål. Vi kvinnor borde hyllas då vi verkligen gör något engagerar oss eller uträttar något av betydelse inte för att vi kämpar med något så egoistiskt och oväsentligt som utseende (Mulvey & Richards 1998).

Men det är så samhället ser ut idag. Den vackra kvinnan hyllas och den intelligenta kvinnan som är högutbildad syns inte alls om hon inte är vacker också. Det är detta synsätt som sätter sin prägel på unga flickor, vilket gör att det viktiga för dem blir, givetvis, att vara vackra. Det som betyder något om du är kvinna är om du är vacker här ligger kvinnans värde. Att vara vacker idag är att vara smal, vilket är en av anledningarna till att unga flickor får ätstörningar idag. Hwang & Nilsson (1995) talar om både ett sjukt samhälle och en sjuk individ i de fall

flickor drabbas av ätstörningar. Även Crona-Leandoer (1991) och Björk (1996) anser att samhället, särskilt media och skönhetsidealet är en källa till denna sjukdom. Så vad skall vi göra för att ändra detta, hur skall kvinnor någonsin bli fria och ätstörningar bland unga flickor minska om samhället bara fortsätter att se kvinnan som en köpkraftig konsument och inget annat.

5. RESULTAT

54 flickor svarade på enkäten. Flickorna kom från tre olika skolor samt två olika städer, Nyköping (51,9 %) och Stockholm (48,1 %). Flickorna går år sju, på Oppebyskolan - Nyköping (51,9 %) och de från Stockholm, Råambshovsskolan (35,2 %) och Fredrikshovsslottsskola (13 %).

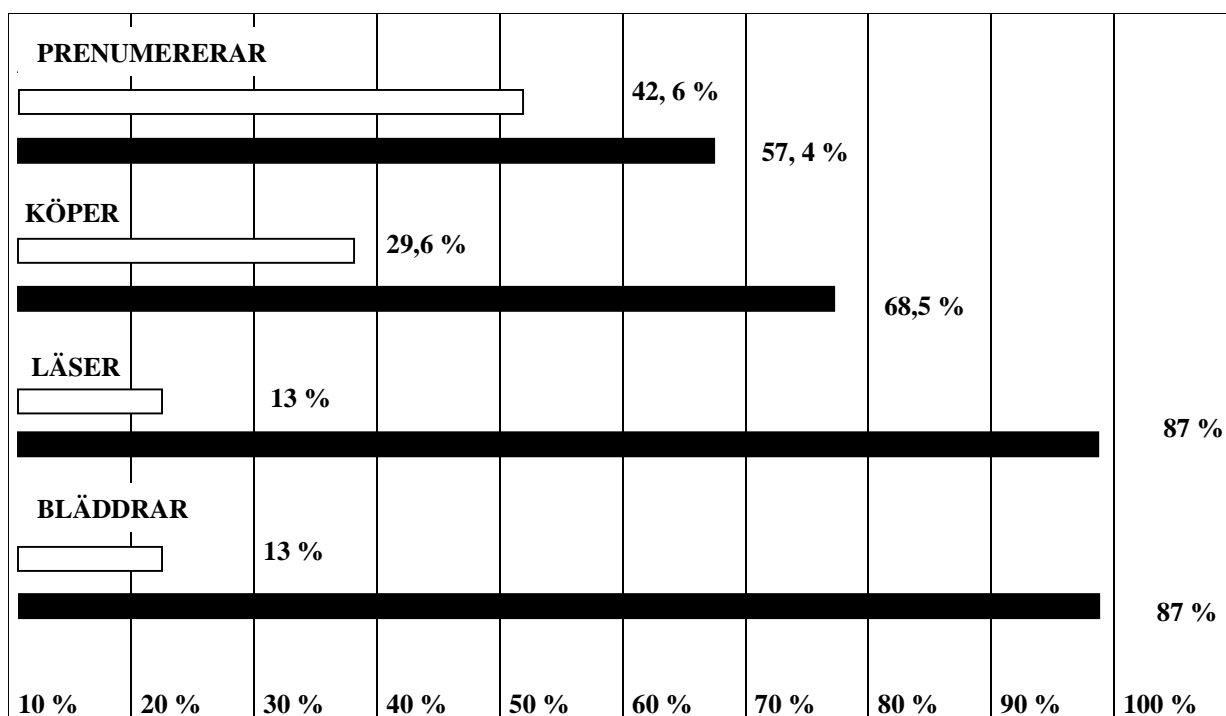
Resultaten visade ingen signifikant skillnad mellan de två städerna. En tendens till skillnad mellan städerna har i vissa fall gått att utläsa och pekat på att flickorna från Nyköping är mer måna om hur de ser ut än flickorna från Stockholm. Skillnaderna kan vara verkliga skillnader men det kan även bero på slumpen. Det går även att urskilja en viss skillnad mellan skolorna, men inte heller här har något signifikant samband påträffats eller något tydligare mönster.

5.1 Veckotidningskonsumtion

Resultaten för veckotidningskonsumtionen har avlästs från enkätfrågorna: hur ofta läser du veckotidningar, hur ofta bläddrar du i veckotidningar, hur ofta köper du veckotidningar och hur många veckotidningar prenumererar din familj på.

Tabell 1.
Flickornas konsumtion av veckotidningar i procent

NEJ JA



Resultaten har visat på en hög veckotidningskonsumtion bland de unga flickorna i undersökningen. Att köpa veckotidningar själva gör 68,5 % av flickorna. Hos 57,4 % finns en eller flera prenumerationer i hemmet. En något mindre siffra än läsa och bläddra i veckotidningar vilket utförs av hela 87 % av flickorna.

De flesta av flickorna som köper veckotidningar gör detta sällan eller ibland vilket betyder att det inte är en så hög konsumtion i form av att själv köpa veckotidningar. Att flickor aldrig köper veckotidningar kan bero på att de inte vill köpa eller att de inte har ekonomin för det. En av flickorna har inte svarat på frågan att köpa veckotidningar (1,9 %).

Att läsa tidningar är det en klar majoritet av flickorna som gör, men olika ofta. Minoriteten av flickorna läser aldrig veckotidningar (13 %). Det är 31,5 % av flickorna som är att anse som högkonsumerande och läser veckotidningar väldigt ofta eller ofta. Däremellan i en medelgrupp har vi majoriteten 55,5 % som konsumerar måttligt när det gäller att läsa veckotidningar men som ändå är att anse som konsumenter.

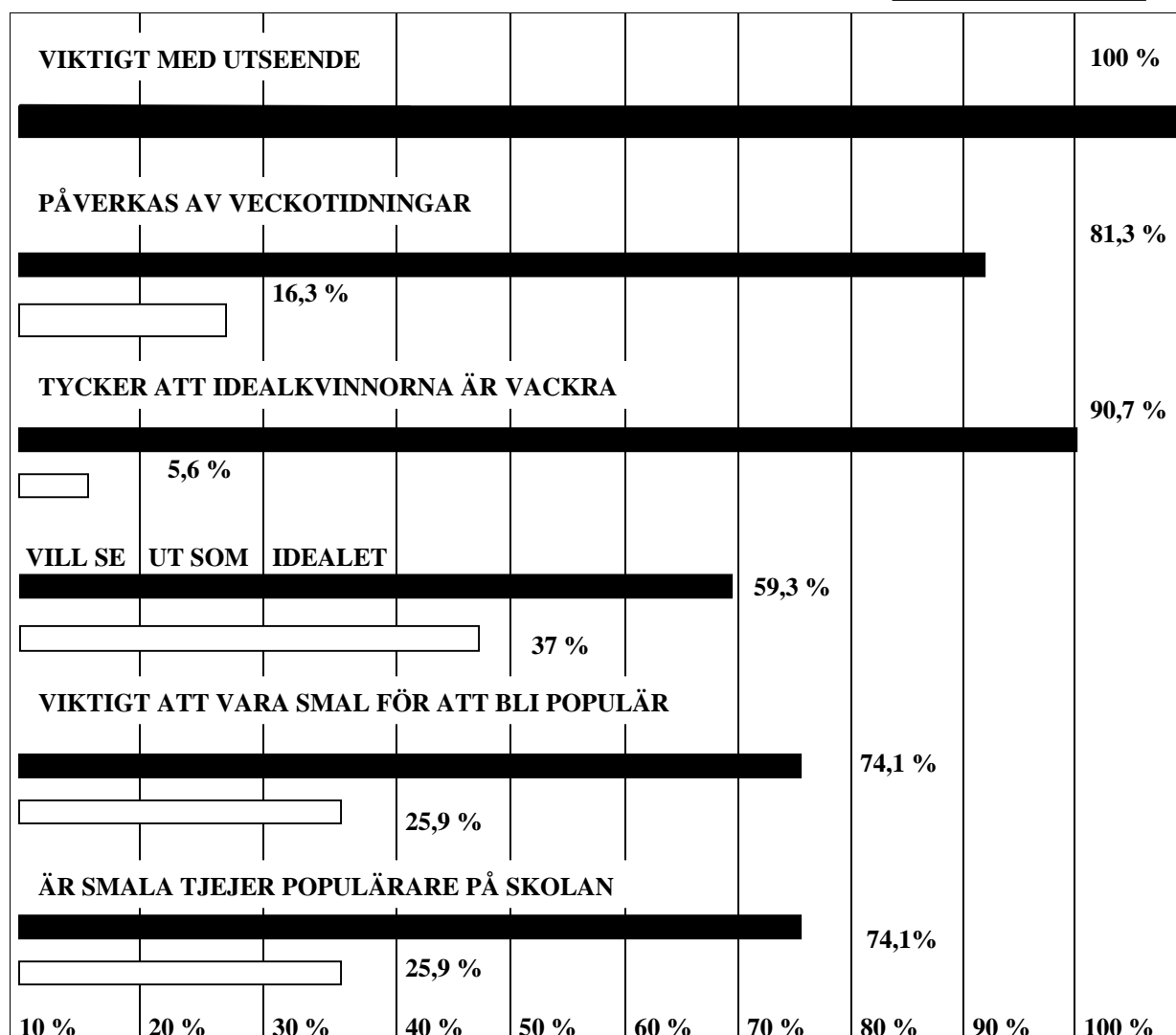
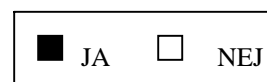
Att bläddra i veckotidningar görs av lika många procent av flickorna som att läsa. En minoritet av flickorna var även här de som aldrig bläddrar i veckotidningar och vi kan anta att det rör sig om samma flickor. Majoriteten av flickorna bläddrar inte i så många veckotidningar (38,9 %). I gruppen hög konsumenter när det gäller att bläddra i veckotidningar finner vi 18,6 % av flickorna som uppger att de bläddrar i många eller ganska många veckotidningar i veckan.

Att någon i familjen prenumererar på en eller flera tidningar uppger 57,4 % men det skiljer sig på hur många. Flera familjer prenumererar inte på någon (42,6 %) eller en veckotidning (35,2 %). Högkonsumenterna här är de flickor som har flera tidningsprenumerationer i familjen 22,3 %. Dessa familjer innehar två tidningar (11,1 %), tre tidningar (9,3 %) eller fler (1,9 %). De flesta av familjerna prenumererar men det är inte vanligt att de prenumererar på flera veckotidningar samtidigt.

5.2 Skönhetsidealet och utseendets betydelse

Nedan redovisas flickornas svar om hur de ser på och tycker om utseende. Resultaten har avlästs från enkätfrågorna rörande utseende, klasskamrater, att spegla sig samt skönhetsidealet. Och visar tydligt att utseendet är betydande för unga flickor idag.

Tabell 2.
Flickornas syn på utseende i procent



Bortfallet för dessa frågor var följande: att påverkas av veckotidningarna har en flicka inte besvarat (1,9 %). På frågorna tycker att kvinnorna (idealen) i tidningarna är vackra och om man vill se ut som skönhetsidealet saknas två svar per fråga (3,7 %).

Tabell 3.
Om flickorna tycker att det är viktigt med utseende i procent.

Inte viktigt	Inte så viktigt	Ganska viktigt	Mycket viktigt	Inte svarat
	31,5 %	50 %	16,7 %	1,9 %

På frågan om det är viktigt med utseende svarade alla flickorna att det har betydelse vilket innebär att ingen av flickorna svarade att det inte är viktigt med utseende. Att alla flickorna tycker att utseendet spelar någon roll är en sak, en annan faktor är att majoriteten av flickorna inte bara anser det betydande utan att 66,7 % anser utseende är mycket betydande då de har svarat att det är att se som ganska eller mycket viktigt.

Hur mycket flickorna tror sig påverkas av veckotidningarna gällande sin syn på utseende visar att majoriteten anser sig påverkas men i olika grader. Anmärkningsvärt är att de fortfarande gör det aktiva valet att läsa veckotidningarna trots att dom vet eller tror sig veta att det påverkar deras syn på utseende. Flera av flickorna har svarat att de inte påverkas så mycket (44,4 %), men 25,9 % tror sig påverkas ganska mycket och 11,1 % påverkas mycket.

Majoriteten av flickorna tycker att kvinnorna i veckotidningarna, skönhetsidealen är vackra. Flickorna tycker mest hela 61,1 % kvinnorna i veckotidningarna, skönhetsidealet, är ganska vackra. Några flickor har svarat att de tycker kvinnorna i veckotidningarna är mycket vackra (13 %). Representerade finns även de som anser skönhetsidealet inte är så vackert (16,7 %) samt inte alls är vackert (5,6 %).

De flesta av flickorna vill se ut som skönhetsidealet, det är inte så viktigt för alla men det finns ändå en önskan. En mindre grupp anser att det är ganska viktigt (14,8 %) ingen har ansett det mycket viktigt att se ut som skönhetsidealet.

Tabell 4.

Vad flickorna anser om skönhetsidealet i procent.

Frågorna och svaren i %.	Inget	Nästan inget	Inte så mycket	Ganska mycket	Mycket	Svar saknas
Hur mycket tid spenderar du framför spegeln?		5,6 %	29,6 %	46,3 %	16,7 %	1,9 %
Hur mycket jämför du dig med skönhetsidealet?	33,3 %	18,5 %	35,2 %	7,4 %	3,7 %	1,9 %
Hur viktigt för vänner se ut som skönhetsidealet?	7,4 %		57,4 %	28,8 %	3,7 %	3,7 %

Nästan hälften av flickorna spenderar ganska mycket tid framför spegeln. Det är hela 63 % som speglar sig mycket eller ganska mycket. Endast en ytterst liten del av flickor speglar sig nästan inget (5,6 %). En flicka har inte svarat på denna fråga (1,9 %).

Majoriteten av flickorna jämför sig med skönhetsidealet. Att jämföra sig mycket (3,7 %) eller ganska mycket (7,4 %) med skönhetsidealet är inte så vanligt förekommande. De flesta av flickorna svarar att de inte jämför sig så mycket (35,2 %) men de jämför sig med skönhetsidealet i någon utsträckning. En flicka har inte svarat på denna fråga (1,9 %).

Här minskar antalet som svarat att det inte alls är viktigt att se ut som skönhetsidealet radikalt. Endast 7,4 % tror att det inte alls är viktigt för vännerna, för dem själva svarar hela 37 % att det inte alls är viktigt. En ganska stor grupp tror att det till och med är ganska viktigt för vännerna (27,8 %). Anspråkslösare är gruppen som tror att det är mycket viktigt för vännerna endast 3,7 %. Här kan vi se en ansenlig skillnad mellan flickornas svar om dem själva och vad de tror om sina vänner. Är det möjligtvis lättare att säga det om vännerna eller tror de att det har större betydelse i kamratgruppen. Enligt Cullberg speglar man sig starkt i sina vänner under denna period av livet vilket gör att det faller tillbaka på dem själva igen. Om det är det viktiga för vännerna är det ofta viktigt för flickan själv. Två flickor har inte svarat på frågan (3,7 %).

Tabell 5.

Om flickorna ser några fel hos sig själva i spegeln i procent.

Nästan inga	Några	Inte så många	Ganska många	Många
18,5 %	46,3 %	22,2 %	3,7 %	9,3 %

Om flickorna ser några fel hos sig själva i spegeln skiljer sig en del flickorna emellan. Om vi skall se till en tredelning så hamnar 18,5 % i gruppen som ser ytterst få fel i spegeln, 68,5 % i mellan gruppen som ser några fel och i den grupp som hos sig finner ett betydande antal fel hos sig själva återfinner vi 13 %.

Oavsett hur många fel flickorna ser i spegeln är ändå nästan hälften 46,3 % av flickorna nöjda med sig själva. 29,6 % uppger sig vara varken nöjda eller missnöjda. En mindre grupp flickor är även mycket nöjda (11,1 %) med sig själva. Det finns likaledes representerat flickor som är mindre nöjda (7,4 %) eller som inte är nöjda (5,6 %) med sig själva. Så i jämförelse med hur flickorna ser på beteende till mat, utseende och att spendera tid framför spegeln så verkar de ändå i slutändan vara nöjda med sig själva. Kan vara så att de är nöjda med sig själva då att tänka på både utseende och vad de äter ger synliga resultat för deras yttre.

Tabell 6.

Hur ofta flickorna använder sig av tips ur veckotidningarna i procent.

Aldrig	Sällan	Ibland	Ofta
64,8 %	24,1 %	7,4 %	3,7 %

Trots den stora andel som anser sig påverkas är det bara en nätt grupp som använder sig av tips från veckotidningarna. Majoriteten gör det aldrig och de flesta som använder sig av tips gör det sällan (24,1 %), få gör det ibland eller ofta. De flickor som ändå använder sig av tips verkar dock vara en utsatt grupp då denna är väl representerad när det gäller att spendera mycket tid framför spegeln, tänka på vad man äter och att det är viktigt med utseendet.

Tabell 7.

Hur flickorna tror de skulle känna sig om de såg ut som skönhetsidealet i procent.

Olycklig	Må sämre	Som idag	Må bättre	Lycklig
	16,7 %	48,1 %	25,9 %	7,4 %

En flicka har inte svarat (1,9 %).

En relativt stor grupp av flickorna tror att de skulle må bättre (25,9 %) samt en liten del av flickorna tror att de skulle bli lyckliga (7,4 %). Det vill säga 33,3 % tror att det skulle vara en positiv förändring om de såg ut som skönhetsidealet men de flesta tror inte att det gör någon skillnad. Intressant här är att en mindre grupp anser att de skulle må sämre om de såg ut som skönhetsidealet (16,7 %).

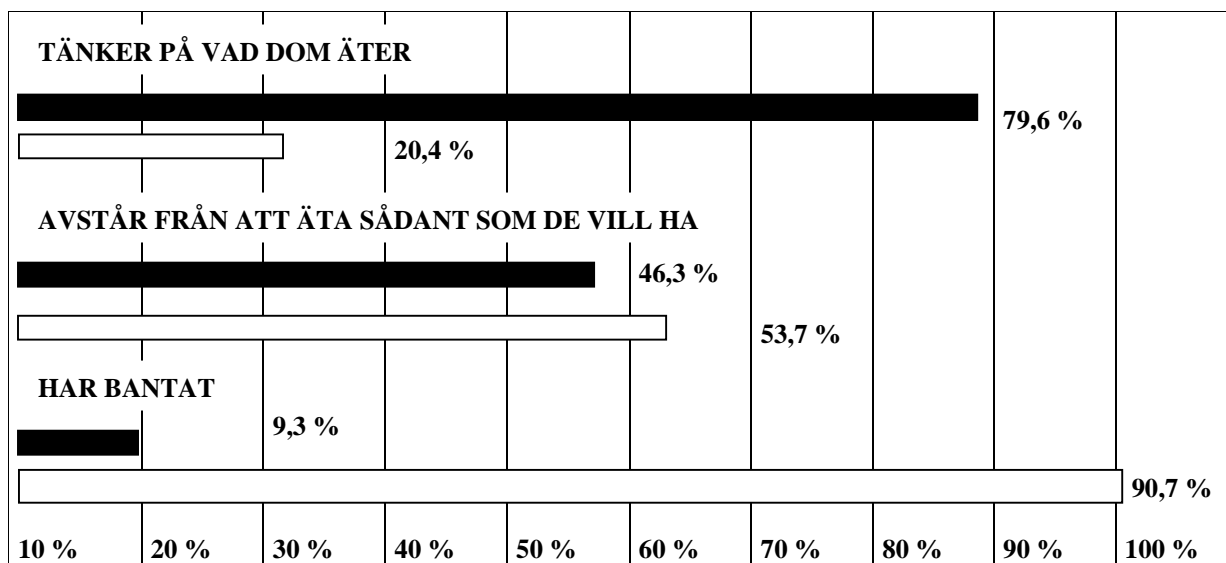
5.3 Reglering av matintaget

Här redovisas resultaten från undersökningens frågor som rör flickornas reglerande av matintaget. Om de tänker på vad de äter eller om de avstår från att äta sådant som de vill ha. Resultaten visar på att det är en stor grupp av de unga flickorna som säger sig tänka på vad de äter, har avstått från att äta något som de velat ha men det är en mindre grupp av flickorna som har bantat (definitionen av att banta är här oklar).

Tabell 8.

Flickornas beteende gentemot mat i procent.

<input checked="" type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEJ
--	------------------------------



Det är närmre 80 % av flickorna som tänker på vad de äter men inte alla och inte så ofta. Den grupp av flickorna som angivit att de tänker på vad de äter gör det sällan (79,6 %) och flickorna som inte gör det sällan gör det inte alls (20,4 %) inget mellan läge finns. Nästan hälften av flickorna i trettonårsåldern avstår från att äta något som de egentligen vill ha men dessa gör det sällan. Resterande flickor avstår aldrig från att äta något som de vill ha. Majoriteten av flickorna avstår inte från att äta sådant som de vill ha.

Det är 9,3 % av flickorna som har bantat i denna ålder, det handlar om att de har bantat någon gång. Vilket kan betyda allt från två gånger till ett flertal tillfällen och något som kan återkomma i framtiden. Majoriteten av flickorna svarade att dom aldrig har bantat (90,7 %), definitionen av banta är oklar.

5.4 Klasskamrater och blir smala flickor mer populära.

Här redovisas hur viktigt flickorna tror att deras klasskompisar tycker det är med utseende och om de tror att man behöver vara smal för att bli populär och få ett bra jobb.

Tabell 9.

Klasskamrater och vikten av att vara smal i procent.

Frågorna och svaren i %.	Inte alls	Inte så	Ganska	Mycket	Inte svarat
Hur viktigt klasskamrater tycker att utseendet är?	1,9 %	31,5 %	55,6 %	9,3 %	1,9 %
Är smala mer populära på din skola?	5,6 %	33,3 %	40,7 %	20,4 %	
Hur viktigt är det att vara smal för att få bra jobb?	44,4 %	40,7 %	13 %		1,9 %

Hur viktigt flickorna tror att klasskamraterna tycker att utseendet är, en tolknings fråga som kanske speglar mer vad flickorna själva tycker och tror än vad klasskamraterna verkligen tycker. Nästan alla flickor tror att klasskamraterna lägger någon vikt vid utseendet, det är bara en flicka som svarat att hon inte alls tror att det är viktigt för kamraterna. Majoriteten svarade att klasskamraterna ansåg det vara ganska viktigt med utseende (55,6 %), en av flickorna har inte besvarat denna fråga (1,9 %).

Att vara smal för att bli populär anser flickorna spela en viss roll men det anses inte alltid vara helt avgörande då ca en fjärdedel svarade att det inte var viktigt (25,9 %). Vilket visar att det för majoriteten av flickorna spelar roll, hela 74,1 % tror att det har någon betydelse. En relativt stor grupp anser att det är ganska viktigt och en befintlig grupp anser det vara mycket viktigt (5,6 %).

Flickorna anser att det är viktigt att vara smal för att bli populär på deras skola, då de uppger att flera smala flickor är populära. Nästan alla flickorna, hela 94,4 %, har svarat att smala flickor är mer populära på deras skola. Att smala tjejer är ganska mycket populärare på skolan samt mycket populärare uppger sammantaget hela 61,1 %. Endast tre av flickorna har svarat att det inte alls är viktigt.

Att det spelar roll och på något sett är viktigt att vara smal om man vill få ett bra jobb tror över hälften av flickorna 53,7 %. En flicka har inte besvarat frågan (1,9 %).

5.5 Samband mellan flickornas veckotidningskonsumtion och syn på mat och utseende

Vilka samband som går att finna i resultaten mellan flickornas konsumtion av veckotidningar, syn på utseende, reglering av mat och skönhetsidealet. De oberoende variabler som jag använt för konsumtion av veckotidningar är: prenumererar, bläddrar, läser och köper veckotidningar. Den beroende variabel som gett flest signifikanta samband med oberoende variabler var frågan: hur många som köper veckotidningar. Denna redovisas nedan samkörd med övriga variabler:

Tabell 10.

Flickor som köper veckotidningar. Sambands körning genom Kendall's tau-b.

	Valid Percent	Missing	Value	Asymp. Error	Std. Approx. T	Approx. Sig.	Total
Tänker du ofta på vad du äter?	53 98,1%	1 1,9%	0,085	0,106	0,793	0,428	54 100%
Hur ofta avstår du att äta något du vill ha?	53 98,1%	1 1,9%	0,227	0,119	1,904	0,057	54 100%
Har du bantat någon gång?	53 98,1%	1 1,9%	0,016	0,152	0,106	0,916	54 100%
Hur ofta anv. du tips ur veckotidningar?	53 98,1%	1 1,9%	0,135	0,124	1,102	0,270	54 100%
Tycker du att det är viktigt med utseende?	53 98,1%	1 1,9%	0,310	0,114	2,661	0,008	54 100%
Hur mycket tid spenderar du framför spegeln?	53 98,1%	1 1,9%	0,275	0,101	2,646	0,008	54 100%
Ser du några fel hos dig själv i spegeln?	53 98,1%	1 1,9%	0,053	0,098	0,536	0,592	54 100%
Hur ser du på dig själv, är du:	53 98,1%	1 1,9%	-0,092	0,113	0,814	0,415	54 100%
Hur viktigt är utseendet för dina kamrater?	52 96,3%	2 3,7%	0,001	0,116	0,010	0,992	54 100%
Är det viktigt att vara smal för att bli populär?	53 98,1%	1 1,9%	0,043	0,120	0,359	0,720	54 100%
Är smala tjejer mer populära på din skola?	53 98,1%	1 1,9%	-0,160	0,115	-1,380	0,167	54 100%

Är det viktigt att vara smal för att få bra jobb?	52 96,3%	2 3,7%	0,054	0,137	0,395	0,693	54 100%
Påverkas av veckotidningar gällande syn på utseende?	52 96,3%	2 3,7%	0,208	0,105	1,961	0,050	54 100%
Jämför dig med skönhetsideal i veckotidningar	52 96,3%	2 3,7%	0,235	0,119	1,984	0,047	54 100%
Hur viktigt är det att se ut som skönhetsidealet	51 94,4%	3 5,6%	0,254	0,116	2,180	0,029	54 100%
Viktigt för dina vänner att se ut som skönhetsidealet	51 94,4%	3 5,6%	0,073	0,122	0,598	0,550	54 100%
Är kvinnorna i veckotidningarna är vackra?	51 94,4%	3 5,6%	0,034	0,109	0,308	0,758	54 100%
Hur skulle du känna dig om du såg ut som dem?	52 96,3%	2 3,7%	0,282	0,113	2,409	0,016	54 100%

Om vi här endast ser till det som är signifikant, vilket innebär att resultaten inte är slumpartade så kan vi se att veckotidningskonsumtionen i form av att själv köpa veckotidningar har ett visst samband med hur flickorna agerar i flera av fallen. Hur ofta flickorna köper veckotidningar visar ett signifikant samband med hur ofta flickorna avstår från att äta något som de egentligen vill ha. Hur viktigt flickorna tycker att det är med utseende. Samt hur mycket tid flickorna spenderar framför spegeln.

Att köpa veckotidningar har gett signifikant samband med frågorna rörande skönhetsidealet. Samband finns mellan flickor som köper veckotidningar och hur mycket de jämför sig med skönhetsidealet. Hur viktigt det är för dem att se ut som skönhetsidealet samt hur de tror att de skulle känna sig om de såg ut som skönhetsidealet. Samt om flickorna tror att de påverkas av veckotidningar gällande sin syn på utseende.

Inom kategorin konsumtion av veckotidningar frågades hur ofta flickorna läser veckotidningar eller bläddrar i veckotidningar vilket inte gav lika många signifikanta samband som att köpa veckotidningar. I flera fall gav dessa variabler att läsa och att bläddra i veckotidningar ändå signifikant samband med en oberoende variabel.

Tabell 11.

Samband mellan läser veckotidningar och hur man skulle känna sig om man såg ut som idealet. Framtaget genom Kendall's tau-b.

Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
,265	,108	2,386	,017

Tabell 12.

Samband mellan bläddrar i veckotidningar och hur man skulle känna sig om man såg ut som idealet. Framtaget genom Kendall's tau-b.

Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
,292	,116	2,440	,015

Att bläddra i och läsa veckotidningar vilket gjordes av majoriteten av flickorna gav båda ett signifikant samband med hur man skulle känna sig om man såg ut som skönhetsidealet.

Tabell 13.

Samband mellan läser veckotidningar och hur viktigt flickorna anser utseendet vara. Framtaget genom Kendall's tau-b.

Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
,276	,098	2,741	,006

Tabell 14.

Samband mellan bläddrar i veckotidningar och hur viktigt flickorna anser utseendet vara. Framtaget genom Kendall's tau-b.

Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
,321	,110	2,795	,005

Hur ofta flickorna läste veckotidningar och hur ofta de bläddrade i veckotidningar gav båda ett signifikant samband med hur viktigt flickorna tycker att utseendet är.

Tabell 15.

Samband mellan läser veckotidningar och hur mycket tid dem spenderar framför spegeln. Framtaget genom Kendall's tau-b.

Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
,287	,100	2,778	,005

Tabell 16.

Samband mellan bläddrar i veckotidningar och hur mycket tid dem spenderar framför spegeln. Framtaget genom Kendall's tau-b.

Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
,350	,107	3,108	,002

Hur ofta flickorna läser veckotidningar eller bläddrar i veckotidningar samverkar även med hur mycket tid de spenderar framför spegeln.

5.6 Samband mellan flickornas syn på skönhetsidealet och syn på utseende och mat

Signifikant samband finns mellan hur flickorna ser på skönhetsidealet och hur viktigt det är hur man ser ut. Det vill säga samband med variablerna att spegla sig ofta, reglera mat intag och hur viktigt flickorna tycker att utseendet är.

De beroende variablerna i denna kategori är: hur mycket man jämför sig med skönhetsidealet, hur viktigt det är att se ut som skönhetsidealet och hur de tror att de skulle känna sig om de såg ut som skönhetsidealet. Den variabel som gav mest signifikans var frågan - hur mycket jämför du dig med skönhetsidealet du ser i veckotidningarna? Som redovisas samkörd mot alla övriga frågor från övriga tre kategorier nedan:

Tabell 17.

Flickor som jämför sig med skönhetsidealet. Sambandskörning genom Kendall's tau-b.

	Valid Percent	Missing	Value	Asymp. Std. Error	Approx.T	Approx. Sig.	Total
Tänker du ofta på vad du äter?	53 98,1%	1 1,9%	0,441	0,092	3,717	0,000	54 100%
Hur ofta avstår du att äta något du egentligen vill ha?	53 98,1%	1 1,9%	0,268	0,121	2,235	0,025	54 100%
Har du bantat någon gång?	53 98,1%	1 1,9%	0,264	0,082	0,022	0,043	54 100%
Hur ofta använder du dig av tips ur veckotidningar?	53 98,1%	1 1,9%	0,336	0,112	2,800	0,005	54 100%
Tycker du att det är viktigt med utseende?	53 98,1%	1 1,9%	0,352	0,109	3,131	0,002	54 100%
Hur mycket tid spenderar du framför spegeln?	53 98,1%	1 1,9%	0,322	0,109	2,914	0,004	54 100%
Ser du några fel hos dig själv i spegeln?	53 98,1%	1 1,9%	0,444	0,086	4,918	0,000	54 100%
Hur ser du på dig själv, är du:	53 98,1%	1 1,9%	- 0,378	0,098	- 3,694	0,000	54 100%
Hur viktigt är utseendet för dina klasskamrater?	52 96,3%	2 3,7%	0,225	0,102	2,150	0,032	54 100%
Är det viktigt att vara smal för att bli populär?	53 98,1%	1 1,9%	0,527	0,100	4,981	0,000	54 100%
Är smala tjejer mer populära på din skola?	53 98,1%	1 1,9%	0,064	0,134	0,475	0,635	54 100%
Är det viktigt att vara smal för att få bra jobb?	52 96,3%	2 3,7%	0,260	0,125	2,070	0,038	54 100%
Påverkas du av veckotidningarna gällande din syn på utseende?	52 96,3%	2 3,7%	0,562	0,087	6,103	0,000	54 100%
Är kvinnorna i veckotidningarna är vackra?	51 94,4%	3 5,6%	0,170	0,096	1,730	0,084	54 100%
Hur viktigt är det för dig att se ut som skönhetsidealet?	52 96,3%	2 3,7%	0,696	0,083	8,155	0,000	54 100%
Hur viktigt är för vännerna att se ut som skönhetsidealet?	52 96,3%	2 3,7%	0,219	0,113	1,912	0,056	54 100%
Hur tror du skulle känna dig om du såg ut som dem?	52 96,3%	2 3,7%	0,532	0,080	6,198	0,000	54 100%

Att jämföra sig med skönhetsidealet var en variabel som har signifikant samband med det mesta. Att jämföra sig med skönhetsidealet innebär alltså att dessa flickor gör och tänker mycket mer på mat och utseendet. Ett starkt samband fanns mellan att tänka på vad de äter, med det menas att alla som jämför sig med skönhetsidealet tänker på vad de äter. Även att avstå från att äta något som man egentligen vill ha och banta gav i denna grupp en signifikans, dock inte baserat på samtliga. Signifikant samband gav även hur viktigt det är med utseendet, hur mycket flickorna speglar sig, om de såg några fel hos sig själva samt hur de såg på sig själva, om de var nöjda eller inte.

Att jämföra sig med skönhetsidealet hade ett signifikant samband med hur viktigt flickorna trodde att klasskamraterna tyckte det var med utseendet och vikten för vännerna att se ut som skönhetsidealet, hur viktigt det var att vara smal för att bli populär och för att få jobb. Att jämföra sig med skönhetsidealet visade signifikant samband som i sig visar att jämförelsen görs för att det är viktigt att se ut som skönhetsidealet och att flickorna tror att de skulle må något bättre om de såg ut som skönhetsidealet. Signifikant samband finns även med att använda tips ur veckotidningar och om flickorna tror att deras syn på utseende påverkas av veckotidningar.

5.7 Flickornas egna kommentarer

Efter enkätens sista fråga gavs flickorna utrymme att ge egna kommentarer vilket flera gjorde. Dessa kommentarer, anser jag, visar på vad de anser om ämnet i många av fallen. De kommentarer som gavs var skilda i mening av vad de förespråkade och gav ändå en spridning som verkar kunna representera dessa unga flickors alla ståndpunkter.

I Nyköping skrev inte så många av flickorna kommentarer men de flickor som skrev beskrev flickor som inte var nöjda med hur dom såg ut, att de trodde att utseendet spelade roll tills man lärde känna någon och att man ska vara nöjd med den man är men att det är helt ok att sminka sig.

I Stockholm var det flera av ungdomarna som la ner tid på att skriva ner den åsikt de hade på kommentarer och de tog en starkare ståndpunkt med det dom skrev. Flickornas kommentarer var: att man inte ska bry sig så mycket om utseendet och att det är sjukt att vissa får ätstörningar på grund av skönhetsidealet men att det är förståeligt då media har mycket makt och oftast handlar om rekordsnabba dieter vilket får en att ibland tänka att man kanske skulle kunna gå ner nåt kilo, trodde att det inte var många som hade veckotidnings människor som förebilder, ansåg att det var bra medicinskt att vara smal och inte behövde ha att göra med skönhet, synd att utseendet sätter så mycket press på tjejer, bra att du gör denna forskning, tycker veckotidningar är fjompiga, många smala tjejer är populära, våra kroppar våra val ner med alla skönhetsideal, många unga påverkas av veckotidningar men det är bara för att de är pinnskala och har ett ton smink på sig vilket inte är den verkliga världen, tror att många vill vara och se ut som de i veckotidningarna, tror att det kommer att fortsätta vara ideal så länge som alla tidningar håller på med sina gå ner 30kg på en månad som vi alla strävar efter, att det finns människor som är modeller och ser gräsliga ut men folk kanske tycker att de har något speciellt och tror att skönhetsideal påverkar alla men att man inte måste gå och jämföra sig med en modell.

6. DISKUSSION

Syftet med denna uppsats har varit att se hur det ser ut bland unga flickor idag. Hur deras konsumtion av veckotidningar ser ut samt om denna och/eller skönhetsidealet påverkar flickornas beteende i förhållande till hur de äter, sitt utseende och dess betydelse. Om något mönster går att urskilja bland dessa unga flickor när det rör sig runt eller om ett samband med veckotidningar och skönhetsideal. Om det skiljer sig mellan en större och en mindre stad.

Studien visade inte någon signifikant skillnad mellan resultaten från en mindre och större stad. Gick dock att finna ett mindre mönster som tyder på att flickorna från den mindre staden var mer medvetna om sitt utseende. I studien verkade det vara en generell spridning, starka grupperingar, starka och olika eller rentav motsatta åsikter bland flickorna men ändå ger resultaten klumpar på vissa ställen där flickornas åsikter och tankar tar mer eller mindre samma väg.

Att vara en ung flicka i vad Hwang & Nilsson (1995) kallar ungdomsåren eller förpuberteten innebär stora förändringar både känslomässigt, psykiskt och fysiskt. Att öka i vikt och storlek under en fas i livet där målet hela tiden är att finna sin identitet och passa in i gruppen kan idag vara en svårighet då man som ung flicka matas med bilder på hur man bör se ut och vara vilket är en mall som passar på den kropp som de flesta av flickorna har innan pubertetens snabba tillväxt (Hwang & Nilsson 1995).

Mitt i denna fas börjar många av flickorna helt plötsligt att förändras ifrån hur de har varit och ska vara enligt samhället och media till det som något som inte skall vara utan ändras enligt tidningarnas propaganda om bantning och trimning av kroppen. Om flickorna under denna period läser veckotidningarna kommer de snabbt att förstå hur fel de är genom att se hur mycket de behöver ändra på. Björk (1996) säger det tar endast två månader med Vecko-Revyn för att förstå att inte en enda kroppsdel man har är bra utan att allt skall/bör göras om på något vis (Björk 1996).

Att flickornas tankar under denna period är egocentriska förstärker nog detta en hel del det viktigaste för dem är dom själva och de har en känsla av att stå i centrum hela tiden, att alla ser och tänker på vad just dom gör i alla situationer (Hwang & Nilsson 1995). Då det viktigaste i samhället är att se och vara rätt kan jag förstå att det leder till att många av flickorna satsar på att forma om sig för att få passa in och vara med dom tror ju att de syns och märks av alla hela tiden, en press att vara perfekt. Detta betyder att många av flickorna lägger mycket tid och energi framför spegeln med att sminka sig, fixa hår och prova kläder, de tror att de är världens mittpunkt och gör allt för att se bra ut i denna position som många av flickorna tror sig ha under just puberteten.

Flickors uppmärksamhet börjar under denna period i livet på avstånd hamna mer och mer på det andra könet. Då man tidigt lär sig att utseendet spelar en stor roll i relationen till det andra könet bli strävan efter det "ultimata eller rätta" utseendet ännu viktigare. Speciellt då en flicka enligt veckotidningarna måste se ut på ett visst sätt för att överhuvudtaget intressera det motsatta könet.

Media och veckotidningar har funnits under en längre period men detta är den första generationen som växer upp i detta bombarderande av bilder och former om hur en kvinna bör vara och se ut, vilket i och med vad de utsätts för blir vad de unga flickorna tidigt lär sig att strävar efter.

6.1 Veckotidningskonsumtion

Då veckotidningskonsumtionen är ett faktum bland majoriteten av de unga flickorna i studien går det inte att dra några generella slutsatser om att läsa veckotidningar ger en osund syn på kropp och mat, men vi har ändå tittat på en vad en högre konsumtion av veckotidningar kan göra med de unga flickorna vilket gett ett visst utslag om man ser till samband mellan konsumtion och syn på utseende.

Att så många av flickorna läser och bläddrar i veckotidningar är bara det i sig, för mig, en alarmerande siffra. För det som står i och det som veckotidningarna lär ut är och kan för flickor i ung ålder bli en förstärkning av att du är fel och borde omforma dig för att så här skall en kvinna se ut och vara, det vill säga att vara smal som skönhetsidealet idag. Att vara smal enligt veckotidningar handlar inte om att vara sunt smal utan att sträva efter en sjuk smalhet som egentligen bara finns i veckotidningarnas retuscherade värld, men vem av dessa flickor tänker på det när denna retuscherade och onormala kropp har blivit det rätta och normativa i vårt samhälle idag. Björk (1996) kallar dagens kvinna just för den anorektiska och skriver att det är denna kvinna som efterliknar och gör som man ska enligt veckotidningarna.

I veckotidningar idag kopplas även lycka och framgång ihop med att vara smal vilket gör det ändå viktigare att leva upp till detta skönhetsideal för i denna ålder vill man vara bäst, man tror ju som sagt att man är ett slags centrum och ständigt blir sedd och synad av alla i ens omgivning. Allt detta, om hur man skall vara, sprider och förstärker media och i denna ålder har tydligen veckotidningar en central roll då det verkar vara något som man ska eller bör läsa då majoriteten av de unga flickorna gör det.

Många av resultaten runt konsumtion av veckotidningar, mat, utseende och skönhetsideal visat på att graden av konsumtion och graden av hur mycket de till exempel står framför spegeln många gånger hänger ihop signifikant. Att veckotidningskonsumtionen är så hög bland dessa unga flickor säger bara det något om man jämför med när jag var ung. I stället för att vara barn och leka spenderar många av dagens unga flickor någon tid till att läsa eller bläddra igenom dessa massor av veckotidningar som dagligen produceras och är fyllda med tips på bantning, smink, hår, kropp och sex.

Att veckotidningskonsumtionen är så hög skulle kunna betyda att unga flickor lägger en hel del vikt vid att efterlikna skönhetsidealet bara genom den höga konsumtionen. Detta om man utgår ifrån vad Nina Björk (1996) säger om innehållet i dessa tidningar, det enda som enligt henne finns i veckotidningarna är tips om hur man skall göra om sig samt bilder på hur man skall se ut. Att använda sig av dessa tips som finns i tidningarna visade i studie vara en grupp av flickor som gjorde vilka även la mycket tid till att tänka på mat stå framför spegeln och liknande. Gruppen att använda tips ur veckotidningar blev i analysen signifikant med det mesta vilket, jag skulle vilja påstå, gör denna grupp som använder tips ur veckotidningarna till en "grupp i farozonen". Det vill säga att använda tips ut veckotidningar kan ses som en fara i sig bland dessa flickor då det även har ett samband med ett beteende som handlar om att reglera sitt intag av mat, spegla sig, lägga stor vikt vid utseendet och sätta skönhetsidealet högt i rank.

Även att själv ta steget att köpa en veckotidning ger mer tyngd i hur man svarat på övriga frågor. Detta kan ligga i en värdering som gör att dessa unga flickor gör det egna valet att just köpa veckotidningar. Om man endast ser till den gruppen som själv köper veckotidningar kan man se den ur två perspektiv enligt mig. Det kan handla om att det är en mer välbärgad familj

vilket ger den unga flickan en annan ekonomi vilket gör att hon kan köpa veckotidningar och det kan handla om en prioritering att det är viktigt att läsa veckotidningarna och att man lägger mycket vikt vid det som finns i dessa. I båda fallen är man mer eller mindre intresserad av vad som står och finns i veckotidningar då man som ung flicka gör valet att lägga tid och pengar på att just köpa veckotidningar. Detta blir även tydligt i resultaten att denna grupp som själva köper veckotidningar tänker mer på utseendet, vad dom äter och att efter likna skönhetsidealet i större utsträckning än andra unga flickor.

Många av flickorna verkar medvetna om att deras syn på utseende ändå påverkas av veckotidningarna. Hela 81,4 % har uppgett att de tror att de påverkas av veckotidningarna gällande sin syn men hur är frågan deras syn påverkas vet vi inte. Svaret som kanske hade kunnat ge mer klarhet i varför de trots att de påverkas fortsätter att konsumera veckotidningar i denna fas av livet då det ändå verkar vara viktigt för unga flickor att stå på sig och vara opåverkade original. Det kan vara så att man inte ser så klart. Flickorna kan tycka att de påverkas men detta inverkar inte på deras vilja och gör dem inte till mindre originella.

6.2 Skönhetsideal

Att påverkas av skönhetsidealet, jämföra sig med det och vilja se ut som det är något som många kvinnor gör idag då de skall passa in i mallen för att va en riktig kvinna, enligt vårt media utbud, det vill säga en kopia av det retuscherade skönhetsideal som idag råder. Att växa upp med det ökande pumpanget av skönhetsidealet ger givetvis effekter och att i tidig ålder styrs av detta omänskligt smala skönhetsideal ger enligt många visa följder som exempelvis ett ökat antal flickor med en ätstörning. Att skönhetsidealet påverkar unga flickor idag var tydligt i denna studie, alla de flickor som jämförde sig med skönhetsidealet fanns med i grupperna som tänkte på vad dom åt, speglade sig, tyckte det var viktigt med utseende och trodde att de skulle må bättre om de var mer lika. Vilket de kan jobba med hela livet om man ser till vad Crona – Leandroer (1991) talar om att sträva efter det ouppnåeliga, att vilja se ut som skönhetsidealet.

Att skönhetsidealet att vara smal kopplas ihop med lycka framgång och hälsa har även gett efter på hur man är om man inte ser ut enligt mallen. Att vara tjock visar en undersökning gjord med barn i nioårsålder kopplas enligt dessa resultat idag ihop med ohälsa, dålig socialförmåga, att prestera sämre resultat i skolan och låg aktivitet (Meurling 2003). Vilket man skulle kunna se som en faktor som förstärker unga flickors önskan att se ut som skönhetsidealet då detta inte bara betyder att det är så man ska vara utan då även motsatsen ger en negativ värdering vilket man inte alls vill sammankopplas med. Detta kan vara en av de faktorer som har spelat in då de unga flickorna i studien redovisar för att det har en viss betydelse att se ut som skönhetsidealet.

Även om flera av flickorna tillskriver skönhetsidealet en mindre betydelse så är det en minoritet som anser att det inte spelar någon roll om man efterliknar det, inte jämför sig med det eller inte vill efterlikna det och så vidare. Vilket ger mig ett tecken på att även om alla inte tillskriver skönhetsidealet och utseendet stor vikt. Även om alla flickorna inte är hög konsumerande av veckotidningar och har bantat. Så är det återkommande i hela studien att majoriteten hela tiden tillskriver utseendet och skönhetsidealet någon slags vikt och strävar på ett eller annat sätt efter att efterlikna det. Endast ett fåtal av flickorna svarar direkt inte eller inget på några av frågorna överlag i hela studien. Så bara genom bristen på flickor som inte tillskriver veckotidningar, utseende, skönhetsidealet och maten någon betydelse får vi en bild av unga flickor idag som det spelar roll för. Att veckotidningar och skönhetsidealet har en viss påverkan på dagens unga flickor.

Flickornas svar på frågorna om de tycker att det är viktigt att se ut som skönhetsidealet och om de tror att det är viktigt för deras vänner att se ut som skönhetsidealet gav en radikal skillnad i resultatet. Flickornas svar om dem själva och vännerna visade att de tyckte det var mindre viktigt än vänner att se ut som skönhetsidealet. Är det möjligtvis lättare att säga att det är viktigt för vännerna eller ansåg alla flickorna sig vara starka centrum personer som är styrande. Enligt Hwang & Nilsson (1995) så speglar man sig starkt i sina vänner under denna period av livet vilket gör att om det är viktigt för vännerna så faller det tillbaka på dem själva igen för om det är viktigt för vännerna är det indirekt viktigt för dem själva också. Vore de så att alla flickorna ansåg sig vara starka centrum personer borde även detta spegla sig i vännerna då dessa skulle ha liknande åsikt. Så hur vi en vänder på det så stämmer detta inte med vad Hwang & Nilsson (1995) skriver om ungdomsåren.

Resultaten kan te sig lite skevt då de flesta av flickornas resultat tyder på att det är av vikt att efterlikna skönhetsidealet och många av deras resultat visar en aktivitet för att efterlikna detta. Som att de som jämför sig med skönhetsidealet speglar sig mera och tänker på vad de äter ger mig signaler om att skönhetsidealet verkligen är värt att sträva efter att efterlikna men det är bara 13 % av flickorna som anser att dessa är mycket vackra. En ganska stor grupp av de unga flickorna uppger dock att de tycker att dessa kvinnor i tidningarna, skönhetsidealet, är ganska vackra men att reglera och fixera sig vid något som "bara" är ganska vackert är för mig lite skevt. Men en sak verkar vara säker och det är att utseendet har en alldeles egen betydelse som sätts högt i topp.

En grupp av flickorna har svarat att de skulle må sämre om de såg ut som skönhetsidealet vilket kan tyckas konstigt och vara svårt att tolka, jag ser det dock inte riktigt så. Utan kan med en ganska stark självsäkerhet hävda att det handlar om att markera var man står och vad man tycker för just dessa unga flickor. De flickor som svarat att de skulle må sämre om de såg ut som skönhetsidealet är nämligen de flickor som på egen kommentar skrivit en utläggning om att skönhetsidealet är dåligt för oss kvinnor, att de skapar problem som anorexi och feminist ramsor i form av ner med skönhetsidealen och låt våra kroppar vara ifred. Jag tolkar detta resultat som en sätt att för flickorna stärka att de har denna ståndpunkt som flickorna i kommentarerna visar att de har. Inte att de verkligen skulle kunna motivera sitt svar att de verkligen skulle må sämre av att se ut som skönhetsidealet utan att de bara visar på att de är emot att skönhetsidealet finns och styr eller försöker styra dagens kvinnor.

6.3 Utseendets betydelse

Att alla flickorna i denna undersökning var överens om att utseendet betyder något och att hälften av dem anser att det är ganska eller mycket viktigt var en förvånansvärt hög siffra. Även om man hade kunnat anta att den skulle vara hög så var inte detta förväntat, att alla flickorna lade vikt vid utseendet. Att några av dem skulle anse att utseendet är betydelselöst var väntat, speciellt efter de kommentarer och ramsor som de unga flickorna förmedlade när vi pratade i samband med utlämnandet av enkäten.

Enligt folkhälsoinstitutets (1994: 23) undersökning lär sig ungdomar tidigt att utseende betyder mycket mer än att bara se bra ut. Detta skulle kunna förklara resultaten i studien, när det gäller hur viktigt det är med utseende. För är det så att ett utseende likt skönhetsidealets betyder att man är intelligent, varm, trevlig, rolig och så vidare så är det klart att utseendet blir viktigare än om det bara skulle betyda en vacker yta. Handlar det även om inre egenskaper blir det plötsligt mycket viktigare vilket jag kan förstå. Då man gärna ser sig som eller vill vara en person som är just varm, trevlig, rolig och intelligent. Men utseendet påverkar inte hur människor är i form av hur mycket kunskap som de har tillgodo gjort sig eller vilka deras inre

egenskaper är. Man kan dock formas även här av samhället och det socialt inlärdas kan, tror jag, spela en nog så stor roll, om man bemöts på ett bra sätt av folk kommer detta att spegla det egna beteendet medan om man bemöts sämre kommer detta att speglas i det egna beteendet. Att unga flickor anser att utseendet är viktigt ligger mycket i vad som är synligt i samhället, hur människor betar sig mot exempelvis tjocka, smala eller snygga personer samt en vilja hos flickorna att passa in vilket man enligt detta kan behöva ett visst utseende för idag.

Att flickorna svarar som de gjort i studien tyder även på att Birgitta Edlund (Meurling 2003) har rätt, barns tänkande liknar mer och mer vuxnas i tidigare åldrar. För att påverkas av media, veta om vad skönhetsidealet är och lägga så pass stor vikt vid utseendet som flickorna i studien har gjort tyder på ett klart vuxet tänkande. Att vara trettonfjorton år är idag inte vad det var igår. B. Edlund (Meurling 2003) skriver att barn lär sig vad som är den rätta formen tidigare genom leken exempelvis Barbie och Ken vilket är fullt möjligt. Vill ändå påpeka att flickor under många år har lekt med söta och fördelaktiga dockor. Inte för att säga att detta inte spelar något roll utan för att poängtera att detta fenomen inte är något nytt. Men även utan veckotidningar hade dessa unga flickor kunnat ge samma svar på frågorna som de nu har gett. Då man lär sig tidigt genom lek föräldrar, dagis, reklam, tv och samhällslivet i stort hur en kvinna respektive man skall se ut och vara.

Av studien blir det ändå ganska klart att veckotidningar i denna ålder spelar en viss roll. Men veckotidningar, dagis, leksaker och föräldrar är allt en del av samhället som kulturansociologerna och antropologerna menar att kroppen är en bild av (Lundin & Åkesson 1996). Som en av flickorna säger i kommentaren skönhetsidealet finns så länge som vi strävar efter det. Det är vi som upprätthåller att skönhet får/har ett eget värde och det är bara vi som kan bryta det.

Att alla har ett eget utseende är klart men det blir något visst med dem som syns i veckotidningarna, de som är värda att vissas upp. Vilket enligt en av flickornas kommentarer betyder att vara small, då hon under egna kommentarer skriver att modellerna inte alltid är snygga, men att de alltid är smala. Crona-Leandoer (1991) talar om modelldrömmen som en dröm om att få sin skönhet bekräftad, att vara värd att visas. Det kan även hos ungdomarna handla om att utseendet är så viktigt då det handlar om att få vara värd att synas, vilket de konstant tror att de gör, men det kan även betyda att få finnas till. Detta är något som även Björk är inne på då hon talar om skönhetsidealet som en mall för att få vara med eller inte vilket är en av de viktigaste faktorerna i ungdomsåren att få vara med att platsa i gänget och känna tillhörighet (Björk 1996).

6.4 Reglera intaget av mat

På resultaten om flickorna reglerar sitt intag av mat blir det tydligt att detta är ett fenomen som förekommer redan i denna ålder. Om man tänker på Hwang & Nilsson (1995) resonemang om vikten av mat och näring samt att en flicka skall öka 17 kilo i vikt undrar man hur det blir för de flickor som redan i denna ålder tänker på vad de äter utesluter saker ur sin kost samt de som redan har bantat. Det är nästan 80 % av flickorna i undersökningen som tänker på vad de äter vilket enligt mig är en hög siffra, även om det sker mer sällan. Kan dock betyda flera saker då jag i enkäten inte hade tillräcklig specifikation runt frågan utan att det bara handlar om att tänka på vad man äter och inte vad dom tänker. Tycker trots detta att det är högt om man ser till ålder och ser till resultatet på frågan avstår att äta något som man egentligen vill ha som var närmre hälften av flickorna som angav att de gör.

Om vi sedan går tillbaka och tittar till ökningen av ätstörningar under de senaste 20-30 åren kan man se att det finns en början i vissa av flickornas beteende då det är nästan 10 % av dessa trettonåriga flickor som redan har bantat vilket enligt Hwang & Nilsson (1995) är en av inkörs portarna till att få ätstörningar. Nästan 80 % av flickorna tänker på vad dom äter samt nästan hälften avstår från att äta något dom vill ha. Detta kan handla om en hälsosam inställning att äta mindre socker för att man har anlag för diabetes. Eller att man har diabetes och avstår från att äta saker med socker då man blir sjuk. Det kan även handla om allergier, att vissa av flickorna inte tål all mat. Men det kan även va som det ser ut att dessa nära 80 % av flickorna tänker på vad de äter för att inte bli tjocka. Några av flickorna har svarat att de bantar. Vad flickorna menar med att banta är här oklart Men har man kryssat i det svarsalternativet så handlar det nog inte om att flickorna ändrat kosten till att äta grovt bröd på morgonen. Utan har en mer drastisk mening, det sitter ofta långt inne att överhuvudtaget erkänna att man bantar.

Om vi speglar detta, att banta, ur veckotidningarnas perspektiv med tanke på hur många av flickorna som konsumerar veckotidningar, vilket är så många att det nästan kan ses som en allmän syssla i denna ålder. Så om man här talar om att banta ur veckotidningsperspektivet kan det tänkas vara en kur eller diet från en veckotidning vilket betyder enligt Hwang & Nilsson (1995) mått att dessa flickor är i farozonen för att få en ätstörning eller redan har en. Det kan även betyda en framtida rubbning av hunger och mättnads känsla då att mixa med sitt intag av mat under denna period kan ge långvarig konsekvenser i beteende till mat enligt Cullberg (1992). Allt endast utifrån den vikt vi i dagens samhälle lägger till utseendet.

Om vi nu istället eller som en fortsättning ser på vad Jorun Solheim (2001) hade skrivit om slankhets strävan och anorexi kan vi tänka oss att dessa flickor redan i denna ålder med sitt vaktande av maten symboliserar det andra könet objektet som likt skönhetsidealet strävar efter att, enligt Solheim, efterlikna det ideala i samhället det manliga asexuella, slutna med en frigörelse från det kvinnliga att slippa ifrån det kroppsbedingade ödet som det innebär att vara kvinna det vill säga ett förnekande av det kvinnliga.

Hur går detta ihop med att finna sin identitet som kvinna, den enda kvinnliga identitet detta leder till är den som förnekar det kvinnliga och strävar efter som Crona-Leandoer (1991) säger det ouppnåeliga som det givetvis är om man ser det utifrån Solheims (2001) resonemang, det manliga är för kvinnor ouppnåeligt då det i slutändan trots kvinnligförnekelse och slankhet finns kvar en smal och slutna människa men fortfarande och för alltid – en kvinna.

6.5 Påverkan och samband

Både veckotidningskonsumtion och skönhetsidealet visar sig i studien ha en någon slags påverkan på unga flickor idag när det handlar om hur dom ser på mat och utseende, samt att dessa två har ett eget samband då skönhetsidealet kommer ifrån och skapas delvis av just veckotidningarna. Som redovisat var de variabler som gav flest signifikanta samband de som köper veckotidningar och de som jämför sig med skönhetsidealet vilka båda är medvetna handlingar mer eller mindre, att medvetet köpa dessa tidningar eller att mer eller mindre medvetet jämföra sig med de kvinnor man ser i dessa tidningar. Detta är enligt mig en av de förklaringar som kan finnas till att just dessa variabler gav mer signifikanta samband.

Valet att köpa veckotidningar och att jämföra sig med skönhetsidealet hade ett signifikant samband med varandra då dessa samkördes. Så gruppen av flickor som köper mycket veckotidningar och jämför sig med idealet kan vara den kategori av flickor som är mest medvetna och starkast strävar efter att kunna likna sig vid skönhetsidealet. Detta finns inom denna grupp en känsla av att man mår bättre om man efterliknar skönhetsidealet och då man enligt Hwang & Nilsson (1995) är i en kritisk period som är väldigt jobbig kan dessa flickor kanske se ett svar i att bli som skönhetsidealet, flickorna kanske ser det som svaret på hur dom skall kunna må bättre. Vilket, som sagt, enligt Crona–Leandoer (1991) inte är någon slutgiltig lösning då det inte finns människor som är slutgiltigt vackra utan ett evigt kämpande för något som är ouppnåeligt och vars enda syfte är att hålla den kommersiella karusellen snurrande. Att den kommersiella karusellen skall fortsätta snurra är inget mål att kämpa för det är inget som vi vill skall ske men om vi ser på de siffror som kommit fram i denna studie så verkar det oundvikligen som att den kommer att snurra ett tag till.

Att alla dessa skönhetsprodukters reklam starkt riktar sig till unga flickor gör ju inte saken bättre. Som det står i *”hundra år av mode”* (Mulvey & Richards 1998) så är det en lycka för kvinnorna att det idag finns så mycket bra på marknaden i form av smink och krämer som kan hjälpa oss att med stöd från tips i veckotidningar och television gör oss till de kvinnor vi vill vara. Vilket anses vara ett kvinnligt mål och något underbart om man utgår från formuleringarna som boken *”hundra år av mode”* byggs upp av. Denna bok är skriven utifrån mode, modeller och skönhetsidealet, vilket enligt författarna kvinnor idag skall sträva efter att uppnå att likna sig vid. Detta, menar jag, säger en hel del om vad dessa författare står för.

Flickorna i studien sammankopplar något fördelaktigt med ett utseende som liknar skönhetsidealet. Och att de konsumerar veckotidningar. Genom dessa två variablers samband kan vi se att dessa flickor även tänker på vad dom äter och avstår från att äta saker som dom egentligen vill ha. Dom spenderar mycket tid framför spegeln vilket antagligen innebär sminkning, fixa håret och kläder allt för att forma sig efter dagens mall för hur en kvinna skall se ut.

Att detta fördelaktiga skulle vara att efter likna det första könet, mannens och att sträva efter förnekelse är något som för dessa unga flickor är främmande, men om det är enligt Solheims (2001) teori så är det precis vad dessa unga flickor strävar efter att ta sig ifrån det kvinnliga och bli mer androgyna, asexuella och i förlängningen okvinnliga. Vilket i denna ålder går emot allt de medvetet strävar efter det vill säga finna en kvinnlig identitet och att uppmärksammas av det motsatta könet.

Alla dessa flickor tycker att utseendet har en alldeles egen betydelse vilket gör att det lägger energin på just dessa saker. Att flickorna redan har lärt sig detta och lägger vikt vid det nu när de formar sin identitet gör att deras beteende i framtiden kan komma att speglas av det vi nu har sett en strävan efter att efterlikna det i dag socialt mest acceptabla och slutgiltiga målet skönhetsidealet en kvinnas stora framgång.

Detta beteende kommer att fortsätta att hålla den kommersiella karusellen snurrande genom de unga flickorna själva då de blir kvinnor samt även senare då deras beteende ner ärv till deras barn och sedan vidare till deras barn allt vilande på flickorna och samhällets makt struktur som genom medias kanaler förstärkt och fort lever i hög grad och med förnyad kraft.

6.6 Eget slutord

Jag blir skrämmd av vad som i studien framkommit om dagens unga flickor. När jag var i deras ålder var jag barn. Jag visste inte vad skönhetsideal var eller betydde, men idag visar det sig att flickorna har både vet vad det rådande skönhetsidealet är samt försöker att anpassa sig efter detta. Det är tydligt att utseendet betyder en hel del idag och om vi fortsätter att mata våra unga flickor med detta skönhetsideal kan vi inte förvänta oss att ätstörningarna eller kommande generationer kommer att förändras. Mediernas matande av skönhetsidealet leder inte till en kvinnokamp om rättigheter på något annat plan än att vi får vara kvinnor vilket för mig ter sig som en självklarhet, vi är kvinnor vare sig vi vill det eller inte. Men frågan är vad att vara kvinna betyder.

Det som veckotidningarna förmedlar till våra unga flickor är att vara kvinna är att forma sig och anpassa sig till mallen. Det finns inget utrymme i dessa tidningar till fokus på studier, att göra karriär, att ha någon hobby - förutom att sminka sig, forma sig och ändra sig. Samtidigt pratas det i dag om att kvotera in kvinnor i styrelser, inom polisen och liknande yrken för att få ett mer jämlikt samhälle. Men är det inte så att vi inte borde behöva kvotera in kvinnor för att de är kvinnor, om vi i stället tidigt skulle ge dem andra redskap. Istället för att lära dem hur de ska se ut, lära dem vad de kan göra med sina liv. Vad de har för möjligheter och förmågor, förutom att vara snygga, smala hemmafruar och hålla den kommersiella karusellen snurrande.

I en test från veckotidningen Amelia där man skulle undersöka hur bra man som par passade ihop. Fick man plus då man svarade "rätt" på frågorna och svarade man "fel" fick man minus. I slutet gav detta ju mera plus man hade desto bättre var man tillsammans och hade man fler minus så var det olika grader av vad man kunde göra åt sitt inte så stabila förhållande. Minuspoäng fick man då kvinnan hade högre utbildning än mannen, då kvinnan tjänade mer pengar än mannen, mannen var arbetslös och så vidare. Det motsatta att mannen hade högre utbildning, högre lön, kvinnan var arbetslös eller hemmafru gav plus poäng.

En annan undersökning visade på att man var otrogen om man som kvinna hade en egen vilja och eget liv vilket enligt detta tes var negativt. Det betydde inte att man var självständig som kvinna utan att då man spenderade tid bort ifrån hemmet var otrogen. Så det veckotidningarna förmedlar till dessa unga flickor är inte bara ett skönhetsideal i form av utseende utan även en bild av att som kvinna vara underlägsen mannen och att kvinnan endast borde fokusera på att just se ut som skönhetsidealet.

Det jag ville göra med denna studie var att se om det gick att finna något samband mellan en högre konsumtion av veckotidningar och att lägga mer vikt vid sitt yttre. Eller om skönhetsidealet har någon påverkan på unga flickor idag. Svaret är ja. Flickornas konsumtion av veckotidningar och skönhetsidealet hänger i hög utsträckning ihop med en hur de förhåller sig till mat och utseende. Det mina berättelser här i slutet vill säga är att vi idag på flera plan genom veckotidningarna formar eller försöker forma unga flickor till den forna kvinnan. Så som kvinnan var innan kvinnorörelsen tog fart. Om vi inte agerar kan detta i framtiden återigen lyckas och kvinnan enbart vara ett skönt objekt en bild så som Björk (1996) redan idag beskriver kvinnan. Är detta vad vi vill och vad vi är? Vad är det och vad vill vi att kvinna skall betyda ett objekt, en dålig kopia av en man eller en människa med ett kvinnligt kön men ändå en människa?

Vill avsluta med ramsan som en av flickorna skrev på sin enkät under egna kommentarer: *våra kroppar våra val ner med alla skönhetsideal*. Precis så är det, våra val och så länge vi väljer att sitta på karusellen så kommer den att fortsätta snurra.

KÄLLFÖRTECKNING

- Byström, Jan.(2000). *Grundkurs i statistik*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Björk, Nina. (1999). *Sireners sång*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Chalmers, Alan F. (1994). *Vad är vetenskap egentligen?* Nora: Nya Doxa
- Crona- Leonander, Åsa (1991). *Bakom spegeln – om utseende och kvinnokamp*. Eskilstuna: Tuna tryck.
- Crona, Åsa (1993). *Kopiornas uppror*. Stockholm: Prisma.
- Cuff, E. C. Payne, G. C. F. (1992). *Samhällsvetenskapliga perspektiv*. Göteborg: Korpen.
- Cullberg, Johan (1992). *Kris och utveckling*. Stockholm: Natur och kultur.
- Djurfeldt, Göran, Larsson Rolf & Stjärnhagen Ola (2003). *Statistik verktygslådan – samhällsvetenskaplig orsaksanalys med kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur
- Egidius, Henry. (1997). *Psykologi lexikon*. Stockholm: Natur och kultur.
- Folkhälsoinstitutets rapportserie 1994: 23. *Maten ångest eller njutning?* Stockholm: Perssons offsettryck AB
- Frimodt, Jens. (1986). *Narcissism*. Lundabygdens acupress: Vinga press.
- Gerholm, Lena red. (1998). *Behag och begär*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Hellmark, Birgitta och Sachs, Lisbeth. (1993). *Den talande kroppen*. Socialmedicinsk tidskrift. nr 2-3, 118-131.
- Hwang, Philip & Nilsson, Björn (1995). *Utvecklingspsykologi från foster till vuxen*. Stockholm: Natur och kultur.
- Jerlang, Espen m.fl (1988). *Utvecklingspsykologiska teorier*. Stockholm: Liber AB.
- Kvale, Steinar. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Lundin, Susanne & Åkesson, Lynn (1994). *Kroppens tid, om samspelet mellan kropp, identitet och samhälle*. Borås: Natur och kultur.
- Malmström, Sten, Györki, Irene & Sjögren, Peter A (1998). *Bonniers svenska ordbok*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag AB.
- Meurling, Birgitta. (2003). *Varför flickor?* Lund: Studentlitteratur.
- Mulvey, Kate och Richards, Melissa (1998). *Hundra år av mode, skiftande stilideal 1890-2000*. Kina: Octopus Publishing Group Ltd.

Olsson, Henny och Sörensen, Stefan. (2001). *Forskningsprocessen*. Stockholm: Liber.

Solheim, Jorun (1998). *Den öppna kroppen*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.

Ringa in **ETT** av alternativen vid varje fråga, det som bäst stämmer för dig!

1. Hur ofta läser du veckotidningar som t.ex. Amelia, Hennes, Veckorevyn, Cosmopolitan?

Väldigt Ofta Ofta Ibland Sällan Aldrig
Ofta

2. Hur många av ovanstående veckotidningar eller liknande prenumererar din familj på?

Flera Tre Två En Inga

3. Hur många av ovanstående veckotidningar bläddrar du igenom i veckan?
(ex på ungdomsmottagning, fritidsgård, hemma, egna)

Många Ganska många Några Inte så många Inga

4. Hur ofta köper du veckotidningar?

Väldigt Ofta Ofta Ibland Sällan Aldrig
ofta

5. Tänker du ofta på vad du äter?

Väldigt Ofta Ofta Ibland Sällan Aldrig
Ofta

6. Hur ofta avstår du från att äta något som du egentligen vill ha?

Väldigt ofta Ofta Ibland Sällan Aldrig

7. Har du bantat någon gång?

Många gånger Ganska många Inte så många Någon gång Aldrig

8. Hur ofta använder du dig av tips på dieter eller träning ur veckotidningarna?

Väldigt ofta Ofta Ibland Sällan Aldrig

9. Tycker du att det är viktigt med utseende?

Mycket viktigt Ganska viktigt Inte så viktigt Inte viktigt

10. Hur mycket tid spenderar du framför spegeln?

Mycket Ganska mycket Inte så mycket Nästan inget

11. Ser du några fel hos dig själv i spegeln?

Många Ganska Inte så Några Nästan
många många inga

12. Hur ser du på dig själv, är du:

Mycket Nöjd Varken Mindre Inte
Nöjd eller nöjd nöjd

13. Hur viktigt tror du att dina klasskamrater tycker det är med utseendet?

Mycket Ganska Inte så Inte
viktigt viktigt viktigt viktigt

14. Är det viktigt att vara smal för att bli populär?

Mycket Ganska Inte så Inte
viktigt viktigt viktigt viktigt

15. Upplever du att smala tjejer är mer populära på din skola?

Mycket Ganska Inte så Inte
mycket mycket mycket alls

16. Tror du det är viktigt att vara smal för att få bra jobb?

Mycket viktigt Ganska viktigt Inte så viktigt Inte viktigt

17. Hur mycket tror du att du påverkats av veckotidningarna gällande din syn på utseende?

Mycket Ganska mycket Inte så mycket Inget

18. Hur mycket jämför du dig med skönhetsidealet du ser i veckotidningarna?

Mycket Ganska mycket Inte så mycket Nästan inget Inget

19. Hur viktigt är det för dig att se ut som skönhetsidealet?

Mycket viktigt Ganska viktigt Inte så viktigt Inte alls viktigt

20. Hur viktigt tror du att det är för dina vänner att se ut som skönhetsidealet?

Mycket viktigt Ganska viktigt Inte så viktigt Inte alls viktigt

21. Tycker du att kvinnorna i veckotidningarna är vackra?

Mycket Ganska Inte så Inte alls
vackra vackra vackra vackra

22. Hur tror du att du skulle känna dig om du såg ut som dem?

Lycklig Må Som Må Olycklig
 bättre idag sämre

Ge gärna egna kommentarer:

.....
.....
.....
.....
.....

***ETT JÄTTETACK FÖR DIN MEDVERKAN!
HAR DU FRÅGOR ÄR DU VÄLKOMMEN MED DEM TILL MIG!
/LINA, STUDENT VID ERSTA SKÖNDAL HÖGSKOLA***
