

MASTEROPPGAVE

Emnekode:

SO330S

Navn på kandidat:

Beate Rosvoll Eidissen

Sosiale medier og prestasjonsfokus

En kvalitativ studie av unge kvinner som trener sin opplevelse av sosiale medier, fitnesskultur og treningstrenden.

Social media and focus on performance

A qualitative study of young women who exercise and their experience of social media, fitness culture and workout trends.

«Det er ofte jeg har hatet treningen, hatet at jeg bruker så mye tid på det, hatet å være på trening og alle øvelsene jeg gjør, men fortsatt dratt fordi jeg må bli bedre» Eva 31 år.

Dato: 15.11.2017

Totalt antall sider: 114

SAMMENDRAG

Denne studien har undersøkt på hvilken måte unge kvinner oppfatter sosiale medier i tilknytning til fitnesskulturen og treningstrenden. Det er tatt utgangspunkt i følgende problemstilling og forskningsspørsmål:

Unge kvinner som trener sin opplevelse av sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden.

a) På hvilken måte bruker de selv sosiale medier?

b) Opplever kvinnene at sosiale medier påvirker dem og hvorfor?

Det sees en stadig større interesse for trening og fitness, og omfanget av kvinner som trener er økende. Vi ser også at det er mer legitimt for kvinner å trene styrke og bygge muskler. Sosiale medier, med ekstra vekt Facebook og Instagram, kan være med å øke interessen for kropp og trening i tillegg til at det kan være med på å skape et press om å oppnå en bestemt kroppstype. Treningsregimer og kroppsprosjekt er aktuelt og sosiale medier gjør bilder og annet materiell lett tilgjengelig.

For å belyse problemstillingen ble det brukt dybdeintervju med seks informanter. Det ble også gjennomført en kvantitativ spørreundersøkelse og en semistrukturert feltstudie via sosiale medier og treningssentre ved hjelp av observasjon. Intervjuene er gjennomført med en fenomenologisk tilnærming, hvor det jeg ønsker å finne mer ut av er informantenes egen oppfatning av fenomenet sosiale medier, fitnesskultur og treningstrenden. Deretter ble intervjuene transkribert og analysert med metoden IPA – interpretative phenomenologica analysis (fortolkende fenomenologisk analyse), hvor Jonathan A. Smith blir sett på som opphavsmann. Analysen deles opp i flere kapitler og underkapitler, som oppstod under analysen og som gikk igjen i samtlige intervjuer.

Informantene opplever sosiale medier i forbindelse med fitnesskulturen og treningstrenden både på en positiv og negativ måte. Flere sier at de henter motivasjon på sosiale medier til trening og kosthold. Andre sier de føler det er et enormt fokus på kropp og utseendet. Treningsregimer står sentralt og det er legitimt å trene hardt for å oppnå muskelvekst, men ikke for å bare gå ned i vekt. Bodyfitness sees opp til, mens det er en negativ konsensus for bikinifitness.

FORORD

Det har vært en utfordrende, hektisk, morsom og krevende tid å gjennomføre denne masterstudien. Da jeg startet studiet var jeg gravid, så dette har vært en prosess hvor jeg ikke kunne vie oppgaven 100 prosent av min oppmerksomhet, men jeg har forsøkt å gjøre det beste ut av den tiden jeg har hatt til rådighet og det er nå ganske stort å sitte med det ferdige resultatet foran meg. Det er rart å skulle legge oppgaven bak meg, som jeg har brukt så mye tid og energi på. Men samtidig blir det befriende og igjen kunne få tid til å bruke på andre ting som jeg har savnet denne perioden.

Jeg vil takke informantene som var villige til å bruke av deres fritid til å dele deres tanker og følelser om et tema som for noen kan være sårbart og ømfintlig. Studien kunne ikke vært gjennomført uten dere. Jeg vil også takke alle respondentene som tok seg tid, før eller etter trening, for å svare på spørreundersøkelsen.

En stor takk rettes til min svært kunnskapsrike veileder Hilde Berit Moen som har vært en fantastisk støttespiller og den beste hjelpen jeg kunne håpet på. Vi har gjennom det siste året hatt mange spennende samtaler og refleksjoner rundt tema og hun har også inspirert meg til å ville forske videre innenfor tema kropp og sosiale medier. I tillegg vil jeg takke medstudentene som har vært støttende og hjelpsomme på veien vi har gått sammen. Sist, men ikke minst, ønsker jeg å takke min fine familie og venner for all støtte og hjelp. Tålmodigheten fra mine barn, støtte fra mannen min når jeg har slitt som mest og svigerforeldre som har steppet inn som barnevakt når behovet har vært størst.

Innholdsfortegnelse

1.0 Introduksjon til tema	5
1.1 Sosiale medier	6
1.2 Fitnesskulturen og treningstrenden	7
1.2.2 Sosiale medier – en innføring	10
1.2.3 Sosiale medier og kroppsfokus	12
1.3 Tidligere forskning	13
1.4 Problemstilling	16
1.4.1 Drøfting av problemstilling	16
1.4.2 Avgrensing	17
1.4.3 Temaets aktualitet og formål	18
1.4.4 Et sosialt problem?	19
1.5 Oppgavens oppbygning	20
2.0 Teori	21
2.1 Sosialkonstruktivismen	21
2.2 Selvpresentasjon	22
2.3. Det moderne mennesket og selvidentitet	23
2.4 Diskursenes makt	25
2.4.1 Hverdagsdiskurs om kropp	27
2.5 Kroppsprosjektet	29
3.0 Metode	31
3.1 Valg av metode	31
3.2 Det kvalitative forskningsintervju	32
3.2.1 Gjennomføring av dybdeintervju	33
3.2.2 Observasjon	35
3.2.3 Kvantitativ spørreundersøkelse	35
3.3 Informanter	36
3.3.1 Datainnsamling	38
3.4 Analysen av datamaterialet	39
3.5 Etske overveielser	43
3.6 Validitet og reliabilitet	44
Validitet	44
Reliabilitet	44
Analyse	45
4.0 Spørreundersøkelsen	45
5.0 Treningstrenden og sunnhet som livsstil	46

5.1	Motivasjon for trening.....	46
5.2	Trening som prioritet og trening som tvang	52
5.3	Fokus på mat, kropp og trening i sosiale medier	54
5.4	Mål med treningen.....	57
5.5.	Avsluttende kommentarer	60
6.0	Fitnesskulturen, muskler og sceneform	60
6.1	Strong is the new skinny.....	61
6.2	Bikinifitness	63
6.3	Forstyrret forhold til mat og egen kroppsvekt	66
6.4.	Fitness og påvirkning av sosiale medier	69
6.5	Avsluttende kommentarer	72
7.0	Perfeksjonspress.....	73
7.1	Syn på egen kropp	73
7.2	Kroppspress og bildedeling i sosiale medier	75
7.3	Prestasjonssamfunn og prestasjonskapital	79
7.4	Syn på og forventinger til kropp i dagens samfunn.....	82
7.5	Avsluttende kommentarer	85
8.	Avslutning	86
8.1	Hva viser funnene?.....	86
8.2	Sluttord og tanker om veien videre.....	87
	Litteraturliste.....	89
	Vedlegg 1	96
	Presentasjon av data for kvinnene	96
	Vedlegg 2	103
	Presentasjon av data for mennene	103
	Vedlegg 3	109
	Intervjuguide	109
	Vedlegg 4	113
	Samtykkeerklæring.....	113
	Vedlegg 5	114
	Tilbakemelding fra NSD	114

1.0 Introduksjon til tema

«*Strong is the new skinny*», heter det. Nå er ikke idealkvinnen lenger en skinnmager «*haute-couture*»-modell, men en trent, muskuløs kvinne» (Dyregrov, 2013).

Sitatet er hentet fra en artikkel i Bergens tidene hvor fitnesstrenden omtales. Artikkelen er skrevet av journalist Silje Dyregrov, hvor kjendistrener Kari Jaquesson formidler sin oppfatning av fitnesstrenden og de endringer vi ser i forbindelse med jenter og kvinners utseende-jag. Trening, kropp og sunn mat er i vinden som aldri før, og det er mange jenter som jakter på den perfekte kroppen.

De siste årene har vi sett en endring i jenters treningsvaner (Norum & Christensen, 2014) og vi har sett en endring i hva som ansees som den «perfekte kroppen». Idealkroppen har forandret seg. Fra at man for noen årtier siden skulle være slanke og feminine er det nå blitt mer fokus på at kvinner skal ha en kropp med synlige muskler, men den skal fortsatt være slank, slik at musklene vises. Doktorgradsstipendiat ved Norges Idrettshøgskole, Christine Sundgot-Borgen sier at for jenter er det ikke «(...) bare tynnhet i seg selv som er viktig lenger, men jentene skal nå også ha muskulatur, og da kombinert med en helseskadelig lav fettprosent.» (2017).

At kropp er i fokus er ikke et nytt fenomen. Silje Dyregrov påpeker i overnevnte artikkel at jenter i langt tid har objektivisert seg selv ved å la utseendet være viktig for deres egen verdi, mens idealet for hva som er det perfekte utseendet har variert opp gjennom tidene. Kvinners kropp har alltid vært i fokus, til tross for at kroppsidealet før var forskjellig fra i dag.

På 1800-tallet hvor idealkroppen ble betegnet som formfull i dag trolig ville blitt referert til som overvektig, frem til pin-up jentenes tid fra 1940 til 1950 hvor Marilyn Monroe blir trukket frem som en av de mest ettertraktede av både menn og kvinner. Hun beskrives også som formfull (Bushak, 2015). Fra 1960 har idealet utviklet seg til det vi typisk kjenner igjen fra 90-tallet og som kan kalles for «The Heroin-cich waif» med tidligere modell Kate Moss i spissen. Moss er også kjent for utsagnet «Nothing tastes as good as skinny feels» (Bushak, 2015).

Utsagnet «Strong is the new skinny» retter oppmerksomhet mot fitnessutøvere. Har de den såkalte idealkroppen det snakkes så mye om, spør Steenbuch (2013). De er sterke, har lite kroppsfett og synlige muskler. Flere trener med mål om å stille i fitnesskonkurranse. Andre igjen, trener med mål om å ha fitnesskropp uten å skulle stille i fitness. Fitnesskropp er blitt en trend, en kroppstype man ser opp til og ønsker å oppnå selv (Lein, 2014). Idealet innenfor

dette miljøet kan derfor sies å være så lav fettprosent at mange kan miste menstruasjonen og har markerte muskler og blodårer (Vik, 2012). På selve konkurransedagen er de fleste utøverne så tappet for energi og krefter at det å skulle stå på scenen å posere fremfor dommere er en kjempeprøvelse. Bikinifitnessutøver Julie Hauge (2015) forklarer disse følelsene 3 dager før konkurranse, hvor hun er så lavt på kalorier at det er vanskelig å komme seg gjennom dagene. Dette er derimot ikke slik utøverne ser ut året gjennom.

Det har lenge vært bred vitenskapelig enighet om eksponeringen av slanke og veltrente kropper i massemedier kan gi et uheldig kroppsfokus (Mathisen og Olsen 2016). Senere har tilsvarende studier på sosiale medier vist en sammenheng mellom utilfredshet med og eksponering av bilder på Facebook (Benton og Karaszia 2015).

Denne studien retter oppmerksomhet mot forholdet mellom sosiale medier og det vi kan kalle for fitnesskulturen og treningstrenden. Med fitnesskulturen menes det vi har sett de siste årene, hvor fitness er blitt allemannseie hvor ikke bare de som skal stille i konkurranse lever etter det man kaller en fitnesslivsstil. Med treningstrend refereres det til den populariteten og det trendstempelet trening har fått som kan observeres gjennom endringer i kroppsideal og treningsvaner hos jenter og unge kvinner. Denne studien fokuserer på hvordan unge kvinnene selv opplever sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden. På grunn av det store fokuset på trening, prestasjon, kropp og mat i sosiale medier er det et av hovedfokusene i oppgaven.

1.1 Sosiale medier

Vi eksponeres mer enn noen gang for bilder og informasjon via sosiale medier. Spesielt bilder av kropp, trening og mat deles via Facebook, Instagram, Snapchat og blogger (Mathisen, Olsen 2016). Før var slike bilder presentert i magasiner som kom ut én til to ganger i måneden. Nå har vi konstant tilgang på bildene, og fra å være «kjendiser» vi så opp til, har det nå blitt slik at det er «den vanlige jenta i gata» vi ser opp til.

«Vanlige» jenter uten kjendisstatusen kan ha like mange følgere på Instagram som det kjendiser har. Norske Jørgine Vasstrand som kaller seg for Funkygine på Instagram er et eksempel og har i skrivende stund 271.000 følgere. Hun ble kjent da hun var i mammapermisjon med sønnen og la ut treningsvideoer hvor hun trente med babyen (Langset, 2014).

Via sosiale medier opplever vi en globalisering som fører til innsikt i andres liv. Vi kan slippe folk tettere inn på oss samtidig som vi i kan være mer selektiv med hva de får se. Vi når også ut til flere. Med sosiale medier kan vi bygge opp brukerkontoene slik vi selv ønsker, vi

publiserer bilder vi vil andre skal se og vi fremstiller oss på den måten vi vil andre skal oppfatte oss på. Vi skaper og former vår identitet på sosiale medier.

Det å skulle vise den «perfekte seg» har ved flere anledninger vært oppe i media hvor blant annet Sanitetskvinnes kamp mot skjønnhetstyranniet og kroppspress er aktuelt (Reite og Flatset. 2015). Det er ikke bare gjeldende for kropp og trening, men livet for øvrig. «*Du skal være flink på skolen, du skal være topp trent, og du skal ha en flott kjæreste. Det meste skal i grunnen være perfekt i sosiale medier*» kommer det frem i en artikkel av Siri Wichne Pedersen og Magne Frafjord (2014). Der forteller Aina Stenersen (31 år), som tidligere led av spiseforstyrrelser, om hvordan kroppspress oppleves via Facebook, Instagram og blogger. Hun forteller at det ble slitsomt for henne og hele tiden måtte fremstå som perfekt på sosiale medier, og at det var med på å gi henne et dårlig selvbilde (Pedersen og Frafjord, 2014).

Vi legger ut «glansbilder» på sosiale medier, blir det hevdet (Line Engene 2014). Man vil gjerne fremstå på sitt beste og bruker det fineste bildet av seg selv som profilbilde på Facebook. Filter og redigering av bilder er også svært mye brukt direkte i apper som Snapchat og Instagram slik at vi kan gjøre de finere før vi publiserer.

Du blir sett på som vellykket om du har et sunt kosthold, spiser økologisk, lager maten fra bunnen av og trener regelmessig (Hoff Lysaker, 2015). Fokus på sunn mat og trening er i utgangspunktet en positiv sak, for statistikken tilsier at verden og Norges befolkning blir tykkere og at vi sliter med mange livsstilssykdommer som kunne vært forebygget ved økt mosjon og sunnere kosthold (Mathisen, T. Olsen, T. 2016). Men det kan virke som de som blir påvirket av sunnhetsfokus er de som de som minst trenger det. I boken «påkledd i dusjen» forklarer forfatter Wenche Bjørnebekk om de veltrente kroppene hun ser på treningssenteret, mens hun ser «*få overvektige i bevegelse for et sunnere liv*» (2015:71).

1.2 Fitnesskulturen og treningstrenden

På Instagram og Facebook, med hovedvekt på Instagram, ser vi en betydelig mange profiler hvor jenter legger ut bilder av trening, kropp og mat. Ofte legger de ut et bilde av seg selv, de tar en «selfie», før og etter trening. Gjerne hvor de «flexer», altså strammer musklene.

Kroppsdeler som armer, rygg og rumpe er populært. Å legge ut slike bilder har en verdi hos de som deler bildene og hos de som ser dem. Man høster anerkjennelse på sosiale medier ved å dele bilder og flere likes gir deg mer anerkjennelse. Få eller ingen likes gjør deg deprimeret hevder Bugge (2014). Ernæringsfysiolog og doktorgradsstipendiat ved Norges Idrettshøgskole, Therese Fostervold Mathisen, mener at å publisere slike bilder handler det

ikke om vise fram velproporsjonert muskulatur «*men er mer av en seksualisert fremtoning og fremhever hvor viktig kropp er i samfunnet vårt*» (2016)

Fotballfrue Caroline Berg Eriksen skapte i 2013 store diskusjoner rundt kropp og utseendet da hun la ut bilde av seg selv 4 dager etter fødselen. Hun kunne vise til en slank og veltrent kropp som viste få tegn på å ha båret fram et barn (Treborg, 2013). Psykiater og en av grunnleggerne av den ideelle stiftelsen Villa Sult, Finn Skårderud hevder *at det skjer noe med gravide om dagen. Nå skal magen flates ut så raskt som mulig* (2016). Han forteller at leger, jordmødre og flere andre bekymrer seg over det man kan si er blitt en trend, om å føde små barn. Skårderud mener at noe av dette kan tilskrives sosial medier. Emneknaggen #fitmom gir i skrivende stund 9 873 156 bilder på Instagram, og bildene er av mødre med flate mager med «ruter». Det er bilder av nybakte mødre ute på joggetur med barnet i vogn, og det vises tynne og muskuløse kropper.

I følge NOVA-undersøkelsen (Ungdata 2016) sliter unge jenter med psykiske problemer (Bakken, 2016). Mange hevder at sosiale medier skaper kroppspress (Hafsaas, 2014), noe NOVA-undersøkelsen også indikerer. Kroppspress kan sees på som en forventning om å ha en bestemt type kropp, og at det er mye negativitet knyttet til bruken av sosiale medier i forbindelse med kropp (Lindholm, 2014). Andre hevder igjen at det ikke er tilfellet og at kroppspresset egentlig ikke er tilstedeværende, men at det skapes av media, politikere, eksperter, frivillige organisasjoner og at det at vi snakker om det og lager det til et tema, som er det faktiske problemet (Engelsrud og Nordtug, 2016).

I følge professor ved Norges idrettshøgskole, Jorunn Sundgot-Borgen er det ingen tvil om at vi ser en urovekkende utvikling i jaget etter den perfekte kroppen. «*Den ekstreme opptattheten av å ha en spesiell kropp, trene på en spesiell måte og ikke kunne unne seg verken det ene eller det andre, det har blitt et folkehelseproblem*» (via Midbøe, 2015). Videre mener Sundgot-Borgen at vi har et enormt kroppspress i dag, og selv om mange ønsker å trene for helsen sin del så er likevel treningen forankret i utseendet.

Vi er konstant pålogget sosiale medier. Funksjoner på Facebook, Instagram og Snapchat gjør det enkelt for oss å ha informasjon lett tilgjengelig samtidig som det er lett for oss og dele informasjon med omverden. På sosiale medier blir vi også eksponert for bilder uten at man selv søker de aktivt opp. I desember 2016 skreiv journalist Knut-Erik Lindblad en kronikk Instagram og treningsbilder. Han beskriver sin opplevelse av treningsbildene på Instagram slik:

«Nå har jeg scrollet i én time, og bare slanke, veltrente mennesker med definerte muskler i avslørende tettsittende klær har flydd forbi. Dette må være en feil? Kopierer profilene seg automatisk? Er det spam? Det må det være. Det jo flere hundre. Flere tusen. Flere hundretusen. En million? De poserer til og med likt» (Lundblad 2016)

Lundblad mener at hvis man er på sosiale medier får man feeden sin full av treningsbilder, kropper og kosthold. Man trenger ikke og aktivt lete opp bildene selv, men via andre dukker de opp. Det kan være reklame eller aviser og magasiner som deler bilder.

Det er blitt tillatt for jenter å ha synlige muskler. Vi ser nærmest et paradigmeskifte i unge jenters trenings- og kostvaner og i deres syn på kropp hvor muskuløse kropper hylles. Fitnesstrenden har jevnlig vokst frem siden 2000-tallet, og fra å være en sport som kun spesielt interesserte kjente til å bli en dominerende kultur innenfor treningsverden. (Mathisen og Olsen, 2016).

Therese Fostervold Mathisen mener at fitness blir en spiseforstyrrelse i forkledning (Lein, 2014), og at i fitnessmiljøet kan man drive med en kontrollerende adferd når det kommer til mat og trening. Der er det legitimt å telle kalorier, karbohydrater, fett og proteiner. Det er også legitimt å trene hardt og mye. Dette vil for mange føre til en spiseforstyrret atferd. I en artikkel i Norsk tidsskrift for ernæring tar Fostervold Mathisen og doktorgradsstipendiat i ernæring Thomas Olsen for seg temaet «når kroppsfokuset blir patologisk» (Fostervold Mathisen, Olsen, 2016). De beskriver at de estetiske sportene, slik som fitness har vokst i popularitet, hvor bikinifitness og men's physique har vært av de grenene som har vokst mest blant unge, treningsinteresserte kvinner og menn. Samtidig som disse sportene har blitt mer og mer populære har vi også opplevd en enorm eksponering av veltrente kropper i sosiale medier (Fostervold Mathisen og Olsen, 2016).

Det er forskjellige grener innen fitness, men særlig den nyeste grenen for damer, bikinifitness, har blitt svært populær, og kom til Norge i 2012 ¹.

Bikinifitness beskrives som en «lettvariant» av bodyfitness (Immerstein, 2012). Det skal være med oppnåelig for jenter flest å kunne stille til konkurranse i bikinifitness enn i bodyfitness. I følge Norges kroppsbygger og fitnessforbund passer bikinifitness for jenter som liker å trene

¹ <http://nkf-ifbb.no>

og spise sunt². I konkurransene dømmes konkurranseutøverne etter blant annet proporsjoner og symmetri på musklene. Men de dømmes også på utseendet for øvrig:

«Både ansikt og hår skal tas med i vurderingen og atletens evne til å presentere seg selv med sikkerhet og eleganse skal ses på som en del av helheten. Kroppen skal framstå som fast med en redusert fettprosent, men allikevel ikke bidra til å understreke muskelseparasjoner. En fysikk som er for muskulær, for hard eller for bløt skal trekkes for dette. Huden skal ha en ren framtoning og makeup, hår og ansikt skal supplere den «totale pakken». (Immerstein, 2012).

Det er ikke bare innenfor de estetiske sportene vi ser en økning av jenter som ønsker å delta, men også innenfor kraftidretten. På styrkeløft-NM i 2016 var det for første gang i historien flere kvinner enn menn som stilte (Bugge, 2016). Det viser godt paradigmeskiftet, hvor jenter har lov til å både være sterke og ha synlige muskler. Styrkeløftutøver Heidi Hille Arnesen forklarer til Aftenposten at kvinner synes det er tøft å være sterke (Bugge, 2016).

Forskjellen på styrkeløft og fitness er at i styrkeløft måles man ikke via utseendet, men på hvor mye man løfter. Crossfit er en treningstrend som også har vokst frem som en ny trend blant både menn og kvinner. Det er ulikt styrkeløft og fitness da det er fokus på både styrketrening, kondisjonstrening og turnøvelser hvor Norge har en kvinnelig atlet i verdensklasse. Disse sportene tar en stor del av hverdagen til mange kvinner og det kan fremstå som legitimt for kvinner å være både store og sterke.

1.2.2 Sosiale medier – en innføring

Medieviter Ida Aalen forklarer at sosiale medier er et sekkbegrep uten noen klar definisjon på hva et sosialt medium egentlig er. Likevel sier hun at vi har to elementer som sosiale medier har til felles:

- *Det finnes ikke noe klart skille mellom avsender og publikum.*
- *De samme menneskene kan både produsere og konsumere. (Ida Aalen, sosiale medier 2016, side 6).*

Aalen forklarer videre at sosiale medier har ført til at det ikke lengre er noe klart skille mellom kommunikasjonsmedier og massemedier. Som en underkategori av sosiale medier har vi sosiale nettverkstjenester og det er i hovedsak de jeg forholder meg til i denne studien. Det er flere kriterier som må være oppfylt før man kan kalle et sosialt medium for nettverkstjeneste. At brukeren har sin egen profil, at brukeren har en liste over relasjoner, som på Facebook kalles for venner mens på Instagram betegnes det som følgere, og at brukeren

² <http://nkf-ifbb.no>

kan konsumere og interagere med nyhetsstrømmen. Slik vi ser på Facebook med «likes» og kommentarer (Aalen 2016:20).

Facebook så dagens lys i 2004 under navnet The Facebook. Grunnleggeren Mark Zuckerberg lagde først The Facebook for elevene på Harvard, men videreutviklet det senere slik at alle kunne bruke det (Aalen 2016). I Norge økte interessen for Facebook rundt starten av 2007 og har siden den tiden etablert seg hos flere generasjoner, og har bare fortsatt å vokse i brukerantall, men Facebook er på ingen måte det første sosiale mediet. På 2000-tallet var det et sosialt medium som het Friendster som ble presentert som en plattform hvor man kunne treffe likesinnede, og ikke nødvendigvis de du kjente fra før (Aalen 2016). I Norge var de sosiale mediene Nettby og Blink som bygger på prinsippet til Facebook hvor man har sin egen profil og interagerer med andre brukere. Disse samfunnene måtte sannsynligvis gi tapt for Facebook.

Selv om folk flest bruker Facebook er det på langt nær det eneste sosiale mediet vi har å forholde oss til. Bildedelingstjenesten Instagram er populær og likeså er Snapchat hvor man sender bildene direkte til de man selv velger. På Instagram blir bildene liggende til du eventuelt sletter dem selv, mens på Snapchat forsvinner de etter maksimum 10 sekunder. Du kan også legge bilder på «storyen» din, hvor alle du har som kontakter på Snapchat kan se bildene. Disse ligger ut i 24 timer før de forsvinner. Bildene som legges på «Storyen» er ofte av den art som er greie å dele med folk flest. Bilder som sendes privat på Snapchat kan være av mer privat art.

Blogg er en forkortelse av ordene web logg og kan sees på som en interaktiv åpen dagbok hvor man legger ut innlegg som andre personer leser. Toveiskommunikasjon på en blogg er vanlig da de fleste bloggere har åpne kommentarfelt slik at leserne kan kommentere på innleggene. Før var blogging stor og det er fortsatt aktuelt for noen, men det kan virke som de mer interaktive sosiale mediene som Instagram og Snapchat tar mer og mer over for bloggene. Trolig er blogger mer forbehold de store profilene som tjener penger på bloggen sin via annonsering. Det er flere unge jenter som bruker bloggen til hovedinntektskilde, blant annet Anna Rasmussen som har en av Norges mest leste blogger³ Flere treningsprofiler gjør dette, men også mange unge jenter som for eksempel skriver om mote eller om barna deres. Før var blogg mer folkelig. «Alle» hadde blogg, men det virker til å ha vært en endring i folks

³ <https://www.vg.no/rampelys/skattelister-2015/blogging-er-big-business-mamma-til-michelle-tredoblet-loennen/a/23820164/>

nettvaner. Blogger med mye bilder er populære. Blir det for mye tekst orker ikke folk å lese og hopper av. Derfor har de fleste bloggere Instagramkonto og visa versa.

Twitter kalles for en mikroblogg og går også inn under definisjonen sosial nettverkstjeneste. Da Twitter ble lansert ble det spådd til å ta over for Facebook, noe som ikke har blitt en realitet. Det viste seg at verden var åpen for flere store sosiale medier. I dag ser vi helt klart store forskjeller på disse to plattformene. Hvor Facebook er et sted du «samler» venner er Twitter et sted du ytrer meninger og har ikke venner, men følgere. Mange sterke personligheter bruker Twitter for å få frem deres budskap det er mye brukt blant politikere og kjendiser. USAs president, Donald Trump, bruker Twitter svært mye og har flere ganger vært i hardt vær på grunn av hans uttalelser (Aalen 2016).

1.2.3 Sosiale medier og kroppsfokus

Journalist og forfatter Mari Grinde Arntzen forklarer i boken «Perfekt» at bloggerne har mye makt når det kommer til trender og moter. Ekspert på sosiale medier ved NTNU, Berit Skog, hevder at «disse bloggerne profilerer gjerne trender og moter, og kan på den måten fremstå som rollemodeller» (Arntzen. 2015:74). Grinde Arntzen forteller videre at de temaene bloggerne skriver om er tema som vanligvis brukes for å «oppnå status og makt, som utseendet og sosial vellykkethet» (2015:74) og på den måten øker de sin egen makt og status, samtidig som de skaper et ønske, eller en trang, hos leserne til å oppnå det samme.

Det har lenge blitt hevdet at slik vi fremstiller oss i sosiale medier er falskt og at vi gir et feilaktig bilde av oss selv og hverdagen vår. At vi har et behov for å vise oss frem på en viss måte slik at de nære og mindre nære skal oppfatte vårt liv som over middels behagelig og innholdsrikt (Grinde Arntzen 2015:77). Det samme gjelder bildene man legger ut av kropp. Det har vært flere fitnessstjerner som i senere tid har innrømmet at de har «jukset» når de tar bildene. Det har mye med posisjonering, hvordan lyset er og hvilke klær man har på. Mange har også lagt ut bilder av slik de ser ut i virkeligheten og slik de ser ut på Instagram⁴

Doktorgradsstipendiat ved Psykologisk institutt ved NTNU, Thomas Wold, forteller at det er «akseptert at utseendet er ekstremt viktig» (2015:79). Videre hevder han at vi dømmer folk etter hvordan de ser ut og det at noen har en slank kropp sender signal om at man har overskudd til å spise riktig og trene. Dette er viktig nå som idealene er veldig tett knyttet til selvkontroll og kroppskontroll (2015:79). Kropp og identitet henger tett sammen. Psykiater Finn Skårderud sier at «kroppen har overtatt sjelens rolle som gjenstand for frelse» (Grinde

⁴ <http://www.side2.no/aktuelt/slik-lures-du-av-instagram-bildene/3423220566.html>

Arntzen. 2015:79). På bakgrunn av det kan det hevdes av mange er mer opptatt av hvordan vi ser ut enn hvordan vi oppfører oss. Thomas Wold sier at vårt selvbilde er avhengig av ekstern bekreftelse (Grinde Arntzen. 2015:80). På sosiale medier legger vi ut bilder av oss selv og vil ha anerkjennelse fra andre, noe vi får når andre liker og kommenterer bildene våre.

I min studie har jeg ikke fokusert på bloggere. Jeg har valgt å forholde meg til de mer interaktive sosiale medier, der hvor vi samhandler mer med hverandre enn det som er mulig på blogger. Basert på mine egne observasjoner er bloggen på tur til å dø ut. Få av informantene i min studie leser blogg. De karakteriserer det som annonseportaler med lite relevant innhold og benytter seg av Instagram, Facebook og Snapchat, hvor det mer fokuseres på bilder og mindre tekst. Et interessant aspekt med disse interaktive sosiale mediene er at «den vanlige jenta i gata» kan bli «Instagramkjendis», uten å ha noen annen bakgrunn enn at de trener og legger ut bilder som blir svært populære blant følgerene. Bilder av fine kropper, kule treningsklær, spennende mat og en aktiv hverdag fenger. Mange av disse jentene blir sponset av store treningsmerker, noe som kan føre til at vi higer etter å bli som dem, for å oppnå det samme som dem.

1.3 Tidligere forskning

Flere norske oppgaver berører temaet på en eller flere måter, men masterstudien «Get fit og die trying» (Cecilie B. Kvello-Aune & Marte Otterholm Ødegård, 2015) som handler om unge jenters deling av bilder på Instagram, og masteroppgave «Sosiale medier og kroppshysteri» (Line Engene, 2014) er særlig aktuelle.

Masteroppgaven «Get fit or die trying» (2015) tar for seg hvordan man kan forstå unge jenters deling av kropps- og treningsbilder på sosiale medier, og hvilke innvirkninger bildedelingen ha på unge jenters kroppsbilde. Ødegård og Kvello-Aune gjennomførte en kvalitativ studie hvor de utførte dybdeintervju med unge jenter som var aktive med deling av bilde av trening og kropp på Instagram. Via oppgaven forsøkte de å finne en forståelse av hvorfor bildedeling er et økende fenomen, men de kom ikke frem til et entydig svar. En tolkning er at *jentene søker tilhørighet i et sosialt fellesskap via sosiale medier, og at de ønsker å synliggjøre seg selv* (Kvello-Aune, Ødegård, 2015, side156).

Engenes oppgave tar for seg sosiale medier og kroppshysteri (2014). Hun har gjennomført en kvalitativ studie av hvordan kroppsfikseringen på sosiale medier kan påvirke ungdoms psykiske helse og hvilken kompetanse lærere har og etterspør for å kunne forebygge negative konsekvenser (Engenes, 2014). Via studie finner hun ut at «*informantene mener at sosiale*

medier generelt, og kroppsfikseringen som dominerer disse spesielt, kan bidra til å gi ungdomsskoleelever dårlig psykisk helse» (Engenes 2014:5).

Finn Skårderud er spesielt aktuell etter hans serie i Aftenposten om kropp, sjel og sosiale medier hvor han reflekterer over hvilken rolle sosiale medier spiller for vår selvfølelse⁵. Dessuten er boken hans «Uro» aktuell i forbindelse med tema kropp og sosiale medier. Selv om den først ble utgitt i 1991 hvor sosiale medier var så og si ikke-eksisterende, med siste revidering i 2004, er den svært aktuell i tolkningen av det moderne selvet og kan på flere måter brukes som en grunnpilar i denne oppgaven.

Videre er doktorgradsstipendiat på Norges idrettshøgskole Therese Fostervold Mathisen aktuell med sin artikkel skrevet sammen med PhD stipendiat Thomas Olsen, om «Når kroppsfokus blir patologisk: Sosiale medier, fitness og spiseforstyrret atferd» (2016). Hun har også en fortid som fitnessutøver, noe som gjør henne til en høyst aktuell aktør innenfor dette feltet. Mathisen og Olsen trekker spesielt frem fitnisskonkurranser til å være populært blant unge treningsinteresserte kvinner og menn. Doktorgradsstipendiat ved Norges Idrettshøgskole Christine Sundgot-Borgen er også en viktig aktør her. Hun forsker på kroppsbilde og kroppsupplevelse blant unge⁶. I tillegg må professor ved Norges Idrettshøgskole Jorun Sundgot-Borgen også nevnes, da hun i flere år har blitt ansett som en av de fremste autoritene i Norge på ernæring, kosthold og spiseforstyrrelse primært opp mot idrettsutøvere⁷

Av internasjonal forskning er det mye som omhandler Instagram og kroppspress, Facebook og kroppspress, sosiale medier og selvfølelse, fitspiration vs thinspiration, strong is the new skinny og lignende studier. Noen tar for seg Instagram og fitnesskulturen. Ut i fra mitt litteratursøk på google scholar har jeg valgt å benytte meg av følgende internasjonale forskningsartikler for å basere studien min på:

«The effect of thin and muscular images on womens's body satisfaction» av Jasmine Fardouly, Phillipa C. Diedriche, Lenny R. Vartanian og Emma Halliwell (2015).

Studien tar utgangspunkt i det som sies å være det nye kvinnelige idealbildet når det kommer til kropp. Det at kvinner skal være tynne, men også muskuløse. I studien tester forskerne om forsøkspersonene blir påvirket av å bli utsatt for bilder av tynne og muskuløse kvinner. De brukte forskjellige bilder; bilder av tynne kvinner, bilder av tynne og muskuløse kvinner og

⁵ <http://spiseforstyrrelser.no/hvor-fritt-er-egentlig-ordet/>

⁶ <https://www.nih.no/om-nih/ansatte/sundgot-borgen-christine/>

⁷ <https://www.nih.no/om-nih/ansatte/sundgot-borgen-jorunn/>

bilder av tynne kvinner med ekstra store muskler. Forskerne kan vise til at utilfredsheten var størst når de så bilder av tynne og tynne og muskuløse jenter, ikke av tynne jenter med ekstra store muskler.

«Who is at risk on facebook? The effects of facebook news feed photographs on female collage students apperance satisfaction» av Mihee Kim og Woochul Park (2016). Studien er gjennomført på college-kvinner i USA hvor forskerne ville finne ut hvordan de reagerte på å se bilder av attraktive og uattraktive kvinner i news feeden sin på Facebook. «*Participants who look at photographs of physically attractive females are less satisfied with their own physical appearances than those who look at photographs of unattractive females*». Videre sier forskerne at graden av hvor påvirket forsøkspersonene ble var avhengig av om de hadde god eller dårlig selvtillit.

«Strong is the new skinny: a content alaysis of #fitspiration images on instagram» av Tiggeman og Zaccardo (2016). I denne studien har forskerne gjennomført en analyse på Instagram hvor de har gått gjennom bilder med emneknaggen «fitspiration». Resultatet viste at bildene var svært like og inneholdt i stor grad én kroppstype; den som var tynn og «toned». «*Accordingly, while fitspiration images may be inspirational for viewers, they also contain a number of elements likely to have negative effects on the viewer's body image*» (Tiggeman og Zaccardo 2016).

«*The big five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in facebook status updates*» av Tara C. Marshall, Katharina Lefringhausen og Nelli Ferenczi (2015). Studien tar for seg statusoppdateringer på Facebook og forskerne ville finne ut hva som motiverer folk til å dele om akkurat det emnet de velger å dele om. De kom da frem til at personlighetstyper avgjør hva vi poster mest om. Narsissisten, sier de, bruker Facebook for Facebook «*attention- seeking and validation explained their greater likelihood of updating about their accomplishments and their diet and exercise routine*» (Marshall mfl. 2015).

«*Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways.*» av Jasmine Fardouly, Brydie K Willburger, Lenny R Vartanian (2017).

Denne studien tar for seg forholdet mellom Instagrambruk og bekymringer for kroppsbildet og selvobjektivering blant unge kvinner fra USA og Australia. «*....viewing fitspiration images on Instagram was associated with greater body image concerns, and that relationship*

was mediated by internalization, appearance comparison tendency in general, and appearance comparisons to women in fitspiration images» (Fardouly mfl. 2017). Forskerne sier at resultatene anslår at Instagrambruk kan påvirke kvinners bekymringer ovenfor egen kropp.

1.4 Problemstilling

I «Masteroppgaven» (2016) hevder Everett og Furseth at *«de fleste masterstudenter synes at det å skulle formulere en eller flere problemstillinger utgjør den mest problematiske fasen i oppgaveskriving.»* (2016:112). Dette er en påstand jeg kjenner meg svært godt igjen i. Jeg har brukt lang tid på å lande på ei problemstilling som jeg følte kunne belyse det tema jeg hadde valgt. Selv om jeg har brukt både kvalitativ og kvantitativ metode så er ikke dette en studie som er ment for å generalisere. Jeg ønsker å vite hvordan de personene jeg har intervjuet opplever et bestemt fenomen. Jeg vil bli bedre kjent med dem og få en innsikt i hva de har å fortelle om deres opplevelse av sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden.

Problemstillingen:

Unge kvinner som trener sin opplevelse av sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden.

For å få dybde i problemstillingen har jeg også valgt ut følgende forskningsspørsmål:

- c) På hvilken måte bruker de selv sosiale medier?***
- d) Opplever kvinnene at sosiale medier påvirker dem og hvorfor?***

1.4.1 Drøfting av problemstilling

Det var spesielt tre ting jeg ville ha med i problemstillingen:

1. Trening som trend
2. Sosiale medier
3. Fitness som kultur

Slik jeg ser det spiller alle tre temaene her en like stor rolle, men trening og fitness kan sies å være selve grunnmuren, mens sosiale medier binder alt sammen.

Selve problemstillingen ***«Unge kvinner som trener sin opplevelse av sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden»*** er åpen, men kan samtidig gjøres konkret ved hjelp av forskningsspørsmålene. Problemstillingen favner det at jeg er interessert i å få vite mer om

deres opplevelser. Problemstillingen skal forsøke å få frem på hvilken måte de selv bruker sosiale medier og om de synes det er stort kroppspress på sosiale medier.

Forskningsspørsmålene omhandler mer konkret hvordan de opplever eller påvirkes av «fintessboblén», hvordan de selv bruker sosiale medier i forbindelse med deres kroppsdyrking og om de selv opplever at sosiale medier er med på å gi økt kroppspress og kroppsfokus.

1.4.2 Avgrensning

I hovedsak fokuserer jeg på Instagram og Facebook. Plattformen som Snapchat og Blogger vil til en viss grad belyses, men det er i størst grad de to førstnevnte jeg har valgt å forholde meg til. Dette var en avgrensning som kom i og for seg kom naturlig da jeg startet å intervju informantene. De færreste brukte blogg, men alle brukte Facebook og Instagram. Twitter blir ikke brukt annet enn at jeg har tatt det med i innledningen for å vise hvorfor det ikke er aktuelt her. Ingen av informantene snakket noe særlig om Twitter. Det kan synes at de forskjellige sosiale mediene har hvert sitt fokusområde. Facebook er stedet hvor du samler vennene dine og bygger opp en profil som viser hvem du er, Instagram er typisk for livsstil og derav trening/fitness, Twitter blir sett på som et sted man uttrykker politiske meninger og er slik jeg ser det mindre relevant i denne avhandlingen.

En annen viktig avgrensning jeg har valgt å gjøre er å forholde meg kun til unge kvinners opplevelse av sosiale medier. Unge menn bruker også Instagram mye for å dele trening- og kroppsbilder, men ved å inkludere de hadde oppgaven blitt mye mer omfattende og kanskje ikke mulig å gjøre på den satte tidsfristen. Det kunne likevel vært svært interessant å gjøre en slik undersøkelse hvor menn også var inkludert, da for å kunne se hvordan menn og kvinner eventuelt bruker sosiale medier forskjellig.

Fitnesskulturen og treningstrenden er to omfattende begreper, men med treningstrenden mener jeg den nye trenden vi har sett hvor damer har inntatt en helt annen rolle på «gymmet» enn det de hadde tidligere. Og med fitnesskulturen mener jeg de som konkurrerer i fitness, men også de som har tatt fitness til seg som en livsstil. Selv om de ikke har noen ambisjoner om å stille i fitnesskonkurransen vier de likevel livet deres til å trene som om de skulle det.

Jeg har valgt å forholde meg til unge kvinner i alderen 21 til 35 år. Det finnes mer forskning på yngre aldersgrupper knyttet opp mot sosiale medier og kropp, men ofte antar man at kropp- og prestasjonsfokus forsvinner når man blir eldre, derfor vil jeg med denne oppgaven forsøke å belyse hvordan unge voksne kvinner opplever den digitale tidsalderen. Man er unge lengre i

dag. Vi får barn senere og vi studerer lengre (Reuter Dahl, Reinertsen, 2012). Derfor har jeg valgt å fokusere på unge voksne kvinner.

1.4.3 Temaets aktualitet og formål

Teknologien er i konstant utvikling og vi vet ikke hva vi kan forvente oss som neste skritt. Nye plattformer på sosiale medier vil oppstå, og med det vil vi trolig kunne se flere utfordringer knyttet opp mot den digitale alderen. De endringene vi vil se kommer nok i stor grad dreie seg om nye sosiale medier og videreutvikling av de allerede eksisterende sosiale mediene.

Våre barn vokser opp i en digital verden. Jeg ble introdusert for PC og internett svært tidlig i forhold til mange av mine venner, og har brukt disse verktøyene fra jeg gikk på barneskolen. Likevel var det noe helt annet da disse interaktive sosiale mediene dukket opp. Jeg måtte lære meg hvordan jeg skulle håndtere de og hvordan jeg skulle bruke de. Det tror jeg våre barn blir flinkere til enn den eldre generasjonen, men vi må tillate oss å hjelpe barna våre til å bli kjent med dette og vi må lære dem nettvett. Derfor er det viktig at vår generasjon har god kunnskap og kjennskap til på hvilken måte sosiale medier brukes, men det er også viktig at vi vet hvordan det oppleves av andre. Alle har hver sin forståelse av verden, også av sosiale medier. I VG 22.09.17 kunne vi lese et innlegg fra en ung gutt, Stian Lothe, som sier vi må ta kommentarfeltet tilbake. Han refererer da til den eldre generasjonen, som ikke har vært vant til sosiale medier men som nå bruker det trolig like aktivt som mange unge. Han snakker spesielt om kommentarfeltene under artikler aviser deler, hvor mange eldre kommer med ukritiske kommentarer som både kan oppfattes som rasistiske og som mobbing. På dette punktet er den yngre generasjonen mye flinkere. De er klar over at det som skrives på sosiale medier kan fanges opp av hvem som helst. En interessant videre forskning kunne vært å gå nærmere inn på nettvannene til den eldre generasjonen.

Medietilsynets «Barn og medier 2016»-undersøkelse viser hvor lett det er å bruke sosiale medier til seksuelt misbruk og mobbing (Knut-Eirik Lindblad 2016). Selv om de fleste ungdommer bruker internett positivt, ifølge professor og barnepsykolog Willy Mørch, er det lett å skjule hva man gjør på sosiale medier. Mobbing, som tidligere muligens var mer synlig i skolen kan på mange måter ha «flyttet seg» til sosiale medier. Selv om det ikke er mobbing min avhandling handler om, så tenker jeg den kan være en viktig del av en analyse av hvordan sosiale medier oppleves og brukes og så kan den eventuelt bygges på videre med dypere forskning.

Vedrørende kropp og utseendet har vi gjennom årene vært vitne til flere «kampanjer» mot kroppspresset i sosiale medier. Det har vært alt fra privatpersoner som gjerne har litt «makt» i sosiale medier via sine blogger og Instagramkonto, og det har vært større organisasjoner slik som Sanitetskvinnene og sin kampanje mot skjønnhetstyranniet.

Naturlig nok har det de siste årene blitt en økende interesse for å forske på sosiale medier. Innenfor psykologien forskes det mye på selvbilde i forbindelse med Facebook. Også innenfor sosiologi ser vi en økning i forskning rettet mot forskjellige sosiale medier. Spesielt Instagram ser ut til å være i vinden nå.

Det er fortsatt mange tema som krever mer forskning, spesielt når det kommer til sosiale medier og kropp- og prestasjonspress. Bare innenfor Instagram ser vi en stor verden, som kan karakteriseres som et eget samfunn og er noe lukket fra virkeligheten. Der er det rom og behov for mer forskning. Det å forske på språkfenomenene innenfor treningsmiljøet eller å forstå fenomenet bak å publisere selfies.

Et fenomen jeg ikke har fokusert på i oppgaven, men som bør forskes mer på, er dopingbruk innen treningsmiljøet. Flere av informantene har nevnt dopingbruk, men jeg har valgt og ikke omtale det i større grad i oppgaven. Likevel er det et aktuelt tema, hvorvidt eksponering av kroppsbilder på sosiale medier bidrar til mer dopingbruk.

Det er viktig at vi i tiden fremover er oppmerksom på hvilken rolle sosiale medier spiller. Særlig for de som har barn som nå vokser opp både i og på sosiale medier. I på den måten at de tidlig blir eksponert av sine foreldre, og på i den grad at de selv begynner å bruke sosiale medier før den eldre generasjonen gjorde det. Derfor har vi behov for mer kunnskap om på hvilken måte sosiale medier på forskjellige måter kan virke inn på livene våre, hvordan det kan påvirke. Snakker vi om en utelukkende negativ påvirkning, eller spiller sosiale medier en positiv og viktig rolle i vårt moderne liv? Er sosiale medier en identitetsskapende plattform?

Formålet med dette prosjektet er å få en bedre forståelse av hvordan unge kvinner opplever sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden. Hvordan bruker disse kvinnene selv sosiale medier i sine kroppsprosjekter, og påvirkes de, enten negativt eller positivt, av å bruke sosiale medier aktivt.

1.4.4 Et sosialt problem?

Et sosialt problem er problemer som knyttes til sosiale relasjoner. Til selve forholdet mellom mennesker «*Sosiale problemer oppstår når egenskaper ved individene, relasjonene eller fellesskapet er av en slik karakter at de får vedvarende og negative konsekvenser for både*

individet og samfunnet» (Fokus sosialkunnskap 2014:308). Sosiale problemer er forhold i samfunnet som vi ikke trenger og som vi aller helst vil få bukt meg. De vanligste og mest utbredte sosiale problemene kan sies å være knyttet til fattigdom, arbeidsledighet og rusmisbruk. Kan teamet i denne avhandlingen defineres som et sosialt problem? På mange måter, ja. Hvis vi ser et økende kroppspresset og med det et enormt fokus på utseendet og kropp kan nok på mange måter karakteriseres som et sosialt problem. Vi er godt kjente med at det er et økende kroppspresset i vårt samfunn, derfor vil det være interessant å se om bruken av sosiale medier er med på å gjøre dette til et større problem, eller om det på den andre siden kan være med på å redusere problemet. Kan sosiale medier brukes for å fremme seg selv på en slik måte at man får bedre selvtillit og får en bedre selvfølelse?

1.5 Oppgavens oppbygning

Jeg har valgt å bruke et såkalt tradisjonelt oppsett av masteroppgaven. Den er delt inn i totalt åtte kapitler hvor første kapittel tar for seg bakgrunn for valg av tema, problemstilling, avgrensinger og tidligere forskning. Kapittel to omhandler teori hvor jeg presenterer hvilken teori og teoretikere jeg har benyttet meg av i studien. I kapittel tre blir metodene presentert. Valg av metoder, innsamling av data og en kort oppsummering av etiske hensyn blir belyst. I de fire neste kapitlene følger analysen. Jeg har delt hvert emne opp i hver sine kapitler. Først kommer det helt kort om spørreundersøkelsen i kapittel fire. Data presenteres som vedlegg. Kapittel fem omhandler «Treningstrenden og sunnhet og som livsstil». I kapittel seks handler det om «Fitnesskulturen, muskler og sceneform» og i syvende og siste analysekapittel handler det om «prestasjonspress». I alle analysekapitlene er det flere underkapitler. Avslutning og gjennomgang av funnene fra analysen blir følgelig presenter i kapittel åtte.

2.0 Teori

I følgende kapittel vil det teoretiske rammeverket presenteres. Det skal være med på å belyse problemstillingen om hvordan unge kvinner som trener opplever sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden. Det teoretiske rammeverket vil derfor være av den art at det lar seg gjøre å bruke det for å få en forståelse av informantenes opplevelser, ikke komme frem til et entydig svar på problemstillingen.

2.1 Sosialkonstruktivismen

Sosialkonstruktivismen omtales som fenomenologisk sosiologi og kan defineres med at vår virkelighetsforståelse blir konstruert og formet av de opplevelser vi har og de situasjoner vi er i til en gitt tid. «*Virkeligheten er snarere et råmateriale som for form og innhold gjennom våre begreper*» (Fauske 1997:11).

Berger og Luckmann hevder «*that reality is socially constructed and that the sociology of knowledge must analyze the process in which this occurs*» (*The social construction of reality 1966:13*). De mener at samhandlingen oss imellom i samfunnet skaper en virkelighet, som er selve kjernen i teorien og kan forklares med tre prosesser:

Eksternalisering, det vil si handling. I følge Berger og Luckmann produseres alle sosiale fenomener «nedenfra» «*gjennom kompetente og kreative aktører som i konkrete situasjoner foretar meningsfulle handlinger på grunnlag av sin kunnskap om situasjon og sine handlingsprosjekter*» (Aakvaag 2008:87). Sosiale systemer eksisterer på grunnlag av at folk kommer for eksempel til skolen for å gjøre det samme der; avholde prøver, følge med på hva læreren sier osv (Aakvaag 2008). Når mennesker eksternaliseres vil det si at *de «påvirkes av andre handlinger, flytter rundt på fysiske gjenstander, bygger hus og bilder, skriver bøker og så videre»* (Aakvaag 2008:88). På den måten konstruerer menneskene verden de lever i.

Objektivering er institusjonalisering. Berger og Luckmann hevder at mennesker ikke er styrt av instinkter og på grunnlag av de ikke har biologiske måter å regulere samhandling på må de skape sosiale måter. Slik har institusjoner vokst frem, mener Berger og Luckmann (Aakvaag 2008). I denne studien benytter jeg meg av sosial medier som en sosial institusjon.

Internalisering er selve sosialiseringen. Berger og Luckmann spør seg om hvorfor alle samfunnsmedlemmene gjør som de skal. Hvorfor etterlever de institusjonens krav? Berger hevder at menneskene da internaliserer hvilket betyr at de gjør det som forventes av dem slik at de skal bli et velfungerende samfunnsmedlem (Aakvaag 2008). Inn under her kommer slik som språk, moralske regler, seder og skikker.

Sosialkonstruktivismen legger vekt på at vi opplever samfunnet både som en objektiv og subjektiv virkelighet. «Det er en fortløpende dialektisk prosess av eksternalisering, objektivisering og internalisering»⁸. Det hevdes at vi som mennesker ikke er født som et samfunnsmedlem, men i form av internalisering blir vi det,⁹ som videre fører til at samfunnet er et uttrykk for menneskelig konstruksjon (Wenneberg 2002) og at den «fysiske verden er sosial konstruert gjennom vår erkjennelse av den» (Wenneberg 2002:9). Hvorvidt menneskene alene eller via samhandling danner virkeligheten er det uenigheter om innenfor sosialkonstruktivismen, mens Berger og Luckman mener at dette skjer når vi internaliserer med andre.

Teorien er vært aktuell for denne studien da den er forklarende for hvordan mennesker skaper sin virkelighet. I studien vil jeg bruke sosial medier som den sosiale institusjonen hvor menneskene samhandler og hvor diskurser, sosiale mønster og sosiale strukturer vokser frem.

Sosialkonstruktivismen omtaler også kroppen som at den formes og konstrueres av samfunnet. Dette er det flere teoretikere som har tatt for seg og spesielt Erving Goffman og Michell Foucault er kjent for sine tanker om kroppen som sosialt konstruert.

«Erving Goffman and Michell Foucault placed the body at the core of their respective analyses of the «interaction order» and disciplinary systems, and exerted considerable influence on contemporary analyses of the body as a social constructed phenomenon»

(Shilling 2010:13).

2.2 Selvpresentasjon

Erving Goffman (f. 1922 d. 1982) var en kanadisk samfunnsforsker og jobbet som professor ved University of Pennsylvania. Goffman er godt kjent for den «dramaturgiske metaforen» hvor han forklarer vår samhandling med hverandre i samfunnet som rollespill. Frontstage og backstage. Frontstage vil være når vi er ute blant folk, for eksempel på jobb kontra backstage hvilket vil være når vi er hjemme og i avslappede omgivelser (Tjora. 2014). I denne grad kan sosiale medier knyttes opp mot denne frontstage/backstage teorien.

Det dramaturgiske perspektivet er hyppig brukt for å forklare menneskenes handlinger på sosiale medier, for eksempel har Elisabet Brekke Nielsen brukt det i sin studie «Kan den levende kroppen fanges på bilde? En kvalitativ studie om unge jenters erfaringer med

⁸ <http://folk.ntnu.no/gustaver/TSCR%20Del%20III.htm>

⁹ <http://folk.ntnu.no/gustaver/TSCR%20Del%20III.htm>

Instagram» (2016). Det kan på mange måter virke som at det er en selvfølge å nevne Goffman og hans dramaturgiske teori i en slik sammenheng, da det er en svært aktuell teori for å kunne forklare hvordan mennesker handler på sosiale medier kontra den virkelige verden. Jeg anser Goffman for å være en så viktig aktør at jeg ikke kan unngå å ha ham med som teoretiker. Likevel kan det påpekes at det på mange områder føles som hans teori ikke kan tilføre noe nytt til denne studien, men med begrunnelse i at Goffman er en svært viktig aktør innenfor sosial samhandling er det hensiktsmessig å ha ham med som grunnleggende teoretiker for å bygge videre på.

Hans beskrivelse av hvordan mennesker oppfører seg i nærvær av andre er spesielt relevant for sosiale medier:

“We find, then, that when the individual is in the immediate presence of others, his activity will have a promissory character. The others are likely to find that they must accept the individual of faith, offering him a just return while he is present before them in exchange for something whose true value will not be established until after he has left their presence”. (Goffman 1956:12).

Det Goffman beskriver her er at i andres nærvær vil man antageligvis ha en bedre oppførsel enn det man har når man er alene. Den teatraliske metaforen om frontstage og backstage er svært aktuell for sosiale medier, selv om litteraturen ble skrevet at Goffman flere år før sosiale medier så dagens lys.

I følge Goffman ønsker vi å kontrollere det inntrykket vi gir til andre; *«This control is achieved largely by influencing the definition of the situation which the others come to formulate, and he can influence this definition by expressing himself in such a way as to give them the kind of impression that will lead them to act voluntarily in accordance with his own plan»* (Goffman 1956:2).

2.3. Det moderne mennesket og selvidentitet

Den britiske sosiologen Anthony Giddens er kjent for flere teorier blant annet for teorien om identitet og teorien om strukturasjon. I denne studien benytter jeg meg av hans bok «Modernitet og selvidentitet» (1991). Dagens samfunn blir i Anthony Giddens øyne, beskrevet ut i fra et post-tradisjonelt perspektiv, hvor tradisjoner ikke spiller like stor rolle som før og hvor vi ikke fødes roller lengre, og i så måte må vi skape vår egen identitet. Å skape selvidentitet kan ofte bli sett på som å «finne seg selv», mens Giddens mener at å skape en selvidentitet er dypere enn det (1991). Giddens definerer selvidentitet som personens

refleksive forståelse av selvet i termer av hennes eller hans biografi (Fauske 1998:2).

Mennesket må selv, gjennom refleksive valg, slev konstruere sin identitet (Giddens 1991).

I følge Anthony Giddens skaper vi vår egen identitet ved å berette historier om oss selv.

«Selvets refleksive prosjekt, som består i at opretholde sammenhengende, men konstant reviderte biografiske fortellinger, finder sted i en kontekst af mangfoldig valgmuligheter, der filtreres gennem abstrakte systemer» (Giddens 1991:14). Da vi tidligere ble født inn i roller, kom også vår identitet med disse rollene. På 60-tallet var damer husmødre og mennene jobbet for å tjene penger. Religion var i tillegg en stor del av det som skapte vår identitet. I likhet med 60-tallets husmødre er det blitt mer sjeldent at religion er en større del av livet vårt. Nå, sier Giddens, har vi et mangfold av valgmuligheter for hvem vi skal bli. Videre hevder Giddens at i det mer tradisjonelle forsvinner, og når dagliglivet mer og mer konstrueres på bakgrunn av det dialektiske samspillet mellom det globale og det lokale, blir livsstil mer fremtredende og viktigere for oss i denne identitetssøken (A. Giddens, 1991:14).

Giddens forklarer også hvordan våre livsstilsvalg blir viktigere og viktigere i vår konstruksjon av selvidentiteten og daglig aktivitet (Giddens, 1991:14). Hvis vi fokuserer på livsstil slik vi som oftest oppfatter det – helse og velvære, så kan flere likheter trekkes til treningstrenden vi ser i dag.

Et annet viktig aspekt Giddens også fokuserer på er *«personlig meningsløshet – den følelse, at livet ikke har noget værdifuldt at tilbyde – bliver et fundamentalt psykisk problem i sen-moderniteten»*. (Giddens. Side 18). Han sier altså at dette må forstås på bakgrunn av en fortrenning av de moralske spørsmålene, som nektes å besvares. Her kommer han inn på begrepet «eksistensiell isolasjon». Angsten kommer, sier Giddens, med menneskelig frihet, og henviser til Søren Kirkegaard (Giddens, 1991:62), som fokuserer enda mer på de eksistensielle spørsmålene enn det Giddens gjør. *«Selve er naturligvis kroppslig»* sier Giddens (1991:72). Hvor han går mer inn på hvor viktig kroppen er for vår utforskning av verden som barn. Kroppen oppleves som en praktisk måte hvor man kan mestre situasjoner og begivenheter (Giddens, 1991:72).

«De fleste mennesker er opslugt i deres krop og føler sig som en forenet krop og selv.»

(Giddens, 1991:75). Giddens sier, via den skotske psykiater Roberet D. Laing, at dersom det er en for stor uoverensstemmelse mellom historien personen selv forteller og det som faktisk er realiteten, vil det skapes et falskt selv *«hvor kroppen fremstår som et objekt eller instrument, som er manipulert af selvet fra kulissen.»* (Giddens, 1991:75). Når misforholdet

blir såpass stort kan det skape angst hos personen, fordi man ikke klarer å skape sin egen identitet, man mangler selvidentitet.

Giddens trekker også inn en av de mest relevante teoretikerne innenfor sosiologisk teori og kropp, Michel Foucault. I følge Foucault er kropp maktens fokus, og fremfor at kroppen markeres eksternt «*i præmoderne tid bliver den underkastet selvkontrollens interne disiplin.*» (Giddens, 1991:73). Vi skal disiplinere kroppene våre.

2.4 Diskursenes makt

Michel Foucault er en av de mest innflytelsesrike ikke-sosiologene innenfor sosiologien. Han regnes som en postmodernist, selv om han ikke beskrev seg som det selv (Aakvaag 2008). Videre er han kjent for diskurser og diskursanalyse. Foucault mener at diskurs er det «skrevne og talte ord» som er knyttet til bestemte institusjoner (Aakvaag 2008). I en diskursanalyse er man ikke opptatt av om det som sies er sant eller moralsk riktig, men man forsøker å finne ut av om det innenfor et bestemt felt blir snakket og skrevet på bestemte måter.

Michel Foucault ble på 1970-tallet opptatt av «*samsillet mellom diskurser og makt.*» (Aakvaag, 2008:321). I det 18. århundret stod vi ovenfor en kraftig befolkningsvekst med vagabonder og nomader (Aakvaag 2008). Vi stod også ovenfor en vekst i samfunnet vårt, knyttet til industrialisering og spesialisert arbeidsdeling. Dette skapte et behov for en ny og mer omfattende koordinering av folket (Aakvaag 2008:313). Dette var følgelig endringer som førte til at den tradisjonelle ordren brøt sammen og det oppstod behov for å organisere og integrerer samfunnet på andre måter.

Foucault mente da at to nye typer makt steg frem. Han kalte det for panoptisk disiplinering og biomakt (Aakvaag, 2008:314). I den panoptiske disiplineringen retter Foucault fokus mot kroppen. Først og fremst trekker han kroppen inn «i sentrum av samfunnet og gjør den til gjenstand for sosialisering». For det andre sier han at disiplineringen underkaster kroppen i et strengt tidsregime. Her bruker han skolesystemet som eksempel, hvor vi går i første til tiende klasse, så på videregående og til slutt på universitet før man skal ut i arbeid. De aller fleste av oss «underkaster» oss dette tidsregimet som Foucault snakker om. Gjør vi ikke det blir vi ofte sett på som annerledes, og vi havner sannsynligvis utenfor samfunnet.

Som et tredje argument sier Foucault at disiplineringen også innebærer en spesifikk organisering av rommet vi er i på institusjonene under denne kroppslige disiplineringen. Foucault mener at vi «sperras» inne i fengselsceller, klasserom, sykehus og lignende. Videre sier han at rommet deles opp i forskjellige soner, for eksempel slik som at et i et spesifikt sted

i fabrikk utføres et spesifikt arbeid, mens man et annet sted i fabrikk gjør man en annen form for arbeid. For det fjerde sier Foucault at disiplinering av kroppen er avhengig av effektiv sanksjonering. «*Kroppen skal lære å lystre ved at korrekt atferd belønnes, og ikke minst ved at avvikende atferd straffes*» (Aakvaag 2008:315). På grunnlag av dette har panoptiske institusjoner sanksjonsapparater, for eksempel når en skoleelev ikke har gjort leksene sine og kanskje må sitte igjen etter skolen.

I det femte argumentet mener Foucault at det foregår en kontinuerlig overvåking i den panoptiske disiplineringen av kroppen. Vi overvåkes og i institusjonene er det ingen rom som er skjulte. For det sjette sier Foucault at som et ledd i overvåkingen «underkastes de innsatte en detaljert eksaminering» (Aakvaag, 2008:316). Gjennom testing, utspørring og observasjon får vi en inngående kunnskap om hvert individ. Foucault sier dette har en individualiserende effekt siden det gir hver enkelt en «*særegen historie*» (Aakvaag 2008:316).

Til syvende og sist, ved å knytte alle disse punktene sammen, oppstår det et sterkt normaliseringsstrykk i de panoptiske institusjonene (Aakvaag 2008:316), og vi får en «flink elev» eller en «effektiv arbeider». Foucault sier at nettopp dette er det samlede resultatet av den panoptiske disiplineringen.

«Av en formløs deig, en klosset kropp, har man laget den maskin man trengte. Smått om senn har man omformet kroppens holdninger, en velberegnet tvang utøves og gjør seg til herre over hver legemsdel, underlegger seg hele kroppen så den til enhver tid er tjenestevillig». Michel Foucault (Sitert fra Aakvaag, 2008:317).

Når det kommer til biomakt mente Foucault at den moderne staten regulerer den befolkningen som befinner seg på dens territorium (Aakvaag 2008:318). Videre mente han at denne biomakten utøves ved at profesjoner (leger, sykepleiere, fysioterapeuter, ernæringsfysiologer) produserer kunnskap om feil og mangler i befolkningen (Aakvaag, 2008:318). Et eksempel her kan være screeningen av befolkningen når det kommer til spesielle sykdommer, slik som for eksempel brystkreft og livmorhalskreft hvor alle over en bestemt aldersgrense mottar innkalling fra sykehuset/lege og oppfordres til å screenes for sykdommene. Foucault hevder også at hvert individ etter hvert lærer å oppfatte «*seg selv som et unikt individ med sin egen historie og særegne kjennetegn gjennom å internalisere den individualiserende kunnskapen som produseres om han eller henne*» (Aakvaag, 2008:321). For å trekke en likhet mellom Foucault og Giddens så ser vi at Giddens også mener individet har sin egen historie, men forskjellen er at Giddens mener at vi selv forteller en historie om våre liv som til slutt blir vår

identitet og vår egen historie. Michel Foucault mener at vi mer blir formet av overmaktene (for eksempel staten).

Begge disse maktypene er i og for seg relevante for denne studien, men panoptiske disiplineringen er mest beskrivende i forbindelse med oppgavens problemstilling.

Michel Foucault er kjent for er diskurser og diskursanalyse. Han hevder «verden der ute alltid foregår ved hjelp av språk og begreper og diskurser» (Aakvaag, 2008:322). Diskurser, sier Foucault, er sannheter i samfunnet. Eller for å si det på en annen måte; trender. Disse diskursene eksisterer gjennom å aktiviseres og blir reproduisert av aktører i verden som på grunnlag av sine interesser griper inn i verden (Aakvaag, 2008:322). Det er forskjellige diskurser på forskjellige steder/institusjoner.

Foucault mottok kritikk i forbindelse med diskursene, hvor flere mene at «*diskursanalysen ikke i tilstrekkelig grad forankrer hva mennesker sier i hva de gjør.*» (Aakvaag, 2008:325). Det har også blitt rettet kritikk mot Foucaults analyser av biomakt og panoptisk disiplinering. Aakvaag mener at Foucaults beskrivelser mer passer inn i «industri-samfunnet», da den sosiale kontrollen var streng (Aakvaag, 2008:327), og ikke i dagens samfunn.

Selv om Foucaults teorier eksisterte lenge før sosiale medier, kan det trekkes sammenligninger til sosiale medier og maktypene i tillegg til sosiale medier og diskurser. Sosiale medier kan ved anvendelse av Foucaults teori forstås som et sted hvor diskurser oppstår og spres. Jeg kan nesten gå så langt som å si at sosiale medier setter dagsorden, da aviser skriver om det som blir skrevet om i sosiale medier.

2.4.1 Hverdagsdiskurs om kropp

I sin doktorgradsavhandling om spiseforstyrrelser, skriver sosiolog Hilde Berit Moen også om diskurser. Hun tar spesielt for seg hverdagsdiskurser og bruker den britiske psykologen Helen Malson og hennes avhandling «The thin woman» (1998) for å forklare hvilke «*hverdagdiskurser om kjønn og kvinnelighet vi omgis av*», når det kommer til forholdet til mat og det å gå opp eller ned i vekt (Moen 2010:59). Malso og Moen skriver begge om spiseforstyrrelser. Likevel blir samme diskurser aktuelle i denne studien, da mat, vekt og tynnhet spiller en stor rolle i livene til kvinnene jeg har intervjuet.

Malson presenterer fem ulike diskurser som «converge upon the female body and the «*anorexic body to constitute and regulate womens 's experiences of gender, subjectivity and embodiment*» (Malson 1998:103, i Moen 2010:59). Diskurser som regulerer hvordan kvinner opplever og forventer at kroppen skal se ut.

Diskurs 1) Omhandler fortolkninger av den tynne og den tykke kroppen hvor kvinnekroppen i dag konstrueres og reguleres diskursivt gjennom sosiale betydninger av kroppsform og vekt. Det innebærer at både «tynn» og «tykk» kropp hentyder en rekke personlige egenskaper hvor «tynn» er fint og «tykk» er stygt (Moen 2010:59).

Diskurs 2) Deler Malson i to. Den første varianten av diskursen er at tynne kropper idealiseres og fedme blir fremstilt som negativt. Det dannes gjennom «the construction of fat as ugly and thin as beautiful» (Moen 2010:59). At tykk er stygt og tynn er vakkert kan ifølge Malson betraktes som en estetisk naturlov. Hva som betraktes som en vakker kropp har endret seg gjennom tiden, og det har igjen endret seg siden Malson gjorde sin avhandling. Likevel ser vi den røde tråden hvor slanke kropper hos kvinner stadig sees på som vakkert, og tynne mennesker/kvinner sees i tillegg på som mer intelligente enn de som er tykkere. Selv om idealet i dag har endret seg mer mot at damer skal ha en muskuløs kropp, så gjelder det fortsatt at kroppen skal være slank da musklene ikke vil være synlige hos de fleste. Malson hevder også at tynnhhet gjelder for damer, mens menn slipper unna den disiplineringen (Moen 2010:60).

Den andre varianten av diskurs to rettes mot «*the small, petite woman*» (Moen 2010:60). Her menes det at kvinner utseendemessig skal være nett, men diskursene bidrar også til bilder av damer som underlegne og uvesentlige.

Diskurs 3) Er en diskurs som hovedsakelig er hentet fra ukeblader; «Be more beautiful». «Skjønnhet er en form for frelse som oppnås ved å rituelt følge ukebladenes steg-for-steg instruksjoner i målet om forskjønnelse (Moen 2010:60). I dag kan det hevdes at ukebladenes posisjon er svekket. Hvor det tidligere var ukeblader som stod for får innflytelse på mote, utseendet osv. er det nå i hovedsak sosiale medier som rår. Og hvor det før var kjendiser er det nå «den vanlige jenta i gata».

Diskurs 4) Peker på at «(...) Diskurser er en arena hvor kroppens ulike betydninger gjøres gjeldende, bestrides, aksepteres, ytes motstand mot og brytes ned (Moen 2010:60). Her kan vi se ulike konkurrerende meninger flettet inni hverandre. *Hvor man kan tolke det dit hen at «den tynne kroppen» «representerer en kvinnelig skjønnhet, men også en selvstendig kvinnelighet»* (Moen 2010:61).

Diskurs 5) Som omhandler den tynne kvinnekroppen kan sees på som en avvising av kvinnelighet gjennom for eksempel androgyn og gutteaktige kropper som maskuliniserer de kvinnelige kroppene.

2.5 Kroppsprosjektet

Professor i sosiologi på universitetet i Kent, Chris Shilling hevder at i den vestlige verden har vi «*a tendency for the body to be seen as an entity in the process of becoming a project to be worked at and accomplished as part of an individual's self-identity*» (Shilling 2012:6). I likhet med Anthony Giddens mener også Shilling at kroppen er sterk linket til «selvet». Shilling mener også at kroppen kan sees på som et identitetsprosjekt, som også er i tråd med hva Giddens forteller om kropp og identitet, at kroppen og formingen av den, er et pågående prosjekt som er et ledd i å skape vår selvidentitet og at livsstil er et begrep som er svært viktig i denne prosessen.

Shilling er kjent for sine studier innen «embodiment», og bruker dette ordet mye i sin litteratur. Det er et ord som ikke har en god nok oversettelse på norsk, men det brukes ofte synonymt med «kroppsliggjøring». Shilling har knyttet «embodiment» opp mot forskjellige tema slik som religion, sport, helse, sykdom, jobb og teknologi (Shilling 2012). Finn Skårderud har også skrevet om embodiment når det kommer til anoreksipasienter. Hans doktorgradsavhandling tar for seg hvordan mennesker med anoreksi kroppsliggjør sine følelser (Skårderud, 2017), og selv om han studerer mennesker med sykdom, vil det være spennende å se om det kan knyttes en link til kroppsliggjøring av følelser også hos personer som tilsynelatende er friske, slik som dem jeg har intervjuet i denne studien.

Shilling påpeker videre at det er forskjell på hvordan menn og kvinner ønsker å forme kroppen sin. Det samme mener Helen Malson. Hun trekker frem at det forventes at kvinner skal være små å tynne, mens det ikke er føringer på hvordan menn skal se ut. Likevel sier Shilling at det har skjedd en endring i den senere tid. Dette har vi sett svært godt i årene etter 2012, hvor fitnesskulturen har vokst mer og mer frem, og det er mer legitimt, kanskje til og med litt forventet, at kvinner skal ha muskler. Selv om kvinner nå «skal» ha muskler forventes det også at de fortsatt skal være slanke (Shilling 2012:6).

Når Shilling forteller om kroppsprosjektet er det ikke bare utseendet han refererer til. Han fokuserer også på den globale trusselen vi står ovenfor med tanke på livsstilssykdommer og fedme. Disse sykdommene, sier Shilling, blir sett på som ikke-eksisterende hos de som spiser sunt, trener og ikke røyker (Shilling 2012:6). Kroppsprosjektene handler ikke bare om å forebygge sykdom, men «*with making us feel good or less worried about how our bodies look. Helath has become associated increasingly with appearances and the presentation of self*» (Shilling 2012:7). Det er ikke bare utseendet som står i sentrum, men det at vi er opptatt av helse gir en slags status.

Chris Shilling forklarer at media og reklamer er svært aktuell når det gjelder vårt syn på helse og kropp. «*Seeking to promote their products not only via images of good looking bodies but also by employing actors who radiate health through the character and intensity of the movements and emotions they display*» (Shilling 2012:8). Hadde Shilling skrevet denne boken noen år senere, ville han trolig i stedet for å beskrive kjendiser og media, beskrevet sosiale medier og gjerne det vi kan kalle for «Instagramkjendiser».

Om bodybuilding, som kan sammenlignes med fitness, siterer Shilling Trix Rosen (2012:9) og en studie av kvinnelige bodybuildere hvor en av informantene beskriver at «*When I look in the mirror I see somebody who's finding herself, who has said once and for all it doesn't really matter what role society said I should play. I can do anything I want and feel proud about doing it*». Sitatet synliggjør at kroppsprosjektet er med på å bygge et sterkere bånd mellom kropp og selvidentitet (Shilling 2012:9).

3.0 Metode

Kapittelet gir en innføring i valg av og begrunnelse for studiens metoder. Først redegjøre for valg av metodene som er brukt for å samle inn data. Deretter følger en refleksjon rundt valg av metode og gjennomføring av studien. Påfølgende vil det gjøres rede for hvordan utvalget av informanter er gjort og på hvilken måte materialet er håndtert og analysert i etterkant av datainnsamlingen. Avslutningsvis diskuterer jeg svakheter og styrker ved metodene brukt i studien, og det vil bli presentert en gjennomgang av de forskningsetiske kravene i forbindelse med studien og ved innhenting og oppbevaring av data.

3.1 Valg av metode

Med utgangspunkt i studiens problemstilling vurderte jeg det slik at det var naturlig å gå for en kvalitativ metode med et fenomenologisk perspektiv som begrunnes i at det jeg ønsker med denne studien er å få innsikt i informantenes oppfatning om temaet. For å få belyst problemstillingen så utfyllende som mulig har jeg også valgt å benytte meg av kvantitativ metode. Jeg har i tillegg brukt noe observasjon som har foregått på treningssenter og på Instagram og Facebook, uten at det anvendes eksplisitt som metode i oppgaven.

Bakgrunner for jeg valgte å anvende flere metoder er den kompleksiteten som ligger bak folks bruk av sosiale medier. For å få bedre innsikt i hvordan informantene opplever sosiale medier i forbindelse med fintesskulturen og treningstrenden så jeg det som hensiktsmessig å først gjennomføre en generell spørreundersøkelse for å få en kartlegging av fenomenet.

Dybdeintervjuene, som ble gjort i etterkant av spørreundersøkelsen, bygger på spørsmål fra spørreundersøkelsen. Intervjuguiden ble utformet med hjelp fra spørreundersøkelsen.

Ved bruk av kvalitativt forskningsintervju vil man kunne oppnå en dypere forståelse av fenomenet slik det erfares av de spesifikke informantene (Thagaard 2013). Vi vil kunne få informasjon om hvorfor mennesker handler som de gjør og vi søker etter en forståelse fremfor bare en forklaring (Tjora 2013). Ved kvalitativ forskning er man altså interessert i å få tak i informantenes perspektiv og oppfatning av virkeligheten (Nilssen 2013), og det er det som er formålet med denne studien. Studien skal ikke generalisere, men skal gi en dypere forståelse i de utvalgte informantenes opplevelser.

Observasjon, det som kan kalles en liten feltstudie (Tjora 2013), har blitt brukt fortløpende gjennom hele studien og skriveprosessen, men mest av alt i starten. Da brukte jeg tid på å observere på treningssenteret og i sosiale medier som en forberedelsesfase opp mot starten på studien. Jeg observerte kjønnsfordeling på treningssenteret, hvilke øvelser trente jentene

kontra guttene osv. På sosiale medier observerte jeg på hvilken måte unge kvinner bruker mediet, hvilke bilder som legges ut og hvem som er populære «å følge».

Kvalitativ og kvantitativ metode har begge sine styrker og sine svakheter. Professor i sosiologi på NTNU Aksel Tjora hevder at det *ofte er andre aspekter av samme fenomen man kan forklare ved bruk av kvantitativ metode enn dem man kan forstå ved kvalitativ metode* (Tjora 2013:22).

Det at jeg i denne studien har valgt å bruke tre metoder vil markere seg som både positivt og negativt. Jeg mener at jeg har klart å belyse temaet fra flere sider, noe som forhåpentligvis vil være en styrke ved studien. Observasjonen har gitt meg god innsikt i miljøene på sosiale medier. Spørreundersøkelsen bidrar til at jeg når ut til flere og på den måten får innsikt i hvilke synspunkter en større gruppe mennesker har om temaet, mens dybdeintervjuene gir meg nærmere innblikk i informantenes opplevelser og er det jeg kaller for hovedmetoden. Det er dybdeintervjuet oppgaven i sin helhet baseres på og så er det andre metodene til for å støtte denne.

Ulemper ved å bruke tre metoder er først og fremst at det er svært tidkrevende. Intervjuene tar tid både med tanke på å utforme intervjuguide, gjennomføre intervjuene og så i ettertid transkribere de i sin helhet før de skal analyseres (Tjora 2013). Dette var enda mer tidkrevende enn det jeg hadde våget å tro. Dessuten er det omfattende å analysere spørreundersøkelsene. Jeg valgte å ikke bruke SPSS eller annet statistisk program til analysen. Likevel måtte alle spørreskjema analyseres og jeg regnet ut prosent på de områdene som var interessant å inkludere i studien. En del tid gikk med til å lage grafer for å presentere data.

3.2 Det kvalitative forskningsintervju

Selv om jeg har brukt flere metoder i studien, er det i hovedsak det kvalitative forskningsintervjuet som står for det meste av datamaterialet. På grunn av problemstillingens art ble det naturlig å velge dybdeintervju.

Målet med det kvalitative dybdeintervjuet er å skape en fri samtale som dreier seg om de spesifikke temaene man ønsker å undersøke nærmere. Informanten skal få mulighet til å reflektere over egne meninger og erfaringer som er knyttet til tema. Ved å benytte et dybdeintervju bruker man åpne spørsmål som vil gi informanten mulighet til å fortelle mye (Tjora 2013). Ved å bruke spørreundersøkelse har man lukkede spørsmål og man har man få muligheter til å få informanten til å svare mer utdypende. Det er lettere å oppnå utdypning når

man sitter med noen ansikt til ansikt. I dybdeintervjuet kommer man nært informanten og man har mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål.

I dybdeintervju har man også muligheten til å komme inn på temaer eller emner som intervjueren ikke hadde tenkt på forhånd, men som likevel blir verdifull for forskningen (Tjora 2013). Slik som i ett av intervjuene, hvor informanten hadde mye kunnskap og sporten fitness. Jeg hadde allerede planlagt å dreie samtalen inn på dette, men her gjorde informanten det selv uten at jeg tok opp tema. Dette førte til at vi kom enda dypere inn i tematikken fitness, som igjen førte til et meget interessant og rikholdig intervju om emnet.

Under et kvalitativt forskningsintervju er det viktig å være observant på hvilken rolle intervjueren spiller. Ved en spørreundersøkelse hvor man deler ut skjema eller sender det i posten, vil forskeren som sådan spille en mindre rolle. Mens i et dybdeintervju, hvor man sitter i en ganske intim setting, vil forskeren nødvendigvis være med på å forme intervjuet. Intervjueren er ikke en statisk, men interagerer med informanten, og har med seg sin kunnskap. Det er ikke en enveiskommunikasjon hvor kun informanten fører samtalen. Begge er aktive og kommer sammen frem til data, intervjuene er aktive (Holstein og Gubrium 1995).

3.2.1 Gjennomføring av dybdeintervju

Jeg brukte seks informanter til dybdeintervjuene. Alle intervjuene fant sted i et tidsrom innenfor to måneder. Intervjuene ble gjennomført på kafeer og treningssenter. I tillegg var det to av intervjuene som ble gjennomført på Messenger. Messenger er Facebook sin egen chat. Alle intervjuene ble gjennomført på steder som ble foretrukket av informantene. Det ble utelukkende brukt lydopptaker, etter tillatelse fra informantene.

Det var fin stemning under alle intervjuene, tonen var god og fra min side var det aldri slik at jeg følte det ble kunstig. Informantene virket avslappet og inspirert til å snakke om trening. Noen av informantene brukte litt tid før de åpnet seg opp, noe jeg anser som normalt når man er i en slik situasjon. Det var spesielt én av informantene som var mer tilbaketrukket, og virket litt usikker, noe som kan se ut til å farge svarene litt; hun svarte litt knappere enn de andre gjorde. Hun brukte ordet «man» i setninger hvor hun tydelig snakket om seg selv, hvilket er en interessant observasjon som jeg kommer nærmere tilbake til senere.

Intervjuet med den reserverte informanten var det første intervjuet jeg gjennomførte, og jeg ser at min rolle som intervjuer trolig har innvirket på hvordan hun svarte, noe det alltid vil, men trolig var jeg mer usikker ved første intervju. I ettertid har jeg tenkt at jeg kunne bidratt

til å få henne til å utdype svarene ved å gi henne støttespørsmål og stikkord. Trolig ville det hjulpet henne til å åpne seg mer.

Ut i intervjurunden ble jeg selv bedre på å gjennomføre intervjuene. Jeg ble mer kjent med min rolle som forsker og lærte diverse teknikker for hvordan jeg kunne hjelpe informantene hvis de satt litt fast eller hvis de svarte knapt på noen spørsmål.

Intervjuene på Messenger gikk tilsynelatende problemfritt, men jeg savnet selvsagt det å kunne se og lese kroppsspråket til informantene. I tillegg tok det lengre tid å gjennomføre intervjuet via nett, da informantene sannsynlig ikke har fullt fokus på intervjuet da de kanskje holder på med andre ting mens intervjuet pågår.

Samme intervjuguide ble brukt under alle intervjuene, bl.a. for å skape struktur under intervjuene (Tjora 2013). I utformingen av intervjuguiden benyttet jeg meg av utfyllende setninger og hadde 53 spørsmål. Målet var ikke å komme gjennom alle spørsmålene, men å kunne bruke den til hjelp dersom informantene kom med mindre utfyllende svar. Jeg opplevde at de fleste informantene selv kom inn på temaene jeg hadde notert ned. Jeg valgte også å ha så mange spørsmål på guiden slik at jeg ikke skulle glemme å ta opp viktige tema. Hos de fleste ble det overflødig å stille alle disse spørsmålene, da samtalen fløt naturlig inn på disse spesifikke temaene. Hos et par av informantene måtte jeg bruke guiden mer steg for steg for å få nok informasjon, slik som i det første intervjuet jeg gjennomførte.

Jeg gjorde to testintervjuer for å gå gjennom intervjuguiden, men det ble gjort med personer jeg kjenner godt og hadde sannsynligvis ikke den virkningen som var ønsket; det er enklere å be noen du kjenner godt om å utdype svarene sine, enn noen du aldri har truffet før. Det tar også litt tid å bygge tillitsforhold hos en ukjent person, og det kunne jeg brukt litt mer tid på i starten av intervjuene, men det som går igjen hos samtlige er at de ønsker intervjuet så kort som mulig, sannsynligvis på grunn av at de hadde dårlig tid og dermed ble det slik at den innledende samtalen gjerne ble så kort som mulig for å få mest mulig tid på spørsmålene fra intervjuguiden.

Før intervjuene startet fikk informantene tilsendt en samtykkeerklæring hvor informasjon om selve studien ble presentert og all relevant informasjon i forbindelse med personvern, studie og intervju. Det ble informert om at det var ønskelig å bruke lydopptaker hvis informanten samtykket til det. Alle informantene skrev under og sendte skjemaet tilbake før intervjuene startet. Der hvor intervjuene foregikk på Messenger ble intervjuet lagret i sin helhet på en lukket mappe.

3.2.2 Observasjon

Observasjon blir brukt som støttemetode. Med 'støttemetode' mener jeg at ved å observere på sosiale medier får man viktig informasjon, men mangler likevel den dybden jeg har fått ved å intervju informantene. I forbindelse med studien har observasjon av utvalgte sosiale medier (Instagram og Facebook) og blogger vært med på å gi nyttig informasjon som kan være med på å utdype svarene som er innhentet via forskningsintervju og spørreundersøkelse.

Observasjonsmetoden har vært en blanding mellom ustrukturert og semistrukturert.

Observasjonene som er gjennomført via sosiale medier er gjort over lengre tid. De startet før tema til oppgaven var helt bestemt. I tillegg til observasjoner via sosiale medier har jeg også gjennomført ustrukturerte observasjoner på treningssenteret. Da jeg selv bruker mye tid på trening og har vært aktiv innenfor kraftidrettsmiljøet i mange år ble det naturlig for meg å observere miljøet. Her har jeg registrert at kjønnsforskjellene på treningssentrene ikke endret. Det er fortsatt en stor andel gutter og menn som trener, men det er minst like mange jenter og kvinner som trener, og ikke sjeldent er det overtall av jenter. Det kan også registreres en forskjell på måten menn og kvinner trener på. Hvor menn ofte fokuserer på muskelgrupper som «biceps» og bryst, trener kvinner i hovedsak bein, rumpe og mage. Dette kan tenkes å signalisere samfunnsmessige forventninger til utseendet.

3.2.3 Kvantitativ spørreundersøkelse

Spørreundersøkelse er blant de mest brukte metodene i samfunnsvitenskap, og en av fordelene med spørreundersøkelse er at man når ut til et bredt utvalg. En slik undersøkelse kan være tidskrevende da det krever forarbeid å utarbeide undersøkelsen, gjennomføring og oppfølging av undersøkelsen og etterarbeidet hvor man analyserer et stort antall svarene.

Jeg valgte å inkludere spørreundersøkelse for en mer grundig kartlegging av tema og jeg ville bruke spørreundersøkelse som en måte å komme i kontakt med personer som kunne være aktuelle informanter for dybdeintervjuene.

Spørreundersøkelsen ble lagt ut på tre ulike treningssenter. På forhånd hadde jeg avklart med ledelsen på treningssentrene vedrørende tillatelse. Undersøkelsene ble lagt god synlig i inngangspartiet til senteret hvor det også var bord og stoler, slik at de som svarte kunne trekke seg litt tilbake og sitte i ro å fylle ut. Jeg hadde en boks med lokk hvor spørreundersøkelsene kunne legges etter at de hadde svart. Jeg hadde lagt frem konvolutter som de kunne legge skjema i, som noen benyttet seg av. Penner var lagt frem sammen med et lite informasjonsskriv som var limt på boksen.

Tidspunktet for gjennomføring av undersøkelsen kunne nok vært bedre, da den ble lagt ut i slutten av fellesferien, som er den roligste tiden av året på treningssentrene. Likevel var det mange som svarte, og jeg fikk 113 svar på de to ukene undersøkelsen lå ute.. Undersøkelsene ble samlet inn i det boksene begynte å bli fulle.

Jeg valgte å legge ut spørreundersøkelsen på tre senter som er forskjellige for å få en best mulig spredning i utvalget. To av sentrene kan sees på som typisk «mosjonistgym» og ett gym er for atleter som bedriver trening på et litt høyere nivå, hvor noen også konkurrerer på nasjonalt plan.

Spørreundersøkelsen har gitt et viktig datamateriale. En del av temaene berørt blir brukt i denne oppgaven, mens noe forblir ubrukt. Dette er data jeg ønsker å kunne bruke senere til vitenskapelige artikler. Det er verdifull informasjon som kan være med på å gi innsikt i hvordan mange opplever sosiale medier i forhold til kroppspress og prestasjonspress generelt.

Jeg stilte ingen krav for å kunne delta på spørreundersøkelsen. Det kunne vært enklest hvis jeg la det opp slik at kun de som er innenfor den ønskede målgruppen svarte på undersøkelsen. Det viste seg å være lite gjennomførbart med tanke på tidsforbruk. Dersom jeg skulle spesifisere undersøkelsen mot en spesiell gruppe, som i dette tilfellet ville vært jenter som trener 4-5 ganger i uken og er mellom 20 og 35 år, hadde jeg måtte innta ta en større rolle i gjennomføring av undersøkelsen enn det jeg gjorde. Jeg kunne gått systematisk rundt i treningslokalet og sett meg ut de aktuelle kandidatene, hvilket ville gitt meg mye relevant materiale, men det ville også tatt mer tid enn jeg har hatt mulighet til å bruke på denne undersøkelsen.

3.3 Informanter

Utvelgelse av informanter til spørreundersøkelsen er et såkalt tilfeldig utvalg (Tjora 2013). Selv om studien handler om unge kvinner ble det ikke gjort noen eksklusjon av menn. Det kan være interessant for studien å gjøre en sammenligning av mennenes og kvinnenes svart.

Videre ble det heller ikke gjort noe eksklusjon av alder, og gjennomsnittsalderen er 16-25 år.

Informantene i undersøkelsen er både menn og kvinner hvor yngste er 18 år og den eldste er over 60 år. Av de kvinnelige respondentene er det 35 prosent som har høyere utdanning over fem år, mens 32,5 prosent har lavere høgskole- eller universitetsutdanning.

Aldersgjennomsnittet for kvinnene er 18-25 år med 37,5 prosent. Og 35 prosent er mellom 26-35 år.

Totalt sett svarte 70 menn på spørreundersøkelsen og 43 kvinner. Flere av de som har svart passer svært godt inn med kriteriene mine for dybdeintervjuene, og noen av de som har svart på undersøkelsen har også vært med videre på dybdeintervju. Et par jenter som meldte sin interesse for å være med videre i dybdeintervjuene, som trente hard styrketrening og som skulle stille i fitnesskonkurransen, men disse fikk jeg ikke tak i verken på e-post eller telefon, så det er rimelig å anta at de ikke ønsket å stille opp likevel.

For å velge ut informanter til dybdeintervjuene ble det satt flere konkrete kriterier, det vil si et strategisk utvalg (Tjora 2013). Informanten måtte være kvinne i alderen 20 til 35 år. Hun måtte trene minst fire ganger i uken på treningssenter være aktiv på sosiale medier.

I spørreundersøkelsen ble det opplyst at jeg søkte etter personer som oppfylte disse kriteriene og som hadde lyst til å være med videre. Det var fire som meldte seg etter at de hadde fylt ut spørreundersøkelsen. De tre øvrige ble det annonsert etter på ei Facebookgruppe som omhandler trening. Flere meldte sin interesse, men geografiske forhold gjorde det vanskelig å møtes. Ei hadde mulighet til å være med på intervjuet da hun skulle reise et sted slik at det ble mulig for oss å treffes. De to resterende intervjuene ble gjennomført via Messenger. Jeg anså disse informantene som såpass verdifulle da begge er svært aktive både på sosiale medier og i treningsmiljøet, slik at jeg valgte å gjennomføre intervjuet på Messenger fremfor å ikke få gjennomført det i det hele tatt. Via Messenger går glipp av en del av samhandlingen og den stille kommunikasjonen hvor man leser kroppsspråk, og sånn sett kunne Skype eller telefon vært et bedre valg. Sett på den andre siden kan fordelene med å gjennomføre det på privat Messengersamtale, være at informantene var veldig åpne og svarte nøyte alle spørsmålene.

For å gi leserne bedre kjennskap til informantene gir jeg en kort presentasjon av dem her. De er anonymisert den måten at de er gitt fiktive navn basert på alfabetet – fra A til F. Navnene har ingen tilknytning til informantene. Jeg bruker ingen stedsnavn eller andre navn nevnt i intervjuet som gjøre informantene gjenkjennelig. Deres yrke er også endret til et fiktivt for å sørge for anonymitet.

Alma

Alma er 27 år, har ingen barn og heller ikke samboer eller kjæreste. Hun jobber innenfor helsesektoren og konkurrerer i en estetisk sport. Alma trener 5 økter i uka på treningssenter og hun er aktiv på sosiale medier og deler bilder på Instagram. Har trent styrke i 8 år.

Bertine

Bertine er 27 år og jobber som fysioterapeut. Hun trener styrke og løping 4-5 ganger i uken, med hovedvekt på styrketrening. Hun har samboer og ingen barn.

Christel

Christel er 21 år og studiens yngste deltaker. Hun har ingen barn og er singel. Hun studerer og jobber som turnusarbeider. I løpet av ei uke har hun 4-5 styrkeøkter på treningssentre og har trent regelmessig i 2 år. Christel var studiens mest tilbakeholdne deltaker.

Dina

Dina er 30 år, jobber som konsulent og har samboer og ett barn. Hun trener mye, men på grunn av jobb kan antall økter i uka variere fra 3 til 8. Dina har trent på treningssenter i 6 og et halvt år.

Eva

Eva er 31 år, har ingen barn og er singel. Hun driver med organisert styrkeidrett og har gjort det i 7 år, og trener 5 dager i uken. Hun er studiens eneste deltaker som driver med kraftidrett.

Frida

Frida er 32 år, jobber som sykepleier og har samboer, ingen barn. Hun har 5-6 treningsøkter i uka. Mest styrketrening, men også 1-2 ganger i uka med løping. I tillegg bedriver hun det hun kaller hverdagsaktivitet, som er turer med hunden og lignende, men dette regner hun ikke som trening. Hun har trent i 10 år pluss.

3.3.1 Datainnsamling

Da jeg har benyttet meg av flere forskjellige metoder har jeg også brukt ulike måter å samle inn data på. På det kvalitative forskningsintervjuet ble det på forhånd bestemt at intervjuene skulle være om lag en time. De færreste intervjuene varte under en time. Intervjuet som varte lengst varte i 1,5 time. De andre intervjuene strakk seg fra 50 minutter til litt over 1 time.

I en intervjusituasjon er det mer enn kun det verbale språket man må observere. Non-verbal kommunikasjon er svært viktig (Thagaard 2006) og kan gi tilleggsinformasjon. Det er også spennende og viktig å merke seg de særpregete diskursene opp mot tema trening og fitness. Med diskurs menes det Michel Foucault omtaler som *en «institusjonelt fundert måte å prate på»* (Foucault 1970). Diskurser var gjeldende hos informantene. Det som kanskje var mest

oppsiktsvekkende var at de informantene som hadde trent i bare kort tid (rundt 2 år med styrketrening) hadde samme terminologi som de som hadde trent i flere år (6 år og oppover).

Thagaard påpeker hvordan *kroppsspråket kan formidle et annet budskap enn det informanten beskriver selv med ordene* (2006:92). Ved slike situasjoner hvor kroppsspråket ikke samstemte med hva som ble sagt, forsøkte jeg å gripe fatt i om at kroppsspråk og utsagn kanskje virket litt motstridende. Det er ikke like lett i alle tilfeller, så det ble mer til at jeg prøvde å stille oppfølgingsspørsmål slik at informanten kunne svare på et lignende spørsmål men med en annen spørsmålsformulering.

At forskeren lytter på riktig måte er viktig i et dybdeintervju. Hvis forskeren viser interesse og lytter aktivt med oppmerksomheten til informanten, vil det vise at forskeren er interessert i informantens fortelling. På den måten kommer vi nærmere informanten og få en dypere forståelse av det som blir sagt. Informanten kan ønske å åpne seg mer opp for en som er interessert i hva han/hun sier enn hvis forskeren oppfattes som mer innestengt (Thagaard 2006).

Alle informantene ble på forhånd informert om at det var ønskelig å bruke lydopptaker på intervjuet jf. Lov om behandling av personopplysninger § 8 (Personopplysningsloven, 2000). Dette samtykket de til og det virket ikke som noen hadde betenkeligheter med at lydopptakeren ble brukt. Jeg brukte mobiltelefonen med en lydopptaker app. Det ble informerte om at lydopptakene ville bli gjort om til skriftlig materiale (ved transkribering), og at lydopptak og transkribering kun ville være tilgjengelig for meg selv og min veileder. Det ble også opplyst om at alt materiell, lydfil og skriftlige dokumenter, ville blir oppbevart på passordbeskyttet PC (Thagaard 2006).

De fleste intervjuene ble transkribert dagen etter hvert intervju, men på grunn av tidsmangel var det ett intervju som ble transkribert først noen dager etter. Etter ett av intervjuene tok jeg også kontakt med informanten på mail for å stille et oppfølgingsspørsmål

3.4 Analysen av datamaterialet

Ut i fra valg av tema og etter hvert som problemstillingen tok mer form ble det klart at det ville være fornuftig å benytte seg av et fenomenologiskperspektiv.

Jeg ønsket å gjøre en fortolkende analyse, og valgte å anvende metoden IPA – interpretative phenomenologica analysis (fortolkende fenomenologisk analyse). «*The aim of interpretative phenomenological analysis (IPA) is to explore in detail how participants are makin sense of*

their personal and social world, and the main currency for an IPA study is the meanings particular experience, events, states hold for participants» (Smith 2007:53). Metoden skal altså gi oss innsikt i hvordan en gitt person, i en gitt kontekst forstår et gitt fenomen (Smith 2007:53). Det fenomenet man vil undersøke må være noe intervjupersonene har kjennskap og tilknytning til. Jeg ønsker å finne mer ut om informantenes opplevelse av sosiale medier knyttet til fitnesskulturen og treningstrenden. I følge Smith skal informantene bli invitert til å være med på studien på grunnlag av at de har noe å tilføre studien.

Smith mener at IPA som prosess har to trinn hvor deltakeren prøver å «make sense of the word and the researcher is trying to make sense of the participants trying to make sense of their world» (Smith 2007:53). Forskeren prøver å få en forståelse av informantene som prøver å forstå sin verden. Kanskje har forskeren oppdaget noe under intervjuet, som deltakeren selv ikke er bevisst enda? (Smith 2007).

Jonathan A. Smith, som regnes som opphavsmann til den fortolkende fenomenologiske analysen, mener at det bør være få informanter til dybdeintervjuene. Han setter nær sagt en maxgrense på seks stykker, og enda det kan være for mange, mener han. I følge Smith så er det helt legitimt å bare ha én informant (Smith. 2004). Da analysedelen er en krevende prosess synes jeg at seks dybdeintervju var tilstrekkelig. Etter som «*one is trying to get close to the participant's personal world*» (Smith 2007:53).

Meningen med analysen er å forsøke å forstå innholdet i informantenes opplevelse, ikke å måle hyppighet (Smith 2007). Analysen ble gjennomført ved at jeg studerte intervjuene inngående og lette aktivt etter aktuelle tema. I følge Smith er det i dette steget «no rules about what is commented upon, and there is no requirement, for example, to divide the text into meaning units and assign a comment for each unit» (Smith 2007:67). Jeg gjorde meg grove notater på aktuelle emner før jeg videre delte jeg innholdet inn i det Smith kaller for «initial list of themes» (Smith 207:70). Denne listen ble ganske lang så på neste steg måtte jeg samle temaene mer for å få frem sammenhengen mellom dem. Smith kaller denne delen av analysen for «clustering» (2007). Til sist samlet jeg temaene i fire hovedoverskrifter og hadde opptil fire undertema. Jeg tok utgangspunkt i ett intervju, det jeg så på som det sterkeste og det med mest relevant informasjon. Da jeg analyserte de øvrige intervjuene hadde jeg temaene fra første intervju foran meg, samtidig som jeg også var åpen for at jeg kunne komme over nye tema. Jeg ville nok trodd det skulle komme flere tema underveis i analyseprosessen, men det viser at innholdet i intervjuene er nok så like.

Temaene tar utgangspunkt i studiens problemstilling, men det var ikke slik at jeg hadde bestemt dem på forhånd. De kom frem i det jeg analyserte det første intervjuet. Intervjuet jeg valgte å bruke som «mal» for analysen var det lengste intervjuet jeg gjorde.

Tema 1) Trening og sunnhet som livsstil.

- 1.1. Motivasjon.
- 1.2. Trening som prioritet og tvang – dårlig samvittighet.
- 1.3. Fokus på mat.
- 1.4. Mål med treningen

Tema 2) Fitness, muskler og sceneform.

- 2.1. Strong is the new skinny.
- 2.2. Bikinifitness
- 2.3. Forstyrret forhold til mat og egen kroppsvekt.

Tema 3) Press – kroppspress og press generelt.

- 3.1. Syn på egen kropp.
- 3.2. Kropp og muskler og press.
- 3.3
- Prestasjonssamfunnet/prestasjonskapital.
- 3.4 Kontroll.

Tema 4) Sosiale medier

- 4.1. Påvirkning av sosiale medier.
- 4.2. Bildedeling.
- 4.3. Mat og trening.
- 4.4. Kroppsfokus.

Rekkefølgen på temaene er presentert slik de kom opp under analysen, hvilket er i tråd med Smith «(...) in the initial list, the order provided is chronological – it is based on the sequence with which they came up in transcript» (2007:70).

Gjennom analyseprosessen, ble det åpenbart at disse fire temaene fletter inn i hverandre, og noen steder kan det være svært vanskelig å skille fra hverandre. Det kunne for eksempel være tema 1) trening og sunnhet som livsstil på ei halv setning og tema 4) sosiale medier på resten av setningen. Eller kortere avsnitt hvor opptil tre av temaene var samlet på én gang.

Under analysen brukte jeg fargekoder for hvert av hovedtemaene. Undertemaene gikk i samme fargekode som hovedtema var underlagt. Denne måten å organisere analysen på gir meg det jeg er ute etter her; utsagn og historier som kan gi meg en bedre forståelse av informantenes opplevelse av sosiale medier.

I kapittelet hvor jeg presenterer empiri og går igjennom analysen vil jeg bruke hovedtemaene som overskrifter.

Da jeg i ettertid gikk over temaene etter kodingen av intervjuene fant jeg det mest hensiktsmessig å prøve å snevre det inn til tre tema fremfor fire tema. I denne studien spiller sosiale medier hovedrollen, og for å få det godt nok frem har jeg valgt å ta bort tema nummer fire – sosiale medier, og plasserer sosiale medier som tema inn under hovedtemaene. Sosiale medier går igjen i det meste vi snakker om i intervjuene og det vil være naturlig å plassere det inn i de øvrige temaene. Det ble også gjort små endringer på tittel til et par av temaene. Etter omorganiseringen ser temaene slik ut:

Tema 1) Treningstrend som sunnhet som livsstil.

- 1.1. Motivasjon for trening.
- 1.2. Trening som prioritet og trening som tvang.
- 1.3. Fokus på mat, kropp og trening i sosiale medier.
- 1.4. Mål med treningen.

Tema 2) Fitnesskulturen, muskler og sceneform.

- 2.1. Strong is the new skinny.
- 2.2. Bikinifitness
- 2.3. Forstyrret forhold til mat og egen kroppsvekt.
- 2.4. Fitness og påvirkning av sosiale medier.

Tema 3) Press – kroppspress og press generelt.

- 3.1. Syn på egen kropp.
- 3.2. Kroppspress og bildedeling i sosiale medier
- 3.3. Prestasjonssamfunn og prestasjonskapital
- 3.4. Syn på og forventinger til kropp i dagens samfunn.

3.5 Etiske overveielser

forskningsetikk viser til et mangfold av verdier, normer og institusjonelle ordninger som bidrar til å konstituere og regulere vitenskapelig virksomhet (De nasjonale forskningsetiske komiteene. 2016).

Ved all forskning skal forskeren tenke igjennom de etiske normene og verdiene for prosjektet. Under skriveprosessen må man ta hensyn til de etiske retningslinjene i forhold til kildehenvisninger. En god henvisningsskikk legger til rette for etterprøvbarhet som er viktig for videre forskning, men det er også viktig fordi man skal ha respekt for andres arbeid og ikke bruke andres forskning som sin egen. Man kan, og bør, helt klart bygge på annen forskning, men være nøye med kildehenvisningene (De nasjonale forskningsetiske komiteene. 2016).

Dernest har vi etiske hensyn ovenfor informantene. Menneskeverd og personvern er to svært viktige aspekter her. Forsker og forskingen må vise respekt for menneskeverd når informasjon innhentes, når oppgaven skrives og når den publiseres. Når det kommer til personvern er det mange hensyn som må tas, og der kommer det også litt an på hvor sårbart temaet er for informantene. I denne oppgaven er det få spørsmål som oppfattes ømfintlig generelt, men for informantene kan det likevel være spørsmål som de er ekstra sårbare for. For eksempel hvor jeg stiller spørsmålet om de er fornøyd med egen kropp, der stiller jeg spørsmålet svært åpent og lar de snakke seg bort fra det konkrete spørsmålet hvis det er det de signaliserer at de vil, uten at jeg tar opp tråden på det igjen.

Alle informantene er over 20 år, alle har samtykket til å være med i undersøkelsen og de har også samtykket til at jeg kunne bruke lydopptaker til intervjuet. Jeg har vært nøye med å gi de god informasjon om forskningsprosjektet, problemstilling og tanker om en eventuell videre forskning. Før oppstarten av prosjektet søkte jeg godkjenning fra personvernombudet (NSD) hvor det ble forklart hvordan personopplysninger ville bli lagret, hvordan innhenting av informasjon ville bli gjennomført og så videre. Jeg fikk godkjenning fra NSD og kunne da sette i gang med rekruttering av informanter og data.

Andre etiske hensyn jeg har tatt er hvordan informantene fremstilles og hvordan de selv kan starte en refleksjonsprosess i ettertid av intervjuene. Spørsmålene jeg stilte kan ha vært med

på å for eksempel få dem til å se på seg selv på en annen måte enn det de gjorde tidligere. At den prosessen som blir satt i gang i det jeg som intervjuer snakker om kropp, utseendet og trening med disse jentene, gir dem en annen persepsjon av seg selv enn det de tidligere har hatt. På bakgrunn av dette opplyste jeg alle informantene om at de når som helst kunne trekke seg fra intervjuet, at de i ettertid kunne ta kontakt med meg uansett hva det måtte gjelde; om det var noe mer de ville tilføye, noe de ville ta bort eller om de ville trekke seg fra undersøkelsen i sin helhet.

Jeg har ikke vært i kontakt med noen av informantene i ettertid, bortsett fra én. Da var det som nevnt jeg som tok kontakt fordi et svar i intervjuet var uklart, og som jeg lurte på om hun hadde mulighet å utdype, noe hun gjorde.

3.6 Validitet og reliabilitet

Validitet

Validitet kan også beskrives som gyldighet og tar for seg hvordan man ut i fra resultatene i studien kan trekke en gyldig slutning. Thagaard (2013) bruker ordet «gjennomsiktighet» når hun forklarer hvordan man kan styrke studiens validitet. Å gjøre forskningsprosessen gjennomsiktig, hvilket betyr å tydelig redegjøre for hvordan man har utført innhenting av materiell, gjennomført analysen osv, gir andre forskere mulighet til å tolke studien og dens resultater. Jeg har forsøkt å gjøre studien og dens prosesser så gjennomsiktig så mulig, og har derfor forklart forløpet detaljert.

Reliabilitet

Reliabilitet refererer til studiens pålitelighet. I følge Tjora handler det om «*hvorvidt vi oppfatter en klar sammenheng mellom empiri, analyse og resultater i en undersøkelse, og at dette ikke er styrt av personlige, politiske eller andre faktorer som ikke er redegjort for*» (side 229).

Da jeg startet på denne studien hadde jeg en formening om hva utfallet ville bli. Jeg så for meg at sosiale medier hadde en innvirkning på informantenes liv og at de ble påvirket i negativ forstand. Likevel forsøkte jeg under hele prosessen å legge vekk de tanker jeg hadde om tema og heller sette meg godt inn i hva informantene hadde å fortelle. Utfallet av studien samsvarer i noen grad med mine antakelser, men mer overrasket ble jeg over at flere ga uttrykk for at de opplever å bli positivt påvirket av sosiale medier.

Analyse

I de tre følgende kapitlene vil jeg presentere analysen av de seks intervjuene. De deles inn i fire egne kapitler da det er mest hensiktsmessig ut i fra hvor mye data som skal presenteres i de forskjellige temaene. Hvert kapittel har fra fire til seks undertema. Spørreundersøkelsen presenteres helt kort i kapittel 4. Data lagt inn i tabeller ligger som vedlegg nr. 1. I analysen vil jeg bruke funn fra spørreundersøkelsen min for å støtte eller utdype informantenes fortellinger. Videre følger analysen av intervjuene hvor i kapittel 5 tema «treningstrenden som sunnhet og livsstil» presenteres. I kapittel 6 handler det om «fintesskulturen, muskler og sceneform» mens kapittel 7 tar for seg «prestasjonspress». Hvert kapittel har en innledning og en oppsummering.

På kapittel 5 til 7 har jeg benyttet meg av undertema som er de samme jeg kom frem til via analysen. Svakheten med å benytte seg av disse kan være at det skaper et slags kunstig skille mellom kategoriene. Både hoved- og undertema er tett knyttet til hverandre og har således en flytende overgang. De handler alle om samme tema og derfor kan en inndeling virke noe oppstykket og kunstig. Likevel var det nødvendig for analysen og for å få oversikt over datainnsamlingen.

4.0 Spørreundersøkelsen

I følgende kapittel skal jeg presentere data fra spørreundersøkelsen. Jeg vil ta med data som omhandler både menn og kvinner. Selv om studien i utgangspunktet handler om unge kvinner og sosiale medier synes jeg det er belysende for oppgaven at det også kommer frem hvordan menn ser på samme fenomen. Det kan være interessant å se om det er spesifikke forskjeller mellom kjønnene, noe det sannsynligvis er, og da kan det være spennende å se hvor disse forskjellene eventuelt ligger. Videre følger en systematisk gjennomgang av alle 113 spørreundersøkelsene, oppsummert for hvert kjønn. Det var 70 menn som svarte og 43 kvinner.

Flere hadde skrevet korte kommentarer på undersøkelsen hvilket ga et mer helhetlig svar, Relevante kommentarene blir noe brukt i analysen av dybdeintervjuene. Data for kvinnene ligger i vedlegg 1 og for mennene i vedlegg 2.

5.0 Treningstrenden og sunnhet som livsstil

Temaet «treningstrend som sunnhet og livsstil» favner hvordan trening og sunnhet, for informantene, har blitt en livsstil for. De er på et nivå langt over hvor trening og sunnhet primært kan sees på som en hobby. Det har det blitt en livsstil. Noe de knytter sin identitet til. En livsstil og en identitet som viser seg å være svært populær å dele på sosiale medier.

«(...) fordi at sånn først da jeg begynte å trene var det for å holde meg i form på grunn av jobben min. Menneh..., så har det liksom gått over til å bli livsstil da så nå er det liksom sånn (...)».

Treningen går fra hobby til livsstil og blir mer altoppslukende. Det er ikke noe du gjør én time tre ganger i uken, slik som var vanlig før, men treningstrenden blir implementert i livsstilen og følger deg hele dagen. Du er treningen.

Dette kapittelet tar for seg underkapitlene motivasjon for trening, trening som prioritet og tvang, fokus på mat, kropp og trening i sosiale medier og mål med treningen. Kapittelet skal i sin helhet belyse og vise hvordan trening er en livsstil for informantene, hva som motiverer dem til trening og hvordan trening også kan oppleves som tvang for noen.

5.1 Motivasjon for trening

Følgende kapittel omhandler «Motivasjon for trening». Det er mye snakk om motivasjon i dagens samfunn¹⁰ hvor bloggere og Instagramkjendiser forsøker å motivere oss til er trening og sunnere kosthold. Treningsmagasiner skriver mye om mental trening, hvilket kan tolkes som motivasjonslitteratur. Informantene snakker engasjert og levende om motivasjon og har mange tanker rundt hvordan de kan motivere seg for trening.

Alma (27) forteller engasjert om motivasjon og om hun trenger å gjøre noen spesielle tiltak for å motivere seg før trening. Hun skal konkurrere i bodyfitness og bruker mye tid på trening og sunt kosthold:

«Ja, jeg pleier å se, jeg så nettopp den her «best on earth» tror jeg den heter. Det er en sånn crossfitfilm. Og den var, den fikk jeg jo superboost av, så det hjelper absolutt på, men det er ikke noe.. Jeg har aldri problemer med å komme meg på trening og gjennomføre de øktene jeg skal. Men jeg får alltid ekstra boost om jeg ser noen jeg følger på Instagram som legger ut bilder der de har hatt syk progresjon. Så får jeg jo en sånn «åh», da vil jeg liksom mere. Da får jeg en ekstra boost».

¹⁰ http://kunnskapsriktrening.blogg.no/1437032315_dette_motiverer_meg_i.html

Det er tydelig at Alma har motivasjon for trening, men at hun også bruker både sosiale medier og film for å få det hun kaller for en «ekstra boost». Da jeg spør henne videre om hun noen gang har problemer med å motivere seg til å dra på trening sier hun: «*Nei, det er aldri noe spørsmål en gang*». Ettersom Alma trener for å konkurrere i bodyfitness er kanskje treningen et ledd i en større prosess mot veien til scenen for henne. Det kan tolkes dithen at hun sitter med en følelse om at hun alltid må være motivert fordi hun alltid må trene for å nå sine mål. Hun virker veldig motivert når hun prater om trening og bodyfitness, og beskriver treningen som en naturlig del av livet sitt.

«(...) at jeg tenker 'hmm, skal jeg dra på trening eller ikke', det er liksom, det er en del av livet. Det er det første jeg tenker på når jeg står opp. Det er å dra på trening»

Når Alma forteller om motivasjon for trening poengterer hun at det er blitt en livsstil for henne. En livsstil og identitet henger tett sammen. Livsstilen du lever bringer også frem personenes identitet, eller iallfall ønsket identitet. Alma bruker også sosiale medier mye for å dele bilder, da spesielt treningsbilder og bilder av kropp.

Ved å fortelle om seg selv der trening og kosthold fremheves som livsstil via sosiale medier, primært Instagram, hvor hun deler bilder av livsstilen kan det virke som om Alma ønsker understreke sin identitet. Hun deler bilder av treningshverdagen slik at dette blir det andre assosierer henne med. «*En persons identitet skal hverken findes i adfærd eller i andres reaktioner – uanset hvor viktig disse er – men i evnen til at holde en særlig fortælling i gang. Individets biografi kan ikke være fuldstændig fiktiv, hvis hun skal kunne opretolde en regelmæssig interaktion med andre i den daglige verden*». (Giddens 1991:70). Giddens presiserer er at det må være en viss sammenheng mellom den historien man forteller og virkeligheten, ellers klarer man ikke å opprettholde interaksjonen i hverdagen. I Almas tilfelle gir hun ikke noe direkte uttrykk for at det er stor differanse mellom det virkelige livet hennes kontra det hun fremstiller på sosiale medier. Likevel forklarer hun i intervjuet at hun «alltid er motivert til å trene» og hun har heller problem med å ha hviledager fordi hun egentlig vil trene da også. Muligens fremstiller hun seg på den måten, at hun alltid har motivasjon til å trene, fordi det er slik hun ser seg selv og mener trolig at det er slik hun bør fremstilles for andre.

Christel (21) forteller også om hennes motivasjon for å trene.

«Jeg vil at kroppen skal fungere, og ønske om å ha den tynne og fitte kroppen. Blir rutiner. Trener du ikke så mangler du noe. Morgenrutiner. Før pleide jeg å trene før skolen. Går på skolen etter trening. Da er det gjort. Føler meg mer våken og er klar for en ny dag»

Motivasjonen hennes for å trene virker todelt. Hun vil at kroppen skal fungere og hun ønsker i tillegg en tynn og fit kropp. Christel gir et inntrykk av at treningen er noe hun vil få «unnagjort». Hvis hun trener tidlig på morgenen så er hun ferdig med den plikten. Hun deler angivelig ikke det engasjementet og den motivasjonen som Alma har, men ser på trening som en rutine som er fint å ha gjort: *«Du føler deg bedre og du ønsker alltid en strammere kropp og bli sterkere. I mitt yrke er det nødvendig at jeg blir litt sterkere»*. For det hersker ingen tvil om at hun føler seg bedre etter å ha trent.

Det er litt vanskelig å få tak på om Christel snakker om deg selv eller om hun snakker om andre. Hun bruker «man» og «du» i omtale om det jeg antar er henne selv hun snakker om. Det at hun sannsynlig hun snakker om seg selv i tredjeperson kan være en måte å distansere seg fra de følelsene hun har rundt kropp og trening. Kropp og utseendet er et ømfintlig tema for mange, og ut i fra måten Christel svarte på spørsmålene; litt nølende og brydd og virker som det vi kan referere til som beskjedent, kan tyde på at kropp og utseendet er et ømfintlig tema for henne, at hun ikke føler seg helt komfortabel med å snakke om det. Jeg følger opp med et spørsmål om hun bruker sosiale medier til å motivere seg selv til trening forteller hun følgende:

«Kan jo bruke fremgangen til de andre i forumet (ei treningsgruppe på facebook). Kan se fremgangen til de andre og tenkte at jeg må prøve på å kjøre det samme»

Hun refererer også til sosiale medier og mat.

«(...)Kostholdsmessig. I alle fall en inspirasjon. Det er i alle fall en del matinspirasjon på sosiale medier. Kan prøve noe nytt og nye vrier på ting.

Hun bruker sosiale medier til inspirasjon både når det kommer til trening og kosthold, og sier at det er en del matinspirasjon på sosiale medier og at det kan hjelpe henne med å prøve noe nytt. I følge henne selv bruker hun sosiale medier og kostholdsinspirasjonen til noe positivt. Hun nevner igjen at det kan hjelpe henne til å prøve nye vrier på ting, uten at jeg får noe mer klarhet i hvilke ting hun konkret sikter til. Christel sier også at hun følger med på sosiale medier, i et bestemt forum hvor det er flere jenter samlet, og bruker deres fremgang til å få fremgang selv.

Christel sier at hun deler lite bilder av seg selv på sosiale medier. Hun sier også at hun bruker Instagram svært lite og at hun heller bruker sosiale medier til å hente informasjon og motivasjon. Hun følger med trendene innenfor trening via sosiale medier, og på bakgrunn av at hun forteller om ønsket om den «fytte kroppen» kan det hevdes at hun ser på trening og kosthold som en livsstil selv om hun er den av jentene som trolig føler at det også er et ork å henge med i treningsverdenen. En hverdagsdiskurs som har vært gjeldende lenge, og nok fortsatt er det, er diskursen om en slankere kropp (Malson 1998). En diskurs som fortsatt er gjeldende i dagens samfunn er «The construction of fat as ugly and thin as beautiful» (Moen 2010:59). Christel snakker mye om en tynnere og fyttere kropp. Antakeligvis har hun et anstrengt forhold til egen kropp og søker etter den «tynne og fytte kroppen». Professor ved det medisinske fakultetet i Oslo Gunn Engelsrud sier at «*Kropp er og har alltid vært, et fenomen for samfunnskapt konstruksjon. Det sies for eksempel at ønsker om forandring av kroppen for å oppnå tidens skjønnhetsidealer er et fenomen like gammelt som menneskeheten selv*» (2015:65). Diskursen om idealkroppen har alltid vært der, men den endres med tiden.

I Christels fortelling blir det klart for meg at hun og har et kroppsprosjekt, hvor hun ønsker å oppnå en spesifikk kroppstype muligens for å komme nærmere det hun anser som sin sanne identitet. Shilling forklarer at vi kan spore helt tilbake til tidlige kristne æraen at mennesket har forsøkt å forme kroppen. Kroppsprosjektet og selvidentitet står side om side; «*(...)there is a tendency for the body to be seen as an entity in the process of becoming a project to be worked at and accomplished as part of an individual's self-identity*» (Shilling 2012:6). Kroppen er en enhet som brukes som et ledd i å konstruere sin identitet.

Christel bruker ord som «du» og «man» når hun referere til seg selv, hvilket distanserer henne fra seg selv. Føler hun at ønsket identitet og nåværende identitet er for langt i fra hverandre og at hun bruker kroppen som prosjekt, slik Shilling forklarer det, til å konstruere sin identitet? Hun deler ingen bilder av seg selv på sosiale medier, i motsetning til Alma som bruker Instagram og Facebook svært aktivt. I så måte bruker ikke Christel sosiale medier for å fortelle historier om seg selv for å skape sin identitet, men når jeg snakker med henne får jeg inntrykk av at hun gjør nettopp dette ved å unnlate å dele bilder av seg selv. Ved å unnlate å dele bilder av seg selv gir hun heller ikke andre inntrykk av hvordan hun ser ut, og når man da treffes «in real life» vil man ikke ha noen forventninger for hvordan hun ser ut. Før jeg møtte henne til intervju hadde jeg kun snakket med henne på Messenger og sett profilbildet hennes. Men hun poengterte, før jeg traff henne, at hun ikke så veltrent ut. Det utsagnet sier mye om

hvordan hun ser på seg selv, og at hun trolig føler at hun som trener så mye bør se mer veltrent ut.

Jeg spurte også Christel om hun noen gang hadde problemer med å motivere seg til å trene.

«Det kan være noen ganger man ikke ser noen mening med det hvis man står veldig fast, hvis det er en litt sånn «down» periode generelt eller hvis det er mye annet å gjøre så er det litt vanskelig. Kanskje sånn om sommeren frister det litt mer å løpe i fjellet eller gå fjellturer. Bare drite i styrke».

Hun forteller at hun noe ganger har problemer med å motivere seg til å trene. På dager hvor alt ikke stemmer. Det som er mest fremtreden er ikke hva hun sier, men måten hun ordlegger seg. Hun bruke «man» igjen om det jeg antar er seg selv. Dette gjør svarene svært diffuse og jeg er litt usikker på om jeg skjønner hva hun egentlig mener. Trolig distanserer hun seg igjen fra seg selv, for at hun ikke skal være «den personen» som sliter med motivasjon. At man har motivasjon for å trene kan på mange måter knyttes opp mot å være suksessrik og sunn (Shilling 2012), noe Christel har antydnet at hun ønsker å være

Christel uttrykker at hun noen ganger bare har lyst til å «drite i styrke» og heller trene noe annet. Likevel trener hun, selv om hun ikke alltid har lyst. Det kan muligens forklares med treningsrutiner, som er et ord mange av informantene har brukt, men antakeligvis kan det forklares mer korrekt ved bruk av ordet regimer, eller treningsregimer. *«Regimer er forskjellige fra de almindelige rutiner, der er forbundet med at «holde sig i gang». Alle sociale rutiner medfører en kontinuerlig kontrol med kroppen, men regimerne er indlærte praksiser, som indebærer en stram kontrol med fysiske behov.»* (Giddens 1991:79). Videre sier Giddens at regimer er «former for selvdisciplinering». Muligens kan disse handlingene hos Christel, at hun drar på trening selv om hun egentlig helst vil «drite i det» oppstå på grunn av hennes treningsregime. Det som informantene ønsker å kalle for motivasjon kan trolig mer knyttes opp mot regimer, hvilket er like populært å fremme på sosiale medier som motivasjon. Likevel brukes selve ordet regime lite, men på sosiale medier er det en trend hvor det er om å trene hardest, aldri gi seg og løfte tyngst. Emneknaggen «getfitordietrying er én av de som er mest brukt. Malson beksriver at *«Power/knowledge does not simply repress but rather produces «the individual» and other objects in particular ways»* (Malson 1998:30). *«And it is in discourse that power and knowledge are joined together»* (Foucault 1979 referert i Malson 1998:35). Det Malson forklarer er at kunnskap og makt skaper individet og at denne kunnskapen og makten sitter i diskursen. Diskurs i denne sammenhengen kan sees på som

trendene i sosiale medier som fører til nevnte treningsregimer, hvilket igjen fører til at treningsregimer brukes for å skape og opprettholde identitet.

Bertine (27) som trener både løping og styrketrening forteller om hvordan hun kan bruke sosiale medier til å motivere seg til trening. Hun trener en bestemt form for styrketrening som veldig populær nå og sier i likhet med Alma og Christel at hun motiveres av å se andre folk som er i god form.

Det var kun Christel som la vekt på at hun ønsket en tynnere og fittere kropp. Likevel kommer det frem at de andre også trener for å forme kroppen sin, men det oppleves som om at deltakerne ikke ønsker å si at de trener for å bli «fittere». Diskurser styrer måten vi snakker om og oppfatter ting på. «*Large groups of statements governing the way we speak about and perceive a specific historical moment or moments*» (Foucault via Moen 2010:62). Sosiale medier kan sees på som store grupper som styrer måten vi snakker om noe på. Via sosiale medier spres diskursene. Gjennom mine observasjoner på Instagram har jeg fått et inntrykk av at det som er legitimt nå er å trene for å være sunn, mens trening for å bli tynnere ikke skal fremheves. Det samstemmer med hva de fleste informantene formidler i intervjuet, at de sier de trener for bedre helse først og fremst.

Bertine er veldig opptatt av triks i forbindelse med sporten sin. Hun fremhever ikke forming av kroppen som motivasjonsfaktor. Hun motiveres tilsynelatende av prestasjon. Likevel sier hun også at hun «kan la seg imponere over flotte kropper», noe som forteller oss at hun trolig motiveres av kropp og utseendet. I spørreundersøkelsen var en av deltakerne aktiv i miljøet for denne sporten. På spørsmålet om hva som påvirket hennes syn på egen kropp svarte hun at hun ble motivert av jentene innenfor grenen. Til tross for at sporten fokuserer på funksjonell trening og prestasjon er det også mye kropp tilstede. De mannlige utøverne har oftest bare shorts og bar overkropp når de trener, mens damene har hotpants og sportsbh. Helen Malson hevder i sin bok «The thin woman» (1998) at en av samfunnets diskurser om at kvinner skal være tynne og slanke handler om at den tynne kvinnekroppen kan sees på som en avvisning av kvinnelighet. Androgyne og gutteaktige kropper som maskuliniserer de kvinnelige kroppene (Moen 2010). Crossfitjenter er muskuløse og har lav fettprosent. En slik kropp kan sees på som androgyn og maskuliniserende.

5.2 Trening som prioritet og trening som tvang

Ortoreksi blir nevnt av flere av informantene og er således et relevant begrep i dette kapitlet. De som har ortoreksi har en sykkelig tilnærming til trening og sunn mat og vil ha problemer med å kunne utelate ei treningsøkt til fordel for noe annet (Skårderud 2015). Føler informantene at trening blir tvang?

Dina (30) trener fra tre til åtte ganger i uken, og snakker om hun er villig til å hoppe over ei treningsøkt til fordel for sosiale happenings sammen med venner og familie. Hvis hun for eksempel blir invitert i en bursdag, og planen er å egentlig trene:

«Nei, det har jo også forandret seg litt. Før ville jeg «skippet» besøket hvis jeg kunne velge, ehm, jeg prøver å få til begge deler men er ganske avslappet om at det går helt fint hvis jeg ikke kan trene en dag.»

Hun sier at «*det har forandret seg litt*» hvor hun da refererer til den tiden hun var i det hun kaller «fitnessboblen». Et begrep både hun og andre informanter bruker, og som er beskrivende for den situasjonen Dina følte hun var i tidligere. Hun sier også at hun ikke skjønnte at hun var i denne boblen før hun kom ut av den, og at det antakeligvis krevdes en del jobb fra hennes side for å komme seg ut.

«Fitnessboblen» går ut på at trening og kosthold er det som styrer hverdagen. Det skal spises på en spesiell måte og det skal trenes etter en bestemt plan til bestemte dager og tider, hvilket er svært lik beskrivelsen av ortoreksi. Dina presiserer at hun er kommet ut av boblen.

Videre spør jeg henne om hun kan føle at treningen styrer hverdagen. Dette bekrefter hun, men legger til «*(...) men i mindre grad kanskje. Tror det er litt når man blir eldre også. For eksempel for tre år siden hadde det styrt hele hverdagen min*». Det kan synes som hun er litt ambivalent. Sitatet hvor hun snakker om å kunne droppe trening én dag for å dra i bursdag understrekes dette.

Flere av informantene har forklart at de kan få dårlig samvittighet av å ikke dra på en planlagt treningsøkt. Dina er intet unntak. Hun kan få dårlig samvittighet av å hoppe over en planlagt treningsøkt «*(...)men jeg kommer fort over det, men legger ikke inn noen straffetrening eller noe.*» Straffetrening er et kjent begrep i «fitnessmiljøet». Har man for eksempel hoppet over ei treningsøkt eller spist for mye en dag, så kan det legges inn straffetrening for å forbrenne de ekstra kaloriene man enten har spist for mye eller unnlatt å forbrenne på den økten som ikke

ble gjennomført. Eva (31) år er også inne på at trening er tvang. På spørsmål om hun føler om treningen styrer hverdagen hennes sier hun:

«Jeg sliter veldig med å droppe en økt. Jeg prøver heller å stokke om på treningsdagene sånn at jeg får tid til både å trene og se venninnene mine.»

Eva skiller seg ut fra de andre informantene, da hun er den eneste av jentene som driver med kraftidrett. Det er en idrett som ikke fokuserer på utseendet, slik som fitness, men som likevel kan ha vel så stort press på utøverne om å prestere. Eva sier at hun føler treningen tar for mye tid i hverdagen og at hun går glipp av mye sosialt som skjer. På spørsmål om hun får dårlig samvittighet hvis hun dropper ei treningsøkt sier hun at *«det er helt klart. Tenker ofte på noe som ble sagt til meg da jeg droppet en økt, at jeg aldri kommer til å bli så sterk som hvis jeg hadde trent den økten.»*

Dette har festet seg hos Eva og som hun bruker det som motivasjon for å dra på de øktene hun i utgangspunktet ikke er motivert for. Hun forteller at hun må jobbe med å godta at enkelte ganger kan det rett og slett være slik at hun må hoppe over ei økt.

«Akkurat nå klarer jeg å ta meg en pause av og til, jeg har i perioder kuttet ut en dag i uken, kun trent 4 dager, for å få tid til viktige ting, eller hvis jeg har hatt lite energi.» Eva beskriver en situasjon med et konstant press og fokus på å prestere i sin idrett. Så mye at det kan føles som tvang:

«Det er ofte jeg har hatet treningen, hatet at jeg bruker så mye tid på det, hatet å være på trening og alle øvelsene jeg gjør, men fortsatt dratt fordi jeg må bli bedre til et visst mesterskap».

Eva redegjør for et press som får henne til å dra på trening selv om hun *«har hatet det»*. Det er et press for å prestere bedre i idretten, å toppe sine egne prestasjoner og resultater. Hun nevner aldri kropp som en motivasjonsfaktor for å trene. Det er tilsynelatende fokuset på å bli sterkere som driver henne.

Dina er mer reservert når hun forteller om hva som får henne til å føle et jag etter treningen. Flere av deltakerne beskriver dårlig samvittighet når de hopper over ei planlagt treningsøkt, som sannsynligvis kan knyttes til tidligere nevnt treningsregimet som fører til at de trener selv om de har lyst å la være. Michel Foucault begrep panoptisk disiplinering er i utgangspunktet rettet mot disiplinering som vi i samfunnet opplever fra staten og institusjoner. Foucault mente at *«det moderne mennesket er underlagt langt mer omfattende former for intellektuell*

normalisering og institusjonell disiplinering enn noe menneske tidligere i historien».

(Aakvaag. 2008). I Foucaults litteratur er det i hovedsak institusjonelt han tenker, men det adapteres til å gjelde sosiale medier og andre typer medier. Knytter vi dette opp mot diskurser, som Foucault karakterisert som «*bestemte måter å snakke om bestemte ting på innenfor bestemte domener*» (Aakvaag. 2008:309), kan det hjelpe oss med å skjønne hva informantene beskriver når det kommer til kropp og trening. Jeg vil understreke at «å snakke som» kan bety «produksjon av alle typer språklig og symbolsk formidlete utsagn» (Aakvaag. 2008:309). Bildedeling i dagens samfunn vil kunne gå under språklig og symbolsk formidlet utsagn. Hvilket kan forstås på den måten at vi lar oss disiplinere av det de populære bloggerne eller Instagramprofilene legger ut, og således skapes nye diskurser for kropp og utseendet.

5.3 Fokus på mat, kropp og trening i sosiale medier

Flere av informantene hevder at vi påvirkes av alt fokus på trening og kosthold i sosiale medier. Her deles bilder av mat og kropp. Her deles filmer av treningsøvelser og poseringer. De fleste informantene mener at det deles mye bilder av mat, kropp og trening på sosiale medier. Frida (32), som selv har trent i over 10 år og som fortsatt synes trening er like gøy, forteller om hvordan hun opplever bildene av mat og trening som postes på de forskjellige sosiale medier. Hun refererer til fitnessutøvere.

«Jeg opplever de aller fleste poster de gode sidene, og at det snakkes lite om det negative med det de holder på med, men her synes jeg det har blitt litt bedre, det har blitt mer fokus på å følge opp utøvere etter konkurransene også, og det synes jeg er bra».

Hun forklarer at «*det fortsatt postes on-seasonbilder, og det kan jo få mange til å tro at de er sånn alltid*». Frida forteller altså at det for det meste deles bilder hvor fitnessutøverne er i sin beste form. «On-seasonbilde» er bilder som er tatt av utøveren mens hun er på konkurransediett. Idet hun skal stille på scenen i konkurranse eller akkurat har gjennomført en konkurranse. Hun forteller at hun godt skjønner at man ønsker å poste bilder der man synes man ser bra ut, men at det blir for mye «gull og grønne skoger». Det kan tolkes som at Frida mener det profilene legger ut på sosiale medier er de bildene som de ønsker vi skal huske de som, med lav fettprosent og markerte muskler. Ikke slik de er «off-season». Dina støtter opp om denne påstanden fra Frida:

«Jeg har inntrykk av at hvis man begynner å bla litt, for det kan jeg ofte gjøre hvis jeg ramler inn på noen så begynner jeg å bla litt, og da er det veldig sånn at i konkurransesesong er det tre bilder om dagen hvor de er avkledd og hvis de ikke er

on-season er det nesten ingen bilder eller bilder med mye klær på så de får på en måte ikke frem hel bildet at de ikke er i slik form hele året, og mange av de er faktisk ganske kraftige».

Dina og Frida deler meninger angående trenings- og kroppsbildene som postes på sosiale medier. De forklarer begge at det virker som fintessutøverne vil fremheve seg selv on-season, men ikke off-season. Hvorvidt man blir påvirket av disse bildene som legges ut, sier Dina følgende om det hun i intervjuet kalte for en «konstant input av bilder»:

«(...) Jeg følte jo dette selv også, men selv om man ikke blir påvirket bevisst, så sitter man og blar gjennom bilder av folk som er i konkurranseform, så blir man jo påvirket underbevisst. Tror at det er slik det skal være. Eller man vil gjerne se sånn ut. Så er det jo ofte mye filter, og man kan jo gjøre mye med bildene».

Dina har reflektert over hvorvidt hun blir påvirket eller ikke. Hun sier selv hun er ute av «fitnessboblen» og bevisst har slettet trenings- og fitnessprofiler fra følgerlisten sin på Instagram.

Frida på sin side, er litt mer i tvil om vi egentlig påvirkes så mye av bildene som deles i sosiale medier. Hun sier at hun «påvirkes, ja. Ofte blir jeg motivert, men det gjør jo innimellom at man føler seg dårlig». Hun sier altså at hun kan bli både motivert og demotivert. Da jeg spør henne om hun kan si litt mer om hvordan bildene kan få oss til å føle oss dårligere forteller hun:

«Det er vel noe med at man tenker at man burde klare å få til de samme resultatene selv, og blir skuffet om man ikke oppnår det man ønsker. Det er vel kanskje ikke alltid åpenhet om hvor mye jobb som ligger bak, og det er absolutt ikke åpenhet om at mange utøvere er langt fra rene».

Her er hun inne på flere ting. At vi kan bli påvirket til å tro at vi bør kunne oppnå samme resultater som de som legger ut bildene på sosiale medier, men hun er også inne på at det bildene viser kan være langt fra sannheten. Hun referer hun et omdiskutert, men vel kjent, fenomen som omhandler dopingbruk i fitnessmiljøet hos kvinnelige utøvere. Videre nevner hun også at på bildene er det justert med lys, skygger og redigering for å få frem de sidene bildedeler vil vise oss.

Frida er klar på at hun ikke påvirkes så mye, og begrunner det i at hun har god innsikt i miljøet og vet at mye av det som legges ut ikke samsvarer med realiteten. Dina forklarer at da hun var i «fitnessboblen» visste hun godt det som legges ut av bilder ikke trenger å være

sannheten. Hun visst innerst inne at bildene kunne være redigerte, tatt i «godt lys» eller var brukt filter på, men at hun likevel kunne ta det som sannheten.

Det kvinnene snakker om over kan gjenkjennes i Goffman sin «back-stage» og «frontstage». Når en fitnessutøver skal stille i konkurranse brukes ordet «på scenen» mye. Bildene fitnessutøverne legger ut på sosiale medier kan også kalles «på scenen», eller «front-stage» og det som skjer etter en slik konkurranse blir da «backstage» og rollen utøveren spiller her blir forskjellig fra hvordan hun spiller rollen på scenen. Goffman hevder «*it is not assumed, of course, that all cynical performers are interested in deluding their audiences for purposes of what is called self-interest or private gain.*» (Goffman 1957:11). Det antas ikke at de som står på fitnessscenen og de som legger ut bilder av seg selv i toppform og i bra lys slik at musklene skal komme enda bedre frem, forsøker å lure andre til å tro at de er noe annet enn det de er, men de forsøker å vise seg frem fra sitt beste og trolig på den måten de ser seg selv. Det som skjer backstage, når konkurransen er ferdig og utøverne begynner å legge på seg, er ikke ønskelig for utøverne å dokumentere i like stor grad som når de er i god form.

Dina sier at hun har inntrykk av at fitnessutøverne ikke ønsker å legge ut bilder av seg selv når de er i det som kalles «back-stage», mens heller fra «on-stage». «Back-stage», eller «off-season» er noen, ifølge Dina, ganske kraftige, hvilket er naturlig siden de har større muskelmasse enn mange andre. Når de da legger på seg fett etter en konkurranse vil de kunne se kraftige ut.

Bertine snakker om fokuset på kropp, utseende og mat. Hun sier at det «*er et ekstremt fokus på det. Stadig større fokus. Det er alt man ser om sommerkroppen og vinterkroppen for den saks skyld og helårskroppen(...)*». Videre forteller hun at det er mye fokus på dette både på tv, ukeblader, aviser og ikke minst internett og sosiale medier. Da jeg spør henne om det er noe sosialt medium hun vil trekke frem så sier hun: «*Ja, Instagram skiller seg ut. Hvor folk legger ut masse skrytebilder og det er det man ser.*»

I spørreundersøkelsen svarer informantene på om de synes sosiale medier bidrar til økt kroppspress. Flertall, både hos menn og kvinner, svarer at de mener sosiale medier bidrar til økt kroppspress. På spørsmål om sosiale medier påvirker måten informantene spiser eller trener på svarer 53 prosent av mennene at de ikke påvirkes. Til tross for at de mener at sosiale medier bidrar til økt kroppspress, så mener de færreste at de selv påvirkes. Hos kvinnene svarer 35 prosent at sosiale medier påvirker måten de spiser og trener på. Det kan tolkes

dithen at kvinner lettere blir påvirket av sosiale medier. Muligens kan det være at kvinner bruker mer tid på sosiale medier og dermed er mer utsatt eller at de oppsøker materiell om kropp og utseendet mer enn det menn gjør. Et annet faktum kan være at det er mindre av slik type informasjon rettet mot menn.

Spørsmålet til informantene, om sosiale medier påvirker måten de trener eller spiser på, er av den art at det kan bety at de blir påvirket enten positivt eller negativt. Det viser også kommentarene enkelte informanter har skrevet. Flere hevder at de blir positivt påvirket i den grad at de spiser sunnere og lærer seg nye treningsøvelser. Få eller ingen nevner kroppspress og det kan tolkes på flere måter, men det er vanskelig å kunne konkludere med hva som er riktig uten noe mer inngående data på det. Det kan bety at de ikke vil nevne det dersom de blir påvirket på en negativ måte, eller så blir de kun påvirket positivt. Sannsynligvis er det flere av de som svarer at de blir påvirket, som også blir negativt påvirket. Det krever en viss selvinnsikt å innse at man blir påvirket til det negative, og det er ikke sikkert alle har kommet dit at de innser det. Dina forklarte hun at hun selv kjenner på det at hun blir påvirket på negativ måte når hun ser på typiske fitnessprofiler sine bilder. Måten hun løser det på er å «unfollow» de profilene hun føler hun får mest negativ påvirkningskraft i fra.

Idrettsviter Bjørn Barland skiver i sin doktorgradsavhandling «Fortellinger om doping og kroppskultur» om hvordan kroppskulturen kan oppfattes. Han forklarer at vi bygger, former og skaper kroppen får gjennom trening og kosthold (2016:48) som knyttes til begrepet vi kjenner som fitness. «*Fitness handler om kropp og om en livsstil knyttet til kroppen, altså det som kalles en kroppskultur. Fitness som begrep og diskurs kommer av det engelske ordet to be fit, som handler om å være i god form eller å være klar og skikket*» (2016:48). Diskurser som «helårskroppen» og «sommerkroppen» er aktuelle, slik vi ser Bertine omtaler i et avsnitt over. Dette er nye trender i kroppskulturen vår, og sosiale medier er med på å øke interessen og omfanget.

5.4 Mål med treningen

De fleste som trener så mye som informantene her har ett eller flere mål med treningen deres. Dina trener både styrketrening og kondisjon. Etter vi hadde snakket om hva som var hennes motivasjon for å trene pratet vi mer om hva hennes konkrete mål med treningen gikk ut på:

«Jeg setter meg jo alltid sånne konkrete mål i forhold til vekt eller antall pullups eller springe fortere, lengre. Det varierer fra periode til periode. Det vil ikke være sånn statisk. Det vil forandre seg ganske mye iløpet av et år, men det vil også variere i

forhold til skader og sånt. For når man trener mye er man jo utsatt for skader. Så man trener jo litt ut i fra de forholdsssetninger man har til enhver tid».

Dina er målrettet og konkret når hun forteller om målene sine. Selv om det varierer fra periode til periode, som hun sier her, har hun alltid en overordnet plan med hva hun ønsker å oppnå med treningen sin. Bertine forteller om sine mål som på mange måter samsvarer med Dinas mål. Et fokus på å forbedre seg på løping og styrke. Hun sier også at når det kommer til utseendet vil hun se sunn ut. Da jeg transkriberte intervjuet ble jeg obs på at jeg skulle bedt henne utdype målet hun snakker om når det kommer til utseendet. Hun sier at hun har «lyst til å se sunn ut. Punktum.» For å få mer klarhet i dette utsagnet sendte jeg henne en mail å spurte om hun hadde lyst og mulighet til å utdype dette mer. Bertine kom med følgende tilbakemelding:

«Når jeg tenker på det å se sunn ut, så tenker jeg på å være hverken for tynn eller for tykk, og gjerne også at man kan se på kroppen at den får den mosjonen den trenger».

Både Frida og Dina ytrer et ønske om en mer veltrent/finere kropp. Det kan likevel virke som om det ikke kommer i første rekke. Først er det ønsket om mer energi og en sunn kropp, deretter kommer ønsket om en kropp som ser bra ut. Hvorvidt dette er reelt, eller det er det er slik de ønsker å fremstå er vanskelig å si noe om. Likevel er det lett å få en oppfatning av at det å trene for å se bra ut ikke «bør» være hovedmålet eller hovedmotivasjonen for å trene.

I spørreundersøkelsen var det ikke noe spørsmål som gikk direkte på hva målet med treningen var, men et av spørsmålene var «hvorfor trener du?», et spørsmål jeg hadde håpet skulle gi en del kommentarer, hvilket det også gjorde. Jeg hadde ikke presisert at det var ønskelig at de svarte på kun ett alternativ, noe jeg i ettertid ser kunne vært lurt å understreke slik at informantene kunne velge bare én grunn til at de trener.

67,4 prosent svarte at de trener for å bli sterkere og 60,4 prosent sa de trente for å føle seg bedre. Å føle seg bedre kan ha flere betydninger, men noen av informantene hadde kommentert at de trente for å vedlikeholde muskel- og skjelettplager. Andre skrev at de ble i bedre humør og på den måten følte seg bedre. Litt overraskende var det bare 27,9 prosent som svarte at de trente for å gå ned i vekt. Det er vanskelig å skulle si noe helt konkret om akkurat denne verdien, for man vet at mange trener for å gå ned i vekt, eller for å holde vekten. Sannsynligvis kan det være lettere å motivere seg til å dra på trening dersom du skal prestere noe, og ikke trene for å gå ned i vekt. Resultater innenfor prestasjon kommer ofte raskt, mens vektnedgang kan være vanskelig å se fra dag til dag. Hvis de trener for å bli sterkere vil

vektnedgang for mange være en bivirkning. Hvorvidt det er legitimt å trene for å gå ned i vekt kan ikke leses ut i fra spørreundersøkelsen, men ved å sammenligne den med svarene informantene har gitt får vi et bilde av at å trene for å gå ned i vekt kan gjøre en person sårbar, mens å trene for å bli sterkere bygger karakter. Det har vært mye fokus i sosiale og trykte medier om at det publiseres kroppsfixerte bilder. Trolig kan slik oppmerksomhet føre til at man synes det er feil å være opptatt av kroppens utseende mens å trene for en sunn kropp er «in».

Spørsmålene som går på «motivasjon til å trene» og «mål med treningen» omhandler i utgangspunktet samme tema, men deltakerne har svart forskjellig på disse spørsmålene. Når jeg spurte om motivasjonen til å trene var det flere som nevnte utseendet, selv om de ikke hadde det som hovedgrunn til å trene. Ved spørsmål om hva målene deres med treningen var kom flere med spesifikke målbare mål innenfor styrke- eller kondisjonstrening. Bertine sa også at hun ønsket å se sunn ut og forklarte det med at hun ikke ville se verken for tynn eller for tykk ut.

Grunnen til at deltakerne svarer såpass forskjellig på disse to spørsmålene kan være et resultat av at motivasjonen for å trene, ikke samsvarer med metoden man bruker for å nå målet. Før bruke vi kroppen vår aktivt i arbeid, mens nå er kroppene mer og mer erstattet av maskiner og arbeidet i vår del av verden er mindre fysisk enn før. «*Kroppen i vår del av verden er ikke lengre betydningsfull som redskap for å overleve. Kroppen er tømt for plikter. Kroppen blir et kulturprodukt, sosialt konstruert, som vi forstår gjennom systemer av symboler og meninger.*» Hevder Barland (2016:50). Flere av deltakerne i dybdeintervjuene og de som svarte på spørreundersøkelsen er opptatt av å ha en kropp som fungerer. Kroppen vår er skapt til å være i fysisk aktivitet, og da de færreste av oss har fysisk krevende jobber finner vi andre måter å bruke kroppen på. Bjørn Barland siterer Finn Skårderud på det:

«Maskinene er bygd for å frita musklene. Nå bygges maskiner for å ta i bruk musklene igjen. Apparatene i treningssentrene vil bringe musklene på banen igjen. Men fordi de er overflødige i det meste av produksjon, blir de bare en klesdrakt. De etterindustrielle musklene er ikke organer skapt for å dyrke, men for å bli dyrket». (Skårderud via Barland 2016:51)

Vi har et behov for å bruke musklene våre, men bakgrunnen for å bruke de i våre dager er vesentlig forskjellig fra tidligere da vi jobbet med kroppen. Skårderud hevder at musklene

våre i dag er skapt for å bli dyrket, som er svært i treffende for det vi ser på sosiale medier og spesielt Instagram med bilder av avkledde kropper.

5.5. Avsluttende kommentarer

Informantene forteller om trening, sunnhet og kropp som livsstil og om hva motivasjonen og målet med treningen er for dem, og hvorvidt trening oppleves som tvang for dem.

Flere av informantene bruker sosiale medier som inspirasjonskilde, selv om det ikke nødvendigvis er en bevisst handling hvor de leter opp bilder og filmer så «dukker» de opp og blir da brukt til å gi motivasjon og «boost» til treningen. Det er også flere som hevder de ikke trenger ytre motivasjon for å dra på trening, og noen av informantene går så langt som å si at de alltid er motivert.

Selv om de fleste sier de har mye motivasjon for å trene, er det også flere som opplever trening som tvang. Ikke hele tiden, men i alle fall i perioder. Det kan virke som treningsregimet sitter godt implementert og da de har bestemte dager de skal trene på, får de dårlig samvittighet dersom de ikke får trent de dagene.

De fleste informantene var samstemte når det kom til fokus på kropp, mat og trening i sosiale medier. Da samtalen kom inn på dette temaet var det flere som begynte å prate om Instagram og fitnessutøvere. Det trekkes frem at det man ser på Instagram nødvendigvis ikke stemmer overens med virkeligheten. Flere sier at det brukes mye redigering, filter, lyssetting og måter å posere på slik at man ser «bedre» ut enn i virkeligheten.

6.0 Fitnesskulturen, muskler og sceneform

Uten at jeg inviterte til det var det mange av informantene som selv begynte å prate om fitness og bikinifitness under intervjuene. Trening assosieres av mange med begrepet fitness.

På grunn av at flere av informantene var opptatt av fitness heter kapittelet «fitnesskulturen, muskler og sceneform». Det blir delt opp i fire undertema: strong is the new skinny, bikinifitness, forstyrret forhold til mat og egen kroppsvekt og fitness og påvirkning av sosiale medier.

6.1 Strong is the new skinny

Et utsagn som for alvor så dagens lys rundt 2012 og som har vært mye brukt på sosiale medier hvor det postes bilder av godt trente jenter. Begrepet skal omfavne at det nå er «in» å være sterk, ikke bare tynn. Svært mange mener begrepet er kontroversielt og at det ikke får frem budskapet slik det var ment¹¹, at jenter skal være sterke fremfor tynne. Derfor vil jeg finne ut hvordan informantene tolker dette utsagnet.

Frida, som har godt kjennskap til blant annet fitness er godt kjent med begrepet:

«I utgangspunktet tenker jeg at det er et godt utsagn som i utgangspunktet er positivt. Med at det kanskje etter hvert har tatt litt vel av. Mange går jo totalt all in, og da bikker det kanskje over til ortoreksi – som i utgangspunktet jo er bedre enn anoreksi, men likevel en «besettelse» som for noen går litt for langt...».

Frida nevner ikke hvordan hun har kjennskap til utsagnet fra, men hun er tydelig kjent med det. Det kommer godt frem at Frida er kjent med treningsmiljøet, hun kjenner begrepene og hun kjenner ordspråket eller diskursene. Hun legger til videre:

«Man kan vel tenke at det man gjør er å flytte problemene fra anoreksi og over til ortoreksi – det handler jo om å ha kontroll, på den ene eller andre måten. Likevel mener jeg at det går i positiv retning, i hvert fall når det gjelder det fysiske. Psykisk kan man jo diskutere».

Hun nevner både ortoreksi og anoreksi. Ortoreksi er ingen diagnose, men likevel anerkjent som en «tilstand» hvor man blir overfokuset på trening og sunn mat, slik at det blir usunt. Hennes assosiasjoner til «strong is the new skinny» er at man mister en spiseforstyrrelse (anoreksi) men får en ny (ortoreksi).

Dina får også spørsmål om utsagnet strong is the new skinny. Hun kjenner også til begrepet, og ler når jeg spør henne om det og forklarer at hun synes det er et teit begrep som ikke er blitt slik det var ment:

«(...)strong is the new skinny» som blir litt feilslått med tanke på ortoreksi og alt det her. Som igjen vil være like skadelig for du presser deg ned i vekt».

Hun legger i begrepet er at man nå skal se muskuløs ut, ikke tynn, men at det likevel er blitt slik at vi må både være tynn og muskuløs noe som kan føre til at man presser seg ned i en lavere fettprosent. Begge knytter «strong is the new skinny» opp mot ortoreksi. Det kommer

¹¹ <http://fitnessbloggen.no/fit-is-the-new-skinny-nar-et-sunt-ideal-blir-usunt/>

tydelig frem at Dina har reflektert mye over utsagnet, og at det ville sunnere dersom det ble tolket slik det var ment; at man skal se muskuløs ut, ikke tynn.

Alma, som trener for å konkurrere i fitness får også spørsmål om «strong is the new skinny». Hun har et litt annet syn på det enn Frida og Dina:

«At «strong is the new skinny», det er jo, som jeg sa tidligere når jeg var på ungdomsskolealder da skulle man være tynn. Men nå er det ikke inn lengre. Nå skal man ha synlige muskler. Men så kommer dette med bikinifitness inn igjen. Da tenker nok de fleste på dette med strong is the new skinny, for de er tynn men har muskler, mens jeg tenker mer på at det er å løfte tungt, å brøle og få muskler. Men jeg tror bikinifitness er veldig der.

Også Alma mener at begrepet handler om at man skal se tynn og sterk ut samtidig. Hun refererer til bikinifitness hvor hun mener at utøverne er veldig tynne men samtidig har muskler. Da jeg fulgte opp svaret med å spørre henne om hun synes dette er et positivt eller negativt begrep sier hun at «for meg er det et positivt begrep. Jeg elsker å løfte tungt, og hater å være på diett og ikke få løfte tungt. Men jeg synes det er positivt for det er så mye finere med muskler enn bare å være radmager».

Alma skiller seg ut fra de andre jentene ved at hun tolker begrepet mest positivt. Hun forteller om hvordan hun tror begrepet oppfattes av andre i forhold til bikinifitnessutøvere. Videre forklarer hun hvordan hun selv oppfatter det og at for henne er det et positivt utsagn da hun liker å løfte tungt, men ikke å være på diett. Når man er på diett opp mot fitnesskonkurranse, spiser man til slutt så få kalorier at kroppen ikke lengre klarer å løfte tungt.

Det er ingen av jentene som forteller noe om hvor de så utsagnet «strong is the new skinny» først og heller ingen som nevner noe om hvor de ser det nå. Eva refererer til «de» som viser utsagnet sammen med bilder av fitnessmodeller, men sier ikke noe videre om hvor det vises.

Jentene er todelte i sine bedømminger av hva utsagnet «Strong is the new skinny» egentlig står for. Dina og Frida nevner begge ortoreksi i sammenheng med utsagnet. er ikke en sykdom da det ikke inngår i diagnosesystemet, men det er likefult en alvorlig tilstand for de det gjelder, og det har vært rapportert om flere slike tilfeller de siste årene¹² noe som kan vokst i takt med et økende kroppsfokus i sosiale medier.

¹² <http://spiseforstyrrelser.no/apent-mote-pa-litteraturhuset-21-september-ortoreksi-sykelig-sunt-en-unik-anledning-til-a-mote-begrepets-skaper-steven-bratman/>

«Det å forme og dyrke kroppen blir et individuelt refleksivt prosjekt som må forstås i en større samfunnsmessig kontekst. Da blir kroppen åpen som kulturelt medium og kan brukes både i kommunikasjon med andre og som emblem for et individuelt og kanskje introvert prosjekt». (Barland 2016:51). Vi trenger mening med livene våre og for mange blir treningen og kroppsprosjektet deres holdepunkt og utsagn som «Strong is the new skinny» og «Get fit or die trying» vil muligens kunne være med på å bygge opp under holdepunktet for å få kroppen de vil ha.

6.2 Bikinifitness

Alle informantene bortsett fra en, nevnte bikinifitness uten at jeg tok initiativ til å snakke om det. Det er tydelig at bikinifitness har blitt noe flere har kjennskap til. Før var fitness forbeholdt spesielt interesserte. Nå er det som en av informantene sier «allemannseie». Det er et kjent begrep for de som trener, men blitt mer kjent for de som ikke er inne i treningsmiljøet også. En av grunnene til at bikinifitness er blitt kjent for så mange er den digitale globaliseringen som følge av sosiale medier, hvor trender og diskurser flyter over landegrensene og terskelen for å få informasjon fra andre deler av verden er lav.

Fitnessbegrepet brukes stort sett i hele verden, men det brukes forskjellig i forskjellige land. Dette ville jeg spørre kvinnene om, hva de selv legger i begrepet fitness. Dina (30), som ikke er i fitnessmiljøet, men har hatt interessen for det tidligere og kjenner til miljøet godt forteller om hva hun legger i fitnessbegrepet:

«Nei sånn som fitness er nå er det jo blitt ganske bredt begrep sammenlignet med da jeg begynte å trene for da var det jo bare noen få som stilte i bodyfitness. (...)Men nå er det alle som trener på den måten jeg forbinder med fitness. Nå er det ikke bare den konkurransen, mer sånn fitnesslivsstil. Som er litt vanskelig å definere».

For Dina betydde fitnessbegrepet tidligere de som skulle konkurrere i fitness. Hun sier også at da hun begynte å trene var det veldig få som stilte i bodyfitness, og da var det det fitness betydde. Nå er det gått over til at vi har en fitnesslivsstil. Ikke alle som trener og spiser som en fitnessutøver er utøver eller har planer om «å stille», men det sees om naturlig for mange å leve på den måten når de trener, for å oppnå de resultatene de ønsker. Det Dina forklarer fitness som livsstil samsvarer med de observasjoner jeg har gjort på Instagram, hvor jenter helt ned i 17 årsalderen lever en slik livsstil. Jeg spurte Dina mer om bikinifitness og bodyfitness og hvilke kjennskap hun har til disse sportene:

«(...) Bikinifitness er litt sånn tullesport føler jeg. Mange av dem har trent type et halvt år og de fleste av de har vært naturlig tynn og trent litt og fått litt muskler og så stiller de i en konkurranse. Mens de som stiller i bodyfitness har gjerne trent i veldig mange år, så det er litt forskjellig med tanke på livsstil. Ikke alle, men kanskje mange som stiller i bodyfitness føler jeg har mer sånn i forhold til det å bygge kropp. De spiser masse off-season osv.

Dina bruker ordet «tullesport» om bikinifitness og referer til at det er en sport hvor målet er å være tynnest mulig, ikke nødvendigvis ha muskler. Hun virker litt underholdt av fitnessprofilene som skal «stille» i bikinifitness etter å ha trent i bare noen få måneder. Dina legger vekt på at de som konkurrerer i bodyfitness trener hardt for å få muskler, og at hun trolig synes det er mer prestasjon enn å gå ned i vekt. Da jeg spør henne om hun har inntrykk av at folk ikke kjenner så godt til bodyfitness sier hun at «de fleste som tenker fitness «tenker på akkurat bikinifitness».

Bertine (27) forklarer følgende da jeg spør henne om begrepet fitness: «uten at jeg vet definisjonen så tenker jeg at det er det der å trene for å se ut på en bestemt måte». Og følger så opp med at i hennes krets brukes begrepet fitness synonymt med fitnessutøver.

Dette samsvarer i stor grad med hva Dina beretter. Bertine driver med styrkesport, og har ikke spesiell kjennskap til fitness som sport. Hun har likevel gjort seg noen tanker rundt det og refererer til fitness som fitnessutøvere som skal stille i konkurranse

Bertine sidestiller fitness med konkurranse og utøvere, mens Dina ser på det mer som en livsstil. Dina har den oppfatningen av at det er bodyfitness som er «ordentlig fitness», mens bikinifitness er for de som har liten muskelmasse men klarer å bli tynn.

Alma som er i fitnessmiljøet og trener mot å konkurrere selv snakker også om muskler med en gang ordet fitness kommer opp:

«Fitness! Åh, det kan være så mye. Når noen sier fitness til meg så tenker jeg eeh, da tenker jeg muskler. Jeg tenker ikke på tynne folk i bikini. Jeg tenker muskler. At det er fintess. Det er liksom det første som kommer opp i hodet mitt når folk sier fitness, det er muskler.

Alma blir veldig engasjert når ordet fitness kommer opp. Flere ganger presiserer hun at fitness for henne er muskler. Hun var også så vidt inne på bikinifitness hvor hun nevner at hun ikke tenker på tynne folk i bikini. Jeg følger opp med å spørre om hvilket forhold hun har til bikinifitness. Det er åpenbart at dette er noe hun har reflektert over tidligere da hun har rikelig å si om dette:

«Nei altså, jeg, når jeg tenkte på at jeg skulle stille var egentlig aldri bikinifitness et valg, for det at jeg tenker å stille i bodyfitness eller athletic fitness så må du faktisk jobbe for det for i bodyfitness og athletic må du ha mer muskler, mens bikinifitness er det egentlig at du bare slanker deg nok, føler jeg.

Hun fortsetter videre om bikinifitness:

«(...) bare du blir tynn nok så har jo alle sine muskler, så de trenger liksom ikke å jobbe så mye for det. Men jeg synes liksom det er mye artigere for meg å gå på scenen, å vite at denne kroppen har jeg faktisk slitt meg i hjel for, og jeg har lagt ned mange timer på trening og mat og måtte skippa masse bursdager og sosiale eventer fordi jeg kan ikke spise det de spiser (...) Nei jeg synes ærlig talt bikinifitness blir for sykkelig».

Alma synes tydelig ikke bikinifitness er legitimt. Hun legger vekt på at de som stiller i bikinifitness ikke jobber like hardt for det som de som skal stille i bodyfitness fordi de ikke trenger like mye muskler. De trenger bare å bli tynn så får det frem det de har av muskler fra før. Alma legger vekt på hard jobbing og prestasjon. Dette virker til å være viktig for henne, og hun synes ikke de som stiller i bikinifitness legger ned like mye arbeid i det som de som stiller i bodyfitness. Hun sier også at hun synes bikinifitness blir for sykkelig, og da refererer hun trolig til at de bare skal være slanke og se tynn ut, mens muskelmassen er mindre viktig.

Kapittelet er svært interessant og at ett ord (fitness) kan skape så mange reaksjoner, tanker og refleksjoner hos informantene. Bikinifitness setter følelsene i sving hos kvinnene, og det er vanskelig å sette fingeren på hvorfor det er slik. Tidligere nevnes det at de som stiller i bikinifitness ikke jobber hardt nok og at det er en «tullsport». Det kommer tydelig frem hos alle informantene at det legitime er ikke å slanke seg, men bygge muskler. *«In today's world, the fitness culture helps separate the winners from the losers, the doers from the watchers. The fit body is more important than expensive clothes or a fast car.»* (Barland. 2016:48). Det Barland sier, via Søderstrøm, er at kroppen spiller en stor rolle for vår identitet og personlighet. Den viser hvem vi er og med tynne og fitte kropper blir sett opp til. Jobbes det hardt for å forme kroppen via muskelbygging sees det på som legitimt. Å «bare» gå ned i vekt gir ikke samme status.

Barland hevder videre at *«forestillingene om kropp er sosiale. Mening skapes i sosiale prosesser, og måten vi oppfatter, beskriver og forstår en kropp på blir til gjennom en sosial meningskonstruksjon.»* (2016:49). Helen Malson forklarer at det er diskurser som møtes på den kvinnelige kroppen, *«og er dypt forankret i den vestlige kultur, og gjennomsyrer våre liv»* (Moen 2010:59). Som jeg har vært inne på er det sannsynlig at diskursene for kvinnekroppen har endret seg noe siden Malson skrev sin avhandling «The thin woman». Som vi ser ut i fra

svarene til deltakerne er det ikke legitimt lengre å «bare skulle være tynn». Likevel må jeg innse at denne studien ikke kan trekke noen generell konklusjon hva gjelder diskurser i samfunnet. Jeg kan bare ta utgangspunkt i hvilke oppfatninger informantene har om kropp og diskurser, hvilket ikke er generaliserbart ut i fra denne studien. Men i og med at alle jentene virker så samstemte er det trolig noe i det at diskursen for kropp har endret seg.

6.3 Forstyrret forhold til mat og egen kroppsvekt

I fitnessmiljøet er det mye fokus på mat og kropp. Universitetslektor i helsepedagogikk ved Högskolan i Halmstad i Sverige, Rita Pelters, går så langt som å si at fitness er vår nye religion¹³. Innenfor miljøet er det strenge regimer for hva man kan spise, det er veiing og måling av mat, veiing og måling av kropp og bedømmelse fra «coacher» som skal avgjøre om fysikken din er god nok til å stilles på en scene og videre bedømmes av «profesjonelle dommere». Det er unormal å skulle måles så konkret på utseendet sitt, at det er stor sannsynlighet for at det utvikles spiseforstyrret atferd.

Flere av informantene har tidligere nevnt ortoreksi og tror mange av de som konkurrerer i fitness eller lever fitnesslivsstilen har det eller står i fare for å utvikle det. Ingen av informantene har nevnt ortoreksi i referanse til seg selv. I store deler av intervjuene er det «de andre» de snakker om.

Dina (30) forteller litt om hvordan hun selv spiser. Hun er ikke fintessutøver og skal heller ikke bli det, men hun har kjennskap til miljøet og har tidligere sagt at hun er kommet ut av det hun kalte «fintessboblen».

«Hvis vi snakker om fitnesslivsstilen, så spiser jeg nok ganske sånn som de fleste som trener mye gjør. Kjøtt, fisk, karbohydrater og en grei dose fett også, jeg teller ikke kalorier lengre og er veldig stolt. Men i hodet, jeg må måle til havregryn for jeg synes det er vanskelig å se hvor mye det er og at jeg ikke tåler å spise så mye(...)Men teller ikke hvor mye jeg spiser. Bare for å få mengden rett. Men trenger ikke lengre å regne på det og kan justere med enkle grep, og når jeg har fått sult- og metthetsfølelse tilbake går jeg fint ned i vekt om jeg vil det eller holder vekta om jeg vil det. Men jeg spiser over gjennomsnittet sunt vil jeg tro. Det gjør jeg nok».

Her forteller Dina både fra fortid og fra nåtid. Tidligere planla og veide hun all mat hun spiste. Flere timer hver dag kunne gå med til organisering, skrive opp og analysere kostholdet sitt. Hun har sluttet med det nå og sier hun kun måler ting som havregryn for å få riktig mengde.

¹³ <https://forskning.no/mat-og-helse-trening/2016/10/fitness-er-var-nye-religion>

Det er noen matvarer hun ikke tåler store mengder av og bruker derfor kjøkkenvekta for å kontrollere inntaket. Hun sier at nå som sult- og metthetsfølelsen hennes er tilbake er ting enklere og hun kan fint gå ned i vekt om hun ønsker det. Her refererer hun til hennes tidligere regime hvor hun kan ha hatt en spiseforstyrret atferd og i perioder spist for lite. Jeg spør henne om det er noe som påvirker henne til å spise på den måten hun spiser på:

«Eh, det er jo det. Jeg har jo kjøpt program fra en coach i er par år. I det siste så har det jo gått fra kjempestrikte matplaner til å ikke være det. Men jeg har fulgt mer bare retningslinjene. For å komme meg ut av det her, jeg brukte jo ekstremt mye tid på å logge all maten, flere timer i uken jeg kunne brukt på andre ting. Og som jeg nå bruker på andre ting. Så jeg kan jo bli påvirket, men jeg lar meg ikke påvirke til å spise slik som andre gjør, jeg spiser det som passer meg og min kropp. Og familie».

Dina tar et bevisst valg om å ikke bli påvirket av andre i forhold til hvordan hun skal spise. Hun har selvinnsikt og er reflektert over at hun kan bli påvirket og er obs på dette for å unngå det.

Et begrep som har vært brukt av tidligere fitnessutøver Nora Mathiesen er «fitnessfortyrret»¹⁴. Jeg spurte Alma om hun hadde kjennskap til dette og hadde gjort seg noen refleksjoner rundt det:

«Ja, det setter deg litt mer inn i det å være fitnessutøver. Nå er jo min coach veldig på at jeg skal jobbe med hodet mitt og at jeg skal skjønne at konkurranseform ikke er en form man skal gå i hele året, det er bare for konkurranse. Men jeg tror det er bra for folk å se det fra en fitnessutøvers standpunkt, la oss si at du har 20 kilo for lite og er på scenene og stiller og du føler deg kjempebra, men det er jo ikke sunt. Så jeg tror du må jobbe veldig mye med hodet ditt, for du går jo fra det ene ekstreme til det andre.

Alma beskriver her en fitnessutøver som er sceneklar og det vil si så lav fettprosent at man blir sett på som undervektig. Hun beskriver hva det kan gjøre med hodet til personene, at man kan bli «fitnessforstyrret». For når en person har vært på diett i flere måneder og bare blitt tynnere, og skal så begynne å spise mer mat og ikke minst begynne å legge på seg igjen vil det kunne for mange være vanskelig å godta. Alma sier at man kan ha 20 kilo for lite på scenene, men likevel føle seg super. De fleste skjønner at det ikke er sunt, men når du har vært i den «state of mind» kan det være svært vanskelig å få hodet med på at du skal opp i vekt.

¹⁴ http://fitnessnora.blogg.no/1392710980_fitnessforstyrret.html

På videre spørsmål om Alma tror at det er mye spiseforstyrret atferd innenfor fitnessmiljøet sier hun:

«Ja, det tror jeg absolutt. Altså har man en spiseforstyrrelse er det lett å si at jeg skal stille og spiser lite for jeg skal stille. Altså skal man stille i fitness må man være veldig sterk i hodet, mentalt, for det er ikke normalt å presse kroppen sin på trening når man ligger i kaloriunderskudd, for å presse frem musklene sine. Det er ekstremt og det er sport.»

Alma nevner noe om hun selv kjenner på et forstyrret forhold til mat eller kropp i hennes ferd mot en sceneklar kropp. Samtidig er hun veldig reflektert på at henne coach ber henne jobbe mye med det mentale i forbindelse med å skulle stille i fitness, slik at hun ikke skal «miste hodet». Hun poengterer at fitness er en sport og igjen ser vi den legitimeringen av å jobbe hardt for å få muskler kontra å slanke seg.

Christel (21) som har litt kjennskap til fitnessmiljøet, men da bare gjennom observasjon på sosiale medier, reflekterer over det med anstrengt forhold til mat hos de som med fitnessporten: *«De har jo gjerne holdt på med treningen en god stund og slanking og fokusering. Da får man et forstyrret forhold til mat, merker jeg veldig godt selv»*. Hun kommer inn på at hun selv kjenner på følelsen om et anstrengt forhold til mat. Hun forteller videre:

«Man får et veldig anstrengt forhold til mat etter hvert. I alle fall når man tenker på hva man kan spise, shit kan jeg spise det? Du får veldig anstrengt forhold til det når du har så stort fokus på det, at du skal telle kalorier og proteiner og at du får i deg nok mat.

I det Christel begynner å snakke om seg selv legger hun over til å bruke «man» fremfor «jeg». Jeg tolker det likevel dithen at det er seg selv hun snakker om, men at det trolig er noe hun ønsker å distansere seg fra eller ikke nødvendigvis har vedkjent.

Flere av informantene mener altså at innenfor fitnessmiljøet eller ved å leve fitnesslivsstilen kan det fort utvikle seg en forstyrret atferd ovenfor mat. To av jentene her innrømmer at de har hatt det eller til dels har det slik enda, mens Alma i alle fall ikke gir noe inntrykk av at hun har det.

Kvinnene forteller om regimer rundt trening og mat og de forteller om trening som livsstil. Dina forklarer en del om hennes tidligere regimer rundt kosthold og trening, hvor hun brukte mye med tid på å planlegge og analysere maten hun spiste. Hvor kommer denne trangen til disse regimene fra? Chris Shilling snakker om *«the disorted body»* og om en alternativ

feminisme og «*how women's bodily experiences are disorted by dominant social forces*» (Shilling. 2012:68).

«Women's bodies have natural sizes and shapes that are disrupted by patriarchal forces» (Shilling. 2012:68).

Kvinner blir påvirket av patriarkalske kreftene, som refereres til det sosiale systemet hvor menn har makten og påvirkningskraften. Spissformulert kan det hevdes at det er på grunnlag av hvordan menn mener kvinner skal se ut at treningsregimene for å forme kroppen oppstår. Eller vil denne teorien være utdatert på det punktet at de ikke er menn som bestemmer kvinnenes hverdagsdiskurser for kropp (Malson 1998), men kvinnene selv.

Shilling sier videre at «*the one constant in these images is that women should be thin, or at least totally free of excess fat. For while many women become seduced by these images and trapped in a circle of destructive dieting, others react against them by becoming fat in order to avoid being objectified.*» (2012:69). I tillegg til å ta for seg ekstreme dietter adresserer også Shilling et spiseproblem jeg har unnlatt å nevne så langt; binge eating eller overspising syndrom på norsk. Han mener altså at resultatet av det vi her kan kalle en diskurs (hvor kvinner skal være så tynne som mulig) er de ekstreme regimene og diettene kvinnene følger. Likt det Dina har berettet om. Men han mener også at et annet utfall av dette kan være overspising, hvor kvinnene vil ta avstand fra å bli «objectified» ved å legge på seg fett. Dette er i tråd med hva Helen Malson også sier om de kvinnelige diskursene i vårt samfunn. Hun sier blant annet at «den tynne kvinnekroppen kan representere en kulturell avvisning av det feminine» (Moen. 2010:61). Jeg har tidligere nevnt at diskursene her trolig er noe forandret, i alle fall de diskursene som deltakerne her følger. For felles for dem alle er at de ser opp til veltrente og muskuløse kvinnekropper, og de har en hig etter selv å få lavere kroppsfett.

Flere av jentene er bevisste på sitt forhold til kropp, og vet trolig at det er litt anstreng, eller for Dina del, har vært litt anstrengt. Når det kommer til Christel så virker det som om at hun også er klar på at hun har et anstrengt forhold til mat, men forsøker muligens å distansere seg da hun snakker om seg selv i tredjeperson.

6.4. Fitness og påvirkning av sosiale medier

Som vist i tidligere tema kjenner informantene til fitness i en eller annen grad. Noen har mer kjennskap til det enn andre, men felles for alle er at de er kjent med det og har meninger om

det. Fitnesskulturen har vokst de siste årene og det virker som den fortsetter å vokse. Påvirkes informantene på noen måte av det som legges ut på sosiale medier som omhandler mat, fitness og trening generelt? Som sett i data fra spørreundersøkelsen var det over 50 prosent av kvinnene som sa at sosiale medier var en faktor som styrte hvordan de ser på sin egen kropp. Det var derimot få som fortalt om dette gjaldt i positiv eller negativ grad.

Alma (27) snakker om det er noe på sosiale medier som påvirker måten hun spiser på:

«Jeg har jo alltid fulgt mange fintessutøvere og syntes det er sykt fint med scenekropp. Det er jo derfor jeg har lyst til å stille, også jeg har jo som sagt alltid spist sunt. Eh, og har kanskje blitt mer og mer klar over det de siste årene og merket mer på kroppen hvor stor forskjell det gjør på det jeg spiser, men det jeg ser på sosiale medier påvirker ikke så mye for jeg vet hva som må til for å oppnå den kroppen. Men for andre er det nok lett å bli forvirret, dersom man ikke har den grunnkunnskapen selv. At man ikke vet hva man skal spise. At man rett og slett blir, jeg vet ikke, forvirra».

Tydeligvis har Alma reflektert over dette tidligere for hun hadde mye å si om emnet. Hun sier at hun ikke blir påvirket selv, men at hun kan skjønne at andre blir det. Det kommer frem at hun alltid har fulgt mange fintessutøvere på sosiale medier fordi hun synes like kropper er fine, og at det er det som har gitt henne lyst til å stille. Da viser det en form for påvirkning likevel, kanskje ikke nødvendigvis til å spise på en spesiell måte, men til å oppnå noe hun har observert på sosiale medier.

Dina (30) som tidligere har forklart om «fitenssboblen» hun var forteller om Instagrambruk og hvem hun følger der:

«(...) Men man påvirkes jo så klart av sosiale medier og jeg har stor grad bare kuttet ut det meste. Jeg følger nesten ingen på Instagram lengre, for det ble veldig sånn fokus på utseendet så de jeg følger er mer de som er sånn som meg, som har kommet litt forbi det der».

Med «forbi det der» refererer hun til «fitnessboblen» som hun har jobbet seg ut av. Og dermed har hun ikke ønske om å følge fitnessutøvere på sosiale medier for hun vet selv at det vil føre til at hun påvirkes på en eller annen måte. At det blir mye utseendet fokus. På spørsmål om hun ikke følger noen slike lengre sier hun:

«Nei, litt sånne andre som er ferdig med boblen og som nå ser helt normal ut som ikke har et sånn fokus på den siden men har fokus på sunn mat og trening. Så følger jeg ei som er kjempetrent, men ikke har noe sånn fokus på trening, mer på baby og sånt. På treningsøktene hvordan de ser ut, må ikke skjule hvor mye hun har trent med, hun har en åpen og okei blogg som er litt sminkefri. Litt mer ekte. Men jeg hadde veldig mange tidligere, men det blir så veldig sånn at man blir påvirket uten at man egentlig merker

det, og at man skal stå å ta bilde av seg selv hele tiden. Det kjente jeg ble slitsomt. Så det ville jeg ikke.

Dina er åpen om at hun har blitt påvirket av Instagramkontoene til fitnessutøverne. Hun er også åpen på at hun velger å ikke blir påvirket lengre, men har da måttet gå til det skrittet at hun har slettet de som har profiler med mye utseendefokus.

Historiene til Alma og Dina er litt forskjellige her, og derfor har jeg valgt å trekke frem akkurat deres beretninger om hvorvidt de påvirkes av det de ser på sosiale medier. Alma sier bastant at hun ikke blir påvirket, men at hun kan skjønne andre blir det. Dina, på sin side, forteller at hun helt klart blir påvirket og har av den grunnen valgt å «unfollow» fitnessutøvere og velger heller å følge de som er kommet ut av «fitnessboblen», som hun kaller det.

Malson hevder at hverdagsdiskursene *«bidrar til å konstituere og regulere kvinners erfaringer i forhold til å spise eller ikke spise, og gå ned eller opp i vekt»* (Moen. 2010:59). En av disse diskursene kaller hun for «Be more beautiful», og referere til skjønnhetsidealene i magasinene. Ukeblader har ikke like stor påvirkningskraft i dag, da de gjerne overstyres av sosiale medier som kommer med hyppige oppdatering og deling av bilder. «Be more beautiful»-diskursen kan på mange måter sees i lys av bildedeling på Instagram og andre bildedelingstjenester, slik ting har utviklet seg de senere år. Diskursen er sannsynligvis like aktuelle som da Malson skreiv dette i 1998, men visse endringer har skjedd i samfunnet. Malson forklarer videre at *«skjønnhet er en form for frelse som oppnås ved å rituelt følge ukebladenes steg-for-steg instruksjoner i målet om forskjønnelse.»* (Moen. 2010:60). En slik steg-for-steg instruksjons sees absolutt på sosiale medier, hvor «treningsjentene», som jeg velger å kalle dem, legger ut opp til titalls bilder av seg selv og hverdagen deres per dag. Mange bruker også Snapchat for å dokumentere hva de spiser til hvert måltid, legger ut treningsøktene sine og mer. Likheten mellom dette og hva ukebladene produserer er slående. Det som er med sosiale medier er at det er tilgjengelig for oss hele tiden, og det er uavhengige personer som legger ut bilder, oppskrifter og treningsøkter for å motivere andre til å gjøre som dem.

Malson sier at i denne diskursen, «Be more beautiful», er det fravær av menn. Det vil si at den tilsynelatende ikke er styrt av menn. Likevel sier Malson videre at *«fravær av menn i diskursen ikke betyr at menn ikke er viktige, det kan være slik at å holde seg heteroseksuell attraktiv er så kulturelt viktig at det tar for gitt av kvinners anstrengelser for å bli, og holde seg, vakre for menns skyld. Fraværet av menn i diskursen understreker også i hvilken grad*

fysisk utseendet utgjør en integrert del av kvinneligheten, hvor skjønnhet er et imperativ for kvinner» (Moen. 2010: 60).

Informantene nevner ikke noe om påvirkningskraft fra menn og ved nærmere observasjon av for eksempel Instagram blir andre jenter inspirert av andre jenter til å publisere bilder. I følge Malson kan det likevel bety at selve ønsket om en slankere kropp i bunnen er forankret i den grunnleggende kvinneligheten hvor kvinner skal være vakre og «petit».

Påvirkes kvinner av andre kvinner, for å oppnå et ideal som menn har skapt? Eller bryter nåtidens ideal litt med det som tidligere var, hvor kvinner bare skulle være tynne og fri for underhudsfett, mot at de nå skal ha muskler.

Michel Foucault hevder at (Diskursen orden 2010) at *«man vet godt at man ikke har rett til å si alt, at man ikke kan snakke om alt i alle sammenhenger, og at ikke hvem som helst kan snakke om hva som helst. Tabubelagte ting, omstendighetens ritual og det talende subjekts privilegerte og eksklusive rett»* (Diskursen orden 2010). På sosiale medier hvor man deler bilder sier man ting uten å skrive det. Man snakker med bildene. Teksten blir mindre relevant, og på den måten kan vi likevel snakke om de tingene som kan være tabubelagt, slik som å ta bilder av seg selv i bikini for å vise frem kroppen sin, hvor man på teksten til bildet skriver om noe helt annet enn det bildet viser. Da kan det oppfattes slik at vi legitimerer det å vise oss frem.

6.5 Avsluttende kommentarer

Fitnesstrenden er godt kjent for alle informantene, selv om ikke alle er like «inne» i miljøet. Likevel har de en formening om begrepet fitness og flere av informantene er åpen om at det lar seg påvirke av det, eller at de tidligere har blitt påvirket av denne trenden – da spesielt via sosiale medier.

Sett bort i fra to av informantene ser det ut til at det råder en negativitet ovenfor begrepet fitness. Alle informantene har kjennskap til bikinifitness og omtaler det som en dårlig versjon av bodyfitness. Dermed er det bikinifitness som høster mest negativ omtale fra informantene. Bodyfitness sett på som «hardcore» og virker mer legitimt å utøve. At bodyfitness, i informantenes øyne, er bedre enn bikinifitness kan sees i lys av det jeg tidligere har nevnt om at slanking ikke er ønskelig lengre, men å bygge muskler blir sett på som riktig.

7.0 Perfeksjonspress

Generasjon prestasjon blir brukt for å beskrive denne generasjonens ungdom¹⁵. Det er krav om å prestere på skolen, i jobb, på trening og i sosiallivet. De stresser seg syke for å møte kravene samfunnet stiller, og sliter psykisk. Det finnes lite materiale på om den unge voksne generasjonen opplever prestasjonspress. Som ung voksen har jeg selv kjent på det presset og har lyst til å finne ut om informantene i studien føler det eksisterer ett prestasjonspress på vår generasjon også. Under intervjuene oppdaget jeg at de snakket mye om kroppspress og mange følte det presset selv. Det var også flere som følte på et press om å være perfekt på flere områder i livet.

7.1 Syn på egen kropp

Kropp kan for mange være et hårsårt tema å snakke, og spesielt når man skal snakke om sin egen kropp. Alle informantene svarte på spørsmålet, men det kunne merkes at de ble litt reservert og måtte lete litt etter ordene før de svarte. Det kan bety at de synes det er ubehagelig å snakke om egen kropp eller at de veier ordene nøye før de svarer slik at de ikke skal fremstille seg selv på feil måte.

Eva (31) som driver med kraftidrett forteller om hvilket syn hun har på egen kropp. Hun trener for å konkurrere i idrett, ikke for å forme kroppen slik mange av de andre informantene gjør, men også hun virker til å ha et visst fokus på kropp innerst inne. Her snakker hun om hva hun synes om kroppen sin og hva som påvirket synet hun har på egen kropp:

«Jeg er for første gang i livet faktisk fornøyd med kroppen min utseendemessig. Hva som påvirker hva jeg synes om den er alt fra om jeg er trøtt og sliten, oppblåst eller vond mage, eller annet fysisk. Jeg føler meg alltid mye bedre etter å ha trent. Jeg føler meg mindre attraktiv med en gang jeg ikke har trent på et par dager. Kompliment påvirker meg, og negative kommentarer. Jeg merker også at jeg lett sammenligner meg med andre hvis jeg synes de har fine kropper eller har den typen kropp jeg gjerne skulle hatt.»

Hun forteller at hun åpenbart er fornøyd med kroppen sin, for første gang i livet. Men på slutten av sitatet nevner hun også at hun merker hun kan sammenligne seg med de som har den kroppen hun gjerne skulle hatt. Her uttrykker hun en form for misnøye over kroppen. Selv om hun også sier hun er fornøyd. Hun beskriver også en form for kroppspress hvor hun sier hun blir påvirket av å se på de hun mener har fine kropper.

¹⁵ <http://psykologisktidsskrift.no/generasjon-prestasjon-pa-medisin/>

For å følge opp spurte jeg henne om hun hun følte at medier eller sosiale medier kunne påvirke. Hun svarer «*sosiale medier mest, antar jeg. Instagram er stedet der man gjerne ser etter inspirasjon til klær, trening, sminke og sånt. Jeg merker det er lett å bli påvirket av formbilder og sånt som folk legger ut*». På spørsmål om hun synes påvirkningen er i positiv eller negativ forstand forklarer hun:

«Begge deler. Noen ganger finner jeg inspirasjon i disse bildene, men noen ganger kan jeg kjenne på at jeg ikke føler meg så fresh i forhold til disse flotte jentene. Men de dagene jeg kjenner jeg lett reagerer sånn unngår jeg sosiale medier noe».

Eva er reflekter og har selvinnsikt. Hun sier at det er lett å la seg påvirke av formbilder, og at det kan være både positivt og negativt. At hun av og til kan bruke bildene til inspirasjon, mens andre ganger kan det få henne til å føle seg mindre bra. Her sier hun mye av det samme som de informantene som svarte på spørreundersøkelsen min om kropp, trening og sosiale medier. Det var flere der som sa at de ble påvirket av sosiale medier. Men det var ikke slik at det var utelukkende negativ påvirkning det var snakk om. Enkelte sa at de kunne bruke disse bildene og postene på sosiale medier som inspirasjon. Blant annet et par jenter som trente mot fitnesskonkurransen sa at bildene på sosiale medier ga de motivasjon til å trene videre mot målet.

Noen av informantene oppgir at de er fornøyd med slik kroppen er nå, men at de tidligere har vært misfornøyd. Frida (32) sier hun var mer fornøyd med kroppen sin før, da hun kanskje var et par kilo lettere, mens Dina (31) forteller om hvordan hun opplever at hun er mer fornøyd med kroppen sin nå kontra før:

«(...) Ja altså, jeg er tålelig fornøyd med sånn som den (kroppen) er nå med tanke på at jeg ikke har et fokus på å gå ned i vekt, eller sånn, så har jeg funnet ut at kroppen min har det ganske bra i alle fall og jeg føler at jeg ser helt ok ut i alle fall».

Dina har tidligere fortalt om da hun var i «fitnessboblen» hvor hun var svært opptatt av mat og trening. Veide maten og brukte flere timer i uken på å logge maten sin. Nå har hun et mer avslappet forhold til det, og hun antyder at selv om kroppen ser annerledes ut nå så er hun mye mer fornøyd med slik hun har det. Hva som påvirker hvordan hun ser på kroppen sin er i stor grad sosiale medier, sier hun. Venner er ikke en påvirkningskraft ifølge henne selv:

«Nei, venner påvirker ikke så veldig mye (...) jeg er mer avslappet med det nå og har mye mer muskelmasse nå enn da jeg var misfornøyd selv. Altså det skal mye mer til å bli misfornøyd sånn direkte for jo høyere muskelmasse man har jo mindre tjukker ser man ut selv om man har høy fettprosent».

Selv om flere av informantene sier at sosiale medier påvirker til en viss grad hvordan de sier på egen kropp, var det også et par av jentene som ikke oppga det som kilde. Bertine (27) sier at hennes syn på egen kropp kan bli påvirket av «*hvilke tilbakemeldinger man får og hva man ser de andre rundt gjør. Hvordan folk ser ut på en måte. Ehm, det kan være hvis det er folk du ser opp til som har sånn og sånn armer mage og lår tenker du at huff, sånn vil jeg også være*». For Bertine virker det til å være kommentarer fra andre folk som påvirker mest og kan gjøre henne noe usikker på synet på egen kropp, ikke nødvendigvis hva hun ser. Men hun sier også senere at hun kan se bilder av veltrente jenter å ønske at hun hadde hatt sånn mage, lår eller armer.

Jeg Bertine om hun tenker mye på egen kropp og utseendet i løpet av en dag:

«Ja, det dukker opp, det gjør det. Det er jo selvfølgelig, og det gjelder sikkert alle».

Flere av informantene sier det samme. Da jeg spør Dina om hun tenker mye på kropp og utseendet i løpet av en dag sier hun at hun «*sikkert er sånn normal eller midt i mellom*».

«Ser meg selv i speilet et par ganger om dagen. Har jeg magemuskler, er de fortsatt der da er det greit. Jeg har en sånn checkpoint, men er ikke sånn at jeg blir lei meg om jeg ser annerledes ut. Men for eksempel om jeg holder mye vann så er ikke det noe særlig og av og til kan jeg lure på om jeg over natta har lagt på meg et par kilo. Men jeg veier meg ikke så aner ikke hva jeg veier».

Begge jentene bruker tid på å tenke på kropp i løpet av dagen. Bertine lar seg mer påvirke av kommentarer som får henne til å reflektere over kropp og utseendet, mens Dina har et «checkpoint» hun følger med på for å avgjøre om hun synes hun ser bra ut eller ikke. Likevel lar hun seg ikke påvirke nevneverdig hvis hun en dag ikke ser ut slik hun ønsker.

Alle kvinnene har reflektert over egen kropp, og den eneste kvinnen som sier hun er fornøyd er Eva. Eva har gått ned over 10 kg i løpet av den siste tiden, og ifølge henne er det kanskje eneste gangen hun har vært fornøyd med kroppen sin. Frida sier at hun *vel* er fornøyd, og Dina sier at hun er *tålelig* fornøyd. Ordvalget tyder på at kvinnene ikke er helt fornøyde, men at det muligens ikke føles legitimt å si at de ikke er fornøyd.

7.2 Kroppspress og bildedeling i sosiale medier

Flere av jentene har allerede nevnt at de føler det er kroppspress i sosiale medier. Ikke alle sier at de selv blir påvirket, men flere sier at de tror andre blir det. Dette samsvarer veldig med spørreundersøkelse jeg utførte, hvor svært mange svarte at de trodde sosiale medier bidro til

kroppspres i samfunnet. Likevel var det få totalt sett, medregnet menn, som svarte at de selv ble påvirket, men kvinner svarer i størst grad blir påvirket. Noen av de som sa de ble påvirket presiserte at de ble påvirket i positiv forstand, for eksempel for å spise bedre, trener mer og lignende.

Christel (21) snakker om hvor hun tror kroppspresset kommer fra og nevner da sosiale medier:

«Det (sosiale medier) har nok en stor rolle. Du ser det jo hele tiden og det er det som blir normen for deg. Selv om du vet at det ikke nødvendigvis er sånn. Lettere å sammenligne seg med de andre når man hele tiden ser det. Før var det mest i blader, men er det jo på Facebook. Nå er det hver dag og man ser forskjellige personer».

Hun sier at man ser «det» hele tiden og refererer til bilder som legges ut på Facebook. Christel bruker i størst grad Facebook, og lite Instagram, mens flere av de andre jentene bruker Instagram mye, men det er bare en av informantene som selv deler bilder. Flere av de andre deler bilder på Instagram og Snapchat, men de fleste av informantene har ikke åpne profiler og kun deler bildene med familie og nære venner. Alma (27) som trener mot fitnesskonkurransen forteller hvordan hun bruker sosiale medier når det kommer til trening og kropp:

«Bruker det mest for min egen del for å se progresjon, men jeg får jo ofte meldinger om at folk har dratt på trening på grunn av et bilde de så i går. Så det at andre blir motivert av meg motiverer meg enda mer. Så det er en motivasjonsfaktor».

For Alma er det å dele bilder av kropp på Instagram todelt. Hun gjør det for å motivere andre til å trene og hun gjør det for å se egen fremgang. Hun presiserer at det ikke er for å få mange likes på bildene, men forklarer at det er fint å få positiv feedback. Det kan virke som hun bruker det som en pekepinn på om hun er på riktig vei med tanke på dietten hun er på for å skal stille i konkurransen. Det at andre blir motivert av å se bilder av henne motiverer henne til å trene enda mer, og legge ut flere bilder. Hvorvidt hun har reflektert over om de bildene hun legger ut kan være med på å skape kroppspres vet jeg ikke om hun har reflektert over, men hun sier tidlig i intervjuet at når hun etter hvert mister mer kroppsfett i forbindelse med dietten vil hun være veldig nøye med å poengtere til sine følgere at dette ikke er en normal status for kroppen hennes, det er kun på grunn av at hun skal konkurrere i bodyfitness at hun må ned såpass mye i kroppsvekt.

Frida (32) sier at for eksempel bloggere har et visst ansvar i forhold til hva de deler med andre. Men hun er også veldig klar på at «vi må ta mesteparten av ansvaret selv» når det

kommer til om vi blir påvirket av bilder i sosiale medier eller ikke. Hun poengterer også at det her er snakk om voksne folk, altså ikke ungdom. *«Oppegående mennesker bør være fornuftige nok til å skjønna at glansbilder ikke er sånn livet er»*. Her sikter hun til alle bildene av kropp som legges ut på sosiale medier, men tilskriver oss mottakere et ansvar for å ha mer innsikt i hva som stemmer overens med virkeligheten og hva som ikke gjør det. Flere informanter har tidligere nevnt dette med at bildene som legges ut av kropp og utseendet ofte blir redigert eller brukt filter på, og ikke minst blir tatt i en spesiell lyssetting slik at man for eksempel skal få frem muskulaturen på en bedre måte.

Hun sier videre i intervjuet at det er sosiale medier som sprer bildene, men at det er menneskene som tar det med videre og skaper et kroppsfokus ut i fra det. Frida deler, i likhet med Alma, også bilder på sosiale medier. Hun sier ingenting om hun for eksempel har åpen profil på Instagram, men hun sier hun deler bilder. Mest hverdagsbilder og så litt av trening og kropp, men mest hund.

Når jeg spør henne om hun blir påvirket av sosiale medier når det kommer til kropp og mat så sier hun *«det gjør det jo, men kun i positiv forstand synes jeg»*. Og legger til at hun bruker Facebook til kommunikasjon med venner og bekjente, mens Instagram bruker hun mer til inspirasjon. Frida er veldig klar på at hun bruker sosiale medier til inspirasjon og synes utelukkende det er positivt.

Alma, som selv er veldig aktivt på bildedeling, har god kjennskap og kunnskap til instagram. Da jeg spør henne om hun synes det er et reelt kroppspress i sosiale medier forklarer hun:

«Det er absolutt reelt. Du får masse bilder på feeden din. Åpner du instagram får du bilde av en trent kropp eller bilde av kylling og brokkoli. Man trenger ikke oppsøke bildene for å få de på feeden. Det kan være noen andre som deler det og det kommer opp på din facebook».

Det Alma forteller her er den globaliserende virkningen sosiale medier har. Både når det kommer til Facebook og Instagram. Man trenger ikke selv å følge en bestemt side/person på Facebook for å få opp bildene fra den siden eller personen. Det er nok at en du er venn med på Facebook har kommentert på eller likt bildet. Da kommer det opp på din feed. Feeden er på en måte hovedsiden, eller forsiden, på din Facebookprofil, hvor all aktivitet dine venner eller de du følger utfører kommer opp. Tidligere nevner hun også at ved å bruke de riktige og mest populære emneknaggene (#) på Instagram vil du nå ut til mange mennesker. Emneknaggen

#fitspo har i skrivende stund 43.586.964 bilder på Instagram, og kan karakteriseres som en populær emneknaggene.

Bertine har en litt annen dreining til bruk av sosiale medier. Hun bruker både facebook, instagram og snapchat, men hun sier at det er på snapchat det for hennes del dukker opp mest bilder av kropp. Snapchat er fortsatt et ganske nytt fenomen, men det som er spesielt der er at bildene sendes til de du selv bestemmer skal motta de og de kan max vises i 10 sekunder på skjermen. Så lenge de ikke legges på «my story» hvor alle som følger deg kan se bildet i ett døgn før det forsvinner.

Christel (21) snakker om hvordan hun selv bruker sosiale medier til å hente inspirasjon til nye matretter eller nye treningsøvelser. Da spør jeg henne om hun fortsatt tror at kjendiser og magasiner har påvirkningskraft på oss:

«Det er fortsatt aktuelt. Skal se ut sånn og sånn. Men merker at det har blitt litt mindre på selve kjendisene, men da jeg litt yngre var det jo sånn og sånn man skulle se ut(...). Nå har det blitt mer mot, vet ikke. Kanskje andre folk som ikke er så veldig kjente. Men har likevel den såkalte drømmekroppen».

Da jeg spør om det er den vanlig «jenta i gata» hun sikter til, svarer hun: «Ja det har blitt litt det, eller den som er litt mer ekstrem enn det jeg vil kalle vanlig». Dette kan underbygge det mange kaller for «Instagramkjendis» eller «bloggkjendis». Det er vanlige jenter (eller gutter) som ofte begynner med en blogg og bygger videre på andre sosiale medier. Noen får svært mange følgere og til slutt får de status som kjendis. Det finnes mange eksempler på det. Inger Houghton kjent fra bloggen «Inger in Dubai» og FunkyGine som ble kjent etter å ha vært på God Morgen Norge er bare to av mange. Man sammenligner seg ikke bare med kjendiser, men med «vanlige» folk. Christel sier at «*de sikkert er fiksa litt på*», når hun snakker om de som har den såkalte drømmekroppen. Hun mener at bildene kan være redigert, men at hun selv ikke reflekterer over det når hun sitter og ser på dem. Hun tror ikke folk tenker over det.

Alma forteller at hun tror vi har gått fra å lese blogger og over til Instagram, der understreker hun også at det ikke kjendiser vi nødvendigvis ser på:

«(...) Før var det liksom the shit (refererer til blogger). Nå er det Instagram. Og man kan følge hvem som helst i hele verden. Og man slipper å lese så mye. Man kan bare like.

Etter hennes mening er blogger ut. Videre forklarer hun at vi ikke vil lese, men se på bildene. Blogger består mer av bilder enn de gjør av tekst, i motsetning til før. Det kan bety at Alma

har rett i sin konklusjon om at vi ikke orker å lese. Det kan også bety at vi er mer opptatt av det visuelle enn det skrevne ord. Dina er også inne på det samme:

«(...)Jeg tror det er mest insta, snap og facebook. Jeg tror at man kan legge ut små filmsnutter på snap og insta. Folk har liksom ikke tid til å sitte å lese blogg lengre. Så tror jeg kvaliteten har tapt seg litt, for det ble veldig mye annonsering. Så for min del gadd jeg ikke, det tok så lang tid å lese ett innlegg for det var alltid forskjellige annonselinker til den ene og den andre t-skjorte eller toppen».

Hun poengterer at vi ikke har tid til å lese blogger, og at bloggene nå har et annet fokus enn tidligere hvor det nå er en annonseportal fremfor noe annet. Det Dina observerer er at flere bruker bloggen som sin jobb og tjener penger på den. Dermed fylles den også med annonseliker og troverdigheten på innleggene synker.

Bildedeling i sosiale medier handler i stor grad om idealer, mens noen hevder det handler om narsissisme (Arntzen. 2015:149). Perfeksjonen er i fokus på sosiale medier, og er med på å stille høye krav til oss selv (Arntzen. 2015:154). Per Fugelli er kjent for *Nokpunktet*, at de kravene som stilles mennesker i dag gjør oss syke (Arntzen 2015:154), hvilket også gjelder press om å se ut på en spesiell måte og «kroppsprosjektet». Shiller hevder at *«treating the body as a project does not necessarily entail full-time preoccupation with its transformation, although it may do so. However, it does involve individuals being conscious of, and actively concerned about, the management and appearance of their bodies»*. Vi former kroppene våre for å oppnå *«an individual's self-identity.»* (Shiller. 2010:6). Han forklarer også at det mest vanlige kroppsprosjektet er prosjektet om en sunn kropp, som respondentene på spørreundersøkelsen og informantene i dybdeintervjuene har forklart er viktig for dem.

7.3 Prestasjonssamfunn og prestasjonskapital

Prestasjonskapital skal være en beskrivelse for hvordan vi samler på prestasjoner i dagens samfunn for å føle oss bra og for å vise oss frem fra vår beste side. I følge informantene eksisterer prestasjonssamfunnet ikke bare for ungdom, men også for yngre voksne.

Flere av informantene sier at det er et press fra samfunnet om å prestere på flere arenaer. Dina sier hun føler litt på dette selv:

«(...) Du skal være kjempeflink mamma samtidig som du skal ha bra jobb og så skal du jo trene masse og så skal du spise sunt men samtidig være med ut på middager og sånne ting. Det er litt utfordrende».

Her nevner hun ikke direkte hvor hun mener presset kommer ifra, men Eva (31) sier at:

«Det er mye skryteinnlegg i sosiale medier, og de som jobber karriererettet er ofte de som trener mest også. Det er et press i samfunnet generelt. Kanskje er det min generasjon, det vet jeg ikke. Men jeg kjenner litt på det at jeg burde kanskje hatt en bedre jobb, burde sett mer trent ut, burde vært bedre sosial og sånt..».

«Skryteinnlegg» i sosiale medier nevnes av flere av informantene både når det kommer til treningsbilder, men at det også er gjeldende for interiøret, sosiallivet, kosthold med mer. Hvordan man definerer et «skryteinnlegg» er svært individuelt. Det at Eva føler hun burde hatt en bedre jobb og vært mer sosial viser at det eksisterer et press et sted, som får henne til å føle det slik. Presset kan komme fra henne selv eller det kan komme fra samfunnet. Jeg spør Eva om hun tror at vi påvirkes av det vi ser i sosiale medier, på godt eller vondt;

«Ja. Helt klart. Sosiale medier er mye «løgn». En falsk fasade vi ønsker andre skal se. Dessverre påvirker det andre. Det er ikke sikkert et menneske lukkes så himla bra, men når vi ser 100 skryteinnlegg om dagen kan det virke som alle har det sykt fett hele tiden. Jeg legger jo ikke ut ting som er skikkelig kjipt på sosiale medier heller (...). Så jeg er vel med på å bidra til dette presset selv».

Eva snakker om at vi skaper en falsk fasade med de bildene vi legger ut på sosiale medier, for det er «alltid» bilder som setter oss i et bedre lys. Dette er hennes subjektive oppfatning av sosiale medier. Eva tolker det slik at vi legger ut bilder som fremhever en «falsk fasade». Hun er bevisst på at hun selv unngår å publisere innlegg på sosiale medier som omhandler noe hun ikke er fornøyd med. Det viser at hun ønsker å skape et vellykket bilde av seg selv. Bertine forteller på likhet med de andre om at sosiale medier gir inntrykk av alt det bra folk gjør og at vi føler oss presset til å også måtte gjøre det bra.

Frida er uenig ut i fra hva de andre informantene forklarer og hevder at hun selv ikke føler på det presset og prestasjonssamfunnet: «Næ. Jeg er enig i at mange nok føler det presset, men jeg føler ikke så mye på det selv». Hun legger til: «Kanskje det er mer aktuelt for de som faktisk har flere arenaer de må prestere på? Jeg har jo ingen barn».

Hun forteller om det å ha flere arenaer å prestere på og kommenterer at hun ikke har barn. Med barn kommer flere arenaer og flere personer å forholde seg til, som man må forsøke å fremstå som vellykket ovenfor. Eva har heller ingen barn, men sier selv at hun føler på dette presset om å stadig forbedre seg. Det kan forklares med at noen er mer mottakelig for presset enn andre.

Flere av kvinnene forteller at de synes sosiale medier viser en «falsk fasade» og Goffmans dramaturgiske teori blir igjen gjeldende. Frida skiller seg ut ved at hun sier hun selv ikke kjenner på prestasjonspress, mens både Dina og Bertine og Eva sier de kjenner på presset. Eva forklarer at hun kjenner på det at hun skulle hatt en bedre jobb og sett bedre trent ut. Hun sier også at hun selv legger ut bilder som understreker de positive tingene og mener på den måten hun muligens bidrar til det presset. Ekspert på sosiale medier, Ida Aalen, sier følgende om hvorfor solen alltid skinner på sosiale medier:

«Vi har et behov for å føle at vi har en verdi, vi vil føle oss akseptert og inkludert. Vi vil at andre skal like oss – og fremstille oss selv deretter. Når noen deler noe du har mest lyst til å putte i kategorien «selvskryt», vil du i de fleste tilfellene treffe bedre om du leser oppdateringen som «jeg vil at du skal like meg», enn om du leser den som «jeg er bedre enn deg» (Aalen 2016:85).

Aalen hevder at vi ønsker at andre skal like oss, og dermed fremstiller vi oss på en slik måte hvor vi håper at de andre skal synes vi er vellykket. Hvilket samsvarer med hva Anthony Giddens forklarer angående å skape vår egen identitet. Når vi legger ut en statusoppdatering på Facebook hvor vi skriver noe som skal sette oss selv i et bedre lys, så er trolig dette nok én av historiene vi forteller om oss selv for å skape vår selvidentitet og samtidig vise de andre hvem vi er.

Giddens hevder at «*Kroppen er meget direkte forbundet med selvets prinsipielle konstruksjon*» (1991:122) og i så måte vil det være naturlig at vi derfor også bruker kroppen vår i disse historiene vi forteller om oss selv. «*Muligheten for at skape overblik over selvidentiteten holdes i skak, fordi den kropslige optræden bevarer en sammenheng mellom følelsen af at være hjemme i sin kropp og den persongjorte fortælling*» (Giddens. 1991:122). Den «kropslige optræden» må integreres i denne fortellingen. Vi forteller historier om oss selv, hvor kroppen også spiller en sentral rolle. Vi er kroppen vår, og vi ønsker å fremstille oss selv på best mulig måte og dermed legger vi ut bilder av det perfekt – også kroppene våre.

Videre forklarer Giddens at «*Individet føler sig kun psykologisk sikker i sin selvidentitet, i den utstrækning andre anerkender vedkommendes adfærd som hensigtsmæssig eller fornuftig*» (1991:223). Giddens nevner ikke noe om at atferden må være sann, men den må anerkjennes som hensiktsmessig eller fornuftig. Denne anerkjenningen kan trolig bekreftes med antall

likes og kommentarer man får på et bilde på Instagram eller Facebook. Dersom man får få «likes» på et bilde vil det være nærliggende å tro at man tror det er noe galt med bildet.

Det dramaturgiske perspektivet til Erving Goffman (1992) forklarer at når vi er sammen med andre så fremstiller vi oss selv på en slik måte som vi ønsker at andre skal oppfatte oss. I dagens samfunn er vi «online» hele tiden og i så måte blir vi sett og observert mer nå enn det vi ble før sosiale medier. Mange tolker det dithen at vi skaper en «falsk fasade» på sosiale medier, mens vi trolig bare ønsker at mennesker skal oppleve oss slik vi opplever oss selv (Goffman 1992). Kanskje kan dette kalles en falsk fasade, men det kan også forklares med at vi ønsker å skape vår egen identitet i tråd med slik vi ser oss selv. «(...) *When an individual appears in the presence of others, there will usually be some reason for him to mobilize his activity so that it will convey an impression to others which it is his interests to convey*». (Goffman 1992:3). Goffman forteller om når vi treffer hverandre fysisk, men det kan også sees i lys av hvordan vi «møter» hverandre på sosiale medier. Det er ikke slik at vi bare har kontakt med folk vi kjenner på sosiale medier, og da er det muligens enda viktigere at vi presenterer oss på den måten vi ønsker at andre skal oppfatte oss, og mobiliserer energien dithen at vi jobber med å skape et inntrykk vi føler er riktig i forhold til vår egen oppfatning av oss selv.

7.4 Syn på og forventinger til kropp i dagens samfunn

Trender kan forklares som diskurser som oppstår uten at man kan sette fingeren på hvor de kommer fra, og som blir videreført og på den måten blir en virkelighet i samfunnet. Da vi før skulle være tynne er det nå veltrente og muskuløse er rådende diskurs i skjønnhetsverdene. skal de være veltrente, men fortsatt tynne kan det virke som. Informantene har fortalt hvordan kropp de ønsker seg. Flere sier de ville se ut som om de trener.

Christel (21) forklarer hvilke forventninger hun mener det stilles til kropp i dagens samfunn, og for henne oppfattes forventningene spesielt på kroppsvekt:

«(...) At tallet på vekta skal være normalvektig, at man skal ikke være for feit. Men skal kunne gjøre alt, skal kunne hoppe og sprette. Skal, ja, passe alle situasjoner».

Det er mye snakk om å være funksjonell i treningsverden og det er ikke sjeldent snakk om å kunne utføre øvelser med egen kroppsvekt, hvor en lav kroppsvekt gjør disse øvelsene lettere. Det er dette jeg oppfatter Christel forklarer med «hoppe og sprette» og at alle skal kunne gjøre alt. Christel sier også at man ikke skal være feit.

Hun forteller videre om at «alle skal være best» og da jeg spør henne om hun pleier å diskutere dette med sine venner, sier hun «vi snakker ikke så mye om det, nei, det skal bare være sånn. Du skal bare være best». I en undertone får jeg inntrykk av at hun føler at alle skal være unike og være best. Hun sier ikke at alle skal gjøre **sitt** beste, men det er en kamp om å være **den** beste.

Eva (31) forteller om kroppspress og forklarer hvilke forventninger hun mener det stilles til kropp i dagens samfunn. På spørsmål om hun synes det er mye kroppspress varer hun: «Ja, ganske. Spesielt for oss som allerede er inne i treningsverden». Jeg spør hva hun mener med det og hun utdyper:

«Fordi vi trener mye bør det liksom synes fysisk at vi er trente. Mange har kommentert på det at jeg ikke ser spesielt sterk ut. Det synes jeg er en rar kommentar».

Hun forklarer om det visuelle og hun føler at forventningene til henne, og andre som trener mye, er at de skal se veltrent ut. Hun forteller om at hun fått kommentar på at hun ikke ser særlig trent ut. Det kan antas at flere av de som trener føler et for å se veltrent ut og derfor brukes Instagram for å dele bilder hvor «følgerne» får dannet seg inntrykk av kroppen deres.

Frida (32) er litt som «kjerringa mot strømmen» av informantene. Hun er den eneste av de seks kvinnene som mener at samfunnet ikke forventer noe som helst:

«Jeg tenker at samfunnet kanskje ikke stiller så store forventninger som mange skal ha det til. Men igjen så kommer vi jo tilbake til sosiale medier og den påvirkningen som kommer derfra».

Tidligere delte hun sine meninger om at voksne mennesker bør skjønne at det vi ser på sosiale medier ikke stemmer med virkeligheten. Frida synes det er opp til hver enkelt å ikke bli påvirket av det som vises i sosiale medier. Men på grunn av at mange blir påvirket oppstår likevel denne trenden og de forventningene som følger med. De oppstår hos hver enkelt og blir således en gjeldende samfunnsnorm.

Dina (30) har mange tanker rundt dette, om hvilke forventninger hun føler det stilles til kropp og utseendet generelt, i dagens samfunn:

«Det er jo veldig mye fokus på det, eh, men det er litt sånn dobbelt. Du skal ikke se for bra ut, men ikke se for tjukk ut. Det er liksom ingenting som er bra nok uansett hvordan du ser ut. Enten er du for liten eller for tjukk. Eller så.. Blir aldri bra nok. Er lite fokus på sunnhet generelt. Det er mer fokus på «dette kan du ikke spise» og du må

for all del ikke spise egg for det gir kolesterol. Og det er jo ikke akkurat dette fett du dør av, men det er jo der fokuset er og det er der jeg føler det er for kropp også».

Hun forteller mye om hvordan media fremstiller sunnhet. Med media sier hun at hun referere til både massemedia og sosiale medier da disse to har blitt flettet sammen de senere år, da massemedia er på sosiale medier og sosiale medier på i massemedia. Ut ifra det hun forteller her kan oppfattes slik at hun synes det er for stort fokus på helse og sunnhet, og at media ikke nødvendigvis har riktig fokus.

Videre forteller Dina om hvordan hun føler samfunnet stiller krav til kropp:

«(...) du skal jo ha en bra trent kropp, men så er det jo veldig sånn at hvis du har en bra trent kropp er det også feil for da er du for tynn eller for muskuløs. Så det er jo ikke et fast syn, men det er jo sånn at du skal være fit på et eller annet nivå nå».

Både Eva og Dina føler at man skal være fit. Det skal synes at man trener, men det også todelt. Hvis man er for dårlig trent kan man sees ned på, men samme gjelder hvis man er for godt trent. Det er svært vanskelig å skulle si noe mer utdypende om dette utsagnet ut i fra det materialet som foreligger per dags dato, men det er et interessant tema å ta med seg til videre studier.

Helen Malson og hennes liste over hverdagsdiskurser om kjønn, kvinnelighet og den tynne kroppen er igjen aktuell. Diskursene har tredd frem i hele materialet og er gjeldende i det siste kapittelet. Flere av de diskursene hun nevner er aktuelle her, men det hun omtaler som «*fortolkninger av den tynne og den tykke kroppen*» (Moen 2010:59), som Malson hevder er en av de mest fremtredende, er spesielt aktuell her. Moen, som siterer Malson, forklarer i sin avhandling «*at en av de mest fremtredende måtene som kvinnekroppen konstrueres og reguleres diskursivt på i dagens samfunn er gjennom den sosiale betydningen av kroppsform og vekt: fat and thin bodies are saturated with cultural meaning.*» (2010:59). Hun tolker det slik at vi konstruerer en virkelighet hvor «*fat is ugly and thin is beautiful*» og hvor «*the thin body is idealized as perfection and beauty*» (Moen 2010:59). Under intervjuet med Bertine fortalte hun om hvordan de som er tykke kan bli sett på som mindre smarte, i likhet med de som røyker. Det kan i så måte sammenlignes med diskursen at «*fat is ugly*».

Diskursene som Malson forteller om samstemmer med hva informantene selv forklarer de opplever via samfunn og sosiale medier og forteller om fokuset på utseendet og vekt, og generelt fokus på å prestere. Det er tydelig at denne diskursen står gjeldende for mange av informantene, men ikke for Frida.

7.5 Avsluttende kommentarer

Informantene forteller om kropp og samfunn, kroppspress, syn på egen kropp og om prestasjonssamfunnet. Flertallet av jentene opplever at det er et press både når det kommer til kropp og utseendet, men også litt til andre arenaer hvor man skal prestere slik som skole og jobb. Det forventes til og med at man skal få barn til et bestemt tidspunkt. Gjerne når man er «godt etablert». Likevel er det en informant som skiller seg ut og ikke synes verken kroppspress eller kropps fokuset er så gjeldende som andre skal ha det til.

Selv om det kun er en av seks informanter som mener presset ikke er et stort problem, er hennes tankegang viktig og spennende å ta med seg videre. Det vil være personavhengig om man påvirkes eller ikke og hvordan man i det hele tatt ser på disse fenomenene. Personlighet spiller en stor rolle og kanskje er noen tryggere på seg selv og på den måten ikke lar seg påvirke, hvor det kan refereres til Giddens og hans forklaring på at vi former vår identitet og personlighet.

Likevel virker det som alle informantene har reflektert over dette tema tidligere. Det virker ikke som om noen ble overrasket over spørsmålene, og det virket som det var noe de hadde tenkt godt gjennom tidligere.

Sosiale medier nevnes av alle, når det snakkes om kropp, trening og press generelt. Selv hos de informantene hvor jeg ikke ledet samtalen inn på sosiale medier, kom det opp. Ikke uventet, da sosiale medier innehar en stor rolle i våre liv.

8. Avslutning

8.1 Hva viser funnene?

I undersøkelsen har jeg forsøkt å få en forståelse av unge kvinner som trener sin opplevelse av sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden. Jeg har også ønsket å belyse på hvilken måte de selv bruker sosiale medier og hvordan de opplever at sosiale medier påvirker dem.

Funnene viser at informantene ser på sosiale medier som et sted hvor det er stort fokus på kropp og utseendet. Det viser seg også at flere bruker sosiale medier til motivasjon for å trene eller til å spise sunnere. Flere nevner også sosiale medier som et sted hvor man presenterer seg selv på best mulig måte. Noen kaller det for et «glansbilde». Det blir hevdet at det er en falsk fasade hvor man kun publiserer det som er positivt. Mennesker søker bekreftelse fra andre, hvilket vi kan få via sosiale medier og fra «likes» og kommentarer på bilder og statuser og gjennom den anerkjennelsen vi høster skaper vi også vår identitet. Det som av informantene refereres til som «skrytebilder», de treningsbildene som deles på Instagram, kan være et ledd i en identitetsskapende prosess. Trendforsker Gunn-Helen Øye forteller i en artikkel på godt.no¹⁶ at det vi kaller for glansbilder ikke utelukkende er noe negativt. Hun mener at folk, til en viss grad, viser seg selv i disse «glansbildene» de poster. Hvor det postes bilder som viser den de ønsker å være, hvilket kan sees i lys av Giddens identitetsteori.

I studien har jeg også forsøkt å kartlegge informantenes interesse og motivasjon for trening, og hvorvidt treningen oppleves som tvang for dem, ble det presenter flere historier fra informantene om hvordan trening blir et regime som de føler de må gjennomføre. Det refereres mye til motivasjon, og det virker som en kollektiv oppfatning at det er viktig å ha motivasjon for å trene slik at de kan oppnå ønsket effekt. Et interessant funn er at informantene, gjennom sine fordommer mot bikinifitness, beskriver hva som er legitim grunn til å trene. Informantene ønsker en sunnere kropp, hvilket nevnes som førsteprioritet hos flertallet. Ønsket om en «fittere» kropp nevnes også, men det virker ikke legitimt å bare skulle trene for å bli tynnere. Når kvinnene snakker om bikinifitness blir det sett ned på for de «skal bare være tynne», mens bodyfintess blir sett opp til for der skal man ha muskler og da må man trene hardt for å oppnå det.

Informantene er godt kjent med uttrykket «strong is the new skinny» og de refererer til det jeg nevnte innledningsvis om at det er en ny trend hvor kvinner skal trene for å få muskler, og at

¹⁶ <https://www.godt.no/#!/artikkel/24171529/ny-stor-kjoekken-trend-naa-skal-kjoeleskapet-se-perfekt-ut>

det nå sees på som legitimt at kvinner også er muskuløse og sterke. Det er den nye trenden i samfunnet, som gjerne kan kalles en diskurs innen trening.

Flere av informantene snakker om seg selv i tredjeperson og bruker «man» og «du» når det åpenbart er seg selv de snakker om. Det kan tolkes som en distansering fra emnet vi snakket om, at informantene ikke ønsker å identifisere seg med hva de sier.

Informantene forklarer at samfunnet stiller krav til at vi skal være veltrente og at det er mye fokus på kropp i dagens samfunn, hvilket Helen Malsons hverdagsdiskurser om kropp er beskrivende for. Diskurser synes å ha en fremtredende rolle gjennom alle intervjuene, hvor kvinnene refererer til kroppsideal, treningsregimer og fintesskulturen. Diskursene er tilsynelatende rådende på sosiale medier. Informantene forteller også om et press generelt i samfunnet til å være vellykket på alle områder, hvilket kan vise oss at «generasjon prestasjon» i høyeste grad er relevant for unge voksne også.

Hvorvidt informantene påvirkes av sosiale medier er et komplekst spørsmål, men flere av kvinnene var åpne om at bilder av veltrente jenter på Instagram kunne få dem til å føle seg dårligere. Noen av informantene unngikk å se slike bilder for å unngå å bli påvirket. Andre kvinner sa at de ble positivt påvirket av sosiale medier, enten det gjaldt motivasjon for å trene eller til å spise på en sunnere måte.

Metodene i studien har vært med på å samle inn svært mye interessant datamateriell, men på grunn av oppgavens omfang har det ikke latt seg gjøre å presentere så mye av det som jeg ønsket. En del av materialet fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene står urørt. Hvis jeg skulle gjort studien på nytt ville jeg ikke brukt tre metoder, men heller spesifisert problemstillingen mer og bare brukt kvalitativ metode.

8.2 Sluttord og tanker om veien videre

Det har vært et spennende og krevende prosjekt. Studien har gitt meg kunnskap om hvordan sosiale medier i forbindelse med fintesskulturen og treningstrenden oppfattes av informantene. Det er ikke et resultat som kan generaliseres, men det var på mange måter dette resultatet jeg trodde jeg kom til å finne. Spesielt kommentaren fra en av informantene om at «sosiale medier en konstant input av kropp- og treningsbilder» får meg til å ville forske videre på hvordan disse bildene igjen oppfattes.

Studien er overordnet og mangler et konkret tema til en dypere dykk, men det finnes mange aktuelle tema vedrørende sosiale medier, fitnesskulturen og treningstrenden som denne studien kan være med å bygge videre på. Blant annet er det behov på mer forskning innenfor

feltet som berører kvinner, dopingkultur og sosiale medier i tillegg til kropps- og treningspress knyttet opp mot gravide kvinner og barselkvinner. Bloggprofil Desirée Andersen som skriver på bloggen fitfocuse.no forteller til TV2 og God morgen Norge, at hun fikk sjokk da hun ble gravid for andre gang som 35-åring. Hun ble sjokkert over kropps- og vektfokus på forskjellige forum og grupper på internett og sosiale medier. Videre forklarer hun at på *«nettet florerer det av superspreke gravide med sprettrumpe og synlige magemuskler»*¹⁷. Noe hun selv mener fører til kroppspress blant kommende mødre. Det Andersen refererer til her er et høyst aktuelt tema hvor det er behov for mer kunnskap.

I ettertid av oppgaven har jeg registrert flere endringer i sosiale medier og dets oppbygningsstruktur. Da vi før kalte det for «bloggere» kalles det nå for «influencers». Det er trolig et ord som har vært brukt lengre i utlandet, for eksempel USA, når man omtaler de som blogger, legger ut bilder på Instagram osv. Men de ter først nå i det siste at det har blitt en del av ordforrådet vårt i Norge. Selve ordet «influencers» er veldig beskrivende for hvordan mange, også informantene i denne studien, opplever sosiale medier. Det er et sted hvor store profiler får mye oppmerksomhet og skaper påvirkning til følgerne deres. Dette viser også at sosiale medier er et svært dynamisk felt, hvor det er rom for mye spennende forskning.

¹⁷ <http://www.tv2.no/a/9475539/>

Litteraturliste

- Aalen, I. (2016). *Sosiale medier*. (2. utgave). Fagbokforlaget.
- Aakvaag, C.A. (2008). *Moderne sosiologisk teori*. Abstrakt forlag AS.
- Amdam, J. (2015). *Generasjon prestasjon – på medisin*. Psykologisk tidsskrift 31. oktober.
Tilgjengelig fra: <http://psykologisktidsskrift.no/generasjon-prestasjon-pa-medisin>
[Lest i oktober 2017].
- Bakken, A. (2016). Ungdata – Nasjonale resultater. Høgskolen Oslo og Akershus august.
Tilgjengelig på: <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2016/Ungdata-2016.-Nasjonale-resultater> [Lest juli 2016].
- Banks, S. (2012). *Ethics and values in social work*. (4. utgave). Macmillan education, Palgrave.
- Barland, B. (2016). *Fortellinger om doping og kroppskultur*. (1. utgave). Cappelen Damm akademiske.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality*. Bentam Doubleday Dell Publishing Group Inc.
- Blaikie, N. (2010). *Designing social research*. (2. utgave). Polity Press.
- Bushak, L. (2015). *History of body image in America: how the 'ideal' female and male body has changed over time*. Medical daily 6. november. Tilgjengelig fra: <http://www.medicaldaily.com/history-body-image-america-how-ideal-female-and-male-body-has-changed-over-360492> [Lest september 2016].
- Bugge, T. N. (2014). *Du blir deprimert av å ikke få «likes» på Facebook*. Tek.no 12. mai.
Tilgjengelig fra: <https://www.tek.no/artikler/ja-du-blir-deprimert-av-a-ikke-fa-likes-pa-facebook/159792> [Lest september 2016].
- Bugge, M. (2016). Oppsiktsvekkende utvikling: Flere kvinner enn menn deltok i NM i styrkeløft. Aftenposten 23. mai. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/100Sport/sprek/Oppsiktsvekkende-utvikling-Flere-kvinner-enn-menn-deltok-i-NM-i-styrkeloft-210715b.html> [Lest mai 2016].
- Bjørnebekk, W. (2015). *Påkledd i dusjen. Om ungdom og kroppspress*. Spartacus Forlag.
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2016). Tilgjengelig fra: <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/innledning-formal/> [Lest i oktober 2016].

- Dyregrov, S. (2013). *Jentene ser ut som gladiatorer med sixpack*. Aftenposten 16.april.
Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/osloby/i/rAA2e/Jentene-ser-ut-som-gladiatorer-med-sixpack> [Lest august 2016]
- Elvegård, L.O. (2013). Strong is the new skinny – Når et sunt ideal blir usunt.
Fitnessbloggen.no 09. januar. Tilgjengelig fra: <http://fitnessbloggen.no/fit-is-the-new-skinny-nar-et-sunt-ideal-blir-usunt/> [Lest i oktober 2017].
- Engene, L. (2014). *Sosiale medier og kroppshysteri*. [Mastergrad]. Universitetet i Oslo.
- Engelsrud, G. (2015). *Hva er kropp*. (3. opplag). Universitetsforlaget.
- Engelsrud, G. Nordtug, B. (2016). *Mestrer, mestrer ikke*. Blogg 13. mars. Tilgjengelig på:
<http://www.mestremestrerikke.no/2016/03/presset-pa-kroppspresset.html> [Lest januar 2017].
- Everett, E.L. & Furseth, I. (2012). *Masteroppgaven. Hvordan begynne – og fullføre*. (2. utgave). Universitetsforlaget.
- Fauske, H. (1997). Forståelse, forklaring og konstruksjon av sosiale problemer. Tilgjengelig fra:
http://www.academia.edu/3624900/Forst%C3%A5else_forklaring_og_konstruksjonen_av_sociale_problemer [Lest i oktober 2017].
- Fardouly, J. Willburger, B.K. & Vartanian, R.L. (2017) *Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways*. Sage Journals.
- Foucault, M. (1971). *Diskursenes orden*. (3. opplag 2010). Spartacus Forlag.
- Goffman, Erving. (1956). *The presentation of self in everyday life*. University of Edinburgh, Social science research centre.
- Giddens, A. (1991). *Modernitet og selvidentitet. Selvet og samfundet under sen moderniteten*. (4 opplag). Hans Reitzels Forlag.
- Grinde Arntzen, M. (2015). *Perfekt. Skapelsen av det perfekte mennesket*. (1. utgave). Forlaget Manifest AS.
- Grønlie, A. Dalen, M. Flood, S.L. Granlund, L. & Simensen, V. (2014). *Fokus sosialkunnskap*. Aschehoug forlag.
- Hafsaas, S.L. (2014). Slik påvirkes ungdommens selvbilde av sosiale medier. Tv2.no 05. april. Tilgjengelig fra: <http://www.tv2.no/a/5398932/> [Lest oktober 2016].

- Hauge, J. (2015). *3 days out*. Blogg 8. april. Tilgjengelig fra: <http://juliemotfitness.blogg.no/> [Lest september 2016].
- Healy, K. (2014). *Social work in theories in context. Creating frameworks for practice*. (2. utgave). Macmillan education, Palgrave.
- Holstein, J.A. & Gubrium, J.F. (1995). *The active interview*. Sage Publications.
- Holmberg, B.S. (2017). *Ny stor kjøkkentrend: Nå skal kjøleskapet se perfekt ut*. Godt.no 1. november. Tilgjengelig fra: <https://www.godt.no/#!/artikkel/24171529/ny-stor-kjoekken-trend-naa-skal-kjoeleskapet-se-perfekt-ut> [Lest november 2017].
- Høimyr, H. (2015). *DETTE motiverer meg! Indre og ytre motivasjon til trening*. Blogg.no 16. juli. Tilgjengelig fra: http://kunnskapsriktrening.blogg.no/1437032315_dette_motiverer_meg_i.html [Lest september 2017].
- Immerstein, R. (2012). *Bikinifitness, en innføring*. Treningsforum 13. november. Tilgjengelig fra: <http://www.treningsforum.no/php/art.php?id=2357> [Lest november 2016].
- Jise, L. (2015). *Jag är sjuk. Om manisk överhälsosamhet – ortorexi*. (1. utgave). Fossa Media Förlag, Eskilstuna.
- Kjensmo, A.K. (2016). *Fitness er vår nye religion*. Forskning.no 03. november. Tilgjengelig fra: <https://forskning.no/mat-og-helse-trening/2016/10/fitness-er-var-nye-religion> [Lest i september 2016].
- Kvelling-Aune C.B. & Ødegård O.M. (2015). *Get fit and die trying*. [Masteroppgave]. Høgskolen i Telemark.
- Langset, G.K. (2014). *Dette kan alle nybakte mødre gjøre*. Aftenposten 3. februar. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/norge/i/RxgPW/--Dette-kan-alle-nybakte-modre-gjore> [Lest januar 2017].
- Lein, M. (2014). *Fitness-trenden - Hvor er vi på vei? Norsk helseinformatikk 22.oktober*. <https://nhi.no/forskning-og-intervju/fitness-trenden-hvor-er-vi-pa-vei/> [Lest september 2016].
- Lindblad, K-E. (2016). *Instagram er ødelagt. Død. Kan noen begrave liket? Det lukter svette*. Dagbladet 5. desember. Tilgjengelig fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/instagram-er-odelagt-dod-kan-noen-begrave-liket-det-lukter-svette/65395955> [Lest desember 2016].

- Lindblad, K-E. (2016). Ny medieundersøkelse – viser hvor egnte sosiale medier er til seksuelt misbruk og mobbing. VG 28. mai. Tilgjengelig fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/ny-medieundersokelse---viser-hvor-egnet-sosiale-medier-er-til-seksuelt-misbruk-og-mobbing/60386013> [Lest oktober 2017].
- Lindholm, O.F (2013). *Bullshitfileret*. Gyldendal.
- Lothe, A.S. (2017). Ta kommentarfeltet tilbake. VG 22. september. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/nyheter/meninger/sosiale-medier/ta-kommentarfeltene-tilbake/a/24147552/> [Lest i september 2017].
- Lovdata (2000). Tilgjengelig fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2000-04-14-31> [Lest i september 2017].
- Malson, H. (1998). *The thin woman. Feminism, post-structuralism and the social psychology of anorexia nervosa*. Routledge.
- Marshall, T.C. Lefringhausen, K. & Ferenczi, N. (2015). *The big five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in facebook status updates*. American Psychological association.
- Mihee, K. & Woochul, P. (2016) *Who is at risk on facebook? The effects of facebook news feed photographs on female collage students apperance satisfaction*. The social science journal.
- Mathisen, T. & Olsen, T. (2016). Norsk tidsskrift for ernæring 15. september. *Når kroppsfokus blir patologisk: Sosiale medier, fitness og spiseforstyrret atferd*. Tilgjengelig fra: <http://www.ntfe.no/i/2016/3/c-1> [Lest september 2016].
- Mathisen, Nora. (2014). *Fisnessforstyrret?* Blogg.no 18. februar. Tilgjengelig fra: http://fitnessnora.blogg.no/1392710980_fitnessforstyrret.html [Lest i september 2017].
- Midtbø, O.M. Gjellan, M. Aardal, E. & Vignæs, M.K. (2015). Mener kroppshysteri blant unge er et folkehelseproblem. NRK 11. juni. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/mener-kroppshysteri-blant-unge-er-et-folkehelseproblem-1.12403112> [Lest oktober 2016].
- Moen, H.B. (2010). *I spenningsfeltet mellom personlig identitet og sosiale prosesser. En studie av kvinners beretninger om opprinnelse og tilfriskning ved spiseforstyrrelser*. [Doktorgrad] Høgskolen i Bodø.
- Newth, M. & Svendsen, M. (2016). Blogging er big business: «Mamma til Michelle»

- tredoblet lønnen. VG 14. oktober. Tilgjengelig fra:
<https://www.vg.no/rampelys/skattelister-2015/blogging-er-big-business-mamma-til-michelle-tredoblet-loennen/a/23820164> [Lest oktober 2017].
- Nilsen, V. (2014). *Analyse i kvalitative studier. Den skrivende forskeren*. (2. utgave). Universitetsforlaget.
- Nielsen, E.B. (2016). *Kan den levende kroppen fanges på bilde? En kvalitativ studie av unges jenters erfaring med Instagram*. [Mastergrad]. Universitetet i Oslo.
- Norges idrettshøgskole. Ansatte. Tilgjengelig fra:
<https://www.nih.no/om-nih/ansatte/sundgot-borgen-christine> [Lest i oktober 2017]
- Norges idrettshøgskole. Ansatte: Tilgjengelig fra:
<https://www.nih.no/om-nih/ansatte/sundgot-borgen-jorunn> [Lest i oktober 2017].
- Norum, M & Christensen, B. (2014). *Styrketrening for jenter. Få den kroppen du ønsker deg!* Cappelen Damm.
- Norsk kroppsbygger- og fitnessforbund. Tilgjengelig fra: <http://nkf-ifbb.no/> [Lest i september 2016].
- Pedersen, W.S & Frafjord, M. (2014). Sosiale medier kan gi deg et sykt kroppsbilde. NRK 02. oktober. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/rogaland/darlig-selvbilde-av-sosiale-medier-1.11963685> [Lest oktober 2016].
- Phillippa, C. Diedrichs, Lenny, R. Vartanian & Halliwell, E (2015) «The effect of thin and muscular images on womens' body satisfaction» av Jasmine Fardouly. Sage.
- Reuter Dahl, A-C. & Reinertsen, N. (2012). Ungdom i dag blir «aldri» voksne. NRK 28. november. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/dokumentar/vi-er-unge-mye-lenger-enn--for-1.8709512> [Lest september 2016].
- Reite, T. & Flatset, A-M. (2015). *Sosiale medier skaper kroppspress*. NRK 22. september. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/mr/kjemper-mot-skjonnhetsstyranniet-1.12565927> [Lest september 2016].
- Skårderud, F. (2013). *Uro. En reise i det moderne selvet*. (4. utgave). Aschehoug.
- Shilling, C. (2012). *The body and social theory*. (3. utgave). Sage.
- Storås, I. (2017). Desirée (35) ble gravid – fikk sjokk da hun leste på forum for kommende mødre. Tv2.no 8. november. Tilgjengelig fra: <http://www.tv2.no/a/9475539/> [Lest november 2017].

- Skog, O.-J. (2013). *Å forklare sosiale fenomener. En regresjonsbasert tilnærming*. (2. utgave). Gyldendal Akademiske.
- Skårderud, F. (2015). *Sterk svak. Håndbok om spiseforstyrrelser*. (2. opplag). Aschehoug.
- Smith, J.A. & Osborn, M (2007). *Qualitative psychology; a practical guide to reserach Methods* (2. utgave). Sage Publications.
- Skårderud, F. (2016). *Det skjer noe meg gravide om dagen: etter fødselen skal magen flates ut så fort som mulig*. Aftenposten 26. juli. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/kultur/i/1Vv9Q/Det-skjer-noe-med-gravide-om-dagen-etter-fodselen-skal-magene-flates-ut-sa-raskt-som-mulig> [Lest oktober 2016].
- Stokland, J. (2017). *Å løfte hysj-temaer frem i lyset*. Norges idrettshøgskole 08.mars. Tilgjengelig fra: <https://www.nih.no/om-nih/aktuelt/nyheter/2017/mars/a-lofte-hysj-temaer-frem-i-lyset/> [Lest 12.10.17].
- Steenbuch, K. (2013). *Advarer sterkt mot ny treningstrend*. Kk.no. Tilgjengelig fra: <http://www.kk.no/helse/advarer-sterkt-mot-ny-treningstrend-67887935> [Lest i september 2016].
- Tiggeman, M. & Zaccardo, M. (2016). Strong is the new skinny: a content alaysis of #fitspiration images on instagram». Sage Journal.
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. (4.utg.). Fagbokforlaget.
- Treborg, I. (2013). *Fotballfrue angrer på babyimagebildet*. Tv2.no 03. desember. Tilgjengelig fra: <http://www.tv2.no/a/5133564/> [Lest oktober 2016].
- Tjora, A. (2013). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. (2. utgave). Gyldendal Akademiske.
- Vik, Ø. (2012). *Dette er prinsessedrømmen*. Adressa.no 01. oktober. Tilgjengelig fra: <http://www.adressa.no/sport/sprek/article6380547.ece> [Lest oktober 2016].
- Villa Sult. (2015). *Ortoreksi – sykelig sunt*. Tilgjengelig fra: <http://spiseforstyrrelser.no/apent-mote-pa-litteraturhuset-21-september-ortoreksi-sykelig-sunt-en-unik-anledning-til-a-mote-begrepets-skaper-steven-bratman/> [Lest oktober 2017].
- Villa Sult. (2016). *Hvor fritt er egentlig ordet?* Spiseforstyrrelser.no Tilgjengelig fra: <http://spiseforstyrrelser.no/hvor-fritt-er-egentlig-ordet/> [Lest i oktober 2017].

Villalobos, I.R. (2015). *Sunn mat er trendy*. NRK 16. juni. Tilgjengelig fra:

<https://www.nrk.no/rogaland/sunn-mat-er-trendy-1.12395615> [Lest oktober 2016].

Westeng, C. (2016). Slik lures du av Instagrambildene. Side2.no 04. mai. Tilgjengelig

fra: <http://www.side2.no/aktuelt/slik-lures-du-av-instagram-bildene/3423220566.html>
[Lest oktober 2017].

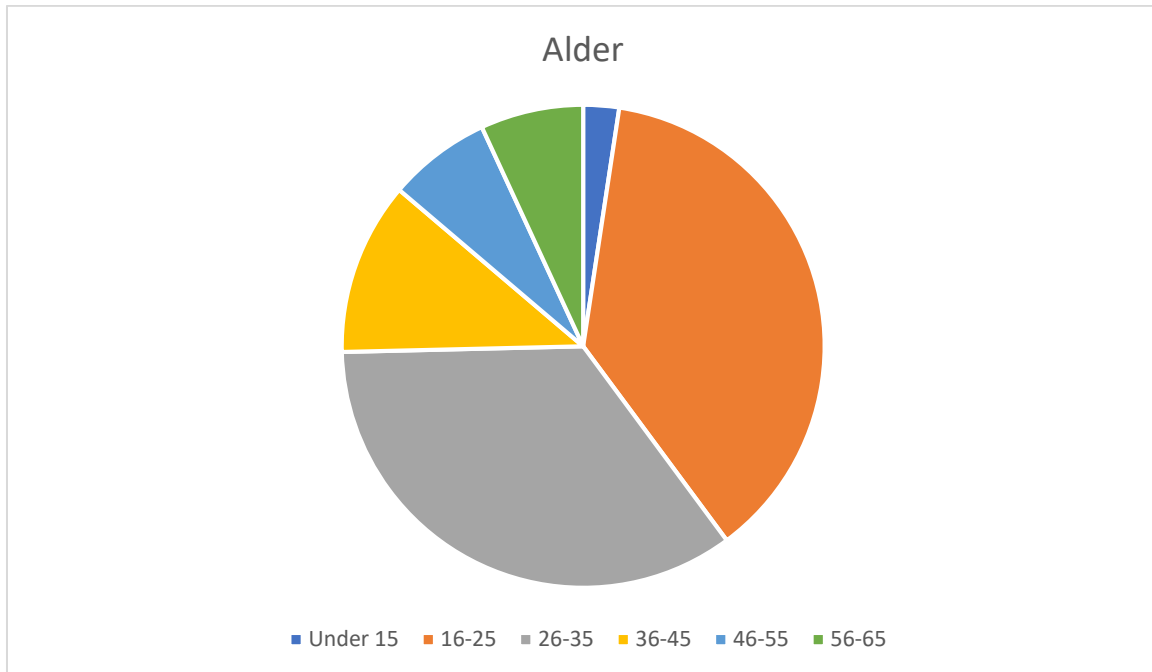
Wenneberg, S. B. (2002). *Sosialkonstruktivisme: positioner, problemer og perspektiver*.

Fredriksberg: Samfundslitteratur.

Vedlegg 1

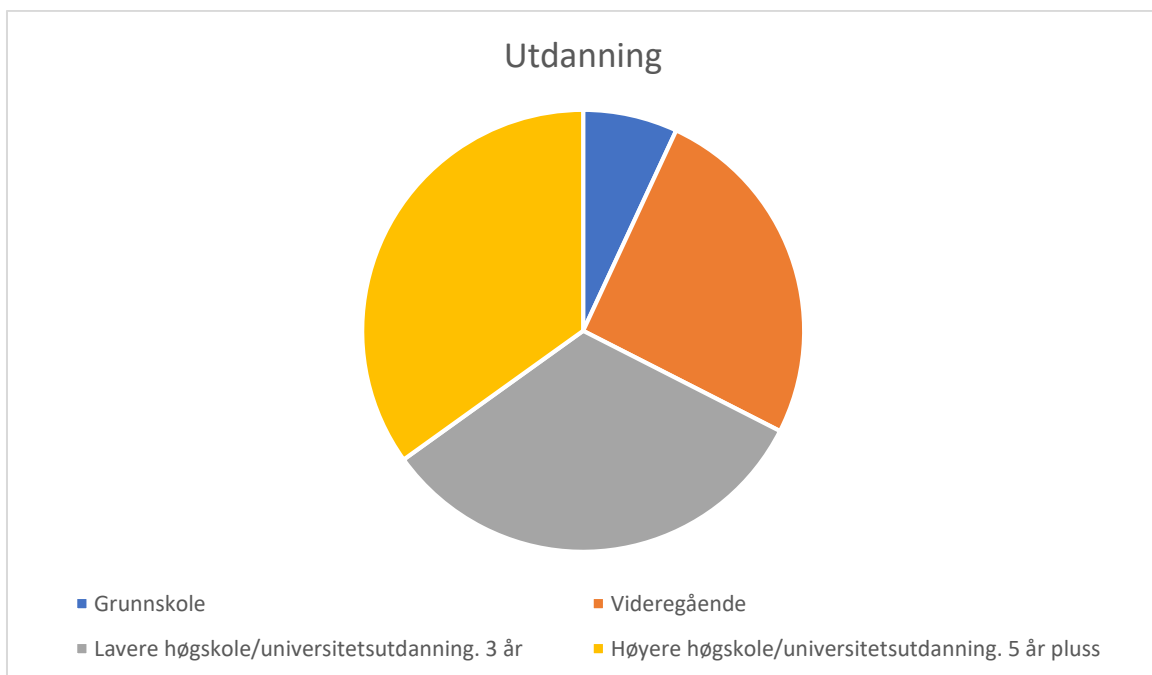
Presentasjon av data for kvinnene

Tabell 1



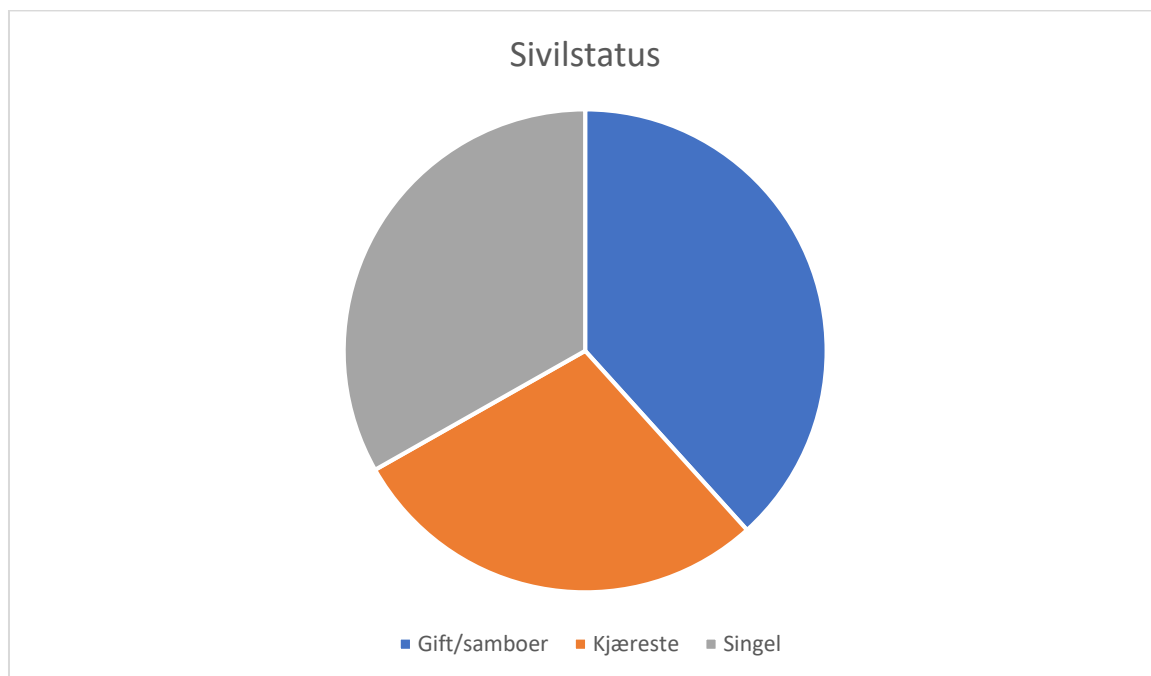
Tabellen viser at aldersgjennomsnittet for de som har svart på studien er 16-25 år.

Tabell 2



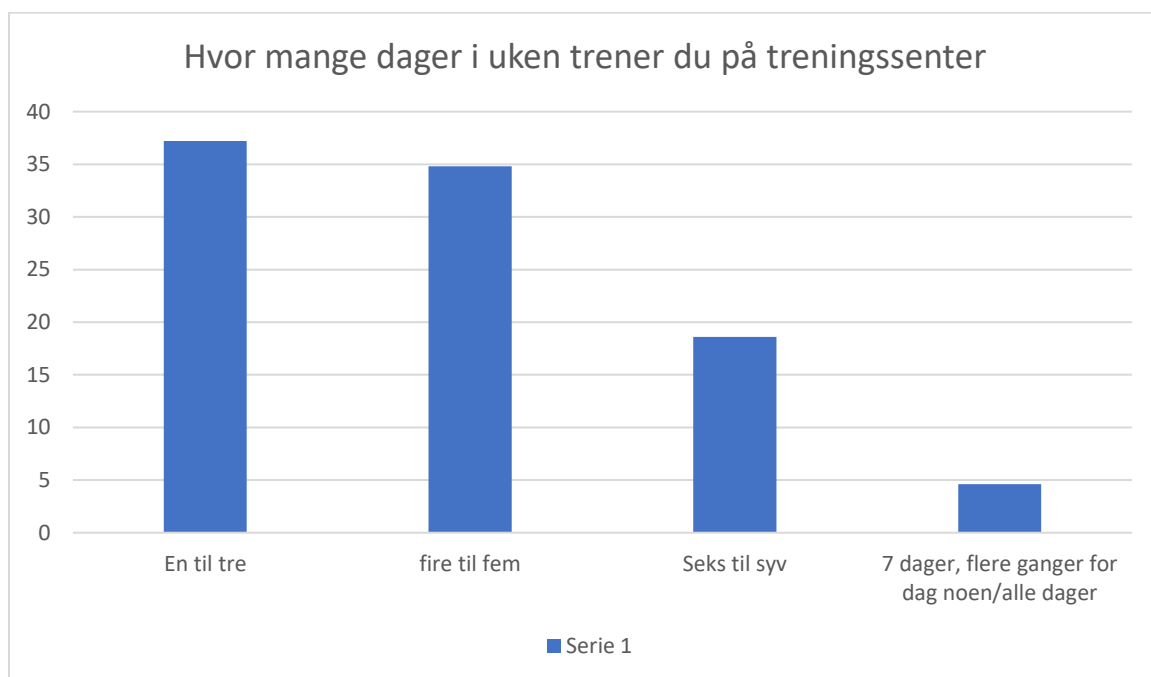
I tabell 2 ser vi at hovedvekten av de som har svart har lavere- eller høyere høgskole- eller universitetsutdannelse hvor flest har mer enn fem år (34,5 prosent).

Tabell 3



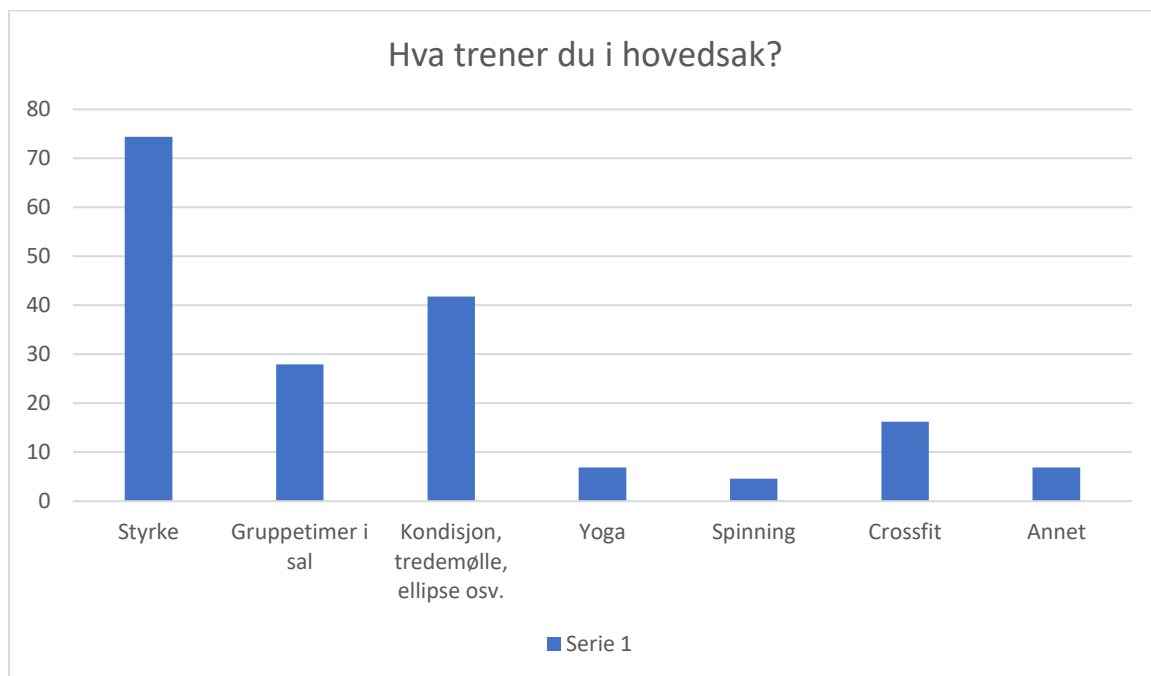
Tabellen viser sivilstatus til respondentene. 38 prosent er gift eller har samboer. 28 prosent har kjæreste mens 33 prosent er singel.

Tabell 4



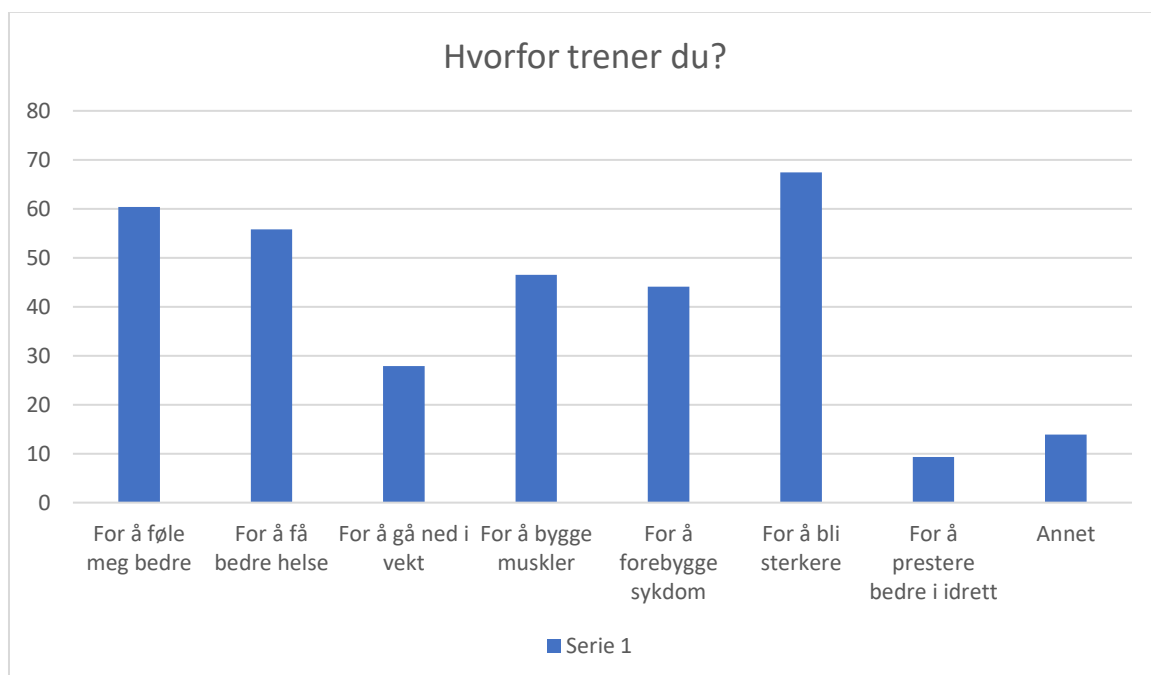
Her vises en oversikt over hvor mange ganger i uken respondentene trener. Én til tre dager er det mest vanlige mens fire til fem dager er like bak.

Tabell 5



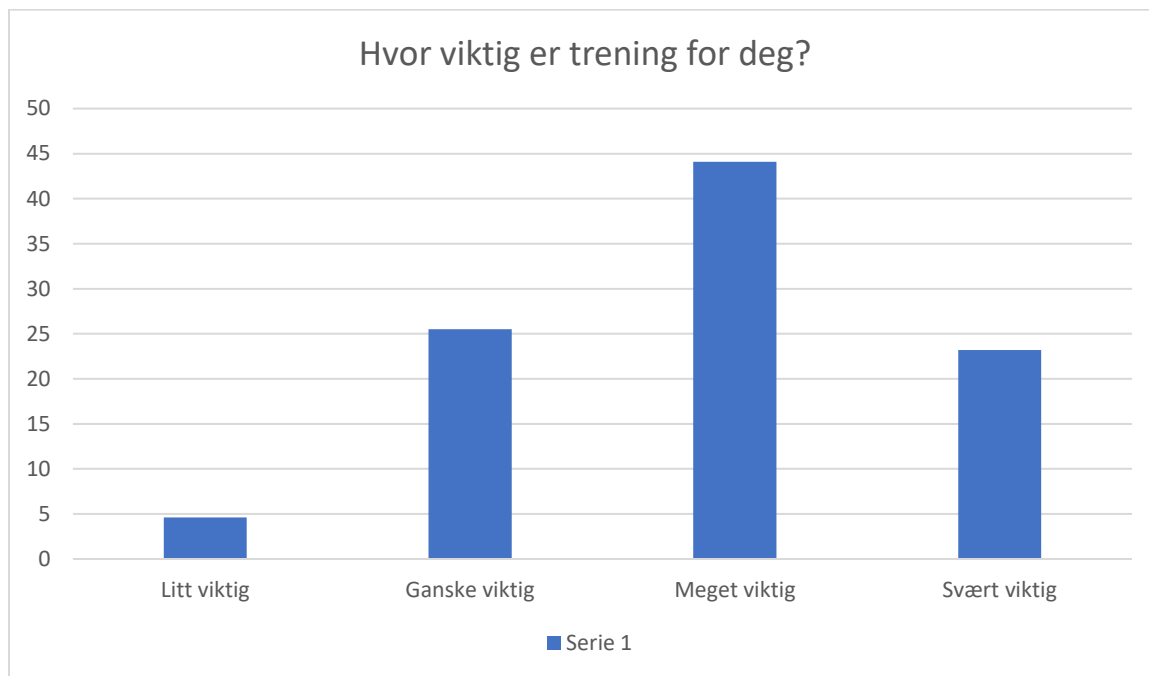
Tabell 5 gir en oversikt over hvilken treningsform som er mest vanlig. Ikke overraskende er det styrketrening de fleste bedriver. Kondisjonstrening og gruppetrening i sal kommer på henholdsvis andre og tredje plass.

Tabell 6



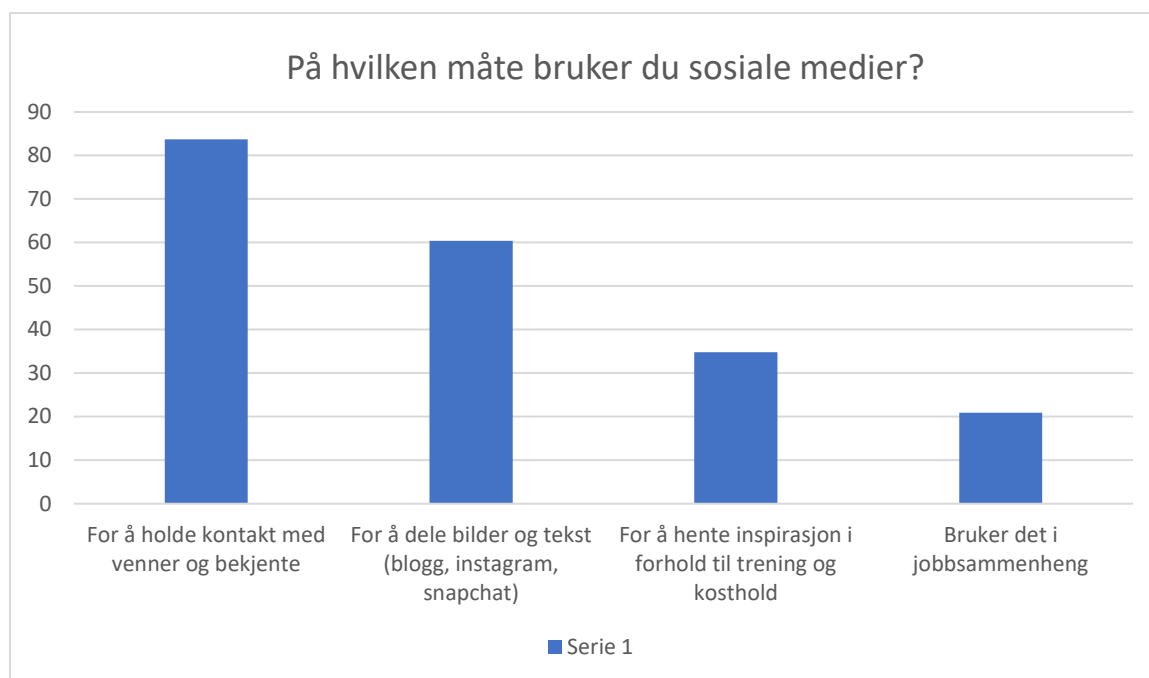
På spørsmål om hvorfor de trener har flest respondenter svart «for å bli sterkere». Like bak kommer «for å føle meg bedre» og «for å få bedre helse». Kun 30 prosent svarer at de trener for å gå ned i vekt.

Tabell 7



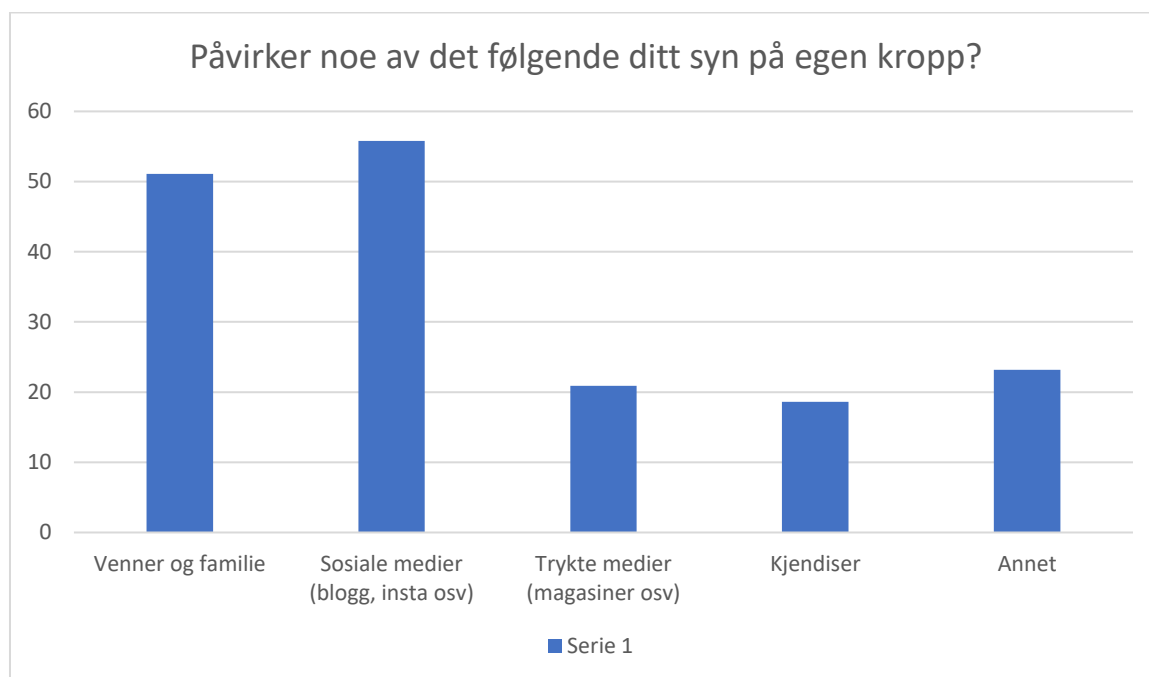
Ikke overraskende sier majoriteten at trening er «meget viktig» for dem. Da flertallet på tabell 6 svarte at de trente for å bli sterkere gjenspeiler dette at det kreves mye trening for å bli sterkere og at de er villig til å jobbe for det.

Tabell 8



I tabell 8 svarer flertallet at de bruker sosial medier til å holde kontakt med venner og bekjente. Dette er ikke uventet da Facebook og flere andre sosiale medier legger til rette for det. 35 prosent sier at de bruker det for å hente inspirasjon til trening og kosthold.

Tabell 9



På hva som påvirker deres syn på egen kropp troner sosiale medier høyest, noe som jeg også forventet. Venner og familie er også høyt opp med 51 prosent. Det som er verdt å merke seg

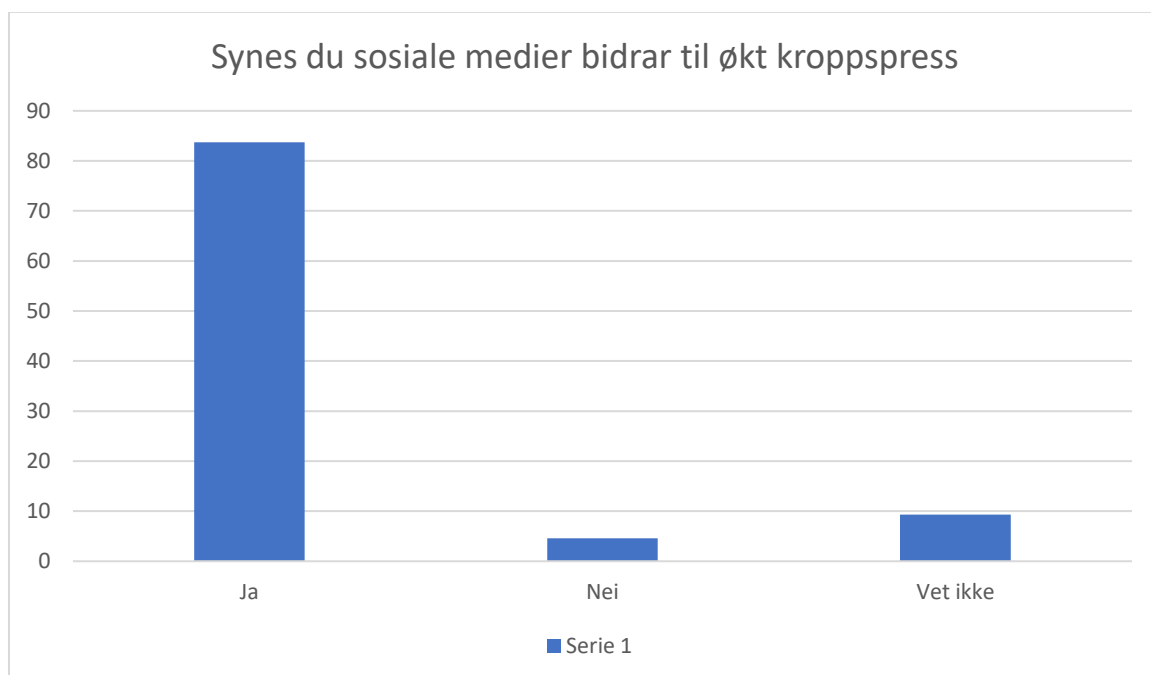
er posisjonen trykte medier spiller. Bare 21 prosent sier de er med på å påvirke hvordan de ser på egen kropp. Det tyder på at posisjonen til magasiner er svekket.

Tabell 10



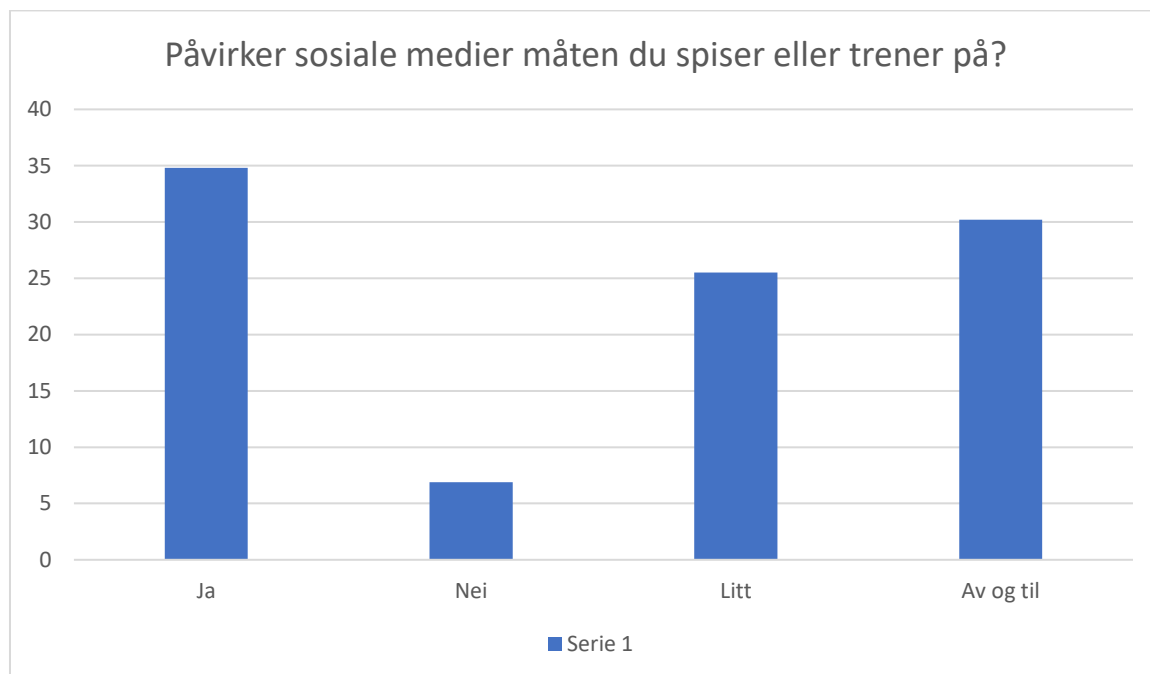
Ut fra denne tabellen ser vi at 37 prosent sier at god helse er det viktigste for dem. Rett bak, med 36 prosent kommer at det er viktigst å ha en kropp som fungerer i hverdagen. Kun tre prosent sier at det er viktig å ha en slank kropp.

Tabell 11



På spørsmål om sosial medier bidrar til økt kroppspress svarer 83 prosent «ja». Det var ikke overraskende for meg ut i fra observasjoner jeg har gjort meg gjennom studien.

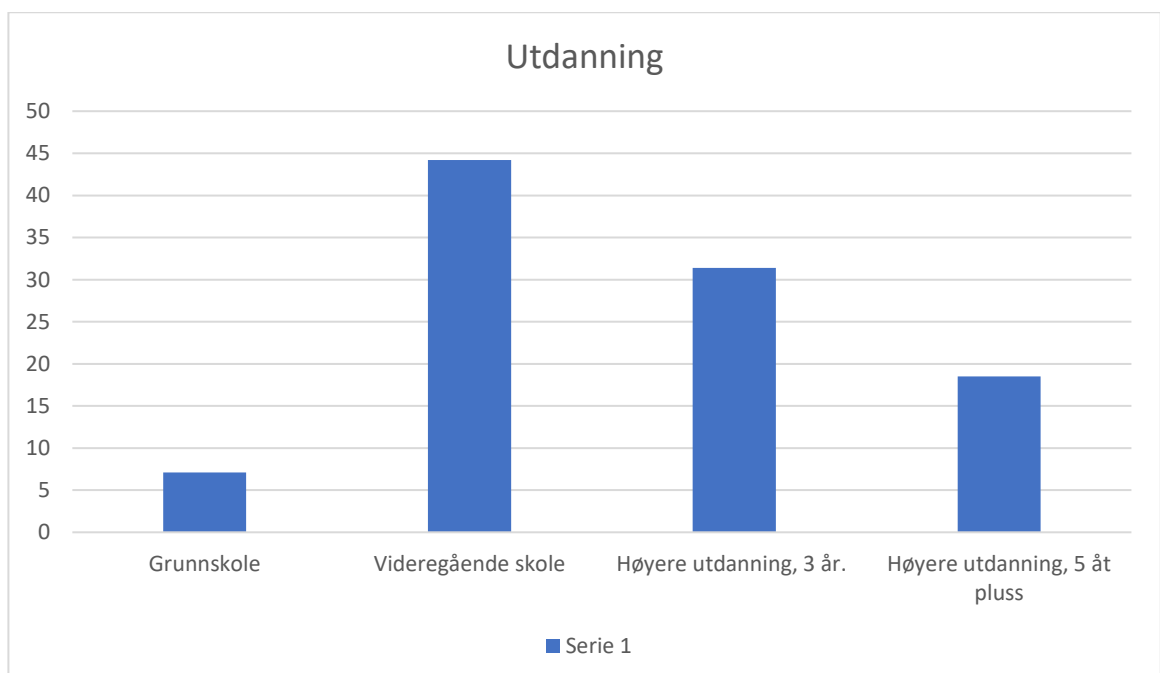
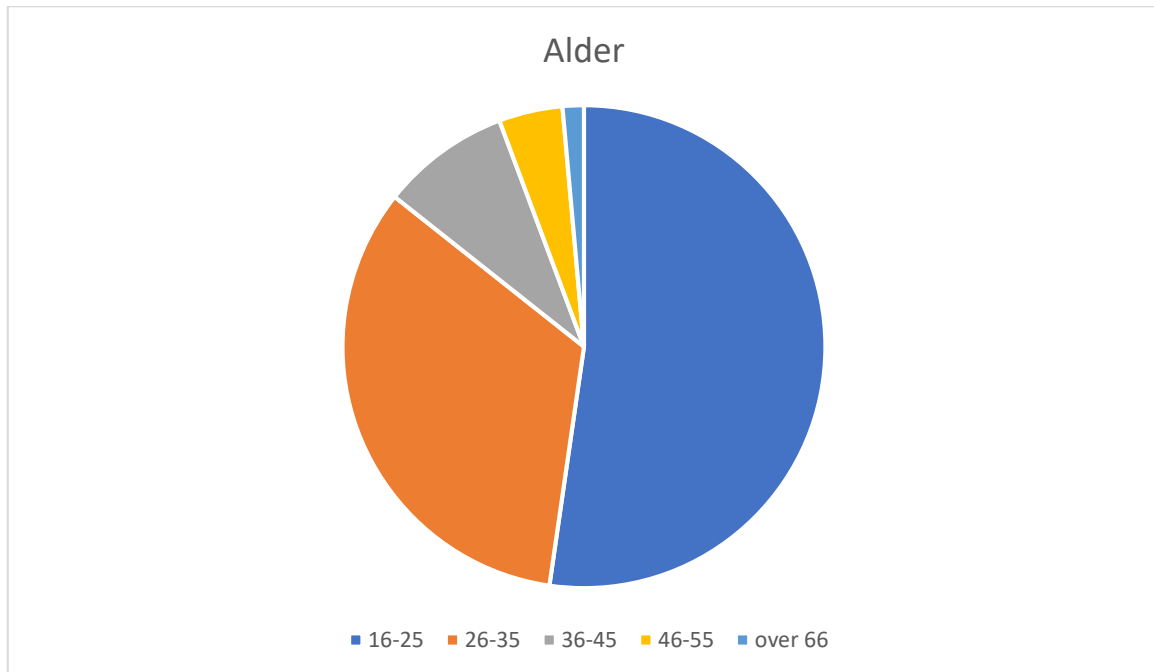
Tabell 12



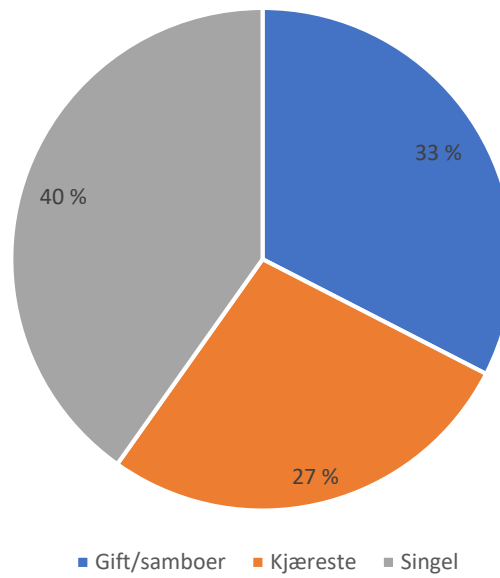
Kun syv prosent svarer «nei» på spørsmål om sosiale medier påvirker måten de spiser og trener på. Dette er et spørsmål som ikke sier noe om de blir påvirket på en positiv eller negativ måte, så det går ikke an å lese den direkte knyttet opp mot tabell 11. Men det vil likevel kunne antas at flere føler at de påvirkes i forbindelse med kroppspress.

Vedlegg 2

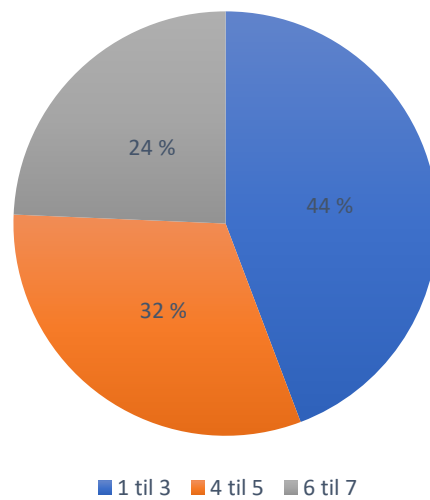
Presentasjon av data for mennene

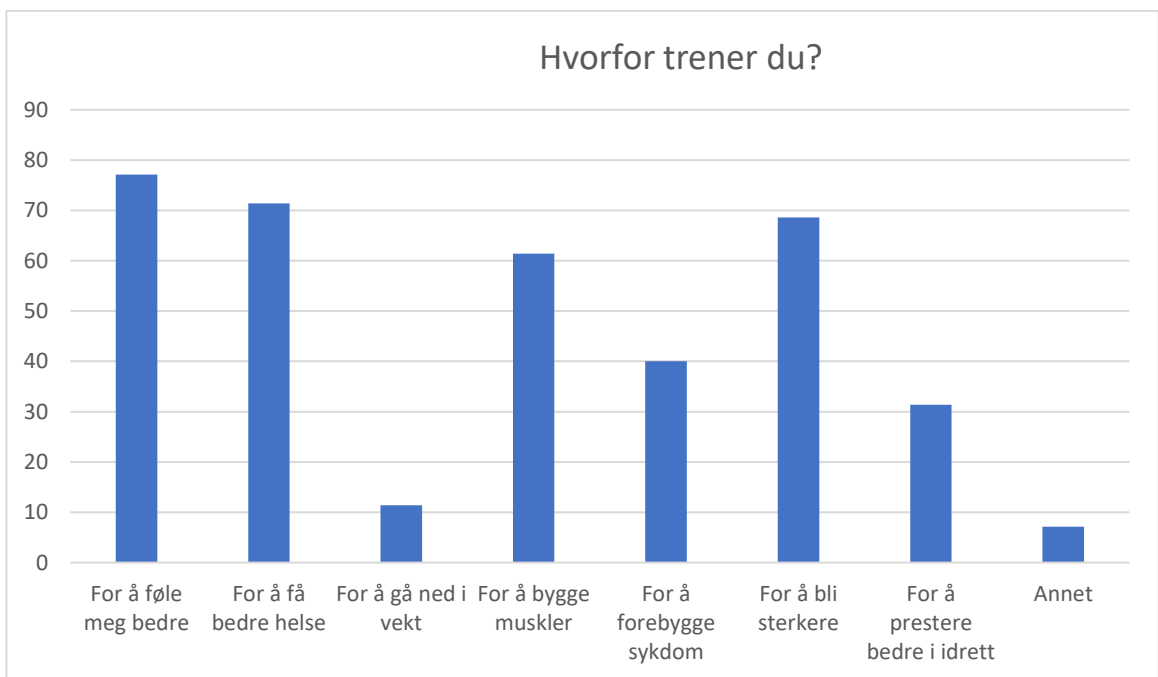
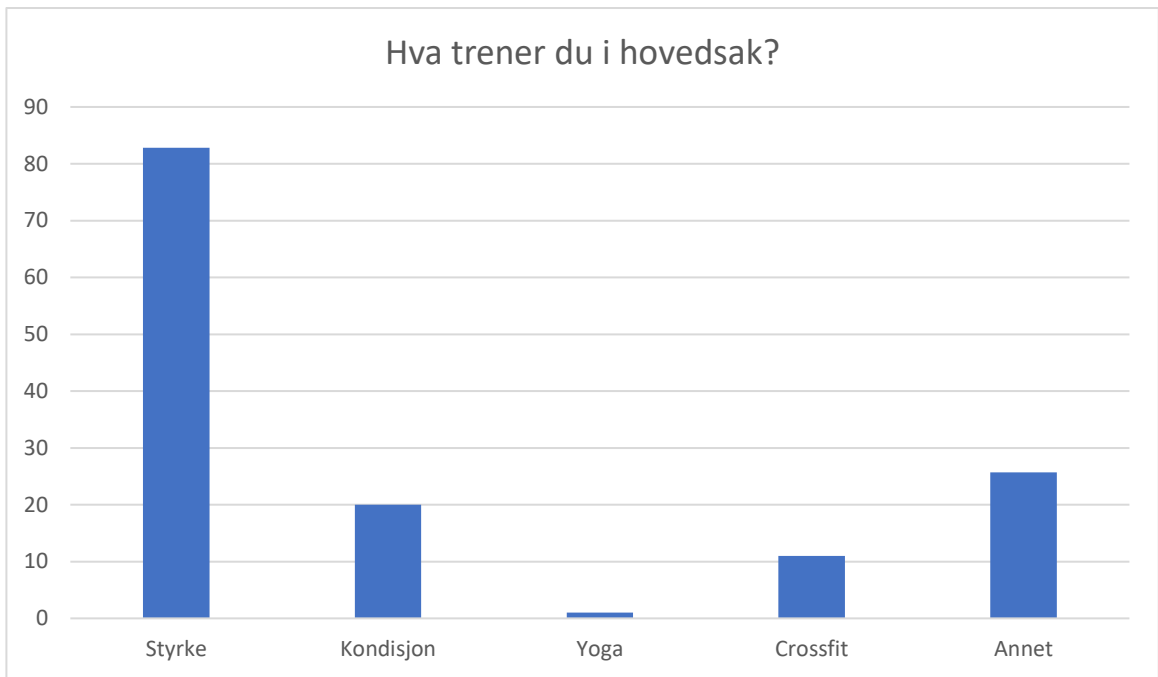


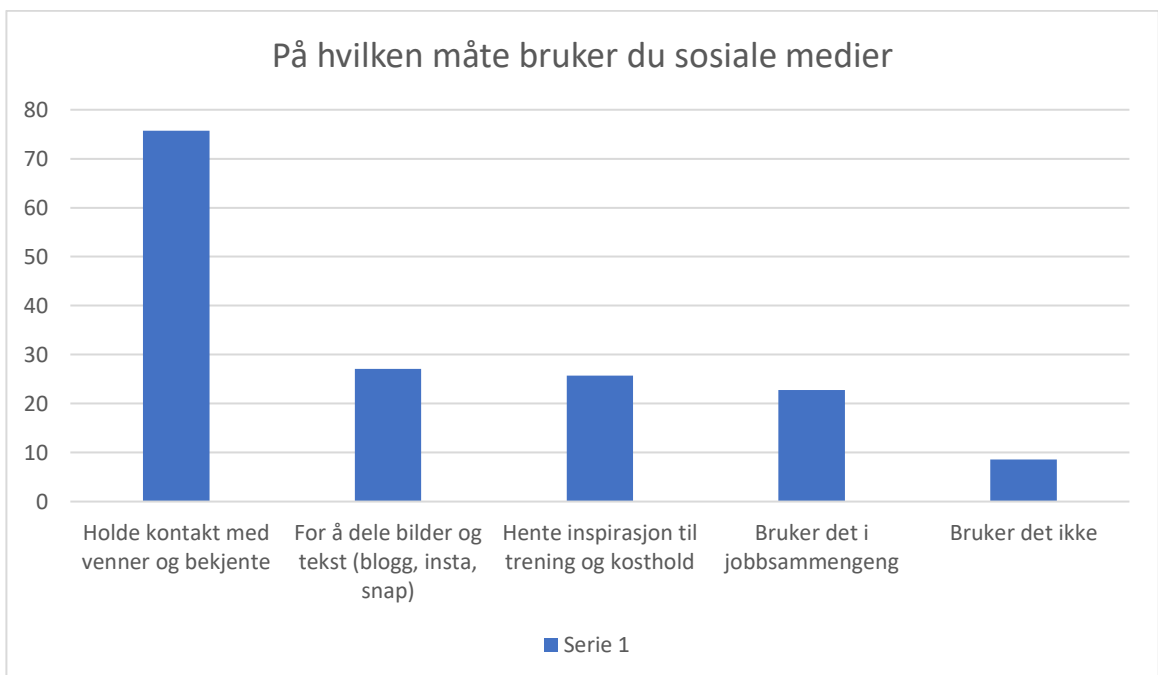
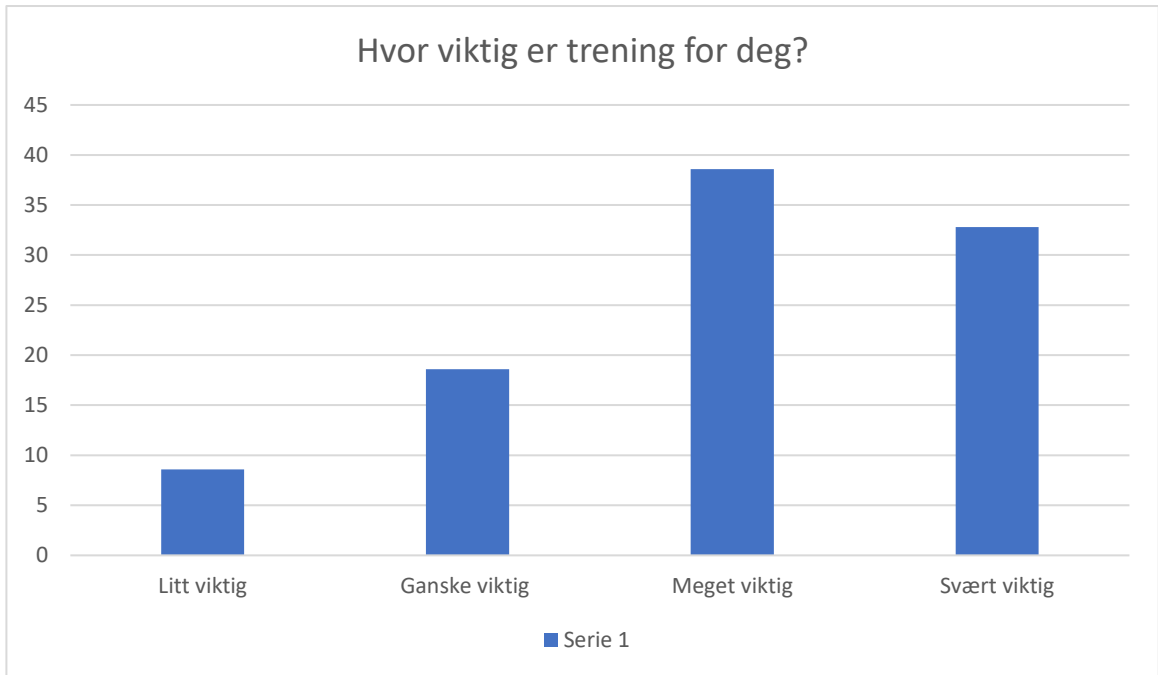
Sivilstatus

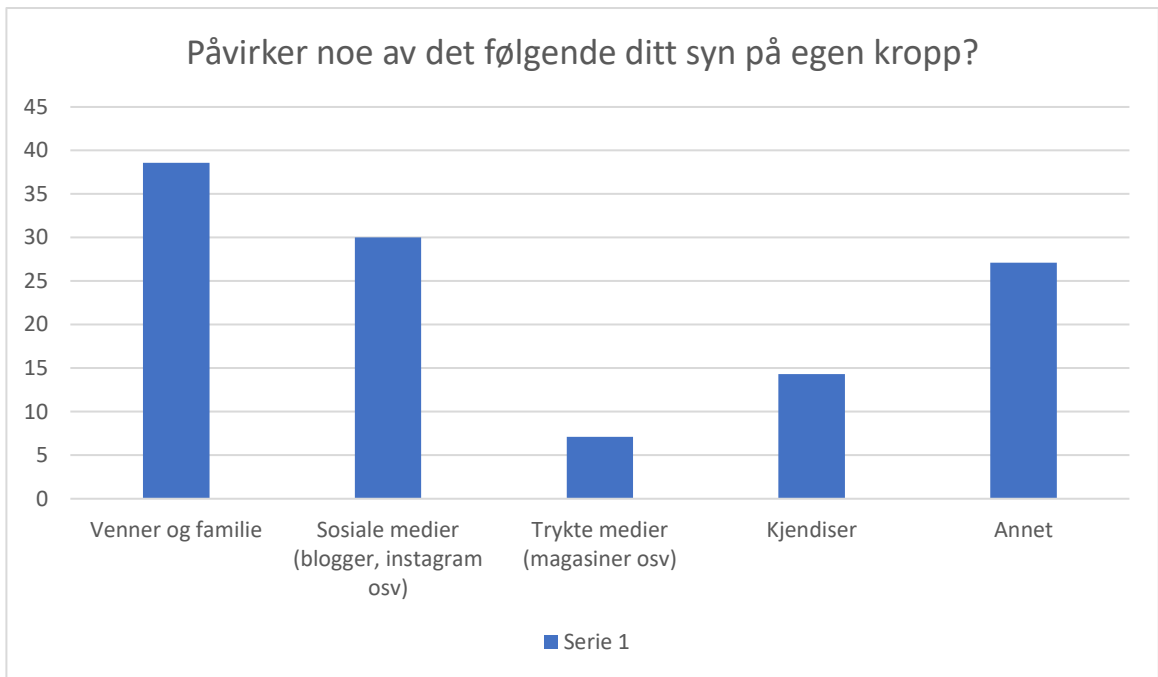


Hvor mange dager i uken trener du på treningssenter?



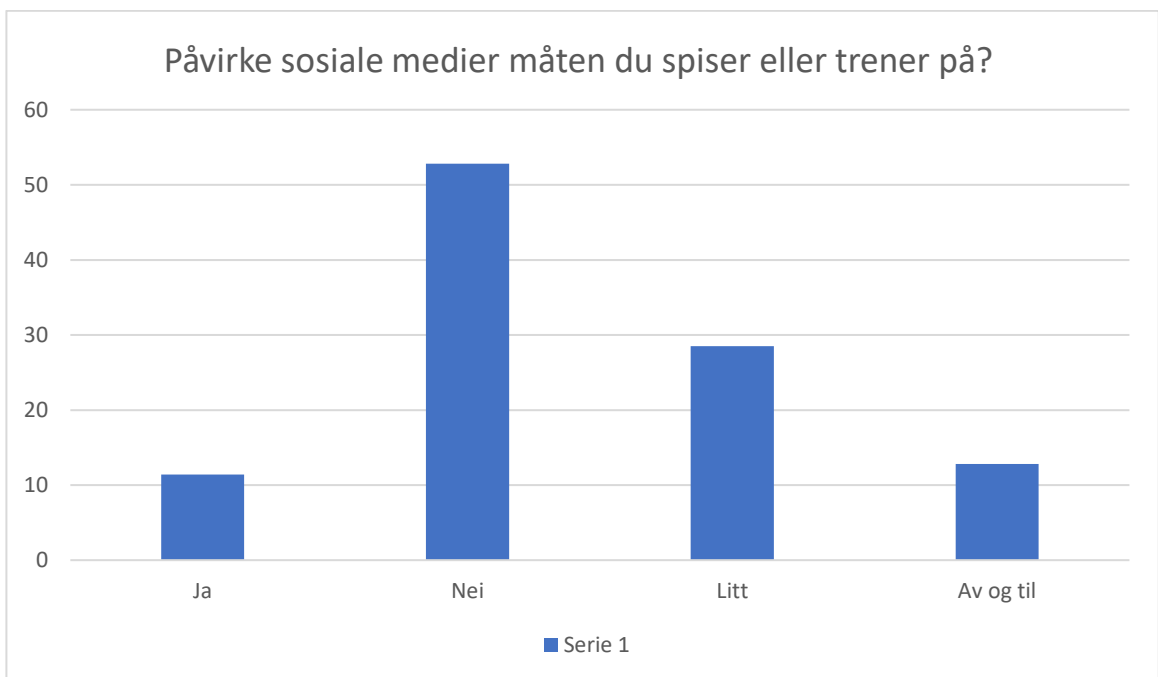
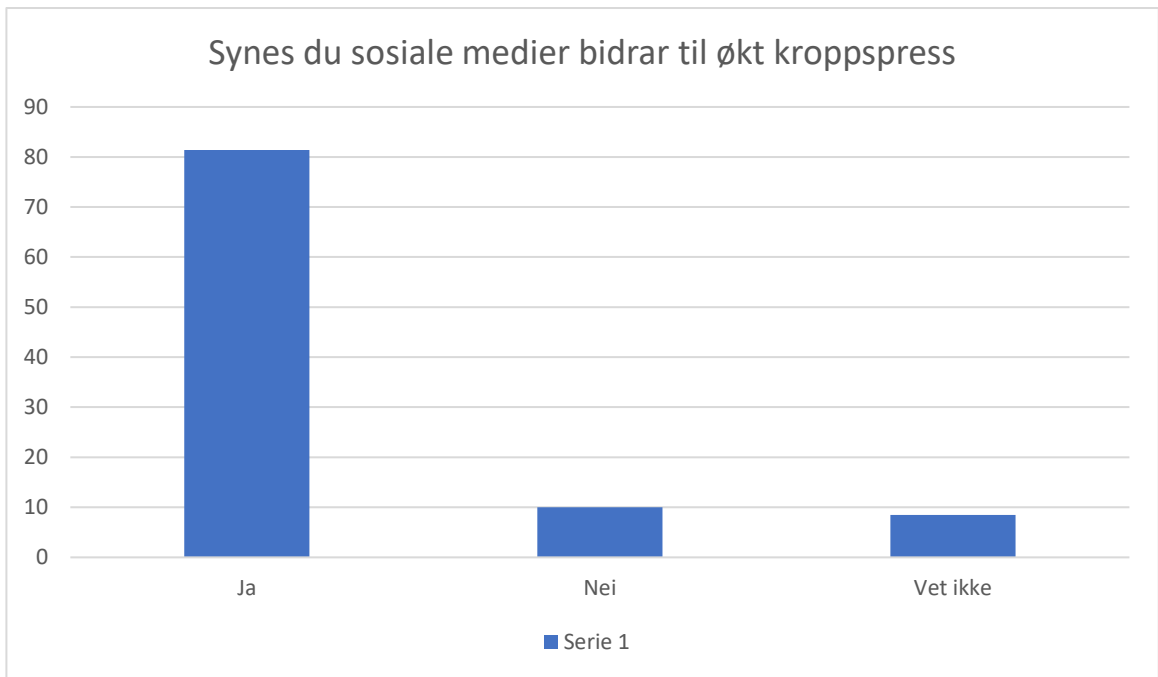






Under annet var det flere som oppga at ingenting påvirket deres syn på egen kropp.





Av de som svarte «ja», «litt» og «av og til» var det noen av dem som sa at de ble påvirket på en positiv måte.

Vedlegg 3

Intervjuguide

Intervjuguid «trening, kropp og sosiale medier»

Takk for at du vil delta på studien min. Samtalen vil ta 1 til 2 timer og vil inneholde spørsmål om kropp, trening, mat og sosiale medier. Du vil på hvilket som helst tidspunkt ha mulighet til å ta pause og du vil kunne trekke deg fra samtalen når som helst uten å oppgi begrunnelse. Synes du noen av spørsmålene er vanskelig å svare på står du fritt til å ikke svare, eller jeg kan omformulere de slik at det kanskje gjør det lettere for deg. Hensikten med samtalen er å få høre ditt syn og dine tanker på det aktuelle temaet, derfor vil ingen svar være feil.

All informasjon vil bli behandlet anonymt og konfidensielt. Jeg bruker pc/mobil for lydopptak og disse opptakene vil bli omgjort til skriftlig materiell. Alt materiell, skriftlig og lydopptak, vil bli lagret på en mappe på min personlige PC som er passordbeskyttet. Mappen vil også være beskyttet med passord som kun jeg kjenner til. Etter prosjektets slutt vil all informasjon slettes. Det vil skje rundt mai 2017.

Her får du et informasjonsskriv og en samtykkeerklæring. For at jeg skal kunne innhente personlige opplysninger om deg og bruke lydopptaket må jeg ha samtykke fra deg.

Har du noen spørsmål før vi begynner?

Åpningsspørsmål

1. Hvor gammel er du?
2. Hva arbeider du som?
3. Hva er dine interessert/fritidsaktiviteter?

Trening

4. Hva trener du?
5. Hvor mange ganger i uken trener du?
6. Hvor lenge har du trent regelmessig?
7. Hva motiverer deg til å trene? Sosiale medier – bilder på instagram for eksempel.
Kjendiser?

8. Hva anser du som normal mengde fysisk aktivitet per uke?
9. Kan du si litt om motivasjonen din til å trene? Hvorfor trener du?
10. Har du noen spesielle mål i forbindelse med treningen? Er det noe spesielt du ønsker å oppnå?
11. Pleier du å ha problemer med å motivere deg til å dra på trening?
12. Dersom du har planlagt trening en dag, men så er du for eksempel invitert på besøk til ei venninne, eller du føler deg ekstra sliten i dag, hva gjør du da? Er det et alternativ å skippe trening den dagen?
13. Føler du noen ganger at treningen styrer hverdagen din?
14. Hva er ditt forhold til jenter og muskler? Er det greit for jenter å være muskuløse nå?
15. Bruker du noen hjelpemiddel for å oppnå resultater på trening? Kosttilskudd etc.
16. Føler du noen gang at trening blir tvang og at du får dårlig samvittighet dersom du ikke får trent?
17. Hva legger du i begrepet «fitness»?

Kropp

18. Vil du si litt om hvilket syn har du på din egen kropp?
19. Kan du si noe om hva som påvirker måten du ser på din egen kropp på?
20. Kan du fortelle litt om hva du mener er den ideelle jentekroppen? Hva er idealkroppen for deg?
21. Hvordan synes du synet på kropp er i dagens samfunn?
22. Hvilke forventinger føler du det stilles til kropp og utseendet i dag?
23. Kan du si litt om hvordan du opplever kroppsfokus/kroppspress i samfunnet i dag?
24. Hvordan påvirkes du av hva andre synes om din kropp?
25. Tenker du mye på kropp og utseende i løpet av en dag? Kan du forklare litt rundt dette?
26. Vil du si litt om hvordan du opplever instagramkontoene til for eksempel fitnessutøvere?
27. Kjenner du til utsagnet «strong is the new skinny»? Hva legger du selv i begrepet?
28. Hvordan bruker du/bruker du sosiale medier når det kommer til kropp og utseendet? Kan du forklare litt rundt dette?
29. Har du kjennskap til fitness? Tror du selv at dette er et miljø som tiltrekker seg de som har/hat hatt spiseforstyrrelse?

Mat og kosthold

30. Kan du si litt om hvordan ditt kosthold er? Spiser du mye, lite, kosttilskudd, spesialprodukter, følger du noen bestemt diett?
31. Hvor opptatt synes du selv du er av sunn mat? Hvordan føler du det om du spiser usunn mat?
32. Er det noe som påvirker deg til å spise på en spesiell måte? Venninner, sosiale medier, foreldre osv.
33. Kan du si litt om hva du synes om begrepene «clean eating», «eat clean», #fit food», #fitness food» og hva du selv legger i begrepene? Har du noen hastagger du bruker selv?
34. Er du kjent med begrepet ortoreksi, og kan du eventuelt si litt om dine tanker rundt dette? Har du hørt om megareksi?
35. Synes du selv at du har et sunt forhold til mat og kropp?

Sosiale medier

36. Kan du si litt om hvordan du bruker sosiale medier? Hvilken plattformer bruker du og hvilke bruker du mest?
37. Hvorfor er du medlem på disse sosiale mediene?
38. Benytter du deg av blogger? Blogger du selv, leser du blogger? Hvilket tema på bloggene foretrekker du?
39. Kan du si litt om hvordan sosiale medier påvirker din trening og kostholdet ditt?
40. Bruker du selv sosiale medier til å dele bilder av trening og kosthold? Hvilke motiver har du når du publiserer slike bilder? (stikkord: ute etter likes, annerkjennelse).
41. Følger du noen instagramkontoer/snapchat som har med trening og kosthold gjøre? Kan du i så fall si litt om innholdet i disse?
42. Vil du si litt om hvordan du opplever instagramkontoene til for eksempel fintessutøvere?
43. Hvordan tror du unge jenter (og gutter) påvirkes av å se slike bilder av kropp og mat? Hvordan påvirkes du av å se slike bilder?
44. Mange deler også bilder/videoer av treningen deres. Motiveres du selv av dette og ønsker å oppnå det samme som de gjør? For eksempel løfte like mye, løpe like langt osv?

45. Det snakkes mye om kroppspress og prestasjonspress når det kommer til sosiale medier. Er du enig i at dette er et reelt problem?
46. Hva synes du om selfies, beflies osv på instagram, snapchat, facebook, blogg osv?

Om prestasjonssamfunnet

47. Mange hevder at vi har et «prestasjonssamfunn» nå. Er du enig i det? Hvorfor/hvorfor ikke?
48. Føler du noen gang press utenfra i forhold til trening, kropp, mat, skole, jobb osv?
49. Hvor kommer eventuelt dette presset fra? Har du noen tanker/formeninger om det?
50. Føler du selv på dette presset og i så fall på hvilken måte?

Avslutningsspørsmål

51. Er det noe annet i forbindelse med trening, kropp, kosthold og sosiale medier du synes vi har bør prate om?
52. Lurer du på noe?
53. Er det noe du ønsker å tilføye?

Vedlegg 4

Samtykkeerklæring

Bakgrunn og formål

Jeg er masterstudent ved Nord universitet, som er interessert i å forstå sammenhengen mellom tanker om kropp, trening og sosiale medier. Jeg er derfor på utkikk etter din forståelse av fenomenet. Analysen av material et skal fremstilles i en mastergradsavhandling.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Jeg vil gjennomføre et intervju med deg som tar fra 1 til 2 timer max. Spørsmålene vil blant annet handle om dine trening- og kostholdsvaner og din bruk av sosiale medier, samt ditt syn på egen kropp. Videre vil det handle om andre spørsmål som dreier seg om trening, kropp, mat og sosiale medier. Lydopptak brukes under intervjuet, som deretter omgjøres til tekstformat.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet og lagret konfidensielt (altså hemmelig) og blir anonymisert når det brukes i oppgaven. Opplysningene er kun tilgjengelig for meg selv og min veileder. Personopplysninger vil lagres adskilt fra annet materiale og vil på ingen måte bruke si oppgaven.

Lydopptaket vil kun være tilgjengelig for meg og slettes ved prosjektets slutt i mai 217.

Frivillig deltakelse

Å delta i studien er frivillig og du kan når som helt trekke deg uten å oppgi grunn til det.

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 5

Tilbakemelding fra NSD



Hilde Berit Moen
Fakultet for samfunnsvitenskap Nord universitet

8026 BODØ

Vår dato: 12.08.2016

Vår ref: 49163 / 3 / HIT

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 02.07.2016. All nødvendig informasjon om prosjektet forelå i sin helhet 10.08.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

49163	<i>På grensen til spiseforstyrrelse - en kvalitativ studie av unge jenters jag mot den perfekte kroppen</i>
Behandlingsansvarlig	Nord universitet, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Hilde Berit Moen
Student	Beate Rosvoll Eidissen

Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.

Personvernombudets tilråding forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 08.05.2017, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Kjersti Haugstvedt

Hildur Thorarensen

Kontaktperson: Hildur Thorarensen tlf: 55 58 26 54

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

NSD – Norsk senter for forskningsdata AS Harald Hårfagre gate 29 Tel: +47-55 58 21 17 nsd@nsd.no Org.nr. 985 321 884
NSD – Norwegian Centre for Research Data NO-5007 Bergen, NORWAY Faks: +47-55 58 96 50 www.nsd.no