

BACHELOROPPGAVE

Hvordan påvirker sosiale medier treningsvaner blant idrettsstudenter ved en høyskole på Vestlandet?

En kvalitativ studie om trening, kropp og sosiale medier.

av

108 – Ida Dyrddal Helgesen
103 – Andrea Benjo Kopperud

Idrett, fysisk aktivitet og helse
Avdeling for lærerutdanning og idrett
ID3-302
15.12.2017

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 10.

Avtalevilkår ved publisering

Jeg gir med dette Høgskolen på Vestlandet tillatelse til å publisere oppgaven i Brage-HiSF. Jeg garanterer at jeg/vi er opphavsperson(er) til oppgaven, og at opphavsrettslig beskyttet materiale er brukt med skriftlig godkjenning. Jeg/vi garanterer at oppgaven ikke inneholder materiale som kan stride mot gjeldende norsk rett.

Ved gruppeinnlevering må alle i gruppen samtykke i avtale.

Fyll inn kandidatnummer og navn. Sett kryss:

108 – Ida Dyrddal Helgesen

JA X NEI

103 – Andrea Benjo Kopperud

JA X NEI

Forord

Vi har utarbeidet denne bacheloroppgaven som en del av studiet Idrett, fysisk aktivitet og helse (IFAH) ved Høgskolen på Vestlandet, campus Sogndal. Det har vært et travelt halvår med mye på agendaen. Til tross for det har vi kommet oss igjennom alt med godt mot. Etter mye arbeid sitter vi nå igjen med ny kunnskap og gode erfaringer vi tar med oss videre. Denne oppgaven blir et symbol på det siste vi fullfører i Sogndal før utvekslingsstudier i Australia venter på nyåret.

Først vil vi takke våre informanter som har stilt til intervju med stor åpenhet og ærlige svar. Vi ønsker også å takke bibliotekarene for god hjelp med EndNote. Videre ønsker vi å takke venner, familie og medstudenter for deres tålmodighet og konstruktive tilbakemeldinger ved skriveprosessen og pilotintervju. En spesielt stor takk ønsker vi å rette til vår veileder Joar Fossøy. Hans kunnskap innen fagfeltet, tro på oppgaven vår, detaljerte tilbakemeldinger, god veiledning og motivasjon har vært til stor ressurs for skriveprosessen.

Til slutt vil vi takke hverandre for godt samarbeid gjennom høsten. Totalopplevelsen av denne perioden har vært god. Vi har begge stått på og motivert den andre når det har vært nødvendig. Det er med stor glede og stolthet vi endelig kan levere den ferdige oppgaven.

Sogndal, 15. desember 2017

Ida Dyrddal Helgesen og Andrea Benjo Kopperud

Sammendrag

Formålet med denne studien er å finne ut om sosiale medier har en påvirkning på treningsvaner blant idrettsstudenter ved en høgskole på Vestlandet. Oppgaven omhandler deres forhold til trening, kropp og sosiale medier, samt på hvilken måte disse faktorene påvirker hverandre.

Det metodiske arbeidet er basert på fire kvalitative semistrukturerte intervjuer av fire studenter. Informantene er henholdsvis to kvinner og to menn ved to ulike bachelorforløp innen idrett. Metodevalget er hovedsakelig benyttet på grunn av vårt ønske om en dypere innsikt i deres bruk av sosiale medier og hvordan bruken påvirker treningsvanene deres. Datamaterialet fra intervjuene har vi koblet opp mot relevant teori og tidligere forskning.

Resultatene fra studien viser likheter i bruk av sosiale medier og hvilken effekt det har på treningsvanene til de fire informantene. De er aktive brukere av sosiale medier, men hovedsakelig for kommunikasjon. Kvinnene legger ut mer bilder enn de mannlige informantene. Alle bruker også mye av fritiden sin til trening på treningssenteret og andre aktiviteter. For informantene fungerer sosiale medier som en inspirasjonskilde. Det gir økt lyst til å trene og være i aktivitet når de ser spennende turbilder, appellerende treningsøker eller andre interesser på sosiale plattformer. Sosiale medier kan også ha en negativ påvirkning. For mye tid brukt på det kan gå ut over tid brukt til trening og aktivitet.

Ulikhetene mellom kjønnene viste seg gjennom kroppssyn. Kvinnene har et mer kritisk syn til seg selv enn det de mannlige informantene har. I tillegg var kvinnene mer bevisste på hva de legger ut i sosiale medier, og de var mer opptatt av andres oppfattelse av dem. Det ser ut til at idrettsstudentene har et litt mer reflektert forhold til temaet enn andre. Det kan komme av deres økte kunnskaper om trening, kropp og helse.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	3
Sammendrag.....	4
Kapittel 1: Innledning.....	7
1.1 Tidligere forskning.....	8
1.2 Problemstilling.....	9
1.3 Avgrensning av oppgaven.....	9
1.4 Begrepsavklaring.....	10
Kapittel 2: Historisk kontekst og teoretisk rammeverk.....	10
2.1 Utvikling i mediebildet.....	10
2.2 Sosiale medier.....	12
2.2.1 Sosiale medier og trening.....	13
2.2.2 Sosiale medier og identitet.....	14
2.3 Unge voksne og treningsvaner.....	14
2.4 Trening og motivasjon.....	15
2.5 Kropp.....	15
2.5.1 Kroppsbilde.....	16
2.5.2 Kroppen i samfunnet.....	17
Kapittel 3: Metode.....	17
3.1 Kvalitativ forskning.....	18
3.1.1 Fenomenologisk tilnærming.....	18
3.1.2 Hermeneutikk.....	18
3.2 Intervju og intervjuform.....	19
3.3 Tema ved intervjuguide.....	19
3.4 Utvalg og deltagerkriterier.....	20
3.5 Transkripsjon.....	20
3.6 Analyse og tolkning av data	21
3.7 Validitet og reliabilitet.....	21
3.8 Etikk.....	22
Kapittel 4: Resultat og diskusjon.....	23
4.1 Trening.....	23
4.1.1 Hvorfor trener du?	23
4.1.2 Treningsvaner før og nå	25

4.1.3 Forhold til trening før og nå.....	27
4.2 Kropp.....	28
4.2.1 Forhold til egen kropp.....	28
4.2.2 Kroppen i samfunnet.....	31
4.2.3 Kropp og sosiale medier.....	32
4.3 Sosiale medier.....	35
4.3.1 Forhold til sosiale medier.....	35
4.3.2 Treningsrelatert innhold på sosiale medier.....	37
4.3.3 Sosiale medier – positivt eller negativt?.....	38
4.3.4 Sosiale medier og identitet.....	40
Kapittel 5: Konklusjon.....	41
Kapittel 6: Avslutning.....	42
Litteraturliste	43
Vedlegg 1: Intervjuguide.....	47
Vedlegg 2: Informasjonsskriv.....	49
Vedlegg 3: Godkjenning fra NSD.....	52

Kapittel 1: Innledning

Vi som skriver denne oppgaven har en felles bakgrunn for emnene vi har valgt å fordype oss i. Trening og fysisk aktivitet er noe som opptar mye av vår fritid. I tillegg er vi begge aktive på sosiale medier. Ut fra det har vi kommet frem til en problemstilling hvor vi ser nærmere på disse fenomenene.

Svært mange bruker medier i en eller annen form. Spesielt har bruken av sosiale medier økt, og det er blitt etablert nye informasjons- og kommunikasjonsarenaer (Brandtzæg, 2011). Sosiale medier er en fellesbetegnelse på ulike nettsider og apper hvor det er mulig å skape og dele innhold, samt delta i sosiale nettverk (Enli & Aalen, 2017a). Det er de unge voksne som er de mest aktive brukerne av sosiale plattformer. I 2015 brukte 16-24 åringer i gjennomsnitt 3 timer og 33 minutter per døgn på sosiale medier (Statistisk sentralbyrå, 2016b).

Mennesker lar seg til en viss grad påvirke av andre, medier, reklame eller samfunnet. Nesten all menneskelig kontakt gir en form for påvirkning. Det kan være gjennom blikk, kroppsspråk, toneleie, hva man sier og hvordan man formulerer seg muntlig eller skriftlig (Lai, 2011). Daglig utsettes man for bilder på hvordan man skal og bør se ut. Svært mange, da spesielt de yngre i samfunnet, er misfornøyde med eget utseende (Jacobsen, 2016). Det er blitt snevrere rom for hva som er akseptabelt angående kropp. Trolig har folk aldri vært mer opptatt av å utvikle den beste utgaven av seg selv (Mogstad, 2017). Mediene bidrar til å gi urealistiske bilder på hva som er normalen, og alminneliggjør uoppnåelige idealer (Kvalem, 2007).

Å drive idrett og fysisk aktivitet antas å ha en positiv verdi fordi det skaper glede, utvikler sosiale relasjoner og gir bedre fysisk og mental helse (Seippel, Abebe, & Strandbu, 2012). Man ser en tydelig økning i andelen som driver styrketrening fra 16 år og eldre. I 2004 var det rundt 24% som trente styrke, mens i 2016 var det ca. 40% (Statistisk sentralbyrå, 2016a). Trening på treningssentre er blitt mer vanlig, og man ser i dag at det er færre som deltar i idrettslag desto eldre de blir (Seippel et al., 2012).

Tall fra 2016 viser at voksne bruker i snitt 60% av sin våkne tid i ro. Det gjelder spesielt tid brukt på tv, nettbrett, pc-bruk og annen skjermtid (Helsedirektoratet, 2016). Å bruke mye tid på sosiale medier kan bidra til økt stillesittende tid, men kan sosiale medier også fremme

aktivitet? Det ønsker vi å se nærmere på. I den anledning har vi intervjuet fire idrettsstudenter om deres treningsvaner og bruk av sosiale medier.

1.1 Tidligere forskning

Sosiale medier er et relativt nytt fenomen og i internasjonal sammenheng har vi ikke funnet studier som ser på forbindelsene mellom trening, kropp og sosiale medier. Innen idrettssosiologien derimot finnes det en rekke studier som er opptatt av kroppens betydning for prestasjoner på idrettsbanen og for samfunnsforhold for øvrig, da gjerne koblingen kropp, identitet og fysisk aktivitet (Lesjø, 2008).

Bourdieu fokuserer på begrepet habitus. Gjennom det viser han hvordan samfunnsmessige erfaringer blir kroppsliggjort og en del av personligheten (Bourdieu, 1981). Giddens (1991) mener at selvet og identiteten vår i stor grad formes av samfunnet og valg av livsstil.

Foucaults teori omhandler hvordan forskjellige former for disiplinering og styringsteknikker mot kroppen preger ulike tidsperioder. Wacquant legger vekt på et begrep om kroppsideal inspirert av Bourdieu, og viser hvordan disiplinering av kroppen kan omvendes til styrke (Lesjø, 2008). Mead mener at selvet blir skapt gjennom en aktiv sosial prosess. Dette skjer blant annet gjennom våre tolkninger av andres adferd og påvirkning fra andre (Wallace & Wolfe, 2006, hentet fra: Lesjø, 2008).

Vi har ikke registrert nordiske studier som omhandler sosiale medier og treningsvaner blant idrettsstudenter. De siste årene er det skrevet flere masteroppgaver innenfor temaene vi skriver om. I en masteroppgave av Karikoski (2014) ser man på bloggeres syn på egen kropp og hvordan de uttrykker seg gjennom bilder. Funn viser at et strikt fokus på trening og kosthold enten avtar med alderen eller at trenings- og kostholdstrender slår inn ulikt på aldersgrupper. I Andreassen (2015) ser man at desto mer erfaring informantene hadde med styrketrening, desto tryggere var de på sin egen kropp.

Kvello-Aune og Ødegård (2015) sin masteroppgave viser at jenter søker tilhørighet gjennom bildedeling på sosiale medier. I en masteroppgave av Seerup (2015) bruker informantene Snapchat og Instagram for å presentere ulike sider av seg selv. Det de publiserer kan knyttes opp mot deres identitet. De får annerkjennelse og tilbakemeldinger fra andre om sine

selvpresentasjoner. På Snapchat har ungdommene en avslappet stil. Instagram brukes for å vise seg fra sin beste side.

Herje (2017) skriver i sin bacheloroppgave om hvordan sosiale medier påvirker kroppsbildet hos unge. Lite tyder på at sosiale medier i seg selv gir et dårligere kroppsbilde.

Sammenligning fra venner og bekjente er den faktoren som har størst påvirkningskraft. I bacheloroppgaven til Karlsen og Kolvig (2014) tar de for seg treningsmotivasjon hos Oslo-studenter. I stor grad er det den indre motivasjon som er årsaken til at de trener. Fokuset ligger på gevinsten av trening, samt mestringsfølelse og overskudd. For en liten gruppe er kroppsfokus og press utenfra dominerende. Et fellestrekk i studien er kunnskapen om de helsefordelene trening gir. En bacheloroppgave fra Grefslie og Øverland (2015) viser at gutter i en alder fra 20-25 år til en viss grad lar seg påvirke av kroppspresstet i sosiale medier. De lar seg ikke påvirke like mye som jenter.

En kvalitativ studie gjort av Frisé og Holmqvist (2010) undersøker positivt kroppsbilde blant unge svenske gutter og jenter. Resultatene viser at informantenes tilfredshet med eget utseende er preget av et funksjonelt kroppssyn og aksept over komplikasjonene de har med kroppen sin. De fleste informantene er fysisk aktive og ser på trening som noe gøy og helsefremmende.

1.2 Problemstilling

På bakgrunn av våre personlige interesser og erfaringer har vi utarbeidet følgende problemstilling: *”Hvordan påvirker sosiale medier treningsvaner blant idrettsstudenter ved en høgskole på Vestlandet?”*

I vår oppgave ønsker vi å finne ut hvordan sosiale medier påvirker treningsvaner blant idrettsstudenter. Vi ønsker også å se om det finnes en forskjell mellom kjønnene. Vår problemstilling skal forankres i teori om trening, kropp og sosiale medier.

1.3 Avgrensning av oppgaven

På grunn av oppgavens størrelse har det vært nødvendig å gjøre enkelte begrensninger. Oppgaven tar for seg idrettsstudenter i alderen 23-24 år. Sosiale medier er et omfattende

begrep. Derfor har vi valgt å forholde oss til sosiale nettverkssider. De sosiale nettverkssidene som nevnes i oppgaven er Instagram, Snapchat og Facebook.

1.4 Begrepsavklaring

Fysisk aktivitet: *”All kroppslig bevegelse produsert av skjelettmuskulatur som resulterer i en vesentlig økning av energiforbruket utover hvilenivå”* (Caspersen, Powell, & Christenson, 1985, s. 126).

Trening: *”Fysisk aktivitet i fritiden som gjentas regelmessig over tid med målsetting å forbedre for eksempel form, prestasjon eller helse”* (Caspersen et al., 1985, s. 128).

Sosiale medier: *”Et samlebegrep for plattformer på internett som åpner opp for sosial interaksjon, og som gjør det mulig for brukerne selv å skape og dele innhold i form av tekst, bilder, video eller lenker til andre nettsteder”* (Enjolras, Karlsen, Steen-Johansen, & Wollebæk, 2013, s. 11).

Kapittel 2: Historisk kontekst og teoretisk rammeverk

I dette kapittelet ser vi på den historiske konteksten og det teoretiske rammeverket for oppgaven. Dette har betydning for vår grunnleggende forståelse av det feltet vi skal forske på. Først tar vi for oss utviklingen i mediebildet, før vi ser nærmere på sosiale medier. Videre går vi inn på utviklingen av treningsvaner blant unge i Norge, trening og motivasjon, samt temaet kropp.

2.1 Utvikling i mediebildet

Medieutviklingen og den moderne idrettens framvekst har gått parallelt (Goksøyr, 2010). Det startet på 1860-tallet. Mediene bestod av enveiskommunikasjon og en rekke ulike norske aviser ble etablert som et resultat av den tekniske revolusjonen (Bastiansen & Dahl, 2008). Mot slutten av 1800-tallet begynte idretten og mediene å virke sammen. Oppslag om idrett i avisene fikk lesertallene til å stige, og dersom avisene publiserte store idrettsarrangement fikk det folk til å trekke til tribunene. Disse sterke forbindelsene kalles det tidlige sport-medie-komplekset (Helland, 2003).

Radioutviklingen startet smått i USA og deler av Europa på 1920-tallet. Det ble opprettet private radioselskap i Norge i 1924-1925, før Norsk rikskringkasting (NRK) ble dannet i 1933. Ved etableringen av NRK fikk vi etter hvert riksdekkende kringkasting. Det skapte en ny form for nasjonal identitet, da radioen sendte direkte (Bastiansen & Dahl, 2008). Radioens inntog økte folks interesse for idrett. Radioen ga publikum følelse av tilstedeværelse og deltagelse (Goksøyr, 2010). På 1960-tallet kom fjernsynet og overtok radioens plass. Mediestructuren ble da svært forandret. Det medførte at på bare ti år vokste fjernsynet til å bli et av landets dominerende massemedium. I 1981 mistet NRK eneretten til å drive radio og fjernsyn. Denne oppløsningen førte til etablering av lokale foreninger og lokalnærradiostasjoner. I tillegg økte fjernsynstilbudet fra én kanal til rundt seks til ti kanaler i løpet av 1990-tallet (Bastiansen & Dahl, 2008).

Norge fikk den første elektroniske datamaskinen ferdigstilt i 1954. På denne tiden skjedde det en stadig utvikling av datamaskinene. I starten var de tenkt for institusjoner og store organisasjoner. I 1981 kom det som i dag kalles PC – den personlige computer, på markedet. Dermed kunne privatpersoner også eie sin egen PC. Med det økte salgstallene kraftig, noe som ga grunnlag for nye muligheter (Rossen & Dvergsdal, 2016). Tidligere var Internett under statlig finansiering og kontroll. I 1990 ble det satt i gang en privatiseringsprosess av nettverket hvor Internett ble tilgjengelig for alle. Dette førte til at bruken av Internett eskalerte betydelig i første halvdel av 1990-årene (Hjeltnes, 2010).

Etter årtusenskiftet endret sosiale medier seg fra å tilby kanaler kun med enveiskommunikasjon, til å bli et aktivt middel for toveiskommunikasjon (Castells, Fernández-Ardevol, Qiu, & Sey, 2007). På 2000-tallet foregikk kommunikasjonen via chatt og diskusjonsgrupper. Anonymitet var sentralt og internett ga voksne, barn og unge mulighet til å leve ut andre sider av personligheten sin (Aalen, 2013). Facebook ble stiftet i 2004 av psykologistudenten Mark Zuckerberg, men kom først til store deler av verden i 2006 (Enli & Aalen, 2017b). I løpet av kort tid gikk internett fra å være et sted for anonymitet, til å bli et sted med muligheter for oppmerksomhet og informasjon om seg selv lett tilgjengelig (Aalen, 2013).

Medielandskapet i dagens samfunn er mangfoldig og differensiert. Det er også den største og viktigste bidragsyteren for å formidle informasjon og nyheter både innenlands og utenriks (Helland, 2003). På mindre enn et tiår har det utviklet seg en ny infrastruktur for nettbasert

kommunikasjon. Overgangen har gått fra en deltakende kultur til en kommunikasjonskultur via nett. Videre fra en nettbasert kommunikasjonskultur til en sosialitet med forbindelse gjennom ulike plattformer (Castells et al., 2007). Det er ikke lenger de tradisjonelle mediene som eier infrastrukturen og kontrollerer hva som skal formidles av hvem. Samfunnet har over tid blitt et mer brukerstyrt samfunn (Krokan, 2011).

2.2 Sosiale medier

I løpet av rekordtid har sosiale medier gitt mennesker verden over nye måter å kommunisere og motta informasjon på (Brandtzæg, 2011). Norge er et av landene som har kommet lengst i bruken og utbredelsen av internett og sosiale medier på verdensbasis (Enjolras et al., 2013). Det finnes flere ulike kategorier av sosiale medier. Ifølge Kaplan og Haenlein (2010) kan de deles inn i seks undergrupper: blogger, samarbeidsprosjekter, innholdsfellesskap, virtuelle spillverdener, virtuelle sosiale verdener og sosiale nettverkssider.

Sosiale nettverkssider er applikasjoner hvor man kan lage personlige profiler venner og kjente kan få tilgang til. Her er det også muligheter til å kommunisere med hverandre. Profilene kan inneholde all type informasjon, som bilder, videoer og tekster (Kaplan & Haenlein, 2010).

Sosiale nettverkssider er svært populære. Spesielt er det den yngre generasjonen som er mest aktive og først tar i bruk de ulike tjenestene (Enjolras et al., 2013). Ferske tall viser at 90% av 16-24 åringer i Norge bruker sosiale medier daglig eller nesten daglig (Statistisk sentralbyrå, 2017). Eksempler på sosiale nettverkssider er Facebook, Instagram og Snapchat.

Majoriteten blant de unge voksne i alderen 18-29 år har en profil på Facebook, Instagram og Snapchat. Det er flere kvinner enn menn som har profiler (Ipsos, 2017). Med sosiale medier har det blitt skapt en kultur hvor de fleste publiserer, og innholdet man finner er i stor grad brukerskapt (Krokan, 2011). Hvem som helst kan dele det de ønsker på en sosial plattform, og som forbruker kan man oppsøke det som publiseres. I takt med smarttelefonenes inntog ser man en klar utvikling i visuell kommunikasjon de siste årene. Blant annet har det blitt svært vanlig å dele bilder i sosiale medier (Rettberg, 2014). Det støttes gjennom statistikken til Ipsos (2017) som viser at bruken av bildedelingstjenestene Instagram og Snapchat har vokst. Blant de under 39 år ser man en nedgang i bruk av Facebook.

I dag er det smarttelefoner eller andre plattformer, for eksempel nettbrett, som dominerer bruken blant unge (Andersen & Bakken, 2015). Ifølge Skårderud fungerer smarttelefonene som en forlenget del av kroppen. Mange blir stresset når de ikke har den lett tilgjengelig (Gregersen, 2014). Sosiale medier gir økt tilgang på nettverksressurser og stimulerer til engasjement, men tidsbruken kan gå på bekostning av annen aktivitet (Enjolras et al., 2013).

2.2.1 Sosiale medier og trening

På sosiale medier florerer det av bilder, videoer og tips om trening (Mogstad, 2017). Internett er en stor kilde til generell informasjon om kropp, kosthold, trening og helse. Mange nordmenn angir at de tar i bruk internett for å finne disse opplysningene (Wangberg, Andreassen, Kummervold, Wynn, & Sørensen, 2009). I tillegg fokuseres det mye på å reklamere om den sunne kroppen i mediene. Samt hvordan bli tynnere, mer muskuløs, sterkere, renere og friskere (Engelsrud, 2006).

Sosiale medier og treningstrender går ofte hånd i hånd. Søker man opp ”fitness” på Instagram vil man få over 131 000 000 treff. Det viser at sosiale medier har en stor påvirkningskraft på trening og treningsvaner blant folk. Utallige bloggere og treningsentusiaster legger daglig ut bilder av kroppene sine for å motivere andre til å komme i gang med treningen (Mogstad, 2017). Kun med hjelp fra smarttelefoner og sosiale medier ligger mye til rette for å konstruere den oppfattelsen man ønsker andre skal ha av en selv. En person som stadig oppdaterer treningsrutinene sine vil kunne ses på som en aktiv person av andre (Rettberg, 2014).

2.2.2 Sosiale medier og identitet

Giddens (1991) mener at identitet primært handler om hvem man er og hvem man vil være. Han er også tydelig på at det er en klar sammenheng mellom trening, kropp og identitet. Han mener at trening er noe som kan være med å skape selvbildet, og dermed også skape en slags kroppsbevissthet som omfatter trening og helse (Giddens, 1991).

I dag kan man eksperimentere med ulike identiteter. Mediene gjør det tydelig hvordan vi skal og bør opptre ovenfor hverandre (Hammarén & Johansson, 2010). Svært mange unge voksne bruker i dag sosiale medier til å presentere hvem de er. Det er en viktig kilde for å forme sin identitet (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009). Hvordan man velger å fremstille seg selv i sosiale medier, kan påvirke hvordan man oppfattes av andre. Det kan også ha en innvirkning

på hvordan man oppfatter seg selv. Årsaken til det er at vissheten over måten man uttrykker seg på er synlig for andre (Gonzales & Hancock, 2008).

2.3 Unge voksne og treningsvaner

Tall fra 2016 viser 12 178 idrettslag i Norge (Norges idrettsforbund, 2016). Disse har i lang tid stått sterkt i norsk sammenheng. Mange barn og unge er innom et idrettslag i en lengre eller kortere periode. De seneste årene har idrettslagene blitt utfordret av treningscentre (Seippel, Strandbu, & Sletten, 2011). En longitudinell undersøkelse ser på sammenhengen mellom treningsvaner i tenårene og tidlig voksen alder. Statistikk fra studien viser drastiske fall i antall som trener i idrettslag etter hvert som man blir eldre (Seippel et al., 2012).

Det er blitt en trend å trene på treningscentre og drive egentrening. Interessen for konkurranseidretten går ned, mens det skjer en oppgang av ikke-konkurranseidrett. Når det gjelder kjønnsforskjeller i treningsvaner ser man at det er noe flere menn enn kvinner som er aktive i idrettslag. Flere kvinner enn menn driver med egentrening (Seippel et al., 2012). Ellers er endring i treningsvaner fra idrettslag til egentrening og treningscentre en trend som er tilnærmet identisk for menn og kvinner. Videre i undersøkelsen ser man på om treningsbakgrunn fra idrettslag og treningscentre har betydning for trening eller ikke i senere alder. Resultatene viser en positiv effekt på trening senere i livet (Seippel et al., 2012).

En landsomfattende rapport fra Statistisk sentralbyrå gjort av Vaage (2015) viser at elever og studenter i Norge er et av de mest aktive gruppene i samfunnet. Denne gruppen skiller seg særlig ut i aktiviteter som blant annet jogging, styrketrening, aerobics og ulike former for idrett. I samme rapport ser man liten forskjell blant treningsnivå til kvinner og menn på fritiden. Rapporten viser også færre deltagere i flere aktiviteter når man går fra tenåring til voksen alder. Spesielt er det en kraftig nedgang i deltagelse blant jentene når det gjelder fotball og håndball (Vaage, 2015). Det støtter opp om funn gjort av Seippel et al. (2012) hvor flere kvinner enn menn driver egentrening.

Det er tydelig at interessen for trening på treningscentre har økt de siste årene, og at treningscentrene har fått mange i aktivitet (Moen, 2003). Steen-Johansen påstår at treningscentrene reklamerer for helse og sunnhet, men samtidig også er opptatt av kropp og utseende (Moen, 2003). Ettersom interessen for trening i studio har økt, kan man tro at

fokuset på utseendet har vokst i takt med dette. Dagens trend går ut på at både gutter og jenter skal trene styrke og ha muskuløse kropper. Fra å drive med fotball og ski går man over til treningsentrene hvor man kan løfte vekter og konsentrere seg om det ytre (Mogstad, 2017).

2.4 Trening og motivasjon

Motivasjon er en viktig faktor for all aktivitet. Man er avhengig av en form for motivasjon for å skape og opprettholde gode treningsvaner, uavhengig av prestasjonsnivå (Ryan & Deci, 2002). Høy innsats, utholdenhet, engasjement, vilje, tro og entusiasme er kjennetegn på at motivasjonen er til stede under aktivitet (Pensgård & Hollingen, 2006).

Motivasjons- og behovsteorier tar utgangspunkt i at det finnes to hovedformer for menneskelig behov. Den første omhandler de primære behovene for mat, vann, luft, varme og lignende. De sekundære behovene tar for seg det psykologiske og sosiale plan. Det kan være behov for samhold, prestasjon, forståelse og for å hevde seg (Gjerset & Major, 1992).

Det finnes indre og ytre motivasjonsfaktorer til hva som driver oss til å være i aktivitet. Indre motivasjon beskrives som tilfredshet, kompetanse og indre lyst til å fortsette med idretten. For eksempel kan idrett eller trening drives av eget ønske om å komme i bedre form (Ryan & Deci, 2002). Selve aktiviteten og de opplevelsene rundt er drivkraften til å fortsette med aktiviteten over tid (Gjerset & Major, 1992). Ytre motivasjon kjennetegnes ved handlinger som utføres for å oppnå en form for belønning eller berømmelse utenom aktiviteten. Et eksempel kan være at man trener for et bestemt utseende (Ryan & Deci, 2002). Man sikter mot å oppnå en belønning som i utgangspunktet ikke har så mye med selve aktiviteten å gjøre (Gjerset & Major, 1992).

2.5 Kropp

Livet vårt leves gjennom kroppen, og vi som mennesker både er og har en kropp. Den er både individuell og relasjonell, de ulike kroppene påvirker hverandre og de blir preget av samfunnet (Engelsrud, 2006).

En av de utpregete teoriene om kropp er læren om et dualistisk menneskesyn, utviklet av René Descartes. Kjernen i hans teori handler om at mennesket er en kombinasjon av en kropp og en sjel, hvor kroppen er et objekt som kan oppfattes av sansene våre (Baker & Morris,

1995). Å anse kroppen som et objekt gjør at den kan formes etter de normer og idealer man ønsker ved hjelp av et moderne kosthold, trening og teknologi (Loland, u.å). Kropp er et aktuelt tema i samfunnet. Den såkalte ”idealkroppen” er et kjent fenomen. Å ha en idealkropp blir sett på som en sosial markør for lykke, status og makt. Store deler av fokuset på kropp i dag handler om hvordan den skal og bør se ut (Engelsrud, 2006).

Filosofen Maurice Merleau-Pontys omtales ofte som ”kroppens filosof”. I dag er hans teori om kropp fremtredende. Merleau-Ponty går bort fra det dualistiske menneskesynet. Han fokuserer på at vi er vår kropp og det er med kroppen vi oppfatter verden. Kropp og sjel er en helhet. *Den levde kroppen* er et sentralt begrep, hvor begrepet *levd* handler om at livet leves i og uttrykkes gjennom kroppen. Erfaringer i livet skjer med hele kroppen, og kroppen blir et resultat av de erfaringene man gjør seg i livet (Engelsrud, 2006).

2.5.1 Kroppsbilde

Kroppsbilde kan betegnes som en persons bilde eller oppfattelse av kroppen. Kroppsbilde er sosialt påvirkbart og kan derfor være foranderlig. Både emosjonelle, kognitive og sanselige erfaringer påvirker en persons mentale forestilling om kroppen. I dagens høymodernitet lever man i et kroppssentrert samfunn hvor mye ligger til rette for å utvikle et negativt kroppsbilde og selvoppfatning (Duesund, 1995). Kvalem hevder at for enkelte er kroppsbildet en sentral faktor for selvbildet, mens for andre er den mer perifer (Jacobsen, 2016).

Kroppen vår forteller noe om vår identitet og sosiale tilhørighet. Et veltrent og slankt utseende kan virke som et symbol på en sunn livsstil. Det viser at man har kontroll og tar ansvar for egen kropp (Loland, u.å). Det finnes en sterkt kjønnert tendens når det gjelder negativt kroppsbilde. Kvinner er mer kritiske til seg selv enn menn, uansett alderstrinn. En årsak kan være at kroppsidealet for kvinner ligger lengre unna en gjennomsnittlig kvinnekropp, enn hva som er tilfellet for menn. Mange kvinner opplever derfor større misnøye med eget utseende. Menn har ofte et mer realistisk syn på kroppen sin (Jacobsen, 2016).

Selv om uoppnåelige kroppsidealer dominerer mediebildet og mange har et negativt kroppsbilde, finnes det også de som er tilfreds. Likevel er det ikke uvanlig at de med et positivt kroppsbilde også opplever misnøye med seg selv. Forskjellen er at det er de positive aspektene med kroppen som dominerer. Personer med et slikt syn har større respekt for kroppen sin og godtar i større grad hvordan den ser ut. Mange er også svært kritiske mot

dagens kroppsideal og mediens vinkling på kropp (Frisén & Holmqvist, 2010; Holmqvist & Frisé, 2012). Har man en positiv oppfattelse av seg selv, vil man automatisk ha det bedre fysisk og psykisk. Å skulle se slank ut eller oppfylle andre spesifikke krav mister betydning (Gummesson, 2011).

2.5.2 Kroppen i samfunnet

Det finnes nære forbindelser mellom et individs kroppsilde og hvilket kroppssyn en kultur har. For eksempel er det en sammenheng mellom økende fokus på idealkroppen i mediene og økt misnøye med egen kropp (Loland, u.å). En ser stadig vekk oppslag i mediene om hvor misfornøyde folk er med seg selv, spesielt jenter og kvinner (Engelsrud, 2006). Man er ikke i stand til å unngå å la seg påvirke til enhver tid, uansett hvor kritisk syn man har. Mediene og sosiale medier vil ha en innflytelse på hvordan man ser på kroppen sin (Martin, 2007). I et intervju forteller Skårderud at Instagram er med på å uniformere kroppen. Før handlet det om å være tynn. Nå skal man være tynn, sunn og ha synlige muskler (Gregersen, 2014).

I nyere tider har kroppen blitt en del av den teknologiske utviklingen. Det finnes flere alternativer og valgmuligheter for å konstruere og rekonstruere kroppen, hvilket gjør at man må stille spørsmål om hva kropp egentlig er. Det kan være vanskelig å betrakte kroppen som noe "gitt" og en del av naturen i dagens høymodernitet (Shilling, 2003). Det er ikke et nytt fenomen at kroppen betraktes som noe som kan modifieres og endres. Det nye er at endring av kroppen er mulig for langt flere enn tidligere. I mediene regjerer budskapet om at ingen trenger å leve med en kropp de ikke liker, da det meste kan forandres (Engelsrud, 2006).

Kapittel 3: Metode

Metoden har til hensikt å hjelpe oss å samle inn og tolke data for å skaffe ny kunnskap om temaene som forskes på. Det finnes to hovedformer for metode – kvalitativ og kvantitativ, som på hver sine måter gir en bedre oppfatning av samfunnet vi lever i (Dalland, 2017).

Vi har valgt kvalitativ metode med fenomenologisk og hermeneutisk tilnærming, samt bruk av semistrukturerte intervjuer for å besvare problemstillingen vår. Våre informanter er idrettsstudenter ved en høyskole på Vestlandet. Hvert intervju ble holdt individuelt med hensyn til deltakerne og deres utlevering av informasjon som holdes anonymisert.

3.1 Kvalitativ forskning

Ved kvalitativ forskning fanger man opp meninger og opplevelser som ikke lar seg tallfeste eller måle (Dalland, 2017). En kvalitativ tilnærming til forskningsspørsmålet handler om å utvikle forståelse av verden sett fra informantenes side (Kvale & Brinkmann, 2015). Som forsker inntar man en fortolkende rolle og finner betydningen i det som blir sagt. Det er et vesentlig trekk ved kvalitativ oppgaveskriving (Postholm, 2010).

Vi benytter denne metode fordi vi ønsker å få en dypere innsikt i informantenes opplevelser, følelser og holdninger til trening, kropp og sosiale medier. Siden dette er svært dagsaktuelle temaer, vil semistrukturerte forskningsintervjuer kunne gi oss nyttig informasjon fordi informanten er i fokus.

3.1.1 Fenomenologisk tilnærming

Fenomenologi omfatter menneskers livsverden. Fenomenologiske studier handler om å forstå et fenomen ut fra deres egne perspektiver og beskrive verden gjennom informantenes subjektive opplevelser (Kvale & Brinkmann, 2015). Tilnærmingen er utviklet med utgangspunkt i psykologi og filosofi (Postholm, 2010). I psykologisk fenomenologi er det individet som står i fokus. Her tar man utgangspunkt i enkeltmenneskets opplevelse av et fenomen, og samtidig prøver å finne ut hvordan det samme fenomenet oppfattes av flere enkeltindivider (Creswell, 1998, hentet fra: Postholm, 2010).

Intervju er vanligvis den eneste strategien ved fenomenologiske studier. Et viktig krav til informantene er at de har opplevd erfaringer rundt teamet forskningen fokuserer på (Postholm, 2010). Ved å ta i bruk fenomenologisk tilnærming i vår studie vil vi kunne se om det finnes en sammenheng mellom sosiale medier og informantenes treningsvaner, og hva som eventuelt skaper denne sammenhengen. Vi vil også finne ut om det er forskjeller i opplevelser rundt fenomenene.

3.1.2 Hermeneutikk

Hermeneutikk betyr *”læren om tolkning”*. Ved denne tilnærmingen fokuseres det på et dypere meningsinnhold enn det som umiddelbart oppfattes (Dalen, 2011). Observerte fakta gir ikke alltid korrekte uttrykk for fenomenet som forskes på, noe som kan gi et utilstrekkelig

kunnskapsgrunnlag. En fortolkningsprosess kan derfor være nødvendig for å oppnå en helhetlig forståelse (Befring, 2007).

Informantenes utsagn utgjør vårt datamateriale som skal tolkes og forstås (Dalen, 2011). Ved å følge hermeneutikken vil vi gå dypere i det som blir direkte uttalt under intervjuene. Vi vil også sette oss inn i det som umiddelbart ikke er synlig i den transkriberte teksten (Kvale, 1997). Det som blir sagt må settes inn i en kontekst, og hvert utsagn må forstås med tanke på helheten (Dalen, 2011).

3.2 Intervju og intervjuform

Kvale & Brinkmann (2015, s. 18) sier at *”hvis du vil vite hvordan folk oppfatter verden og livet sitt, hvorfor ikke spørre dem?”*. Samtaler har alltid vært en sentral del i menneskers liv. Gjennom intervju vil man få innsikt i deler av en annen persons liv som kan være vanskelig å fange opp på andre måter (Postholm, 2010).

Intervjuformen i studien er valgt på bakgrunn av ønsket om å finne hvilke subjektive opplevelser informantene har rundt trening, kropp og sosiale medier. Derfor har vi benyttet semistrukturerte intervjuer hvor vi på forhånd har planlagt temaer og spørsmål som er relevante for problemstillingen (Dalen, 2011). Denne typen intervju brukes når man skal forstå temaer fra dagliglivet ut fra informantenes synspunkter (Kvale & Brinkmann, 2015). For å skape størst validitet i intervjuet, må man gi informantene muligheten til å uttrykke seg på en mest mulig fri og naturlig måte (Befring, 2007). Informanten skal kunne åpne seg opp og fortelle med egne ord om sine subjektive følelser og opplevelser. Vi som intervjuer kan stille oppfølgende spørsmål underveis for å sikre gode svar (Dalen, 2011).

For å ta vare på informasjonen og uttalelsene fra informantene har intervjuene i denne studien blitt tatt opp på bånd ved bruk av to mobiltelefoner. Disse opptakene ble videre lastet over i en datamappe på PC. Informantene ble informert om opptaket på forhånd, og det ble forklart hvordan lydfilene brukes videre til transkribering og sitatutvelgelse.

3.3 Tema ved intervjuguide

En intervjuguide skal fungere som en sjekklister for å sikre at relevante emner blir dekket i løpet av intervjuet (Postholm, 2010). Guiden skal også sørge for struktur på intervjuforløpet.

Den er viktig for å holde seg til relevante forskningstemaer, samt skape god dynamikk blant intervjuer og informant (Kvale & Brinkmann, 2015).

Vi valgte en semistrukturert intervjuguide utarbeidet etter retningslinjer for dybdeintervju. Et dybdeintervju kan formes på flere forskjellige måter, men hovedsakelig går det gjennom tre faser: oppvarming, refleksjon og avrunding (Tjora, 2010). Intervjuguiden starter med enkle og konkrete spørsmål som ikke krever mye refleksjon og som skaper en avslappet stemning. Videre kommer selve intervju spørsmålene. Disse danner essensen i intervjuet hvor vi gradvis stiller mer spesifikke spørsmål om informantenes holdninger til temaene som tas opp (Tjora, 2010). Vi utarbeidet mulige oppfølgingsspørsmål dersom det skulle bli et behov. Til slutt avrundes intervjuet hvor vi tar oss tid til en avsluttende samtale med informantene (Dalen, 2011). Her tar vi også opp hva som skjer videre i prosjektet og behandling av dataene fra intervjuet (Tjora, 2010).

Temaene vi dekket i intervjuguiden var treningsvaner før og nå, hvilke treningsformer de utfører, og deres forhold til sosiale medier, trening og kropp. Se *vedlegg 1* for intervjuguide.

3.4 Utvalg og deltakerkriterier

Intervjumaterialet skal gi tilstrekkelig grunnlag for tolkning og analyse. Derfor er valg av informanter et viktig ledd i kvalitativ intervjuforskning (Dalen, 2011). Vi tok kontakt med et par av de ansatte ved avdelingen for lærerutdanning og idrett for å komme i kontakt med klassene vi ønsket informanter fra. Derifra presenterte vi vårt prosjekt og oppfordret elevene til å ta kontakt med oss for å delta. Siden responsen var liten, tok vi direkte kontakt med aktuelle kandidater. Vårt ønske var å intervju to kvinner og to menn for å se om det finnes en forskjell mellom kjønnene.

Deltagerkriteriene for vår studie var at informantene var studenter ved et bachelorforløp i idrett ved en høyskole på Vestlandet. Det har ikke vært et alderskriterium blant vårt utvalg.

3.5 Transkripsjon

Ved transkripsjon av et intervju blir den fysiske samtalen mellom to mennesker overført til skriftlig form (Kvale & Brinkmann, 2015). Transkripsjonen gir struktur og oversikt over intervjuet slik at det blir mer hensiktsmessig å analysere. Når det muntlige språket skrives

ned, skjer det automatisk svekkelse av intervjusamtalen fordi kroppsspråk, stemmeleie, intonasjon og åndedrett til informanten går tapt. Det gjør det utfordrende å skrive ned et intervju med like god kvalitet som i et opptak (Kvale & Brinkmann, 2015).

Lydopptakene fra intervjuene ble benyttet i etterkant til å lytte samtidig som vi ordrett skrev ned det som ble sagt. Videre bearbeidet vi teksten. Det muntlige språket ble gjort om til skriftspråk for å gi flyt til teksten og unngå gjenkjennbart materiale. Spesielt vanskelig var det å skulle transkribere utfyllingslyder og lengre pauser. Under hvert intervju ble ikke-verbal adferd som mimikk, toneleie og kroppsspråk notert. På den måten ble så mye som mulig av intervjuet registrert (Dalland, 2017).

3.6 Analyse og tolkning av data

Etter at all data var samlet inn og transkribert, ble intervjuene skrevet ut og lest igjennom i fellesskap. Gjennom en intersubjektiv enighet ved utvelgelse av sitater har det blitt sørget for en felles tolkning og refleksjon over informasjonen fra informantene (Kvale & Brinkmann, 2015). Med markeringspenn ble aktuelle svar markert. Svarene satte vi opp under temaene trening, kropp og sosiale medier. Dette er temaer som ble belyst under intervjuene og er aktuelle i vår forskning. Vi benyttet skriveprogram på PC for å klippe og lime inn utsagnene under kategoriene. Det ga god oversikt over relevant materiale (Dalland, 2017). Det ble også lettere å sammenligne de fire intervjuene, samt å finne likheter og ulikheter.

Analyse brukes for å finne ut hva intervjuene forteller, mens man i tolkningen søker etter meningen med det som har blitt sagt (Dalland, 2017). I denne delen fant vi ut om svarene fra informantene stod i samsvar med hverandre og om de ga svar på problemstillingen. Ved å sette datamaterialet opp mot relevant teori og annen forskning, fikk vi styrket eller avkreftet våre tolkninger (Dalland, 2017).

3.7 Validitet og reliabilitet

For at metoden skal gi troverdig kunnskap er validitet og reliabilitet viktig å ta hensyn til. Validitet defineres som en uttalelss sannhet og styrke. Det handler om hvor relevant metodevalget er for det som skal undersøkes (Kvale & Brinkmann, 2015).

Vi har samlet inn data fra informanter hvor sosiale medier og trening er sentrale elementer i deres hverdag. Det vil styrke validiteten da deres svar trolig vil ha høy ærlighet og kan gi oss en dypere forståelse av forskningsspørsmålet (Kvale & Brinkmann, 2015). Spørsmålene i intervjuguiden ble testet i pilotintervjuer. Her fant vi ut hva som fungerte godt og hva som måtte bearbeides. På den måten fikk vi utviklet spørsmål som ga informantene mulighet til å gi innholdsrike og fyldige svar (Dalen, 2011). Siden spørsmålene ikke har svaralternativer, vil det spesifikke og unike ved deres forståelse komme tydeligere frem (Jacobsen, 2005).

Reliabilitet handler om troverdigheten i forskningsresultatet. Er reliabiliteten stor skal en annen forsker kunne utføre samme prosjekt og komme frem til et tilnærmet likt resultat (Kvale & Brinkmann, 2015). I all type samfunnsforskning vil forskeren på en eller annen måte være engasjert i temaet som forskes på. Vi som forskere har holdt oss så nøytrale og objektive som mulig for å ikke påvirke informantenes holdninger til emnene (Tjora, 2010). Ved å stille åpne spørsmål har informantene fått mulighet til å snakke fritt, og vi har unngått å lede samtalen i en bestemt retning (Kvale & Brinkmann, 2015).

Vi var tilstede og snakket med informantene ansikt til ansikt under hvert intervju. Det vil øke reliabiliteten ettersom vi da kan tolke kroppsspråk, tonefall og sikre at vi forstår hverandre (Dalland, 2017). Siden vi begge er på alder med informantene og deler samme interesser som de, kan det mulig ha gjort det lettere å prate åpent og gi pålitelige svar. Ved transkripsjonen omdannes muntlig tale til skriftlig tekst, noe som kan gi rom for feilkilder. Ved å bruke lydopptak fra to mobiltelefoner, som på forhånd var utprøvd, sikret vi god lyd og høy kvalitet på opptakene (Dalen, 2011). Samme person intervjuet og transkriberte. I tillegg lyttet vi gjennom opptakene samtidig som vi leste gjennom de ferdige transkripsjonene. Slik sikret vi at detaljene var med (Dalen, 2011).

3.8 Etikk

Samfunnet stiller krav til at alt av vitenskapelig arbeid skal reguleres av overordnede etiske prinsipper som er nedfelt i lover og retningslinjer (Dalen, 2011). For å skjerme våre informanter og forholde oss til etiske normer og regler, følges de generelle forskningsprinsippene utarbeidet av De nasjonale forskningsetiske komiteene (2014).

Under intervjuene har det blitt tatt i bruk båndopptak. I tillegg lå det en viss mulighet for at

informantene kunne komme til å fortelle sensitive opplysninger om helseforhold eller andre private opplysninger. Derfor ble det søkt om godkjenning til personvernombudet for Norsk senter for forskningsdata (NSD). Prosjektet ble godkjent den 6.11.17, ref. 56107/3/HJT (vedlegg, 3).

For å ivareta informantene, veileder og høgskolen vil all sensitiv informasjon bli bevart konfidensielt og utilgjengelig for utenforstående. Det er viktig å presisere at vi vil opptre etisk korrekt under hele prosjektet, samt at vi ikke stiller direkte spørsmål knyttet til informantenes helse. Informantene har signert sitt samtykke i skjemaet ”*Forespørsel om deltagelse i forskningsprosjekt*” (vedlegg, 2). Her kommer det tydelig frem at informantene vil bli anonymiserte og ikke-gjenkjennelige i oppgaven. Alt datamateriale slettes ved prosjektslutt.

Kapittel 4: Resultat og diskusjon

Vi har tolket intervjuene og de utvalgte sitatene med et objektivt syn. Vi har analysert dette ut fra vår bakgrunnskunnskap og erfaring, samt forankret dette i teori. Studien består av to kvinnelige informanter som begge er 24 år og to mannlige informanter som er 23 år. Derfor har vi delt de inn i kvinne 1, kvinne 2, mann 1 og mann 2.

Vi ønsker å finne ut hvordan sosiale medier påvirker treningsvaner blant idrettsstudenter ved en høgskole på Vestlandet, samt om det finnes en forskjell mellom kjønnene.

4.1 Trening

4.1.1 Hvorfor trener du?

Idrett og fysisk aktivitet antas å ha en positiv verdi fordi det skaper glede, utvikler sosiale relasjoner og gir bedre fysisk og mental helse (Seippel et al., 2012). Motivasjon er viktig for å skape og opprettholde gode treningsvaner, uavhengig av prestasjonsnivå (Ryan & Deci, 2002). Vi spurte informantene om hvorfor de trener. *Mann 1* svarte følgende:

”Jeg trener fordi jeg synes det er gøy. Jeg synes det er gøy å gjøre ting med andre, oppleve mestring og være ute samtidig (...) Jeg trener styrke for å holde god form for å kunne holde på ute (...) Jeg danner et grunnlag inne og for å holde meg skadefri”.

Mann 1, 23 år

Informantens utsagn forteller oss at han i hovedsak trener for sin egen del. Trening gir han mestring og glede. Styrketrening gjør han i stand til å kunne yte best mulig på andre arenaer. De aktivitetene han utfører drives av en indre lyst og fordi han selv ønsker å være i god form. Det er faktorer som omhandler indre motivasjon (Ryan & Deci, 2002). Å drive aktivitet sammen med andre er noe informantene verdsetter og gjerne oppsøker. Samhold er et av sekundærbehovene for oss mennesker (Gjerset & Major, 1992). To av de andre informantene presiserer følgende:

”Det er hovedsakelig for å holde meg sunn og frisk. Kanskje nå, men mest for senere, egentlig. Jeg trener ikke direkte for å se fit ut. Hadde jeg ville se bedre ut, hadde jeg trent mer styrke. Jeg vil trene utholdenhet fordi det mestrer jeg og jeg synes er gøy (...) Jeg trener for å få bedre livskvalitet senere”.

Kvinne 2, 24 år

”Det er en kombinasjon av å holde meg i form og holde meg skadefri, også er det jo for å se bra ut da. I tillegg trener jeg for å kunne henge med på fotballen”.

Mann 2, 23 år

Den indre motivasjonene for å trene og være i aktivitet går igjen hos informantene våre. De trener for sin egen del og for helsegevinsten treningen gir dem (Ryan & Deci, 2002). Det er selve aktiviteten og opplevelsene rundt som driver de til å fortsette med aktiviteten (Gjerset & Major, 1992). Det samsvarer med funn fra studien til Karlsen og Kolvig (2014), hvor det i stor grad er indre motivasjon og helsefordelene som får studentene til å trene.

Mann 2 forteller at han i tillegg trener for å se bra ut. Han drives både av indre og ytre motivasjon. Han er opptatt av å holde seg i form og holde seg skadefri, men trener også for utseende (Ryan & Deci, 2002). Det kan tyde på at informantene søker en bekreftelse fra andre og ønsker å leve opp til samfunnets krav på hvordan man skal og bør se ut (Loland, u.å). Likevel virker ikke det som hovedmotivet for treningen hans. Den ytre motivasjonen fungerer som en ekstra drivkraft.

4.1.2 Treningsvaner før og nå

Mange norske barn er inntil et eller flere idrettslag i løpet av oppveksten (Seippel et al., 2011). I dag ser man at trening i idrettslag avtar med alderen. Antallet som trener i idrettslag etter hvert som man blir eldre faller drastisk (Seippel et al., 2012).

”Når jeg var yngre drev jeg med fotball og kampsport (...) Jeg sluttet fordi jeg ble lei, og hadde lyst til å gjøre andre ting (...) Jeg synes ikke det er så viktig med konkurranse lengre. Jeg er ikke så glad i det organiserte...vil bare gjøre min egen greie”.

Mann 1, 23 år

Mann 1 fremhever at han var aktiv i idrettslag da han var yngre, men at andre interesser tok over med årene. Når man blir eldre skjer det en nedgang av interesse for konkurranseidrett og økt interesse for andre aktiviteter (Seippel et al., 2012). Informanten forteller videre at han driver med styrketrening og ulike uteaktiviteter som klatring, padling, ski og sykkel. Aktivitetene han nå bedriver byr på mer tilfeldighet og variasjon. Han kan gjøre det han selv ønsker, uten å måtte forholde seg til rammer og regler. Det kan virke som at dette opprettholder et regelmessig aktivitetsnivå over tid uten at informanten går lei.

At *mann 1* er aktiv i dag kan ha sammenheng med aktiv deltagelse i idrettslag da han var yngre. Treningsbakgrunn fra idrettslag og treningscenter kan ha betydning for treningsvanene i senere alder (Seippel et al., 2012). De tre andre informantene våre forteller også at de har vært og er medlem av idrettslag:

”Jeg har vært aktiv med håndball tidligere da jeg bodde hjemme (...) Jeg sluttet fordi jeg røk korsbåndet, ellers tror jeg at jeg fortsatt hadde spilt. Det var noe jeg virkelig likte (...) Nå klatrer jeg litt, løper og trener litt styrke. Jeg prøver å trene ca. 4-5 ganger i uken”.

Kvinne 1, 24 år

”Jeg er ikke medlem, men jeg har spilt håndball og fotball før. Da var jeg medlem av to idrettslag (...) Nå trener jeg mye på treningscenter, hovedsakelig utholdenhet. Litt styrke i ny og ne for å vedlikeholde. Jeg prøver å få til 4-5 økter i uken”.

Kvinne 2, 24 år

”Jeg har spilt fotball hele livet. Jeg spiller fotball tre ganger i uken og trener i studio tre ganger i uken”.

Mann 2, 23 år

Begge kvinnene har tidligere vært medlem av idrettslag, men nå trener de på egenhånd. Nedgang i deltagelse blant jenter er stor i organisert idrett når det gjelder fotball og håndball etter hvert som man blir eldre (Vaage, 2015). *Kvinne 1* sluttet med håndball på grunn av skade, men hadde mest sannsynlig fortsatt spilt hvis skaden ikke var tilfellet. Den andre kvinnen utgir ikke årsaken til hvorfor hun sluttet med fotball og håndball. Ettersom hun nå trener på treningssenter ser man at interessene har endret seg.

Mann 2 spiller fortsatt fotball, noe som støtter opp om kjønnsforskjellene i treningsvaner hvor noe flere menn enn kvinner er aktive i idrettslag (Seippel et al., 2012). Han trener også i treningsstudio utenom fotballen. Trenden med å gå fra idrettslag til egentrening og treningssentre er aktuell for de fire informantene våre (Seippel et al., 2012). I de siste årene har man sett en tydelig økning i andelen som driver styrketrening fra 16 år og eldre (Statistisk sentralbyrå, 2016a). En av informantene forteller at treningsvanene har endret seg etter at hun begynte å studere idrett:

”Jeg visste ikke at jeg var så interessert i idrett før jeg begynte her. Da fikk jeg veldig aktivitetsglede. Fra å ta et årsstudium i idrett gikk jeg videre på en bachelorgrad for å få mer kunnskap”.

Kvinne 2, 24 år

Kvinne 2 har vært aktiv med idrett tidligere i livet. Det kan se ut som hun har funnet tilbake til gleden med idrett og trening det siste året. Hun forteller at interessen har vokst etter at hun flyttet til nåværende studiested. Det virker som omgivelsene, studiet og menneskene hun omgir seg rundt har hatt en påvirkningskraft på henne (Lai, 2011). Aktivitetsgleden hun nevner bygger på indre motivasjonen som driver informanten til å være i aktivitet. Interessen for idrett og trening er noe informantene våre har til felles. Elever og studenter i Norge er et av de mest aktive gruppene i samfunnet (Vaage, 2015). De fire har vært medlem av idrettslag tidligere og har valgt en studieretning innen idrett. Det kan være en eventuell årsak til det

høye aktivitetsnivået de fremhever at de har. Vi ser liten forskjell i treningsnivå blant kjønnene (Vaage, 2015).

4.1.3 Forhold til trening før og nå

Med årene har det blitt en trend å trene på treningssentre og drive aktivitet på egenhånd (Seippel et al., 2012). Økt interesse for trening på treningssentre kan ha en sammenheng med økt fokus på utseende (Mogstad, 2017). Vi spurte informantene om deres forhold til trening har forandret seg de siste 10 årene:

”Jeg vil si at før så handlet trening om å være i aktivitet og ha det gøy. Da var det ikke det samme kroppspresset og alt handlet ikke om å få muskler (...) Med årene har det blitt mer vanlig å trene styrke og at man skal se bra ut”.

Mann 2, 23 år

Selv om *mann 2* hovedsakelig trener for sin egen skyld, kan det se ut til at trening på treningssenter gir økt fokus på kropp (Mogstad, 2017). Knyttet opp mot det informanten forteller i kapittel 4.1.1, hvor han også trener for utseendet sin del, kan vi se fellestrekk. Vi oppfatter det som at i et idrettslag ligger hovedfokuset på gruppen og ikke på enkeltindividet. Her handler det om samhold og å gjøre hverandre gode. På et treningssenter er det mer vanlig at medlemmer trener individuelt. Det gjør en mer utsatt for å sammenligne seg med andre. I tillegg har man ofte speil rundt seg, slik at man hele tiden blir oppmerksom på seg selv (Moen, 2003). Når vi spurte informanten hva årsakene til denne endringen kan skyldes, svarte han følgende:

”Jeg tror det skyldes både kroppspress og prestasjonspress. Man skal være god i det meste. I tillegg tror jeg det har noe med sosiale medier å gjøre. Jo bedre trent du er, jo flere følgere får du”.

Mann 2, 23 år

Økt fokus på kropp er ifølge informanten en årsak til at det har blitt mer vanlig å trene styrke. Treningstrender er noe som kommer og går. Man ser at sosiale medier har en påvirkning på hvilke trender som gjelder i samfunnet. Dagens trend går ut på at både gutter og jenter skal trene styrke og ha muskuløse kropper (Mogstad, 2017). Ut fra det informanten forteller er det

grunn til å tro at han har blitt påvirket av denne trenden. En annen informant uttrykker følgende om samme tema:

”Jeg har blitt mer bevisst på treningen (...) Jeg vil løpe litt, litt styrke og ha litt variasjon i treningen, ikke bare spille håndball (...) Før tror jeg at jeg trente mer sånn andre gjorde. Jeg bare fulgte strømmen, selv om jeg nødvendigvis ikke syntes det var så gøy”.

Kvinne 1, 24 år

Denne informanten har også sluttet i den organiserte idretten og trener mer på egenhånd. Det ser ut til at hun også ønsker mer tilfeldighet i treningen, i likhet med det *mann 1* forteller i kapittel 4.1.2. Tidligere trente *kvinne 1* hovedsakelig som andre gjorde. Det tolker vi som at hun nå trener for egne premisser og ikke like lett lar seg påvirke av andre. Likevel ser vi at hun også til en viss grad har hengt seg på treningscenter-trenden. *Kvinne 1* har endret treningsvanene sine i større grad ut fra eget ønske om variasjon, mens det ser ut til at *mann 2* har blitt mer påvirket av ytre faktorer.

4.2 Kropp

4.2.1 Forhold til egen kropp

Stadig ser man oppslag i mediene om hvor misfornøyde folk er med egen kropp (Engelsrud, 2006). En av informantene forteller at det ikke alltid er lett å ha et positivt forhold til kroppen:

”Noen ganger er det litt sånn at jeg bare må godta ting som de er, mens andre ganger er jeg ikke fornøyd. Jeg har lært meg å leve med at sånn er jeg (...) Før så følte jeg mer på presset, men har gradvis klart å slippe den følelsen etter hvert”.

Kvinne 1, 24

Kvinnen forteller at hun har opplevd kroppspress tidligere i livet. Vi forstår det som at hun lettere lot seg påvirke da hun var yngre. Det kan sammenlignes med hva som ble fortalt i kapittel 4.1.3, hvor hun tidligere trente slik andre gjorde. Med årene har hun klart å ta avstand fra det negative presset som hadde en innvirkning på henne. Funn fra Karikoski (2014) viser at anstrengt forhold til trening og kost avtar med alderen, noe som kan ses i sammenheng med det informanten uttrykker. *Kvinne 1* har blitt tryggere på kroppen sin med årene og godtar den

hun er. Kroppen blir et resultat av de erfaringene man gjør seg i livet (Engelsrud, 2006). Det hender hun fortsatt kan tenke negativt om seg selv, men det er ikke uvanlig at spesielt jenter og kvinner er misfornøyde med egen kropp (Engelsrud, 2006).

Vi analyserer informantens utsagn som at hun har et sunt forhold til seg selv. Hun lar ikke lengre de ytre faktorene styre hvordan hun ser på seg selv og sin kropp. De negative tankene som dukker opp klarer informanten å bearbeide for å unngå at de overstyrer de gode holdningene hennes knyttet til kroppen. Hun godtar kompleksene sine. Det kan jamføres med studien til Friséen og Holmqvist (2010). Deres informanter er yngre enn våre, men det kan likevel trekkes linjer mellom dem. Informanten under gir også uttrykk for å ha et sunt forhold til kroppen, men blir aldri helt fornøyd:

”Jeg føler jeg har et sunt syn på min egen kropp, men alle har sine skavanker. Man blir aldri helt fornøyd...eller i hvert fall blir aldri jeg det. Jeg har flere venninner som sliter (...) Blant dem så ser jeg ikke på meg selv som den verste. Jeg føler jeg har et ok syn på min egen kropp”.

Kvinne 2, 24 år

Kvinne 2 nevner at hun også kan oppleve misnøye med seg selv, selv om hun i utgangspunktet gir uttrykk for et sunt kroppsbilde (Friséen & Holmqvist, 2010). Hun slår fast at ”alle” har sine skavanker. En årsak kan være at man i dag lever i et kroppssentrert samfunn hvor mye ligger til rette for å utvikle et negativt kroppsbilde og selvoppfatning (Duesund, 1995). Hun nevner også at hun har flere venninner som sliter. Det støtter opp om hva Engelsrud (2006) forteller om jenter og kvinners misnøye rundt kroppene sine.

Kroppsbildet kan være en sentral faktor for selvbildet (Jacobsen, 2016). *Kvinne 2* ser ikke på seg selv som den med dårligst kroppsbilde. Siden hun er idrettsstudent er det mulig å anta at hun sitter med mer erfaring og kunnskap innenfor trening og kropp, kontra andre studenter. Gjennom denne kunnskapen kan hun ha fått et annet perspektiv på disse temaene. Hun vet trolig mer om hvordan kroppen er sammensatt og hva som må til for at den skal fungere optimalt. Vi tenker det kan være en årsak til at hun er mer komfortabel i egen kropp. Det kan knyttes opp mot det hun forteller i kapittel 4.1.2, hvor informanten presiserer at hun valgte å gå videre med på en bachelorgrad i idrett for å få mer kunnskap. Funnet kan ses i sammenheng med studien til Andreassen (2015). Her så man at informantene med mest

erfaring innen styrketrening var tryggest på kroppen sin. Da vi spurte en av de mannlige informantene om hans forhold til kropp, svarte han følgende:

”Jeg har aldri hatt noe problem med overvekt eller noe sånn. Jeg har alltid vært ganske fornøyd. Det viktigste for meg er at jeg er i god form og klarer å være med å trene”.

Mann 2, 23 år

Informanten uttrykker god selvtilitt og trygghet til egen kropp. Menn har ofte et mer realistisk syn på kroppen sin, noe som kan gjøre de mer avslappet til seg selv (Jacobsen, 2016). Informanten nevner at han aldri har hatt problemer med overvekt. Det kan ha en sammenheng med at han er fornøyd. Dersom tilfellet var annerledes kan det være at han hadde tenkt mer negativt om kroppen sin.

”Før var det viktigere å se sterk ut. Utseende-delen spilte en større rolle. Nå vil jeg egentlig bare ha en kropp som fungerer bra, fordi jeg synes det er morsomt å holde på med aktiviteter. Utseendet er på en måte en del av det, men det er ikke viktig for meg å trene styrke for å bli stor og sterk”.

Mann 1, 23 år

Mann 1 mener at utseendet spilte en større rolle for han før, enn hva det gjør i dag. Dette er motstridende til det *mann 2* gir uttrykk for tidligere i analysen, hvor fokuset på kropp har økt med årene for hans del. Likevel virker de begge tilfreds med eget utseendet. Det viktigste for dem er å ha en funksjonell kropp slik at de kan delta i aktiviteter som gir dem glede (Frisén & Holmqvist, 2010).

Ut ifra de fire utsagnene forstår vi informantene som at utseendet har en viss påvirkning på kroppsbildene deres. De er opptatt av utseendet, men har ulike oppfattelser av seg selv. Kvinnene er tydelig mer kritiske. En årsak kan være at kvinners kroppsideale ligger lengre unna den gjennomsnittlige kvinnekroppen, noe som kan skape komplekser (Jacobsen, 2016). *Mann 2* har alltid vært ganske fornøyd med kroppen sin. Totalt sett ser det ut til at de har en positiv oppfattelse av seg selv. Det vil automatisk gi bedre fysisk og psykisk helse. Krav samfunnet stiller om hva som er riktig utseende, ser ut til å være av liten betydning for informantene (Gummesson, 2011).

4.2.2 Kroppen i samfunnet

Engelsrud (2006) skriver at kropp er et aktuelt tema i samfunnet, hvor store deler av fokuset på kropp handler om hvordan den skal og bør se ut.

”Nå skal du enten være kjempetynn eller ha kjempemasse muskler (...) Uansett hvor man ser så ser man bare bilder av de flotte, fine og sterke. Det er jo ikke bra sånn sett, for det er jo bare en liten del av befolkningen som ser sånn ut (...) Jeg synes det er bra at det har gått fra å skulle være radmager til å se sterk ut, men det endrer seg jo stadig”.

Kvinne 1, 24 år

Fra vårt ståsted ser det ut som informanten er klar over det store fokuset på kropp og utseendet i dag, og at det handler om å se ut på en bestemt måte (Jacobsen, 2016). De såkalte *”idealkroppene”* viser et bilde på hvordan man burde se ut og fungerer som en sosial markør for velstand (Engelsrud, 2006). Kroppsfokuset gir seg i uttrykk gjennom det visuelle i mediene. Informanten viser kritikk til dagens idealer og er bevisst på at det ikke er noe man bør leve etter (Holmqvist & Frisén, 2012).

Tidligere lå fokuset på å være tynn. Nå skal man helst være tynn, sunn og ha synlige muskler (Gregersen, 2014). Informanten ser på det som en positiv endring, men at fokuset på hvordan man skal se ut stadig er i forandring. Utsagnet kan forstås som at det stadig kommer nye kroppsidealer å strekke seg etter, slik at man aldri rekker å bli helt tilfreds med seg selv. Trender innen kropp og trening er stadig i forandring (Mogstad, 2017). Når man først klarer å nå idealet om å være tynn, skal man plutselig ha masse synlige muskler i tillegg. En annen informant viser også selvstendighet og tydelige holdninger med tanke på dagens kroppsfokus:

”Jeg synes på en måte at det å være trent og se opp til de som er det er en bra ting, men man må skjønne at alle er ulike og at man ikke må bli for opphengt i bare utseendet. Man må prøve å ha et sunt forhold til det”.

Mann 1, 23

Informanten fremhever at kroppsidealer å se opp til, kan ha en positiv effekt. Vi tolker det som at trente kropper kan gi inspirasjon og fremme sunne treningsvaner. Videre uttrykker informanten at man må være bevisst på at å strebe etter et visst ideal ikke er hensiktsmessig

siden vi er forskjellige. Man må forholde seg til sitt eget utgangspunkt og godta seg selv for den man er. En annen informant forteller om de to stedene hun har studert. Hun nevner at holdningene til kropp varierer betydelig ut fra bosted:

”Med tanke på de vennene jeg har fra det første stedet kontra de vennene jeg har her, så har man et mer avslappet forhold her (...) Her handler det mer om idrett og friluftsliv, mens der var det kun treningssentre (...) Det er sjeldent jeg går med mye sminke her, mens tidligere måtte jeg sminke meg nesten like mye som jeg bruker på byen nå”.

Kvinne 2, 24 år

Det finnes nære forbindelser mellom en persons kroppsbilde og hvilket kroppssyn en kultur har (Loland, u.å). Vi forstår informanten på den måten at hvor du bor har stor innflytelse på hvordan man oppfører seg og ser på sin egen kropp. Kroppen er individuell og relasjonell. De ulike kroppene påvirker hverandre og de blir preget av samfunnet de lever i (Engelsrud, 2006). Der informanten studerer nå ligger fokuset i stor grad på idrett og friluftsliv. Tidligere var det kun treningssentre. Det tolker vi som at idrett og friluftsliv kan skape en mer avslappet holdning til egen og andres kropp. I motsetning har treningssentrene et større fokus på utseende (Moen, 2003). Det kan kobles opp mot vår tolkning av idrettslag kontra treningssentre i kapittel 4.1.3, hvor man i idretten og friluftslivet fokuserer mer på tilstedeværelsen enn selvpresentasjon. Det virker som informanten trives bedre i et miljø hvor kroppsfokuset ikke er like utbredt.

4.2.3 Kropp og sosiale medier

Den teknologiske utviklingen som har foregått gjennom årene gir alternativer og muligheter til å konstruere og rekonstruere kroppen slik en ønsker. Derfor kan det i dag være vanskelig å anse kroppen som noe ”gitt” og en del av naturen (Shilling, 2003).

”Det var en jente som la ut et bilde fra en vinkel hvor hun så veldig bra ut, samt et bilde fra en vinkel hvor hun står normalt og hvor man ser hun er mer lik normalen. Det viser at hvilken vinkel bildet tas i, kan gi et helt feil syn på hva som egentlig er realiteten”.

Kvinne 2, 24 år

Informanten viser til et eksempel hun så via den sosiale tjenesten Instagram. Uttalelsen gir et tydelig bilde på at mye kan endres kun ved hjelp av en smarttelefon. Med riktig vinkel og lyssetting kan samme person fremstå på to helt forskjellige måter, noe som forteller at endring av kroppen er mulig for langt flere i dag (Engelsrud, 2006). Det kan være lett å la seg friste til å legge ut bilder av seg selv som ikke samsvarer med realiteten. Kroppen kan da sees på som et objekt som kan formes etter et moderne kosthold, trening og teknologi (Loland, u.å). Informanten under fokuserer på at hun ønsker andre skal synes hun ser fin og sprek ut når hun legger ut bilder:

”Sosiale medier påvirker på den måten at du fremstiller deg selv som en person du kanskje ikke er da. Jeg prøver å ikke gjøre det, men jeg legger jo ut bilder av meg selv der jeg vil at folk skal synes at jeg er fin og sprek”.

Kvinne 1, 24 år

Det er tydelig at det ligger mange tanker bak det som legges ut i sosiale medier. Selv om informanten ikke ønsker å la seg påvirke og ikke vil fremstå som en hun ikke er, er det noe som er vanskelig å unngå helt (Martin, 2007). Blant annet kan Instagram bidra til å uniformere kropper og gi folk et annet bilde på det som egentlig er realiteten (Gregersen, 2014).

”(...) nå har man tilgang til mye mer og til en større gruppe mennesker. Man er hele tiden på jakt etter det perfekte, man vil jo være den beste utgaven av seg selv (...) Via sosiale medier legger man ut det man tror andre vil like, for å bli likt selv”.

Kvinne 2, 24 år.

Vi tolker det som at informantene tror og tenker at bildene som legges ut har en innflytelse på andres oppfattelse av dem. Gjennom smarttelefoner og sosiale medier ligger mye til rette for å konstruere den oppfattelsen man ønsker andre skal ha av en selv (Rettberg, 2014). Vil man at andre skal oppfatte at man er en sunn og sprek person, legger man ut bilder som fremmer det inntrykket, som *kvinne 1* forteller (Rettberg, 2014). Det virker som at mye av det informantene legger ut i sosiale medier publiseres på bakgrunn av andres tanker og meninger. De er hele tiden ”på” for å signalisere den beste utgaven av seg selv, noe som kan kobles opp mot resultater fra studien til Seerup (2015). I likhet med våre informanter, bruker informantene fra denne studien Instagram til å vise sine beste sider. Funnene våre kan også

ses i sammenheng med studien til Kvello-Aune og Ødegård (2015), hvor jenter søker tilhørighet gjennom bildedeling. Vi spurte om de tror folks syn på kropp har endret seg etter at tilgangen til sosiale medier har økt:

”Ja, det tror jeg (...) Det er fordi det har blitt veldig lett tilgjengelig. Det er veldig mange som poster bilder av seg selv, mye lettkledd. Hvis man hele tiden får slike bilder opp, er det klart man tenker annerledes om kroppen sin etter hvert. Det kan være positivt i noen tilfeller, der det kan virke som motivasjon, men for andre kan det være ødeleggende”.

Mann 2, 23 år.

De fleste eier en smarttelefon i dag, noe som har økt den visuelle kommunikasjonen i sosiale medier. Å poste bilder er blitt en populær måte å uttrykke seg på (Rettberg, 2014). Informanten påstår at det jevnlig postes bilder i sosiale medier, spesielt av lettkleddede personer, noe som kan påvirke de som ser det. Daglig legger bloggere og treningsentusiaster ut bilder av kroppene sine for å motivere andre (Mogstad, 2017). Vi tolker det informanten forteller som at enkelte velger å la seg motivere og blir inspirert i en positiv retning, og at det kan påvirke til økt treningsmengde. For andre kan det ha en negativ innvirkning på egen selvfølelse ifølge informanten. En mulig årsak kan være at mange kropper som postes i sosiale medier kun er oppnåelige for en liten gruppe. Det gir ikke et realistisk bilde på hva som er normalen blant befolkningen (Kvalem, 2007). At sosiale medier har endret folks oppfattelse av kropp støttes opp av en annen informant:

”Nå får man innputt over alt, hver dag. Hver gang man går inn på telefonen ser man et bilde eller noe annet (...) Jeg tror sosiale medier kan bidra til å gi folk motivasjon, og faktisk få de opp av sofaen og være litt aktive”.

Kvinne 1, 24 år

Informanten forteller at sosiale medier kan fremme aktivitet blant folk. Det kan være en indikator på at folk blir mer bevisst på sin egen kropp når de ser andre kropper i sosiale medier. Å bli eksponert for slike bilder trenger nødvendigvis ikke bare føre til negative reaksjoner. Vi forstår informanten som at det kan virke motiverende og inspirerende å se bilder av andres veltrente kropper (Mogstad, 2017).

4.3 Sosiale medier

4.3.1 Forhold til sosiale medier

Hele 90% av 16-24 åringer i Norge i dag bruker sosiale medier daglig eller nesten daglig (Statistisk sentralbyrå, 2017). Sosiale nettverkssider er særlig populært blant de yngre. Det gjelder sider som Facebook, Instagram og Snapchat (Enjolras et al., 2013).

”Jeg er på Instagram og liker å legge ut bilder i ny og ne, men jeg er ikke den mest aktive. Har jeg noe fint jeg vil legge ut, så gjør jeg det”.

Kvinne 1, 24 år

”Jeg er mest på Instagram og Snapchat, Facebook innimellom. Jeg legger ut en del på Instagram i perioder (...) Jeg bruker det for å vise bilder, mest for de hjemme (...) Jeg er absolutt en av de som er aktive. Ikke bare med bilder, men også for å prate med folk over Facebook”.

Kvinne 2, 24 år

”Jeg bruker forskjellige sosiale plattformer, som Facebook, Instagram og Snapchat. Jeg sjekker det daglig, men legger ikke ut noe hele tiden (...) Jeg bruker sosiale medier til å kommunisere med venner”.

Mann 1, 23 år

”Jeg poster ikke så mye selv. Jeg er ikke så veldig aktiv sånn sett, men jeg er ofte inne og sjekker (...) Den sosiale plattformen jeg bruker mest tid på er vel Snapchat som en meldingstjenestet. Instagram og Facebook sjekker jeg helst når jeg kommer hjem fra skolen”.

Mann 2, 23 år

Skårderud påstår at smarttelefonene kan fungere som en forlenget del av kroppen (Gregersen, 2014). Ingen av informantene uttrykker at de er avhengig av smarttelefonen eller sosiale medier, men de bruker det daglig. De sosiale tjenestene Instagram og Snapchat brukes hyppigst. Kvinnene virker til å være mer aktive enn menn når det gjelder å publisere bilder på Instagram, noe som kan ha en sammenheng med at flere kvinner enn menn har profiler (Ipsos, 2017). Det kan knyttes opp mot tidligere utsagn, hvor kvinnene viser et mer anstrengt forhold

til seg selv. De er også mer opptatt av hvordan de fremstår i sosiale medier og hva de publiserer. Usikkerheten de føler kan ha en sammenheng med deres aktivitet på sosiale medier. Denne usikkerheten kan komme fra vissheten om at andre følger med på det de gjør og kan vurdere dem deretter. De mannlige informantene tar i bruk sosiale medier først og fremst for kommunikasjon. Her kan det også knyttes tråder med deres avslappede forhold til eget utseende. Ettersom de sjeldent legger ut bilder i sosiale medier, blir de heller ikke ”dømt” i like stor grad av andre.

Det virker som at Facebook ikke blir like mye brukt som Instagram og Snapchat. Det støtter opp om Ipsos (2017) funn hvor man har sett en nedgang i bruk av Facebook blant de under 39 år. Facebook blir for det meste brukt til kommunikasjon blant de fire vi intervjuet. Derfor er det grunn til å tro at informantene våre daglig blir eksponert for en mengde bilder gjennom Instagram og Snapchat. Videre spurte vi om hvilke andre formål de har med sosiale medier:

”Jeg bruker sosiale medier for å få tips til både turer jeg kan gå og i forhold til styrketrening, for eksempel. Hvis noen legger ut en økt, og jeg kommer på den når jeg er på trening, da går jeg kanskje inn og sjekker hva den gikk ut på”.

Kvinne 1, 24 år

”Jeg bruker det vel mer til inspirasjon enn ytring. Inspirasjon i forhold til fotballvideoer, ikke så mange fitness-sider. Det går helst i videoer av gamle fotballspillere, som Ronaldinho. Da blir jeg inspirert av dem og får lyst til å trene”.

Mann 2, 23 år

”Jeg bruker Instagram for å hente inspirasjon også. Jeg følger personer jeg synes er ålreite (...) Enten er det folk som gir bra treningsinspirasjon eller humoristiske brukere som byr på seg selv”.

Kvinne 2, 24 år

I tillegg til å legge ut bilder og kommunisere, ser vi også at flere av informantene bruker sosiale medier til å hente ulik inspirasjon. I dag kan hvem som helst dele det de ønsker på en sosial plattform, og som forbruker kan man oppsøke det som produseres (Rettberg, 2014). Informantene våre lar brukerprofiler de følger til en viss grad ha en innvirkning på valgene de gjør innen trening og friluftsliv. Vi antyder at sosiale medier på den måten kan være med å gi

ny input til treningen og fremme aktivitet hos dem. Årsaken er fordi de blir inspirert og ønsker å prøve det samme de blir eksponert for i sosiale medier.

4.3.2 Treningsrelatert innhold på sosiale medier

Internett er en stor kilde til generell informasjon om kropp, kosthold, trening og helse. Mange nordmenn benytter seg av det (Wangberg et al., 2009). Å publisere treningsrelatert innhold i sosiale medier har blitt svært populært (Mogstad, 2017). Vi spurte informantene om deres tanker rundt det:

”Jeg er litt blandet til det (...) Bilder fra treningssenteret gir meg ingen ting, med mindre det er treningspersoner jeg følger, da blir det noe annet (...) Turbilder er det jeg ser mest på”.

Kvinne 1, 24 år

Vi tolker informanten slik at hun ikke er stor tilhenger av bilder fra treningssenteret i sosiale medier. Dersom hun bevisst har valgt å følge ulike brukerprofiler som fokuserer på trening, kan det vekke begeistring. Turbilder er det som engasjerer mest og fanger oppmerksomheten hennes. Flere av informantene viser skepsis til det som publiseres av treningsrelatert innhold:

”Jeg tenker at man skal være sikkert på det man legger ut, og ikke bare legge ut det som funker for deg (...) Det er fordi trening er veldig individuelt, så jeg synes man skal være litt forsiktig med det”.

Mann 2, 23 år

”Jeg synes egentlig ikke noe om det (...) Jeg liker ikke når man blir fanatisk (...) Jeg liker å ha et sunt forhold til trening, men alt er relativt. Det som er sunt for meg, er ikke nødvendigvis sunt for deg”.

Kvinne 2, 23 år

Det informantene argumenterer for antar vi som at de ikke aktivt bruker sosiale medier for å oppsøke treningsrelatert innhold. De viser skepsis til det som publiseres om trening. Informantene er synlig bevisste på de store individuelle forskjellene mellom avsender og mottaker. En årsak til skepsisen kan være deres økte kunnskap og innsikt om trening og helse etter snart to år ved et bachelorforløp i idrett. Det er ikke i sosiale medier de tilegner seg

kunnskap om trening, men referert i kapittel 4.3.1 brukes det mer som tilfeldig inspirasjon de kan benytte seg av. Da vi spurte om hvilke følelser de får når de ser gjennom sosiale medier at andre har trent eller er på trening svarte de blant annet følgende:

”Dersom jeg har hatt en noen uker pause for eksempel, da blir jeg litt sånn ”okei, kanskje jeg også skal trene snart”. Da blir det som en inspirasjon på en måte”.

Mann 2, 23 år

”Det får meg til å bli gira. Jeg blir påvirket. Hvis nære venner av meg er mye ute og trener, da blir jeg absolutt gira. Det blir litt det samme med sosiale medier (...) Man har en slags relasjon til de man følger, selv om man ikke kjenner de. Da blir jeg inspirert, motivert eller gira til å gjøre det samme som de”.

Kvinne 2, 24 år

”Noen ganger spørs det hva de gjør. Kanskje jeg får lyst til å gjøre det samme hvis det er noe som ser morsomt ut. Det kan være morsomt å se hva andre gjør”.

Mann 1, 23 år

Mennesker kan til en viss grad la seg påvirke av andre, medier, reklame eller samfunnet (Lai, 2011). De tre informantene er samstemte når det gjelder inspirasjon til å trene hvis de ser i sosiale medier at andre er eller har vært på trening. Vi forstår det på den måten at sosiale medier kan ha en påvirkning på deres treningsvaner, ettersom det kan fremme aktivitet og trening hos de enkelte. Det har vi også sett tendenser til tidligere i analysen.

4.3.3 Sosiale medier – positivt eller negativt?

Skjermtid er noe som opptar mye tid hos den voksne befolkningen i Norge. I snitt bruker man hele 60% av sin våkne tid til å være stillesittende (Helsedirektoratet, 2016). Sosiale medier gir økt tilgang på nettverksressurser og stimulerer til engasjement, men kan gå på bekostning av annen aktivitet (Enjolras et al., 2013). Vi spurte informantene om sosiale medier har en positiv eller negativ påvirkning på deres treningsvaner:

”Det er vanskelig å si, men jeg blir inspirert til å gjøre ting når jeg ser hva andre gjør. Så det er en positiv faktor. Jeg blir motivert til å trene ut fra det jeg ser (...) For min del har det mest positiv påvirkning, men det er jo noen ganger man kan sitte litt

lenge på mobilen. Da kan jeg tenke at jeg har brukt unødvendig lang tid på å bare surre rundt”.

Mann 1, 23 år

Informanten forteller at sosiale medier først og fremst har en positiv effekt på hans treningsvaner. En årsak kan være fordi det påvirker han til økt fysisk aktivitet gjennom inspirasjon og motivasjon fra andre, noe som går igjen i analysen. Likevel kan det også ha en negativ påvirkning på treningsvanene hans. For mye tid på sosiale medier kan gå på bekostning av tiden han bruker til trening. Det understøtter Enjolras et al. (2013).

”Med tanke på at man bruker så mye tid på sosiale medier, så synes jeg det har en negativ virkning. Hvis jeg ikke hadde sett på det, men bare gått og trent i stedet for hadde jeg spart mye tid. Jeg motiveres ikke av fitness-bilder, men hvis jeg har vært lenge vekk fra treningen og ser andre venner trene, motiverer det meg”.

Mann 2, 23 år

Mann 2 befester det *mann 1* nevner om at tidsbruk kan gå på bekostning av tid brukt på trening, og dermed ha en negativ påvirkning på treningsvanene hans. Fra vårt synspunkt ser det ut som han ikke klarer å la vær å benytte seg av sosiale medier. Likevel er noe han er bevisst på og egentlig vil unngå. De typiske treningsprofilene og fitness-bildene i sosiale medier inspirerer ikke informanten. Det virker som inspirasjonen hovedsakelig kommer fra venner og bekjente, noe som kan forstås ved at han ikke ønsker å være dårligere på treningsfronten enn sine nærmeste. Det kan sammenlignes med funn fra Herje (2017), hvor det var venner og bekjente som hadde størst påvirkningskraft på kroppsbildet til informantene. En annen informant ga følgende svar:

”Det har vel kanskje en positiv effekt. Hvis jeg ser en kjempefin tur jeg har lyst til å gå, så vil jeg være i god nok form og ha overskudd til å kunne gå den turen. Så på den måten gjør det at jeg ønsker å trene”.

Kvinne 1, 24 år

Kvinne 1 gir uttrykk for at sosiale medier kanskje har en positiv effekt. At hun nevner *kanskje* kan tydes som at hun er noe i tvil. En forklaring kan være at hun ikke har tenkt over spørsmålet før eller at det også har en viss negativ effekt. Hun blir inspirert når hun ser

turbilder i sosiale medier. Bilder i den kategorien trigger noe i henne og øker hennes lyst til å trene, hvilket hun også har uttrykt tidligere. Det skaper engasjement og entusiasme for informanten, noe som er to viktige faktorer for å opprettholde treningsmotivasjonen (Pensgård & Hollingen, 2006).

4.3.4 Sosiale medier og identitet

Svært mange unge voksne bruker sosiale medier til å uttrykke hvem de er. Sosiale medier er en viktig kilde for å forme sin identitet (Pempek et al., 2009). I en avhandling gjort av Seerup (2015) fant man at ungdom i alderen 16-18 år bruker sosiale medier for å presentere ulike sider av seg selv. Det kan knyttes opp om deres identitet, noe som gir dem anerkjennelse og tilbakemeldinger fra andre. Selv om alderen til informantene i studien er noe lavere enn hos våre informanter, kan det trekkes linjer mellom funnene:

”Jeg føler på mange måter at man former seg ut fra andres syn i sosiale medier (...) Jeg legger ofte ut bilder når jeg er på turer fordi det er så fint, og særlig fordi de hjemme ønsker å se det (...) Da jeg kom hjem i sommer og møtte venner og bekjente var jeg plutselig tur-fantasten. De trodde jeg var på tur hver dag og levde livet (...) Sånn er det jo ikke i det hele tatt”.

Kvinne 2, 24 år

Hvordan man velger å fremstille seg selv i sosiale medier, kan påvirke hvordan andre oppfatter en (Gonzales & Hancock, 2008). Det kommer tydelig frem i sitatet over. Informanten gjør det klart at sosiale medier har hatt en innvirkning på hvordan venner og bekjente oppfatter henne. Vi tolker det hun forteller som at hun ikke bevisst har valgt å fremstille seg selv som den ”tur-fantasten” de tror hun er. Bildene har gitt folk et urealistisk syn på henne. Det er noe hun ser på som uheldig og ikke kjenner seg igjen i. Det kan knyttes opp mot Giddens (1991) tanker om at selvet og identiteten i stor grad formes av samfunnet og valg av livsstil. Selv om hun ikke har en intensjon om å fremstå på en bestemt måte gjennom bildene hun legger ut, har det likevel fått andre til å skape et inntrykk av henne. Det kan være med å forme hennes identitet.

Det informanten forteller, viser at identitet som presenteres gjennom sosiale medier ikke nødvendigvis stemmer med realiteten. Hennes utsagn gjør det tydelig at det er lett å bli misoppfattet av andre utfra hva man deler i sosiale medier.

Kapittel 5: Konklusjon

Problemstillingen i vår studie er å finne ut hvordan sosiale medier påvirker treningsvaner blant idrettsstudenter, og om det finnes en forskjell mellom kjønnene.

Ut fra vår studie kan vi konkludere med at sosiale medier hovedsakelig har en positiv påvirkning på informantene. Sosiale medier kan gi inspirasjon og dermed fremme aktivitet. Hva som inspirerer er av ulik karakter. Fitnessbilder og bilder fra treningsstudio er av liten interesse. Deres hovedinteresser belyst i sosiale medier viste seg å gi mest effekt når det kom til engasjement og økt treningslyst, deriblant tur- og friluftsbilder. I tillegg kunne de få inspirasjon til treningen gjennom sosiale medier. Å se i sosiale medier at andre venner og kjente trener eller hadde trent, fremmer også treningslysten og motivasjon.

Informantene er klar over kroppsfokuset og presset i sosiale medier og samfunnet. Funn tyder på at de fire informantene har et distansert forhold til det. Siden de er idrettsstudenter kan det utad virke som de har mer kunnskap innen trening, kropp og helse. De har også hatt en aktiv oppvekst og vært medlem idrettslag. Informantene har tatt del i samfunnsutviklingen, hvor treningsvanene deres har gått mer over til treningsentre. Studentenes habitus, med tanke på idrettsbakgrunn og valg av utdanning, er med på å skape en idrettsidentitet som gjenspeiler seg i tanker og handlinger de gjør. Disse faktorene kan være en mulig årsak til det avslappede forholdet til egen kropp informantene gir uttrykk for og deres indre motivasjon til trening. De virker mer reflekterte rundt kropps- og treningshysteriet, og er skeptiske til treningsrelatert innhold i sosiale medier. På den måten kan de skille seg ut fra andre. Våre funn viser at det ikke nødvendigvis er så svart hvitt som teorien tilsier. Informantene trener hovedsakelig for sin egen helse, for å kunne ta del i andre aktiviteter og gleden det gir å være i aktivitet.

Det er liten forskjell blant kjønnene når det gjelder treningsvanene deres. Studien viser at en av de mannlige informantene trener for å se bra ut, noe de kvinnelige informantene ikke var like opptatte av. Tre av fire informanter er tur-interesserte. Den siste informant viser ikke interesse for dette. Det er også samme informant som trener for å se bra ut, noe som kan tyde på at interessene de har påvirker deres holdninger til kroppsfokuset. Begge mennene viser størst selvtillit til egen kropp, mens kvinnene uttrykker at de har et mer anstrengt forhold til det. Av våre informanter publiserer kvinnene mer i sosiale medier. De er også mer bevisste på

hvordan de fremstiller seg der og legger ut det de tror andre vil like. Det kan være med å forme deres identitet og hvordan andre oppfatter dem.

Sosiale medier gir negativ påvirkning i den forstand at for mye unødvendig tid kan gå bort til det, og dermed gå ut over tiden brukt på trening. Informantene våre er tydelig interesserte i og bruker tid på sosiale medier. Hadde de ikke brukt sosiale medier, hadde det ikke vært mulig å bli påvirket av det. Sosiale medier ville da ikke vært en bidragsyter til fokus rundt trening og kropp. Det kan tyde på at de ubevisst tar stilling til det de ser. Selv om de som idrettsstudenter nødvendigvis ikke innrømmer at de lar seg påvirke, kommer det frem i funnene at de også bryr seg om utseende og kropp til en viss grad.

Kapittel 6: Avslutning

Siden vi kun har fire informanter i denne studien, kan ikke studien generaliseres eller trekke likheter til resten av befolkningen. Vår forskning som er gjort kan bare si noe om hvordan vi tolker våre informanter. Likevel er det grunn til å tro at funn i denne studien kan gjelde flere. Vi har valgt to gutter og to jenter fra to ulike bachelorforløp innen idrett for å skape en større spredning. Det kan også være muligheter for at andre kjenner seg igjen i våre informanters utsagn og tolkningene vi har gjort.

Det trengs fortsatt mer kunnskap og videre forskning innen disse temaene. Vi ser på det som hensiktsmessig å utvide feltet og gjøre flere studier med økt antall deltagere. Det ville vært interessant å sett om våre funn er gjeldende for flere idrettsstudenter. Hvordan idrettsstudenter skiller seg ut fra andre studenter er også en mulig problemstilling å forske videre på.

Det er tydelig at sosiale medier spiller en viktig rolle i dag. Vi ønsker å avslutte denne bacheloroppgaven med et sitat fra en av våre informanter til refleksjon og ettertanke.

”Man bør ikke bygge hele livet sitt på å være perfekt på sosiale medier. Hvis det blir fokuset ditt hver dag da, og plutselig en dag blir det helt borte...hva sitter man igjen med da?”

Mann 2, 23 år

Litteraturliste

- Andersen, P. L., & Bakken, A. (2015). *Ung i Oslo 2015*. (NOVA Rapport 8/2015). Hentet fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2015/Ung-i-Oslo-2015>
- Andreassen, T. F. (2015). «*Kropp og embodiment i styrkerommet*» - en kvalitativ studie av styrkerommet som fasadeområde. (Mastergradsavhandling, NTNU Trondheim). Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2358714/Andreassen%2c%20Tine%20Fossum.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baker, G., & Morris, K. (1995). *Descartes' Dualism*. Hoboken: Taylor and Francis.
- Bastiansen, H. G., & Dahl, H. F. (2008). *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Befring, E. (2007). *Forskingsmetode med etikk og statistikk* (2. utg.). Oslo: Det norske samlaget.
- Bourdieu, P. (1981). Structures, Strategies, and the Habitus. I C. C. Lemert (Red.), *French Sociology: Rupture and renewal since 1968*. New York: Columbia University Press.
- Brandtzæg, P. B. (2011). Suksess i sosiale medier. I P. B. Brandtzæg, L. Gillund, A. Krokan, Ø. Kvalnes, A. T. Meling & J. Wessel-Aas (Red.), *Sosiale medier i all offentlighet* (s. 37-58). Oslo: Kommuneforlaget.
- Caspersen, C. J., Powell, K. E., & Christenson, G. M. (1985). Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. *Public health reports*, 100(2), 126-131.
- Castells, M., Fernández-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2007). *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge: MIT Press.
- Dalen, M. (2011). *Intervju som forskningsmetode - en kvalitativ tilnærming* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Dalland, O. (2017). *Metode og oppgaveskriving* (6. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2014). *Generelle forskningsetiske retningslinjer*. Hentet 28.9.2017, fra <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Generelle-forskningsetiske-retningslinjer/>
- Duesund, L. (1995). *Kropp, kunnskap og selvoppfatning*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Engelsrud, G. (2006). *Hva er kropp*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johansen, K., & Wollebæk, D. (2013). *Liker - liker ikke: sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Enli, G., & Aalen, I. (2017a). *Sosiale medier*. Hentet 28.11.17, fra https://snl.no/sosiale_medier
- Enli, G., & Aalen, I. (2017b). *Facebook*. Hentet 11.12.17, fra <https://snl.no/Facebook>
- Frisén, A., & Holmqvist, K. (2010). What characterizes early adolescents with a positive body image? A qualitative investigation of Swedish girls and boys. *Body Image*, 7(3), 205-212. doi: 10.1016/j.bodyim.2010.04.001
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- Gjerset, A., & Major, J. (1992). Vekst og utvikling. I A. Gjerset (Red.), *Idrettens treningslære* (s. 48-76). Oslo: Universitetsforlaget.
- Goksøy, M. (2010). *Idrett for alle: Norges idrettsforbund 150 år: 1861-2011*. Oslo: Aschehoug.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2008). Identity Shift in Computer-Mediated Environments. *Media Psychology*, 11(2), 167-185. doi: 10.1080/15213260802023433

- Grefslie, T., & Øverland, I. (2015). *Påvirker sosiale medier kroppspress hos unge gutter i alderen 20-25 år i Norge?* (Bacheloroppgave, Markedshøgskolen i Oslo). Hentet fra https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2357006/984031_984035_kroppspress_gutter.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gregersen, A.-M. (2014). *Ikke bare lett med nett*. Hentet 27.11.17, fra <https://www.psykopp.no/ikke-bare-lett-med-nett/>
- Gummesson, E. (2011). *Du er god nok: fri deg fra perfektionismen* (2. utg.). Oslo: Stenersens forlag.
- Hammarén, N., & Johansson, T. (2010). *Identitet - kort og godt*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Helland, K. (2003). *Sport, medier og journalistikk: med fotballandslaget til EM*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Helsedirektoratet. (2016). *Anbefalinger om å redusere stillesitting*. Hentet 30.11.17, fra <https://helsedirektoratet.no/folkehelse/fysisk-aktivitet/anbefalinger-om-a-redusere-stillesitting>
- Herje, J. S. (2017). *#DetPerfekteLiv*. (Bacheloroppgave, Høgskolen i Innlandet, Elverum). Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2466808/Herje%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hjeltnes, G. (Red.). (2010). *Imperiet vakler 1945-2010* (Vol. 3). Oslo: Universitetsforlaget.
- Holmqvist, K., & Frisén, A. (2012). «I Bet They Aren't that Perfect in Reality» - Appearance ideals viewed from the perspective of adolescents with a positive body image. *Body Image*, 9(3), 388-395. doi: 10.1016/j.bodyim.2012.03.007
- Ipsos. (2017). *Ipsos tracker om sosiale medier Q2 '17*. Hentet 29.11.17, fra <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-tracker-om-sosiale-medier-q217>
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Jacobsen, J. (2016). *Speil, speil på veggen der....* Hentet 29.11.17, fra <http://www.sv.uio.no/psi/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2011/kroppsbilde.html>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Karikoski, S. (2014). «Kroppen er mitt slott» - en studie av hvordan trenings- og kostholdsbloggere presenterer seg selv. (Mastergradsavhandling, Universitetet i Oslo). Hentet fra https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/41364/Karikoski_master.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Karlsen, J., & Kolvig, K. (2014). *Treningsmotivasjon hos Oslo-Student*. (Bacheloroppgave, Markedshøgskolen i Oslo). Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/224126/Bacheloroppgave%20%283%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Krokan, A. (2011). Sosiale mediers inntog i samfunnet. I P. B. Brandtzæg, L. Gillund, A. Krokan, Ø. Kvalnes, A. T. Meling & J. Wessel-Aas (Red.), *Sosiale medier i all offentlighet* (s. 15-34). Oslo: Kommuneforlaget.
- Kvale, S. (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kvalem, I. L. (2007). Ungdom og kroppsbilde. I I. L. Kvalem & L. Wichstrøm (Red.), *Ung i Norge* (s. 33-50). Oslo: Cappelen akademisk forlag.

- Kvello-Aune, C. B., & Ødegård, M. O. (2015). «*Get fit or die trying*» - en studie om unges jenters deling av kropps- og treningsbilder på sosiale medier. (Mastergradsavhandling, Høgskolen i Telemark). Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2438639/2015Marte%20Odegard%20og%20Cecilie%20Kvello-Aune%20-%20Master-2015%20endelig%20versjon.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Lai, L. (2011). Introduksjon. I R. B. Cialdini (Red.), *Påvirkning - teori og praksis* (2 utg., s. 9-12). Oslo: Abstrakt forlag.
- Lesjø, J. H. (2008). *Idretts sosiologi: sportens ekspansjon i det moderne samfunn*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Loland, N. W. (u.å). *Kropp, fysisk aktivitet og ungdom*. Hentet fra <http://gymnos.cappelendamm.no/binfil/download.php?did=957>
- Martin, C. E. (2007). *Perfekte jenter, magre liv: om å hate seg selv og kroppen sin*. Oslo: Pantagruel Forlag.
- Moen, S. (2003). *Lykken er en vel trent kropp*. Hentet 01.12.17, fra [https://www.forskningsradet.no/bladetforskning/Nyheter/Lykken er en vel trent kropp/1250810499587](https://www.forskningsradet.no/bladetforskning/Nyheter/Lykken%20er%20en%20vel%20trent%20kropp/1250810499587)
- Mogstad, K. L. (2017). *Kroppsklemma - hvordan være trygge og gode voksne for barn og unge i et kroppsfixert samfunn*. Oslo: Cappelen Damm.
- Norges idrettsforbund. (2016). *Årsrapport 2016*. Hentet fra https://www.idrettsforbundet.no/globalassets/idrett/25_17_nif-arsrapport-2016_lr.pdf.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238. doi: 10.1016/j.appdev.2008.12.010
- Pensgård, A. M., & Hollingen, E. (2006). *Idrettens mentale treningslære* (2. utg.). Oslo: Gyldendal undervisning.
- Postholm, M. B. (2010). *Kvalitativ metode: en innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Rettberg, J. W. (2014). *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. Hentet fra <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057%2F9781137476661.pdf>
- Rossen, E., & Dvergsdal, H. (2016). *Datamaskin - historikk*. Hentet 08.12.17, fra [https://snl.no/datamaskin - historikk](https://snl.no/datamaskin_-_historikk)
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2002). Overview of Self-Determination Theory: An Organismic Dialectical Perspective. I E. L. Deci & R. M. Ryan (Red.), *Handbook of Self-Determination Research* (s. 3-33). Rochester, N.Y: The University of Rochester Press.
- Seerup, V. (2015). *Sosiale medier - «selvets teater»*. (Mastergradsavhandling, NTNU Trondheim). Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/294319/Veronica%20Seerup.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Seippel, Ø., Abebe, D., & Strandbu, Å. (2012). «*Å trene, trener, har trent?*» - En longitudinell undersøkelse av sammenhengen mellom treningsvaner i tenårene og tidlig voksen alder. (NOVA Rapport 10/2012). Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring. Hentet fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2012/AA-trene-trener-har-trent>.
- Seippel, Ø., Strandbu, Å., & Sletten, M. A. (2011). *Ungdom og trening: endring over tid og sosiale skillelinjer*. (NOVA rapport 3/2011). Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring. Hentet fra http://www.nova.no/asset/4536/1/4536_1.pdf.
- Shilling, C. (2003). *The body and social theory* (2. utg.). London: Sage.

- Statistisk sentralbyrå. (2016a). *Vi trener mer enn før*. Hentet 05.12.17, fra <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/vi-trener-mer-enn-for>
- Statistisk sentralbyrå. (2016b). *Norsk mediebarometer, 2015*. Hentet 28.11.17, fra <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar/2016-04-14>
- Statistisk sentralbyrå. (2017). *Bruk av IKT i husholdningen*. Hentet 27.11.2017, fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=ikthus&CMSSubjectArea=teknologi-og-innovasjon&checked=true>
- Tjora, A. (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Vaage, O. F. (2015). *Fritidsaktiviteter 1997-2014. Barn og voksnes idrettsaktiviteter, friluftsliv og kulturaktiviteter. Resultater fra Levekårundersøkelsene*. (Rapport 25/2015). Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå. Hentet fra <http://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/attachment/229040?ts=14d901926c8>.
- Wangberg, S., Andreassen, H., Kummervold, P., Wynn, R., & Sørensen, T. (2009). Use of the internet for health purposes: trends in Norway 2000-2010. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 23(4), 691-696. doi: 10.1111/j.1471-6712.2008.00662.x
- Aalen, I. (2013). *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.

Vedlegg 1: Intervjuguide

Intervjuguide

Info:

- Anonymitet
- Intervjuet er frivillig og kan avsluttes
- Intervjuet og taleopptak vil bli slettet når oppgaven er levert den 15.12.2017
- Varighet: 20-30 minutter
- Presentere oss selv, hva vi vil og hvorfor vi har intervju

Introduksjonsspørsmål:

- Alder?
- Driver du med idrett og/eller trening på fritiden?
 - Hvilke typer idrett eller trening driver du med?
 - Hvor ofte trener du i uka?
- Er du eller har du vært medlem av et idrettslag?
 - Hvis ja: hvilket?
 - Hvis nei: hvorfor sluttet du?
- Hva har du gjort før du begynte på dette studiet?
- Hvilken utdanningsbakgrunn har foreldrene dine?
 - hva jobber de med nå?

Intervjuspørsmål:

- Hva er ditt forhold til trening?
 - Hva er trening for deg/hva legger *du* i ordet ”trening”?
 - Hvorfor trener du?
 - Hvilke indre faktorer påvirker lysten din til å trene?
 - Hvilke ytre faktorer påvirker lysten din til å trene?
 - Loggfører du treningen/øktene dine?
 - Hvis ja: på hvilken måte loggfører du? Hvorfor gjør du det/hva bruker du det til?
 - Hvis nei: hvorfor ikke?
 - Har forholdet ditt til trening forandret seg siden ungdomsskolen?
 - Hva kan være årsaken til eventuell endring?
- Hva er ditt forhold til sosiale medier?
 - Hvordan bruker du sosiale medier i hverdagen (ytring, inspirasjon, kontakt med andre)?
 - Hvilken sosial plattform bruker du mest tid på?
 - Hva er det du pleier å dele med andre på sosiale medier?
 - Hvor ofte og når på dagen sjekker du sosiale medier?
 - Hvilke type brukere/profiler er det du følger på sosiale medier?
 - Pleier du å ta i bruk sosiale medier for å få inspirasjon, tips og lignende til treningen din (f.eks. treningsøkter, steder å gå på tur, øvelser, treningsapper/turapper o.l.)?
 - Har du med deg telefonen din når du er på trening eller på tur?
 - Hvis ja: hva bruker du den til?

- Hvis nei: hvorfor ikke?
- Hva er ditt forhold til kropp?
 - hvis du skulle beskrive dagens syn på kropp, hva ville du sagt?
- Hva tenker du om sosiale medier og identitet?
 - har sosiale medier en påvirkning på din identitet?
 - finnes det en sammenheng?
 - hvilke faktorer har påvirkningskraft på din identitet?
- Tror du folks syn på kropp har endret seg etter at tilgangen på sosiale medier har økt?
 - Hvis ja: hvorfor tror du det?
 - Hvis nei: hvorfor ikke?
- Har ditt syn kropp endret seg siden ungdomsskolen?
 - Hvis ja: på hvilken måte? Hva kan være en årsak til dette?
 - Hvis nei: hvorfor tror du ikke det har endret seg?
- Hva er dine tanker om å utlevere treningsrelatert innhold på sosiale medier?

(eksempel: gjennom selfies, turbilder, treningsbilder, videoer, bilder av mat, naturbilder, kropp)
- Hvilke følelser gir det deg når du ser gjennom sosiale medier at andre trener/har vært på trening?

(stikkord til oss: ønsker å trene mer selv, det øker treningsmengden, minsker treningsmengden, blir oppgitt, det hører ikke hjemme på sosiale medier, helt greit, gir motivasjon osv).
- Se for deg en dag du absolutt ikke ville på trening, men du dro likevel. Hva var det som gjorde at du dro?
- Har sosiale medier en positiv eller negativ påvirkning på dine treningsvaner?
 - På hvilken måte påvirker det deg positivt eller negativt?
- Finnes det en sammenheng mellom trening, kropp og sosiale medier?
 - Hvis ja: hvordan anser du denne sammenhengen?
 - Hvis nei: hvorfor mener du ikke det?

Oppfølgingsspørsmål

- Kan du utdype mer om dette?
- Forstår jeg deg rett når du sier...?
- Kan du fortelle litt nærmere om dette?

Vedlegg 2: Informasjonsskriv

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet *”Sosiale medier og treningsvaner”*

Bakgrunn og formål

Hei! Våre navn er Ida Dyrddal Helgesen og Andrea Benjo Kopperud. Vi studerer *”Idrett, fysisk aktivitet og helse”* ved Høgskolen på Vestlandet, campus Sogndal. For tiden arbeider vi med vår bacheloroppgave. I den forbindelse ønsker vi å intervjuer både kvinnelige og mannlige idrettsstudenter.

Problemstillingen vår lyder som følger: *”Hvordan påvirker sosiale medier treningsvaner blant idrettsstudenter ved en høgskole på Vestlandet?”*

Formålet med oppgaven er å tilegne oss mer kunnskap om sosiale mediers påvirkningskraft hos unge voksne, da mer spesifikt knyttet til idrettsstudenter ved en høgskole på Vestlandet. Vi ønsker å finne ut om det har en sammenheng eller ikke, eventuelt i hvor stor eller liten grad det påvirker. Grunnen til at vi vil intervjuer både kvinner og menn er for å se om det finnes en forskjell mellom kjønnene.

Etter en del kartlegging har vi kommet frem til at vi ønsker å invitere deg til å delta i dette prosjektet, da du oppfyller de kravene vi har satt ut fra kjønn og studieretning.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Deltakelse i studien vil innebære et intervju med oss hvor intervjuet vil bli spilt inn på båndopptak, dersom du som informant godkjenner dette. Hvis ikke vil informasjonen bli skrevet ned ordrett under intervjuet. Opplysningene som innhentes vil omhandle spørsmål rundt temaene trening, kropp og sosiale medier. Vi vil både spørre generelt om ditt syn på dette og gå mer inn i dybden på temaet hvor spørsmålene vil bli mer personlige. Intervjuet vil ta ca. 30 minutter.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt og anonymiseres innen innlevering 15. desember 2017. Informasjonen og opplysningene som kommer frem vil være tilgjengelig kun for oss som skriver oppgaven, samt vår veileder Joar Fossøy. Din personalia vil lagres adskilt fra øvrige data og slettes når oppgaven leveres. Det vil ikke være mulig å gjenkjenne informantene i den ferdige oppgaven. I tillegg vil intervjuet bli slettet fra båndopptaket etter vi har skrevet ordrett ned de opplysningene vi trenger.

Prosjektet skal etter planen avsluttes senest 15. desember 2017. Oppgaven vil bli sendt til sensur, og bli behandlet videre derfra. Under hele denne prosessen vil datamateriale og personlige opplysninger holdes anonymisert. Det lagres på ubestemt tid.

Frivillig deltakelse

Vi ønsker å presisere at det er frivillig å delta i studien. Du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi grunn. Dersom du takker ja, kan du helt frem til prosjektets slutt trekke deg fra undersøkelsen. All informasjon om deg som informant vil bli slettet. Prosjektet er innmeldt til Personvernombudet for forskning, NSD – Norsk senter for forskningsdata.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien kan du kontakte oss på e-post eller telefon:

Ida Dyrddal:
93282291
151759@stud.hvl.no

Andrea Benjo Kopperud:
97987686
247508@stud.hvl.no

Vår veileder på denne bacheloroppgaven er Joar Fossøy. Han kan kontaktes på e-post joar.fossoy@hvl.no dersom det er ønskelig.

Samtykke til deltakelse i studien

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3: Godkjennelse fra NSD



Joar Fossøy

6856 SOGNDAL

Vår dato: 06.11.2017

Vår ref: 56107 / 3 / HJT

Deres dato:

Deres ref:

Vurdering fra NSD Personvernombudet for forskning § 31

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 21.09.2017 for prosjektet:

<i>56107</i>	<i>Sosiale medier og treningsvaner. Hvordan påvirker sosiale medier treningsvaner blant idrettsstudenter</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Høgskulen på Vestlandet, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Joar Fossøy</i>
<i>Student</i>	<i>Andrea Kopperud</i>

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er meldepliktig og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av personopplysningsloven § 31. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Vi forutsetter at du ikke innhenter sensitive personopplysninger.

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringsskjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

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

NSD – Norsk senter for forskningsdata AS
NSD – Norwegian Centre for Research Data

Harald Hårfagres gate 29
NO-5007 Bergen, NORWAY

Tel: +47-55 58 21 17
Faks: +47-55 58 96 50

nsd@nsd.no
www.nsd.no

Org.nr. 985 321 884

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 15.12.2017 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av personopplysninger.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Dag Kiberg

Håkon Jørgen Tranvåg

Kontaktperson: Håkon Jørgen Tranvåg tlf: 55 58 20 43 / Hakon.Tranvag@nsd.no

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Andrea Kopperud, 247508@stud.hvl.no



Formålet med oppgaven er å tilegne seg mer kunnskap i forhold til sosiale mediers påvirkningskraft hos studenter.

Utvalget informeres skriftlig og muntlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er godt utformet. Utvalget er førsteårsstudenter ved idrettsfag. De informeres først av foreleser/lærer, før studentene kontakter de interesserte studentene via epost.

Personvernombudet legger til grunn at forsker etterfølger Høgskulen på Vestlandet sine interne rutiner for datasikkerhet. Dersom personopplysninger skal lagres på privat pc/mobile enheter, bør opplysningene krypteres tilstrekkelig.

Forventet prosjektslutt er 15.12.2017. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres. Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)
- slette digitale lydopptak