



# Høgskulen på Vestlandet

## Bacheloroppgave

FHA1112

### Predefinert informasjon

<b>Startdato:</b>	11-05-2023 09:00 CEST	<b>Termin:</b>	2023 VÅR
<b>Sluttdato:</b>	25-05-2023 14:00 CEST	<b>Vurderingsform:</b>	Norsk 6-trinns skala (A-F)
<b>Eksamensform:</b>	Bacheloroppgave		
<b>Flowkode:</b>	203 FHA1112 1 BAC 2023 VÅR		
<b>Intern sensor:</b>	(Anonymisert)		

### Deltaker

<b>Kandidatnr.:</b>	218
---------------------	-----

### Informasjon fra deltaker

<b>Antall ord *:</b>	11186
----------------------	-------

Sett hake dersom  Ja  
besvarelsen kan brukes  
som eksempel i  
undervisning?:

Egenerklæring \*:  Ja  
Inneholder besvarelsen  Nei  
konfidensielt  
materiale?:

Jeg bekrefter at jeg har  Ja  
registrert  
oppgavetittelen på  
norsk og engelsk i  
StudentWeb og vet at  
denne vil stå på  
uitnemålet mitt \*:

Jeg godkjenner autalen om publisering av bacheloroppgaven min \*

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? \*

Nei



Høgskulen  
på Vestlandet

# BACHELOROPPGAVE

Kroppsbilde hos brukere og ikke-brukere  
av treningscenter

Body image among users and non-users  
of the fitness center

**Kandidatnummer: 218 & 214**

Folkehelsearbeid med vekt på fysisk aktivitet og kosthold

Fakultet for lærerutdanning, kultur og idrett

Arild Bratten Hafstad

25.05.2023

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, § 12-1.

## **Forord**

Denne bacheloroppgaven er avslutningen på tre år ved Høgskulen på Vestlandet i Bergen, og vår tid som folkehelsestudenter er snart over. Vi ser tilbake på disse tre årene som lærerike, interessante og givende. Begge har en stor interesse for helse, trening og kosthold og har opplevd å få masse ny kunnskap og erfaring som vi tar med oss videre i livet.

Til tross for at vi begge visste relativt tidlig at vi ønsket å skrive om noe relatert til fysisk aktivitet, så var vi likevel usikre på hvilken retning vi ønsket å ta. Vi er to treningsglade jenter som i stor grad benytter oss av treningssenter. Dette var da avgjørende for valget vårt om å se på hvilke effekter treningssenter og sosiale medier har på kroppsbildet. Dette er temaer vi begge finner svært interessante og det har vært både spennende og utfordrende å jobbe med slike dagsaktuelle tematikker.

Vi vil rette en særlig stor takk til veilederen vår Arild Bratten Hafstad, for god oppfølging, gode råd, støtte og faglige vurderinger underveis. Takk til de som bidro til og gjennomførte pre-studien. Videre vil vi takke medstudenter, familie og venner for god hjelp og tilbakemeldinger. Vi setter stor pris på støtten og hjelpen dere har gitt oss.

God lesing!

## **Abstract**

**Background:** In this bachelor thesis we are investigating and discussing the role fitness centers have on body image and the pressure of looking a certain way, among young adults from 18-25 years. We are looking at both users and non-users of the fitness center, to see if there are any differences between the groups. Furthermore, we are looking at motivation factors for going to the fitness center and reasons for why people don't use the fitness center. The fitness industry has grown as an important role for public health. Aside from this the use of social media has grown rapidly in the last years and the focus on training to achieve a specific body and look can affect our body image.

**Method:** For investigating our research we have used a quantitative questionnaire as our method. The questionnaire consisted of closed questions and was divided into two sections, one for those who trained at a fitness center and one for those who did not. The population in this bachelor thesis was Norwegian young adults in the age between 18-25 years.

**Results:** The results show a very small difference in body image among the groups, with a slightly better body image among the users of fitness centers compared to the non-users. The motivation among the respondents is a mixture of internal and external motivation, while among the non-users the fear of a large focus on body appearance and the price of the membership is decisive for not using the fitness center. Social media is reported as the biggest factor in the experience of poor body image, especially exercise related content.

**Conclusion:** Our study indicates a slight difference in body image among the groups. The biggest contribution for bad body image seems to be training related content on social media and further research should therefore investigate in which degree both groups are exposed to training related content and how much it affects their body image. Furthermore, new research should take into consideration that the questions should investigate different elements connected to the fitness center that can affect body image. This study is not representative for the whole Norwegian young adult population, but the findings are still interesting and can be used for further research.

## Innholdsfortegnelse

<b>1.0 Oversikt</b> .....	<b>6</b>
1.1 Figur oversikt .....	6
1.2 Vedlegg .....	6
<b>2.0 Introduksjon</b> .....	<b>7</b>
2.1 problemstilling .....	8
<b>3.0 Empiri og teori</b> .....	<b>8</b>
3.1 Kroppsbilde .....	8
3.2 Kroppspress .....	8
3.3 Selvoppfatning .....	9
3.4 Treningssenter .....	9
3.5 Motivasjon for trening .....	11
3.6 Sosiale medier .....	13
<b>4.0 Metode</b> .....	<b>14</b>
4.1 Forskningsdesign .....	14
4.2 Utvalg .....	15
4.3 Datainnsamling og utforming av spørreskjema .....	15
4.4 Reliabilitet .....	16
4.5 Validitet .....	17
4.6 Forskningsetiske vurderinger .....	17
4.7 Dataanalyse .....	18
<b>5.0 Resultat</b> .....	<b>19</b>
5.1 Brukere av treningssenter .....	19
5.2 Motivasjon .....	20
5.3 Årsak til ikke bruk av treningssenter .....	21
5.4 Selvoppfatning .....	22
5.5 Sosiale medier .....	23

<b>6.0 Diskusjon .....</b>	<b>26</b>
6.1 Hvem tar i bruk treningssenter? .....	27
6.2 Hva er motivasjonsfaktorene til "brukerne" av treningssenter?.....	27
6.3 Årsaker til at respondentene ikke benytter seg av treningssenter .....	29
6.4 Kroppsbilde .....	30
6.5 Kroppspress på sosiale medier.....	31
6.6 Begrensninger ved studie.....	34
<b>7.0 Konklusjon .....</b>	<b>35</b>
<b>8.0 Litteraturliste.....</b>	<b>37</b>
<b>9.0 Vedlegg.....</b>	<b>42</b>
9.1 Vedlegg 1: Spørreundersøkelsen .....	42

# 1.0 Oversikt

## 1.1 Figur oversikt

Figur 1: Antall ganger i uken respondentene i gruppen brukere trener på treningssenter.

Figur 2: Typen trening respondentene i gruppen brukere utfører mest på treningssenter.

Figur 3: Motivasjon for trening hos gruppen brukere av treningssenter.

Figur 4: Årsaker til at ikke-brukere ikke trener på treningssenter.

Figur 5: Selvoppfatning hos gruppen brukere av treningssenter.

Figur 6: Selvoppfatning hos gruppen ikke-brukere av treningssenter.

Figur 7: Sosiale mediers påvirkning på gruppen brukere av treningssenter.

Figur 8: Sosiale mediers påvirkning på gruppen ikke-brukere av treningssenteret.

Figur 9: Arenaer der gruppen brukere av treningssenteret i størst grad opplevde kroppspress.

Figur 10: Arenaer der gruppen ikke-brukere av treningssenter i størst grad opplevde kroppspress.

Figur 11: I hvor stor grad brukere av treningssenter blir påvirket av kroppspress fra sosiale medier.

Figur 12: I hvor stor grad ikke-brukere av treningssenter blir påvirket av kroppspress fra sosiale medier.

## 1.2 Vedlegg

Vedlegg 1: Spørreundersøkelse

## 2.0 Introduksjon

Treningscenterbransjen har blitt en viktig aktør for å fremme fysisk aktivitet i befolkningen. Vi ser at stadig flere unge voksne søker treningscenter som sin hovedarena for trening, og i dag trener ca. halvparten av aldersgruppen 18-25 år på treningscenter (Thidemann & Winkelmann, 2014). Parallelt med økningen av unge voksne på treningscenter så er det et økende fokus rundt kropp og utseende i dagens samfunn. Flere studier rapporterer at regelmessig fysisk aktivitet fører til et mer positivt kroppsbilde, men på den andre siden har treningscenterbransjen vist seg å være arenaen der flertall opplever kroppspress (Prichard & Tiggemann, 2008; Haakstad et al., 2021; Sundgot-Borgen et al., 2021).

Store deler av den yngre befolkningen rapporterer misnøye med egen kropp (Sundgot-Borgen et al., 2021). Kroppsbildet påvirkes i en negativ retning når en person sammenligner kroppen sin med idealer som samfunnet har satt, som i dag er "tynn", "slank" og "muskuløs" (Engeln, 2006; Sundgot-Borgen et al., 2021). Treningscenter er en arena som i dag er svært kroppsbildet og hvor man gjerne eksponeres for "idealkroppen", og sammenligning kan derfor lett oppstå her (Smolak, 2005; Sundgot-Borgen et al., 2021). Dette tyder på at det ikke er selve treningen som påvirker kroppsbildet, men treningscenter miljøet og idealer i samfunnet (Prichard & Tiggemann, 2008; Stapleton et al., 2016). Det er også vist at tid brukt på treningscenter er mer knyttet til et negativt kroppsbilde, sammenlignet med ikke-brukere (Prichard & Tiggemann, 2008).

Opplevelsen av kroppspress og et lavt kroppsbilde kan føre til at en person ønsker å forandre på sitt eget utseende (Sundgot-Borgen et al., 2021). Konseptet om å ha en trent og sunn kropp sammen med å trene for helsemessige gevinster har stått sterkt frem til i dag. I de senere årene ser vi at trening mer og mer drives av ytre motivasjonsfaktorer som gir estetiske forandringer, i form av vektkontroll og utseende (Egli et al., 2011; Rapport et al., 2018; Sundgot-Borgen et al., 2021).

Sosiale medier har de siste årene blitt en arena med stort fokus på kropp og utseende. Arenaen har en stor påvirkningskraft og viser seg i størst grad å utløse negative effekter rundt utseende og kropp (Fardouly & Vartanian, 2016). Statistikk viser at hele 90% av unge voksne mellom 18-25 år bruker sosiale medier daglig (Statistisk sentralbyrå, 2019). Disse blir daglig eksponert for urealistiske kropp og retusjerte bilder gjennom Instagram, Snapchat og TikTok. Personer som bruker mye tid på sosiale medier har større sannsynlighet for å oppleve kroppspress og sammenligne seg selv med andre (Fardouly & Vartanian, 2016; Jerónimo & Carraça, 2022). På bakgrunn av dette er det som folkehelsearbeidere interessant å se nærmere på hvilke påvirkningskraft treningscenteret har på kroppsbilde blant unge voksne. Videre ønsket vi å undersøke motivasjonen til bruk av treningscenter



og årsakene til hvorfor personer velger å ikke ta i bruk treningsentrene.

## 2.1 problemstilling

Oppgavens problemstilling har bunnet ut i:

“Påvirker kroppspress på treningscenter og i sosiale medier kroppsbildet til unge voksne i alderen 18-25 år?”

- “Er det en kobling mellom motivasjon og kroppsbilde blant brukere og ikke brukere av treningscenter?”

## 3.0 Empiri og teori

### 3.1 Kroppsbilde

Kroppsbilde handler om en persons oppfatning av ens egen kropp og kan defineres som *“en persons persepsjoner, tanker og følelser om egen kropp”* (Grogan, 2008, s.3). Begrepet omfatter sosiale, kulturelle, psykologiske og fysiologiske komponenter og kan være både positivt og negativt (Cash, 1994). En studie av Engeln (2006) viser at det er en tydelig sammenheng mellom idealiserte kropper og kroppsbilde. Studien viser også at det å sammenligne seg selv med urealistiske kropper, vil kunne påvirke ens eget kroppsbilde i en negativ retning (Engeln, 2006). Motens kroppsideal er stadig i forandring. Drar vi helt tilbake tilbake på 50-tallet var det trendy for kvinner å ha store bryster, rumpe og lår, hvor *“former”* var det idealistiske. Videre på 60-tallet ble det moderne med en tynn og slank kropp, hvor modeller ble sett på som et forbilde. Det store fokuset på å ha en tynn og slank kropp fortsetter bare å vokse utover på 1980-tallet, samtidig blir trening mer og mer populært og ønsket om å oppnå en muskuløs kropp kom i fokus (Aasen & Fjellstad, 2007). Fram til idag har konseptet om å ha en trent og sunn kropp stått sterkt, samtidig har fokus på utseendet og presset om å se ut på en bestemt måte bare blitt større og større (Sundgot-Borgen et al., 2021). En norsk studie fra Norges idrettshøgskole viser at kroppsidealet har gått over til å bli enda mer ekstremt og uoppnåelig enn tidligere. Både helse, sunnhet og trening har fått større plass i media, og en ekstrem versjon av en atletisk kropp har blitt det nye kroppsidealet (Sundgot-Borgen et al., 2021).

### 3.2 Kroppspress

En norsk kartleggingsundersøkelse som så på kroppspress blant studenter, fant at 80 prosent av unge voksne i denne studien opplever kroppspress (Sundgot-Borgen et al., 2021). Kroppsidealet blir vi

eksponert for gjennom ulike kanaler og består i hovedsak av en ettertraktet forestilling om hvordan kroppens utseende skal være, og beskriver maksimal grad av skjønnhet (Aasen & Fjellstad, 2007). Engelsrud (2006) hevder at kjønnsideal alltid har preget samfunnet der han sier at "utvikling, forbedring og effektivitet, forandring og progresjon i forhold til sin egen kropp ser ut til å være en forventning som ligger i tiden" (Engelsrud, 2006, s. 183). Opplevelsen av kroppspress skyldes i stor grad at samfunnet legger et press og en forventning om hvordan man skal eller bør se ut. Dette resulterer i at en alltid strever etter forbedring og et ønske om å oppnå disse forventningene (Engelsrud, 2006). Kroppspress fører til negative kognitive prosesser i forhold til egen kropp, der fokuset rundt hvordan kroppen ser ut får et større fokus enn dens funksjonalitet (Sundgot-Borgen et al., 2021). Dersom en aldri blir fornøyd med sitt kroppslige utseende og alltid strever etter å oppfylle krav, kan både kroppsbilde, selvtilliten og følelsen av kroppspress øke. Videre kan dette gå utover et individs livskvalitet og føre til dårligere psykisk og fysisk helse (Sundgot-Borgen et al., 2021).

### 3.3 Selvoppfatning

Selvoppfatning er et begrep som brukes for å uttrykke vår relasjon til oss selv, og kan også påvirke andre mennesker i vår omkrets så vel som kulturen vi er en del av (Duesund, 1995). En persons oppfatning av seg selv er med på å påvirke en persons følelser, tanker og handlinger. Selvoppfatningen til et individ inkluderer både roller og egenskaper, hvor hvert individ har en egen oppfatning og mening rundt hvilke roller og egenskaper en til enhver tid har. Når en vurderer sin egen selvoppfatning, så forteller det noe om i hvilken grad man oppfatter seg selv som bra nok (Duesund, 1995). Dette kan henge tett sammen med opplevelsen av ens egen kropp. Mennesket utvikler ikke sitt forhold til sin egen kropp i isolasjon, selvforståelsen vil alltid henge sammen med hvordan vi blir oppfattet av andre. Selvforståelsen og forhold til egen kropp vil være preget av den sosiale konteksten en har rundt seg (Duesund, 1995). Videre vil selvoppfatningen vår variere fra situasjon til situasjon og fra livsfase til livsfase (Manger & Wormnes, 2015). For eksempel kan en person føle at man er bra nok på jobb og i skolesammenheng, men oppfatningen av ens egen kropp er ikke bra nok. Selvoppfatningen vår vil også forandres gjennom kontinuerlig tilbakemeldinger av de sosiale omgivelsene vi har rundt oss, samt bli påvirket av dem vi velger å sammenligne oss med. (Manger & Wormnes, 2015).

### 3.4 Treningssenter

Treningssenterbransjen har de siste årene hatt en stor vekst og i 2019 ble det rapportert om ca. 1100 treningssentre i Norge (Bratland-Sanda et al., 2019). Treningssenter er enten en privat eller offentlig

aktør som tilbyr trening i form av instruktør ledende gruppetimer og individuell trening i styrkerom til betalende kunder (Seippel et al., 2011). Treningsgleden i Norge er stor og det er nærmere en million personer som er medlem av et treningssenter (Thidemann & Winkelman, 2014). Treningssentrene har de siste årene blitt en av Norges viktigste arena for å bidra til å øke aktivitetsnivået i befolkningen (Thidemann & Winkelman, 2014). Det kommer frem i Virke trening sin årlige rapport fra 2014 at 25% av nordmenn over 15 år har treningssenter som sin hovedarena for trening (Thidemann & Winkelman, 2014). Trening på treningssenter er populært for alle aldre, likevel er det vist at det er langt flere yngre enn eldre som benytter seg av et treningssenter. I dag trener ca. halvparten av 18-25 åringene på treningssenter og det er også denne aldersgruppen som utgjør den største prosentdelen på treningssentrene (Virke, 2022).

I utgangspunktet skal treningssentre sikre en helsefremmende livsstil gjennom å hjelpe og veilede mennesker til å fremme en mer positiv helse og livsstil (Sundgot-Borgen et al., 2021). Samtidig har dette vist seg å være en arena der kroppspress kommer til syne og et sted som kan bli sett på for objektivisering av kropp og som har et prestasjonsorientert miljø (Sundgot-Borgen et al., 2021). Det er flere studier som rapporterer at regelmessig fysisk aktivitet fører til et bedret kroppsbilde (Prichard & Tiggemann, 2005; Haakstad et al., 2021). Samtidig påpeker de to studiene at treningssenter miljøet blir sett på som svært utseendefokusert og kan bidra til negative følelser rundt kropp og utseende.

Å trene på treningssenter har imidlertid vist seg å være assosiert med større bekymring for kroppsbildet hos kvinner (Prichard & Tiggemann, 2008). Årsaken til dette kan være at treningssenteret er omringet med andre kvinners kropp, ofte i stramme klær, som de da sammenligner seg med og som gir et bilde på hvordan kroppen skal se ut. Studiet utført av Prichard & Tiggemann (2008) viste at tid brukt på å trene på treningssenter er mer knyttet til et negativt kroppsbilde, sammenlignet med dem som trente utenfor treningssenteret.

Videre ble det i studien til Haakstad et al. (2021) rapportert forskjeller hos kjønn, der misnøye med kroppsbildet viste seg å være høyere hos kvinner enn hos menn. Noe som også kommer frem i en nylig av Sundgot-Borgen (2021) som fant at 84% unge kvinner og 65% unge menn føler på kroppspress på treningssenter. Treningssenter ble nevnt som den arenaen hvor flertallet av deltakerne rapporterte opplevelsen av kroppspress, blant annet på grunn av objektiviseringen av kropp og et miljø preget av prestasjon (Sundgot-Borgen et al., 2021).

Fokus på utseende og kropp påvirkes av miljøet man har rundt seg (Smolak, 2005). Det er vist at en person som eksponeres for et kroppsbevisst miljø er mer sannsynlig til å adoptere visse holdninger

og tanker om egen kropp (Smolak, 2005). Dette gir grunnlag for at det ikke er selve treningen som påvirker kroppsbildet, men selve treningsmiljøet som blant annet skapes av de ansattes holdninger, retningslinjer som kleskode og deres markedsføring (Stapleton et al., 2016).

### 3.5 Motivasjon for trening

#### *Definisjoner*

Motivasjon er et komplekst og omfattende begrep som kan være vanskelig å definere, der Kaufmann og Kaufmann (2015) har definert motivasjon som «*de biologiske, psykologiske og sosiale faktorene som aktiverer, gir retning til og opprettholder atferd i ulike grader av intensitet for å nå et mål*». Det blir ofte skilt mellom indre- og ytre motivasjon i motivasjonspsykologien. Ytre motivasjon kan defineres som «*kilden til motivasjon ligger utenfor selve jobbaktiviteten*» og indre motivasjon som «*kilden til motivasjonen ligger i selve utførelsen av arbeidet*» (Kaufmann & Kaufmann, 2015).

#### *Selvbestemmelsesteorien*

Deci & Ryans utviklet motivasjonsteorien Self-Determination-Theory (STD) og ble publisert i 1985 (Ryan & Deci, 2017). Teorien blir på norsk oversatt til selvbestemmelsesteorien og den gir oss et rammeverk for å forstå hvorfor mennesker er motivert til å delta i ulike aktiviteter, som for eksempel trening (Ryan & Deci, 2017). Ifølge teorien er det mulighet for personlig utvikling og selvbestemt motivasjon er viktig for å oppnå indre motivasjon, og i tillegg er ulike forhold med på å fremme positive motivasjonsskapende prosesser (Ryan & Deci, 2000). Selvbestemmelsesteorien har hovedfokus på sammenhengen mellom selvbestemmelse om indre motivasjon, men den handler også om hvordan indre og ytre motivasjon påvirker individers handlinger (Ryan & Deci, 2000). Innen ytre motivasjon finnes det en “*må, skal og bør*”-motivasjon. Her gjennomføres aktiviteten på grunn av ytre press eller med et ønske om å tilfredsstille andre (Martinsen et al., 2018).

Deci og Ryan har to tilnærminger når det kommer til indre motivasjon (Ryan & Deci, 2017). Det første punktet er at indre motivasjon skal komme av glede og interesse for selve aktiviteten. En person som er styrt av indre motivasjon deltar av egen vilje og aktiviteten oppleves dersom som selvbestemt. Den andre tilnærmingen gjelder verdier og menneskelig tro. Når noe oppleves som meningsfylt og engasjerer individet vil måten personen oppfører seg og handler på, samsvare med verdiene (Ryan & Deci, 2017).

#### *Veien til et selvbestemmende menneske*

For å oppnå de to tilnærmingene for indre motivasjon er det tre grunnleggende psykologiske behov Ryan og Deci (1985) mener må være tilfredsstilt for best mulig utvikling av indre motivasjon og

selvbestemmelse: Behovet for autonomi, kompetanse og tilhørighet. Behovet om autonomi handler om selvstendighet der individet deltar frivillig og bestemmer selv hvordan det løses. Videre har individet behov for kompetanse som handler om det å ha tilstrekkelig med kompetanse på området hvor individet skal gjennomføre en handling. Det siste behovet i teorien er behovet for tilhørighet. Her handler det om at individet har et behov for å føle seg personlig involvert og skape gode relasjoner med gjensidig respekt og tillit. Når de tre behovene er oppfylt, så utvikles det selvbestemmende mennesket (Ryan & Deci, 2017).

### *Motivasjon for trening*

Motivasjon blir sett på som en viktig faktor for å utføre fysisk aktivitet og trening (Weinberg & Gould, 2019). Fysisk aktivitet blir først og fremst sett på som en bidragsyter til menneskers velvære, selvfølelse og kroppsbylde. Samtidig kan et individs motivasjon til å delta i fysisk aktivitet og trening påvirke den positive effekten på kroppsbylde (Panão & Carraça, 2019).

Selvbestemmelsesteorien brukes ofte til å forklare treningsmotivasjon og den antyder at motivasjonen kan være enten indre eller ytre styrt (Larsen et al., 2021). Når man driver en aktivitet, som trening, så har individet gjerne et mål som individet drives av og som vil virke inn på utfallet (Gillison et al., 2006). Flere studier har vist at trening og fysisk aktivitet som er basert på indre motivasjonsfaktorer og da mål som helsegevinster, sosiale årsaker, stressmestring og interesse og glede av aktiviteten, ser ut til å redusere kroppsmissnøye og fremme et positivt syn på kroppsbylde blant unge (Gillison et al., 2006; LePage & Crowther, 2010). Samtidig viser studier at trening og fysisk aktivitet som blir styrt av ytre belønninger som utseende preget motivasjonsfaktor, som det å få større og mer synlige muskler, kan bidra til økt bekymring rundt individets eget utseende, negative selvbylde og et økt kroppsfokus (Gillison et al., 2006; Panão & Carraça, 2019; Haakstad et al., 2021). I tillegg er også ytre treningsmål blitt assosiert med psykososiale plager. I motsetning til ytre mål, så har indre mål vist seg å være positivt assosiert med selvbestemt motivasjon (Gillison et al., 2006).

En studie fra 2018 har undersøkt hvilke motivasjonsfaktorer som får unge voksne til å gå på treningssenter (Rapport et al., 2018). Hovedfunnet er at motivasjonen varierer mellom å oppnå en kropp som fungerer til sitt formål mellom det å være et selv forbedringsprosjekt.

Motivasjonsfaktorene for trening var for det sosiale, bedre funksjonalitet, helsen og avslapping. I tillegg ble det sett på kjønn der menn i stor grad ble motivert av det å skulle bygge muskler og kvinner ble motivert av vektnedgang (Rapport et al., 2018).

En norsk studie utført av Larsen et al. (2021) har sammenlignet motivasjonsfaktorer mellom kjønn og alder ved fysisk aktivitet og trening på treningssenter. Studien har sett på faktorene: glede,

kondisjon, kompetanse, sosialt og utseende. Hovedfunnene i aldersgruppene 11-20 og 21-30 viste at kvinner vurderte kondisjon og glede høyest, mens menn vurderte utseende-faktoren høyere enn kvinner. Dette står i kontrast til tidligere forskning. En tidligere studie utført av Egli et al. (2011) fant at menn hadde lavere skår enn kvinner for ytre motivasjon knyttet til utseende. Menn ble motivert av faktorer som styrke, konkurranse og utfordring, mens kvinnene ble motivert av ytre faktorer som vektkontroll og utseende (Egli et al., 2011). Dette kan muliggjøre at det er et skifte mellom kjønn, der menn i tidlig alder er blitt mer ytre motivert enn tidligere. En mulig årsak hevdes å kunne være at kravet om å oppnå slanke kroppstyper og et mer ungdommelig utseende er blitt større for menn. En studie fra 2017 støtter opp mot det mulige kjønns skillet. Studien fant at menn ble motivert av det fysiske utseende gjennom å utføre øvelser på styrkerommet og i liten grad motivert av helsemessige årsaker (Quesada & Gómez-López, 2017).

### 3.6 Sosiale medier

I 2019 viser statistikk at 90% av unge voksne mellom 18-25 år bruker sosiale medier daglig (Statistisk sentralbyrå, 2019). Sosiale medier eksponerer oss for urealistiske kropper, retusjerte bilder og fremstillinger av det "perfekte" liv. I tillegg har sosiale medier en påvirkningskraft som både kan gi positive og negative konsekvenser. Studier viser at sosiale medier i størst grad utløser negative effekter på den psykiske helsen, der presset rundt utseende og kropp øker (Fardouly & Vartanian, 2016).

På sosiale medier ønsker man ofte å få gode tilbakemeldinger og bli likt og akseptert av flest mulig (Aalen & Iversen, 2021). Dette kan føre til at mennesker kun publiserer det de er mest fornøyde med og at det oppstår en fasade, hvor hele bildet ikke blir presentert. Sosiale medier er en arena man bruker mye tid på å se på andre og blir dermed eksponert for sammenligning. Dersom man har et negativt kroppsbilde fra før av, så vil eksponering av andres kropper og utseende kunne være med på å forsterke de negative tankene rundt egen kropp (Aalen & Iversen, 2021). Forskning viser at individer som bruker mye tid på sosiale medier har en større sannsynlighet for å oppleve kroppspress (de Vries et al., 2019). En kunnskapsoppsummering av Fardouly et al. (2019) rapporterer at unge voksne føler på et høyt press rundt det å se "perfekt" ut på sosiale medier. Videre viser et annet studie fra 2016 at unge voksne mellom 18-25 år som bruker mye tid på sosiale medier, rapporterte et dårligere kroppsbilde, og at dette styrkes ved økt bruk. Resultatene viser også at de som brukte sosiale medier mest var mer fokusert på sin egen kropp og rapporterte at de i høyere grad sammenlignet seg selv med andre (Fardouly & Vartanian, 2016).

I hvor stor grad man utvikler et negativt kroppsbilde eller føler på kroppspress ved bruk av sosiale

medier, vil være avhengig av hva man blir eksponert for og hvilke kanaler man tar i bruk (Jerónimo & Carraça, 2022). Dersom man søker etter inspirasjon rundt trening, vil eksponeringen av treningsrelaterte bilder og videoer stadig dukke opp. Instagram, Snapchat og TikTok er eksempler på medier hvor eksponering av kropp og utseende er framtrædende (Jerónimo & Carraça, 2022). Et begrep kalt "Fitspiration" blir brukt for å inspirere til trening og "sunne" vaner gjennom sosiale medier. En systematisk oversikt av Jerónimo et al. (2022) hevder at eksponering for innhold merket med "Fitspiration" kan ha negative effekter på kroppsbilde blant unge (Jerónimo & Carraça, 2022). Til tross for at begrepet skal brukes til å fremme gode vaner og helse, har det vist seg å påvirke til et negativt kroppsbilde, økt sammenligning og dårligere humør blant unge voksne. Dette skyldes at treningsinspirasjon som deles fokuserer på å inspirere til et bedre fysisk utseende, mens trening for helsemessige årsaker blir i mindre grad delt (Jerónimo & Carraça, 2022).

## 4.0 Metode

### 4.1 Forskningsdesign

For å få svar på problemstillingen valgte vi å ta i bruk kvantitativ metode. Kvantitativ metode er basert på informasjon fra virkeligheten som formidles ved hjelp av tall (Postholm & Jacobsen, 2018). Ved kvantitativ metode studerer man og utforsker et fenomen i bredden i motsetning til en kvalitativ metode hvor man studerer fenomenet i dybden (Johannessen et al., 2021). Med bakgrunn i vår problemstilling er dette en metode som gjør det mulig for oss å omsette resultatene vi får til tallmessige størrelser som videre kan behandles ved hjelp av statistiske analyser. Informasjonen som samles inn er predefinert av forskeren, hvor spørreskjema med faste svaralternativ er den mest brukte kvantitative metoden (Postholm & Jacobsen, 2018). Vi valgte å ta i bruk spørreundersøkelse ettersom det er en tidseffektiv innsamlingsmetode og gjorde det lettere for oss å analysere store mengder talldata. Kvantitativ metode gjorde det mulig å studere en større populasjon hvor vi i større grad fikk en oversikt over hvordan tanker rundt kroppsbilde og motivasjon fordelte seg i gruppene vi undersøkte. Videre fikk vi også et mer representativt bilde av hvordan flertallet forholdt seg til temaet vi forsket på. En svakhet med bruk av spørreskjema er at det er vanskelig å få et dypt innblikk i personens meninger rundt temaet og man har heller ikke mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål. Videre vil det også være vanskelig å kontrollere om personen svarer helt ærlig (Postholm & Jacobsen, 2018).

## 4.2 Utvalg

Populasjonen i denne bacheloroppgaven var norske unge voksne i aldersgruppen 18-25 år. Undersøkelsen var tilgjengelig for gjennomføring fra 14 februar til 14 april 2023. Vi valgte å avgrense utvalget til aldersgruppen 18-25 år ettersom dette er den aldersgruppen som i størst grad tar i bruk treningssenteret (Virke, 2022). Vi var ute etter både aktive og ikke aktive brukere av treningssenter og for å rekruttere respondenter til forskningsprosjektet publiserte vi undersøkelsen på ulike forum. Linken til undersøkelsen ble publisert i gruppene “av jenter for jenter” og “av gutter for gutter” på Facebook og i tillegg la vi ut lenke på våre egne sosiale medier, Snapchat og Instagram. Antall respondenter endte på 461 personer, der 306 fullførte hele undersøkelsen. Etter undersøkelsen valgte vi å ekskludere de 155 respondentene som ikke fullførte spørreundersøkelsen.

## 4.3 Datainnsamling og utforming av spørreskjema

Oppgaven er basert på en tverrsnittstudie, som kjennetegner at man generelt undersøker et fenomen i et avgrenset tidsrom (Ringdal, 2018). En spørreundersøkelse er en systematisk måte å samle inn data fra et utvalg personer, der innsamlingens formål er å gi en statistisk beskrivelse av populasjonen som utvalget stammer fra. Spørreundersøkelsen kan utføres på ulike måter og i undersøkelsen vår ble selvutfylling benyttet som måleinstrument. Selvutfylling er at respondentene fyller ut spørreskjemaet selv (Ringdal, 2018).

Skjemaet ble utviklet i programmet SurveyXact, som er et digitalt verktøy for opprettelse av spørreskjemaer og aktivering og brukerstyring for å sikre anonymitet hos respondentene (SurveyXact). Spørreundersøkelsen bestod av totalt 19 spørsmål og omhandlet kategoriene motivasjon til bruk og årsak til ikke bruk av treningssenter, selvoppfatning og sosiale medier (vedlegg 1). Noen av spørsmålene inneholdt flere påstander med skala fra helt enig til helt uenig, andre med flere svaralternativer og noen med kun et svar. Undersøkelsen bestod av kun lukkede spørsmål og deltakerne hadde derfor ikke mulighet til å svare utdypende. Vi valgte å kun stille lukkede spørsmål slik at det ble lettere å sammenligne svarene til respondentene. I tillegg var undersøkelsen anonym og det for å øke sannsynligheten for at respondentene svarte ærlig, samt for å sikre personvernopplysninger. Ved utarbeidelsen av undersøkelsen fokuserte vi på å utforme lett forståelige spørsmål, for å sikre mest mulig representative svar. I forkant av studien ble det gjennomført en pilottest av spørreskjemaet av veilederen vår og tre frivillige bekjente innenfor aldersgruppen. Pilottesten ble utført med hensikt om å undersøke om oppsettet av skjemaet fungerte og om hvordan respondentene oppfattet og tolket de ulike spørsmålene.



Undersøkelsen startet med spørsmål om kjønn og alder, som var felles for alle respondentene. Videre ble respondentene stilt inngangsspørsmålet "trener du på treningssenter?". Herfra ble de sendt i to forskjellige retninger med ulike spørsmål, avhengig om de svarte "ja" eller "nei" til bruk av treningssenter. Dette for å skille gruppene brukere og ikke-brukere av treningssenter. Brukerne av treningssenter ble stilt 6 spørsmål med totalt 22 påstander og ikke-brukerne ble enten stilt 2 spørsmål med 8 påstander dersom de ikke trener i det hele tatt eller 2 spørsmål med 14 påstander dersom de trener, men ikke på treningssenter. Til slutt ble alle respondentene stilt 1 spørsmål med 9 påstander om selvoppfatning, 3 spørsmål om sosiale medier der det ene bestod av 5 påstander og til slutt 1 spørsmål om opplevelsen av kroppspress (vedlegg 1).

For å undersøke kroppsbilde finnes det flere spørreskjemaer som tar for seg ulike aspekter. I denne bacheloroppgaven er spørreskjemaet "The Multidimensional Body-Self Questionnaire-Appearance Scales (MBSRQAS 34-item Questionnaire)" brukt som inspirasjon i utforming av spørsmålene om kroppsbilde (Cash, 2000). MBSRQ-AS er et av de mest omfattende og brukte spørreskjemaene knyttet til det å undersøke og kartlegge kroppsbilde hos voksne. Studier viser at måleinstrumentet er både valid og reliabelt og at det kan tas i bruk for både kvinner og menn (Cash, 2000).

## 4.4 Reliabilitet

Reliabilitet handler om hvor pålitelig og nøyaktige målingene er (Johannessen et al., 2021). Det handler om alt fra hvordan dataene blir samlet inn, hva som blir brukt og hvordan det blir bearbeidet. Ved høy reliabilitet vil andre forskere kunne komme frem til det samme resultatet (Johannessen et al., 2021). Ved bruk av spørreskjema, som er benyttet i denne studien, kan det være vanskelig å vurdere reliabiliteten. Årsaken skyldes at spørreskjemaet kan tolkes ulikt av respondentene og det kan tolkes ulikt av forskerne som analyserer dataene. Hvem som er utvalget, vil også spille inn på reliabiliteten. Utvalget kan endre både tanker, holdninger og meninger over tid, noe som kan føre til andre resultater dersom undersøkelsen blir gjennomført på nytt, ved et senere tidspunkt. Undersøkelsens tema kan også påvirke reliabiliteten. Vår undersøkelse hadde flere sensitive tema som handlet om selvoppfatning, kroppsbilde og trening. Slike tema kan føre til at noen av spørsmålene kan være sårbare for respondentene å svare på og kan dermed føre til at enkelte ikke svarer helt ærlig. Til tross for at undersøkelsen var anonym, så er det en mulighet for at respondentene ikke klarte å være helt ærlig med seg selv i svarene sine. For å ta høyde for dette hadde spørreundersøkelsen vår flere spørsmål og påstander som hadde til hensikt å måle det samme (Johannessen et al., 2021). Vi vinklet noen av utsagnene om selvoppfatning og kroppsbilde både positivt og negativt for å styrke reliabiliteten. Positivt ladet var eks. «Jeg føler at jeg har et positivt

kroppsbilde» og “jeg blir mer komfortabel med min egen kropp av å trene på treningssenter”, og negativt ladet, eks. «Jeg føler at jeg har et negativt kroppsbilde» og “jeg blir mindre komfortabel med min egen kropp av å trene på treningssenter”.

## 4.5 Validitet

Validitet handler om hvor gyldig forskningen er, altså om vi måler det vi ønsker å måle (Johannessen et al., 2021). En spørreundersøkelse vil være valid dersom utvalget representerer populasjonen som ønskes undersøkt. Dersom utvalget er representativt, kan man generalisere resultatene til resten av befolkningen. Hvor stort utvalget er har også mye å si for validiteten, hvor stort utvalg vil kunne styrke validiteten. Det var totalt 306 respondenter som fullførte hele undersøkelsen, altså en god del svar, men likevel et lavt antall sammenlignet med hvor mange studenter som finnes i Bergen. En annen viktig faktor handler om formuleringen av spørsmålene. Dersom spørsmålene er dårlig formulert kan det føre til at respondentene ikke svarer på det de skal svare på, noe som kan minske validiteten i undersøkelsen. For å øke validiteten fikk vi tre testpersoner til å gjennomføre undersøkelsen vår, for å komme med tilbakemeldinger. Dette for å sikre at spørsmålene var godt formulert og at de ikke ble misforstått. Tre medstudenter og veilederen vår gjennomførte spørreundersøkelsen og gav oss tilbakemeldinger i etterkant. Etter tilbakemeldinger gjorde vi endringer i spørreundersøkelsen for å få den best mulig. Ved å gjennomføre en pilottest og analysere data fra forsøkspersonene før man sender ut undersøkelsen, kan man også få svar på om undersøkelsen måler det man ønsker den skal måle (Johannessen et al., 2021).

## 4.6 Forskningsetiske vurderinger

Ved utarbeidelse av spørreundersøkelsen ble det gjennom hele prosessen gjort etiske vurderinger. Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora, som er et uavhengig og rådgivende organ, har vedtatt nasjonale forskningsetiske retningslinjer (NESH, 2021). Som forskere er det tre typer hensyn å tenke gjennom; Det første er respondentenes rett til selvbestemmelse og autonomi, som omhandler at deltakelsen er på frivillig basis og de skal kunne trekke seg på hvilket som helst tidspunkt uten begrunnelse. Det andre prinsippet handler om forskerens plikt til å respektere respondentenes privatliv. Respondentene har dermed rett til å nekte forskeren opplysninger som handler om privatlivet og deres personalia skal sikres fra å bli publisert og identifisert. Et eksempel er at en god del av respondentene i vår undersøkelse valgte å ikke fullføre spørreskjemaet, og deres svar ble dermed ikke brukt i oppgaven. Det tredje og siste hensynet om etikk i forskning handler om forskernes ansvar for å unngå skade. Prinsippet relateres hovedsakelig til

medisinsk forskning, og gjelder derfor i liten grad vårt forskningsprosjekt. Likevel handler det om at respondentene skal utsettes for minst mulig belastning og det må sørges for å ikke innhente data som kan få negative virkninger for respondentene (Christoffersen & Johannessen, 2012). Vi valgte å utelate noen spørsmål fra analysen, ettersom vi samlet inn mer data enn vi trengte og de ikke var nødvendige for å svare på problemstillingen. Spørreundersøkelsen inneholdt ikke-identifiserbare persondata, så det var ikke nødvendig å søke om forskningsetiske godkjenninger.

Selvoppfatning er en kategori som omhandler kropp og kan for mange oppleves som et sensitivt tema. Det å svare på spørsmål og legge igjen meninger om egen kropp kan være utfordrende for mange. I begynnelsen av spørreundersøkelsen informeres det derfor om rettigheter som at det er frivillig å delta, all data vil bli anonymisert og at de under gjennomføring kan trekke seg når som helst og at dataen da ikke vil bli brukt i forskningsprosjektet. Gjennom å presentere disse rettighetene blir det sendt ut en nøytral form for invitasjon uten bruk av noen former for press for å delta (NESH, 2021). Deltakerne ble også informert om formålet med studien og hva den omhandler.

Anonymiteten til respondentene blir sikret gjennom dataprogrammet SurveyXact og det er viktig å ivareta anonymiteten gjennom hele prosessen, ettersom det er lovet (NESH, 2021). Det å gjøre respondentene uidentifiserbare er en strategi som innebærer at forbindelsen mellom personer og informasjon blir fjernet slik at det ikke er mulig å finne tilbake til individet som opplysningene angår. Verken dataprogrammet eller forskningsprosjektets ansvarlige hadde tilgang til IP-adresser, og respondentenes anonymitet ble dermed ivaretatt. Før deltakelse ble det på forhånd, til respondentene, informert tydelig om lagring av materialet og hvordan det skulle benyttes. Spørreundersøkelsen ble gjennomført på bakgrunn og i tråd med de kriteriene for forskningsetiske retningslinjer og prinsipper, som er utarbeidet av NESH (2021).

## 4.7 Dataanalyse

Kvantitativ metode kjennetegnes ved at data som blir innhentet blir presentert som tall som kan telles (Christoffersen & Johannessen, 2012). Det er ulike måter å presentere utvalget og de innsamlede dataene på. Analysemetodene vi tok i bruk for å analysere undersøkelsen var univariat analyse. Univariat analyse brukes for å samle inn enkel informasjon, som for eksempel kjønn og alder. For å presentere datamaterialet benyttet vi prosentandeler, som er standardiserte tall fra null til hundre (Christoffersen & Johannessen, 2012). I vår analyse presenterte vi statistikken gjennom frekvenstabeller og deskriptiv tekst, hvor tabellene er utarbeidet gjennom SurveyXact.

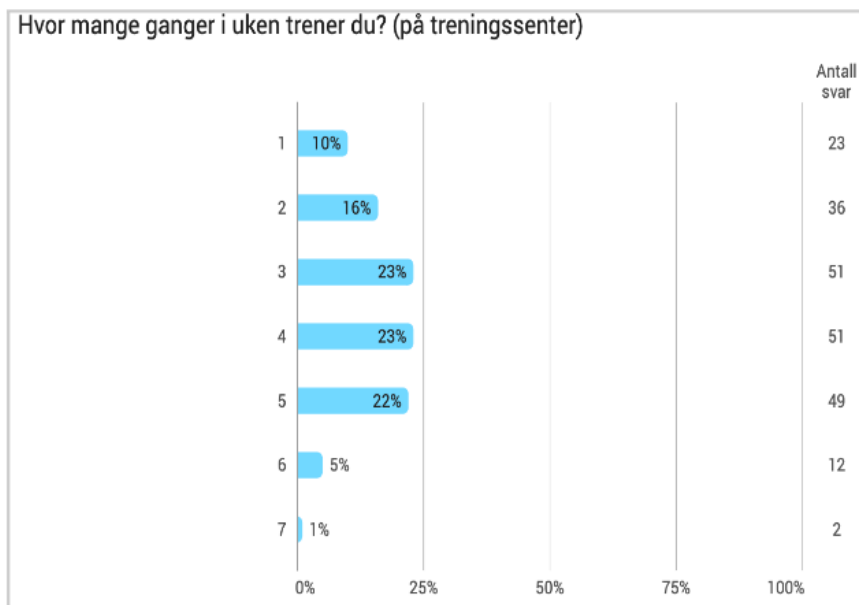
Ettersom vår spørreundersøkelse var svært omfattende med mange ulike påstander og

svaralternativ, valgte vi som nevnt å ekskludere flere spørsmål som ikke tilføyde noe ekstra informasjon. Dette gjorde det både lettere for oss å analysere og forstå dataene vi samlet inn. For å sammenligne brukere og ikke-brukere ble det stilt en rekke like påstander, slik at vi kunne sette dem opp mot hverandre og se forskjellene i prosent. Vi ønsket å skille mellom brukere og ikke-brukere av treningssenter og valgte derfor å slå sammen de som ikke trener i det hele tatt og de som trener andre former for trening, som en gruppe. Årsaken til dette var for å ha en større gruppe å kunne sammenligne med, ettersom det var en ujevn svarfordeling mellom brukere og ikke-brukere av treningssenter. Videre ble gruppen som tar i bruk treningssenter stilt flere spørsmål ettersom vi ønsket å undersøke motivasjon til bruk, samt hvilke påvirkning senteret har på kroppsbilde og selvopfatning.

## 5.0 Resultat

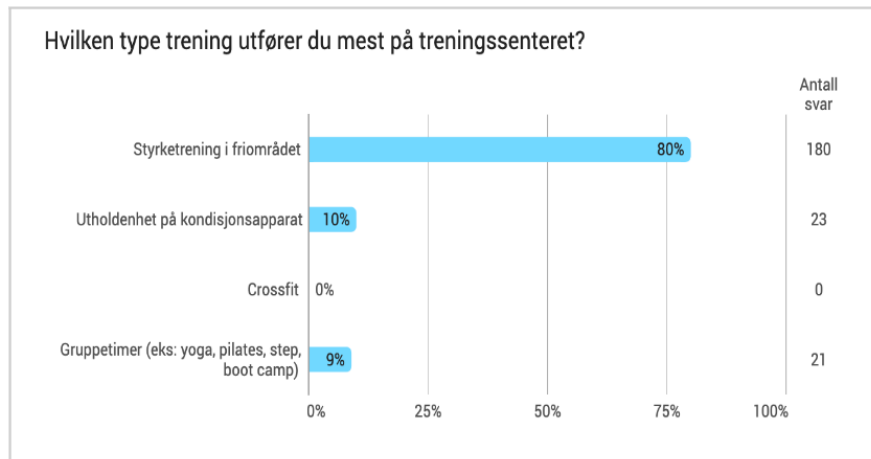
Av totalt 306 respondenter som deltok og gjennomførte hele spørreundersøkelsen var 84% (n=258) av disse kvinner og 16% (n=48) menn, med en gjennomsnittsalder på 22,2 år. Oppgaven sammenligner gruppene brukere og ikke-brukere av treningssenter. Totalt var det 73% (n=224) som svarte "ja" til bruk treningssenter og 27% (n=82) som svarte "nei" til bruk av treningssenter.

### 5.1 Brukere av treningssenter



Figur 1: Antall ganger i uken respondentene i gruppen brukere trener på treningssenter.

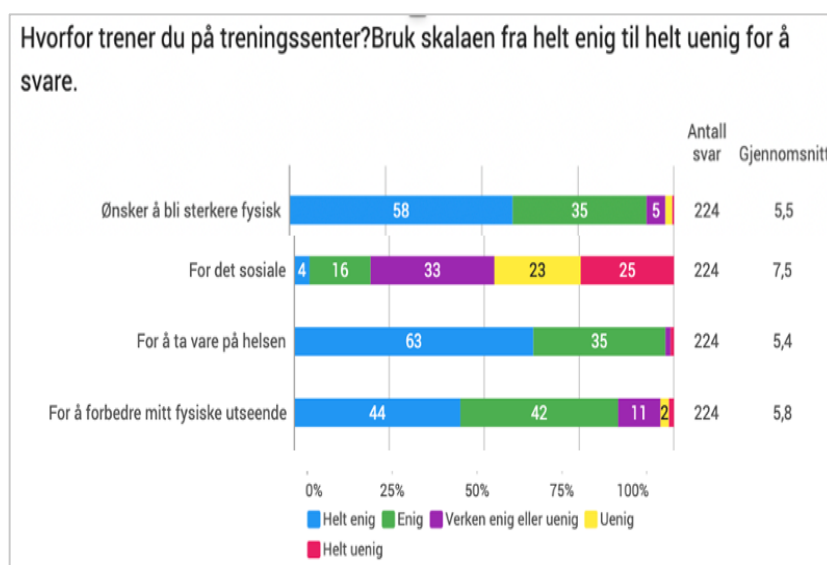
Som nevnt var det 73% (n=224) som var i gruppen brukere av treningssenter. I figur 1 presenteres det hvor mange ganger i uken de trente. Resultatene viser at flertallet trente enten tre (23% (n=51)), fire (23% (n=51)) eller fem (22% (n=49)) ganger i uken. Videre ser vi at 16% (n=36) trente to ganger i uken og 10% (n=23) en gang i uken. Det var 5% (n=12) som trente seks ganger i uken og 1% (n=2) som trente syv ganger i uken.



Figur 2: Typen trening respondentene i gruppen brukere utfører mest på treningssenter.

Respondentene ble også spurt om hvilken type trening de i størst grad utfører på treningssenter. Dette er vist i figur 2 hvor 80% (n=180) utførte "styrketrening i frivektsområde", 10% (n=23) "trente utholdenhet på kondisjonsapparat" og 9% (n=21) deltok på "gruppetimer".

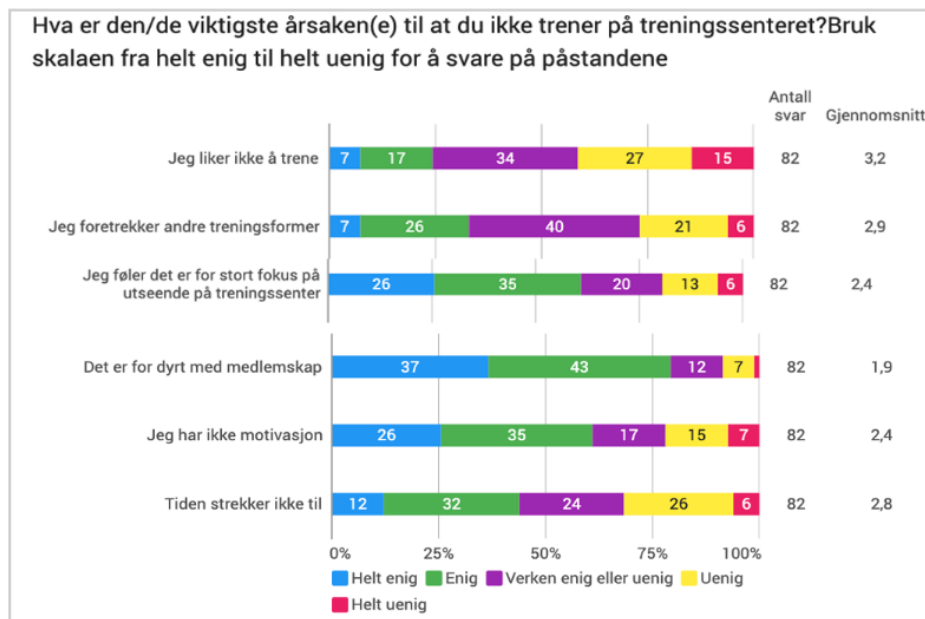
## 5.2 Motivasjon



Figur 3: Motivasjon for trening hos gruppen brukere av treningssenter.

For å finne ut av motivasjonsfaktorene til bruken av treningscenter ble de som trente på treningscenter stilt spørsmålet "hvorfors trener du på treningscenter?" (figur 3). Her skulle respondentene rangere fra helt enig til helt uenig for hver påstand. Resultatene viser at 93% (n=208) er enten "helt enig" eller "enig" i påstanden "ønsker å bli sterkere fysisk". Videre oppgir 98% (n=219) at de "trener for å ta vare på helsen" og 86% (n=191) at de var "enige" i at de "trener for å forbedre deres fysiske utseende". Vi ser til slutt at det var 20% (n=35) som "trener for det sosiale".

### 5.3 Årsak til ikke bruk av treningscenter

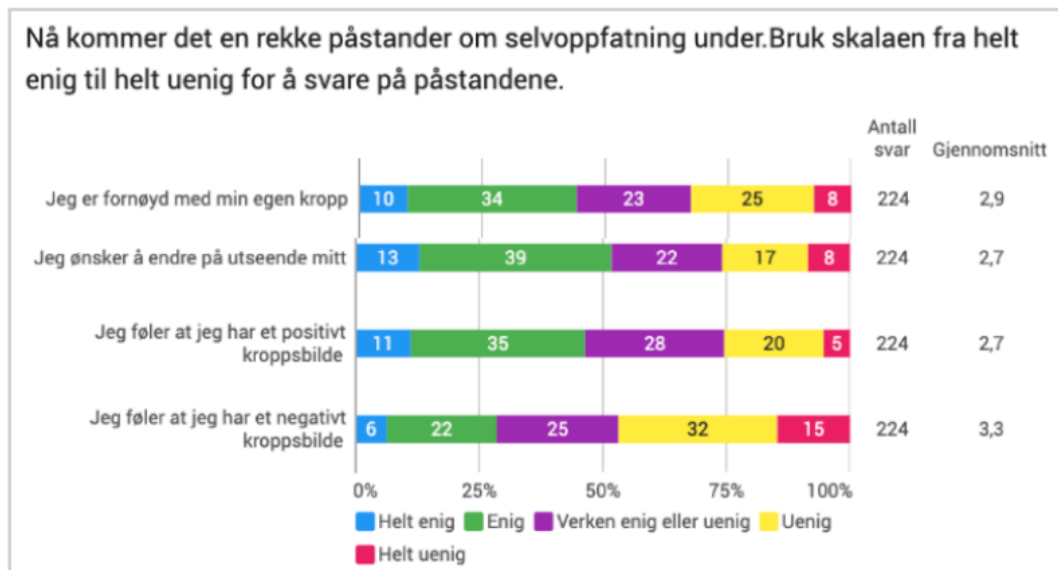


Figur 4: Årsaker til at ikke-brukere ikke trener på treningscenter.

For å finne ut årsakene til hvorfor gruppen ikke-brukere valgte å ikke trene på treningscenter, ble de stilt en rekke påstander som skulle rangeres fra helt enig til helt uenig (figur 4).

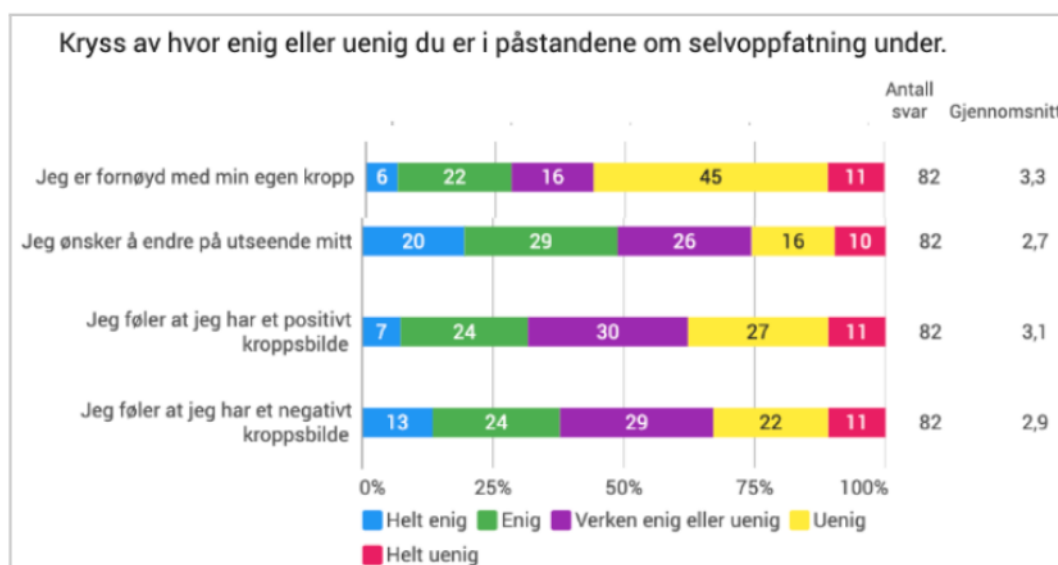
Resultatene viser at den mest dominerende årsaken var "det er for dyrt med medlemskap", der 80% (n=65) var "helt enig" eller "enig". Videre var årsaken "jeg har ikke motivasjon" nevnt i stor grad, der 61% (n=50) var enten "helt enig" eller "enig". På påstanden "jeg føler det er for stort fokus på utseende på treningscenter" var det også 61% (n=50) som var "helt enig" eller "enig". Når det gjaldt tid til trening var det 42% (n=34) som mente at dette var en viktig årsak. Påstandene "jeg liker ikke å trene", "jeg foretrekker andre treningsformer" ble ikke sett på som en viktig årsak.

## 5.4 Selvoppfatning



Figur 5: Selvoppfatning hos gruppen brukere av treningssenter.

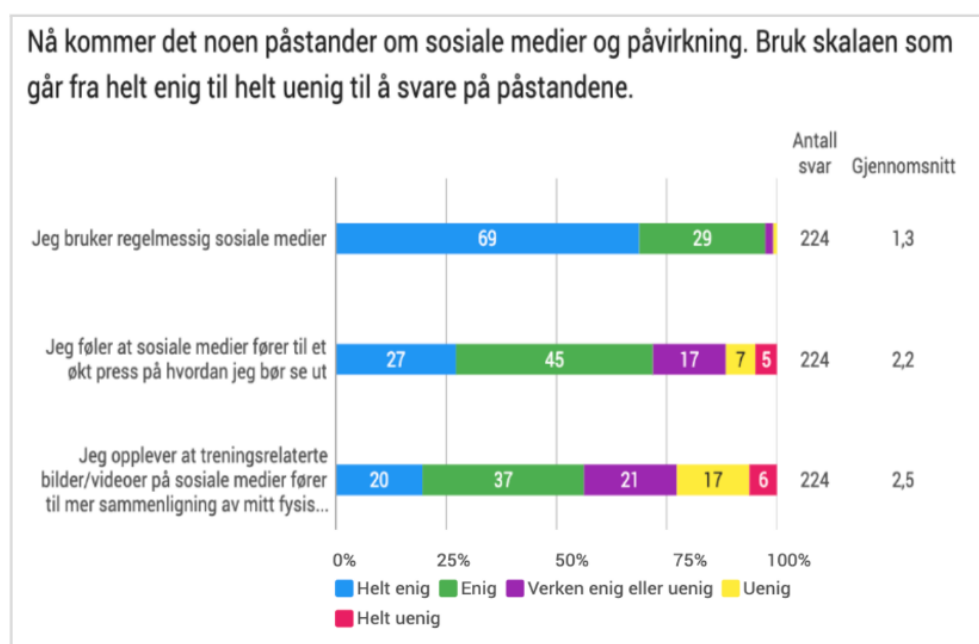
For å undersøke kroppsbilde hos respondentene ble begge gruppene stilt de samme spørsmålene rundt selvoppfatning. Figur 5 presenterer resultatene til brukerne av treningssenter. Første påstand var “jeg er fornøyd med min egen kropp”, her svarte 44% (n=99) av brukere at de var “helt enig” eller “enig”. Det var 52% (n=116) som var “helt enig” eller “enig” i ønsket om å endre sitt eget utseende. Videre ble brukerne stilt et positivt og et negativt ladd spørsmål angående kroppsbilde. Som vist i figur 5 var det 46% (n=104) som var “helt enig” eller “enig” i at de “har et positivt kroppsbilde”, og 28% (n=64) som var “helt enig” eller “enig” i at de “har et negativt kroppsbilde”.



Figur 6: Selvoppfatning hos gruppen ikke-brukere av treningssenter.

Figur 6 viser resultatene til ikke-brukere av treningssenter. Det var 28% (n=24) som svarte at de var "helt enig" eller "enig" i påstanden "jeg er fornøyd med min egen kropp". Videre var det 49% (n=41) som rapporterte at de var "helt enig" og "enig" i påstanden om at de hadde et ønske om å endre utseende sitt. Gruppen ble deretter stilt et positivt og et negativt ladd spørsmål om kroppsbilde. Her var det 28% (n=64) som var "helt enig" eller enig" i at de hadde et negativt kroppsbilde og 31% (n=26) som rapporterer at de var "helt enig" eller "enig" i at de hadde et positivt kroppsbilde.

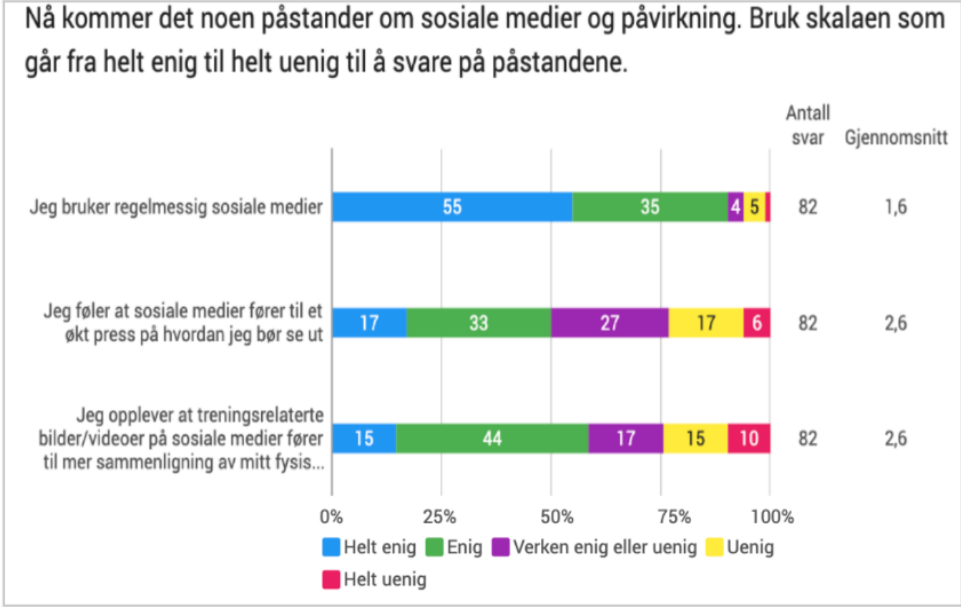
## 5.5 Sosiale medier



Figur 7: Sosiale mediers påvirkning på gruppen brukere av treningssenter.

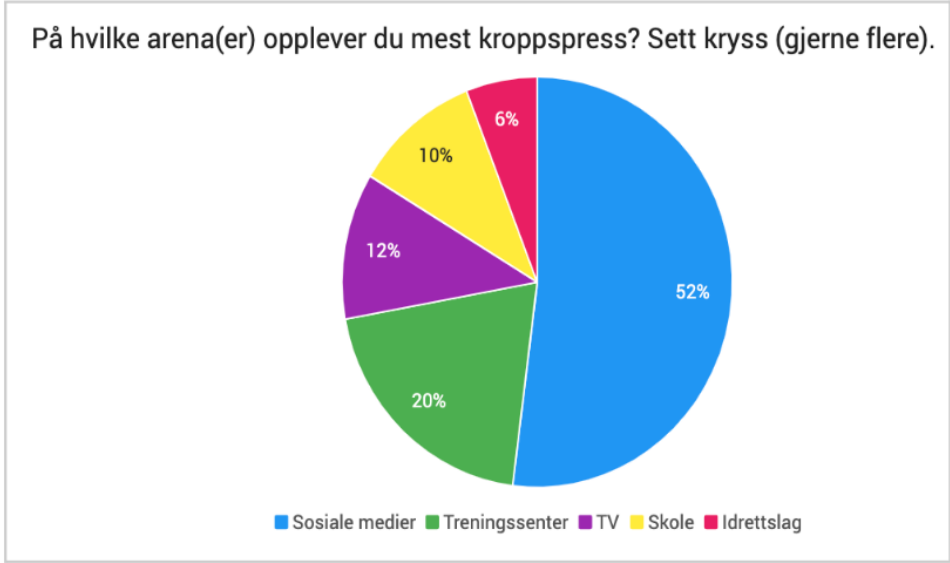
I spørreundersøkelsen ble respondentene stilt spørsmål om sosiale mediers påvirkningskraft på kroppsbilde. Resultatene fra gruppen som tar i bruk treningssenter er vist i figur 7. Først ble respondentene stilt en påstand om regelmessig bruk av sosiale medier. Her viser resultatene at totalt 98% (n=218) av gruppen var "helt enig" eller "enig" i påstanden. Deretter skulle de svare på påstanden om at "sosiale medier fører til et økt press på hvordan jeg bør se ut". Her rapporterte 72% (n=161) at de var enten "helt enig" eller "enig". Videre var det relevant å få svar på om de opplever at treningsrelaterte bilder/videoer på sosiale medier fører til mer sammenligning av sitt fysiske utseende med andres. Resultatene her viser at 57% (n=126) var "helt enig" eller "enig" i påstanden.





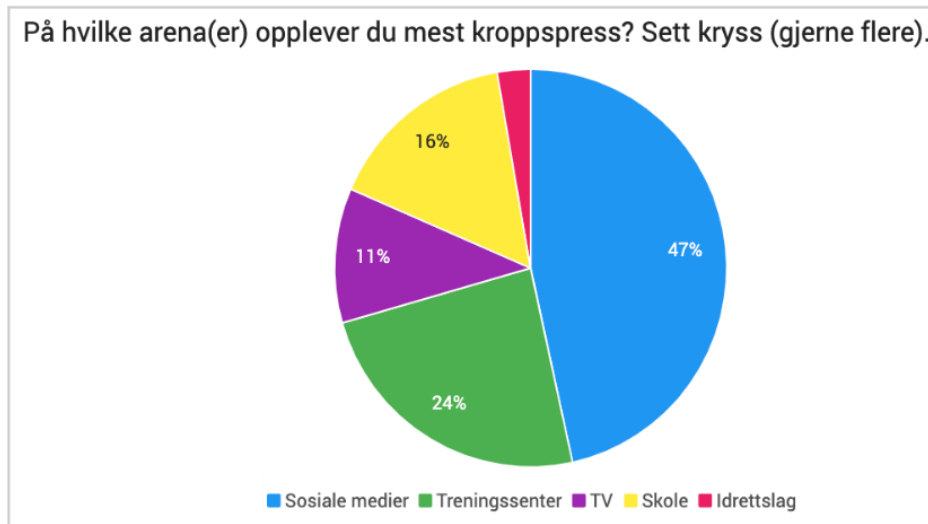
Figur 8: Sosiale mediers påvirkning på gruppen ikke-brukere av treningscenteret

Gruppen som ikke tok i bruk treningscenter, ble også stilt spørsmål om sosiale mediers påvirkningskraft (figur 8). Hos ikke-brukere var det 90% (n=74) som oppga at de var "helt enig" eller "enig" i påstanden "jeg bruker regelmessig sosiale medier". Videre skulle de svare på påstanden om at de føler at "sosiale medier fører til et økt press på hvordan jeg bør se ut". Her svarte 50% (n=41) at de var "helt enig" eller "enig". Til slutt ble respondentene spurt om de opplever at treningsrelaterte bilder/videoer på sosiale medier fører til mer sammenligning av sitt fysiske utseende med andres. Her var 59% (n=48) "helt enig" eller "enig".



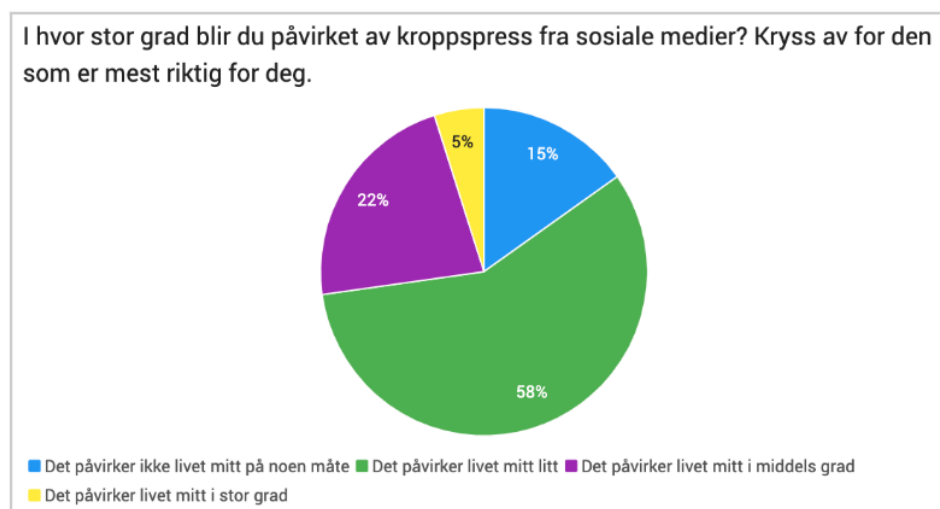
Figur 9: Arenaer der gruppen brukere av treningscenteret i størst grad opplevde kroppspress.

Videre ble brukerne av treningssenter spurt om “på hvilke arena(er) opplever du mest kroppspress?” (figur 9). Resultatene viser at sosiale medier var den arenaen hvor gruppen opplever størst kroppspress (52% (n=194)). Treningssenter rapporteres å være den nest mest oppgitte arenaen for kroppspress (20% (n=75)). Videre var det svært lav prosentandel som svarte at “skole”, “idrettslag” og “TV” var arenaer for opplevd kroppspress.



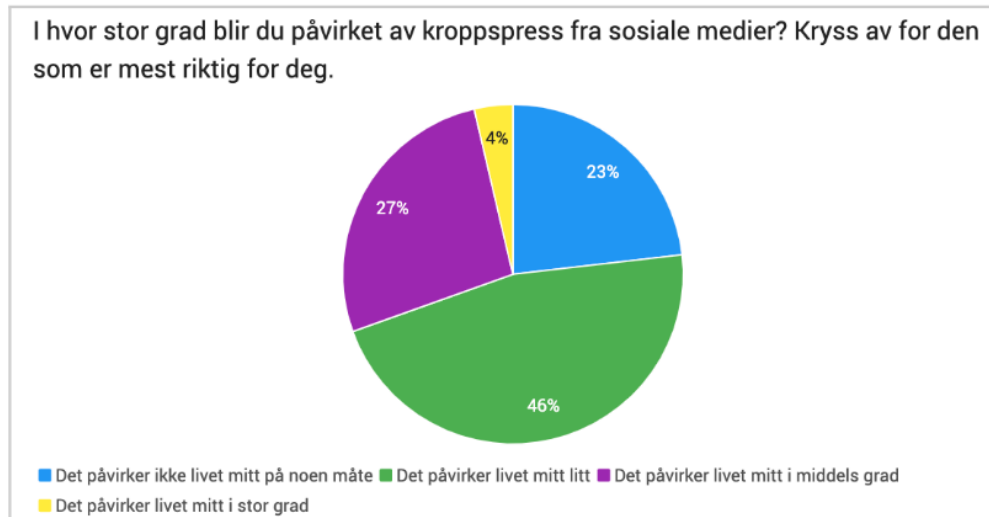
Figur 10: Arenaer der gruppen ikke-brukere av treningssenter i størst grad opplevde kroppspress

Samme spørsmål ble stilt til ikke brukere av treningssenter, hvor resultatene er vist i figur 10. Denne gruppen oppgir også sosiale medier som arenaen hvor de opplevde mest kroppspress (47% (n=68)). Videre var det 24% (n=35) som oppga treningssenter som den største arenaen for opplevd kroppspress. Arenaene “skole”, “idrettslag” og “TV” ble i liten grad valgt av respondentene.



Figur 11: I hvor stor grad brukere av treningssenter blir påvirket av kroppspress fra sosiale medier.

Som vist i figur 11 ble brukere av treningssenter spurt om i hvilken grad kroppspress fra sosiale medier påvirker livet deres gjennom kategoriene “ingen grad”, “litt”, “middels” og “stor grad”. Den høyeste rapporterte kategorien var “det påvirker livet mitt litt” (58% (n=129)). Videre var det 22% (n=50) som mente “det påvirket livet mitt i middels grad”, 15% (n=34) svarte “det påvirker ikke livet mitt på noen måte” og 5% (n=11) svarte “det påvirker livet mitt i stor grad”.



Figur 12: I hvor stor grad ikke-brukere av treningssenter blir påvirket av kroppspress fra sosiale medier

Ikke-brukere av treningssenter ble også stilt spørsmålet “i hvor stor grad blir du påvirket av kroppspress fra sosiale medier?” (figur 12). Her var også kategorien “det påvirker livet mitt litt” mest oppgitt, hvor resultater viser at 46% (n=38) valgte denne kategorien. Av de som ble påvirket i middels grad var det 27% (n=22). Videre var det 23% (n=19) som mente at de ikke ble påvirket på noen måte og kun 4% (n=3) som mente det påvirket livet deres i stor grad.

## 6.0 Diskusjon

Hensikten med denne bacheloroppgaven var å finne ut hvilke påvirkningskraft treningssenter og sosiale medier har på unge voksne i alderen 18-25 år. Vi ønsket også å se på motivasjonsfaktorene for å ta i bruk treningssenter og årsaken til at personer velger å ikke ta i bruk treningssenter. I det følgende vil vi diskutere funnene våre opp mot relevant teori og empiri for å svare på problemstillingen:

“Påvirker kroppspress på treningssenter og i sosiale medier kroppsbildet blant unge voksne i alderen 18-25 år?”

- “Er det en sammenheng mellom motivasjon og kroppsbilde blant brukere og ikke-brukere av treningssenter?”

## 6.1 Hvem tar i bruk treningssenter?

Bruken av treningssenter har økt drastisk de siste årene, der aldersgruppen 18-25 år er de som utgjør den største prosentandelen (Thidemann & Winkelmann, 2014). I vår undersøkelse var det 73% av respondentene som svarte at de tok i bruk treningssenter, noe som er med på å bekrefte den økende populariteten. Likevel kan det være vanskelig å vite om spørreundersøkelsen har nådd ut til et representativt utvalg. Ettersom undersøkelsen vår inneholder treningssenter som et tema, er det sannsynlig at de som er opptatt av trening og selv tar i bruk treningssenter velger å svare på spørreundersøkelsen. Videre kan det høye antallet brukere av treningssenter henge sammen med at mange av våre følgere på sosiale medier deler de samme interessene som oss, og dermed er forbrukere av treningssenter. Når det kommer til kjønn, var 84% av respondentene kvinner og 16% menn. Dette gjør det vanskelig å generalisere kjønnsforskjeller fra resultatene våre til resten av befolkningen. Resultatene kunne vært annerledes dersom det var et høyere antall menn som svarte på undersøkelsen. I undersøkelsen valgte vi å ikke skille mellom kjønn og kan derfor ikke vite om resultatene ville blitt annerledes dersom vi tok høyde for dette. For å øke validiteten burde utvalget bestått av en større andel ikke-brukere av treningssenter.

## 6.2 Hva er motivasjonsfaktorene til "brukerne" av treningssenter?

For å utføre fysisk aktivitet og trening så er det vist at motivasjonen som ligger til grunn er en viktig faktor (Weinberg & Gould, 2019). Respondentene som er i gruppen brukere av treningssenter, viser at de styres av en blanding mellom indre- og ytre motivasjon (figur 3). Det er ingen tvil om at det å ta vare på helsen er en viktig motivasjonsfaktor for at respondentene trente. I kategoriene “helt enig” og “enig” er det 98% av respondentene som rapporterte at de trener for å ta vare på helsen. Studier har vist at trening og fysisk aktivitet som er basert på indre motivasjonsfaktorer som å trene for helsen, sosiale årsaker, stressmestring og interesse og glede av aktiviteten, ser ut til å redusere kroppsmisnøye og fremme et positivt syn på kroppsbilde blant unge voksne (Gillison et al., 2006; LePage & Crowther, 2010). Når et individ trener for å ta vare på helsen, som 98% av våre respondenter rapporterte, så drives aktiviteten av et indre mål. Det å nå et indre mål resulterer i opplevd selvutvikling som har vist seg å gi økt innsats, ytelse og kontinuitet på trening (Gillison et al.,

2006; Ryan & Deci, 2017). Selvbestedelsesteorien til Ryan og Deci (2017) brukes ofte for å forklare treningsmotivasjon og legger vekt på at indre motivasjon er viktig for å opprettholde en aktivitet. Teorien sier at indre motivasjonen er grunnmuren for hvorfor mennesket deltar i aktivitet. Når et individ opplever indre motivasjon så utvikles det selvbestedende mennesket, og for å være motivert på en bra måte så er behovet for selvbestedelse viktig (Ryan & Deci, 2017).

I undersøkelsen ser vi også at et av grunnlagene for motivasjon til trening hos respondentene er å endre sitt fysiske utseende (figur 3). Det er 86% som er "helt enig" eller "enig" i at de trener for å forbedre utseende sitt, altså de er drevet av ytre motivasjon. Dette kan knyttes opp mot selvbestedelsesteoriens ytre motivasjon. Individet utfører trening basert på at man føler man "må, skal og bør" og da grunnet et ytre press eller for å tilfredsstille andre (Martinsen et al., 2018). Ifølge flere studier har det blitt vist at trening som blir styrt av ytre motivasjon, blant annet med utseende som motivasjonsfaktor, kan bidra til bekymringer om eget utseende, negativt selvbilde, økende kroppsfokus som videre er relatert til psykososiale plager (Gillison et al., 2006; Panão & Carraça, 2019; Haakstad et al., 2021). Psykososiale plager er ikke undersøkt i denne studien, og det er derfor vanskelig å si noe om hva som gjelder våre respondenter. Samtidig er det å være drevet av ytre faktorer for å oppnå en bestemt kropp gjennom trening, ofte omtalt som negativt. En ytre faktor kan på den andre siden være en faktor som driver individet til å komme i gang med treningen, og som over tid kan bygge en indre motivasjon (Ryan & Deci, 2017).

Videre rapporterte 93% av respondentene at de er "helt enig" og "enig" i påstanden om at de trener for å bli sterkere fysisk (figur 3). Resultatene kan knyttes opp mot at hele 80% av respondentene rapporterte at de i størst grad utfører styrketrening i frivektsområde. Det å trene for å bli sterkere fysisk kan både være preget av indre og ytre motivasjon. Dersom individets trening er basert på ytre belønning, som å bli sterkere fysisk ved å stadig jakte større og mer synlige muskler, kan det føre til økt bekymring rundt eget utseende (Gillison et al., 2006; Panão & Carraça, 2019; Haakstad et al., 2021). Etter hvert kan den ytre motivasjonen være et middel for å bygge opp en indre motivasjon, som ifølge selvbestedelsesteorien er helt avgjørende for at aktiviteten skal være gjennomførbar over tid (Ryan & Deci, 2017). Det å trene for å bli sterkere kan også være drevet av en indre motivasjon, der personen blir motivert av faktorer som styrke, konkurranse og utfordringer (Egli et al., 2011). Dette kan knyttes opp mot selvbestedelsesteoriens ene punkt som tar for seg gleden og interessen et individ føler når man utfører en handling. For eksempel dersom man utfører styrketrening på treningssenteret kan det resultere i mestingsfølelse (Ryan & Deci, 2017). Det kan også være at personen er drevet av indre motivasjon for å bli sterkere fysisk ved at det styrker kroppen og gjør at fysiske utfordringer i hverdagen blir lettere å mestre. Når et individ allerede er

motivert til en oppgave så er veien til å utføre handlingen kort (Ryan & Deci, 2017).

Når det kommer til påstanden om å trene for det sosiale, så var det totalt kun 20% som rapporterte at de er "helt enig" eller "enig" (figur 3). Dette kan tyde på at respondentenes motivasjonsfaktor for å dra på treningssenter hovedsakelig er for å forbedre sitt fysiske utseende, samtidig som de oppnår helsemessige gevinster. Selv om studier viser at "glede", "sosialt" og "relasjoner" er viktige motivasjonsfaktorer for at et individ drar på treningssenter, så kan treningssenter for mange være et sted der de kun trener for sin egen del og ikke for det sosiale (Rapport et al., 2018; Larsen et al., 2021). Dette kan ses opp mot våre resultater, der våre tall viser at det kun er 20% av respondentene som trener for det sosiale. Det kan også knyttes opp mot at studier viser at å trene av sosiale årsaker fremmer et positivt syn på individets kroppsbilde (Gillison et al., 2006; LePage & Crowther, 2010). Våre respondenter rapporterte høyt på motivasjonsfaktoren om å trene for å endre sitt fysiske utseende, noe som kan tyde på, men ikke konstateres, at de har et negativt syn på eget kroppsbilde.

### 6.3 Årsaker til at respondentene ikke benytter seg av treningssenter

Treningssentre skal i utgangspunktet sikre en helsefremmende livsstil, men på den andre siden har dette vist seg å være en arena der kroppspress kommer til syne (Sundgot-Borgen et al., 2021). Dette kan vi se i undersøkelsens resultater der 61% av ikke-brukerne av treningssenter rapporterte at de er "helt enig" eller "enig" i påstanden om at det er for stort fokus på utseende på treningssenter (figur 4). Resultatene kan ses i sammenheng med to studier som påpeker at treningssenter miljøet blir sett på som svært utseendefokusert, og kan da ut i fra resultatene antas å være en årsak til at respondentene ikke ønsker å ta i bruk treningssenter (Prichard & Tiggemann, 2005; Haakstad et al., 2021). Samtidig er det viktig å påpeke at flere studier tilsier at det er selve treningssenter miljøet som påvirker kroppsbilde og ikke treningen som utføres (Prichard & Tiggemann, 2008; Stapleton et al., 2016). Dette kan styrkes ved at regelmessig fysisk aktivitet og trening fører til et bedre kroppsbilde (Prichard & Tiggemann, 2005; Haakstad et al., 2021). Det kan derfor diskuteres om at dersom treningssenter miljøet hadde hatt mindre fokus på utseende, om den økte opplevelsen av kroppspress hadde blitt redusert.

Videre svarte 61% av respondentene at de ikke har motivasjon og vi vet at motivasjon blir sett på som en viktig faktor for å utføre fysisk aktivitet og trening (Weinberg & Gould, 2019). En annen årsak til at de ikke trener på treningssenter er prisen. Den ble trukket frem som "dyr" og totalt 80% var "helt enig" eller "enig" i påstanden. For vår målgruppe, unge voksne 18-25 år, så kan vi anta at mange av dem er studenter. Treningssenter kan derfor være en høy utgiftspost som målgruppen nedprioriterer. Prisen kan videre ses i sammenheng med påstanden om at "jeg liker ikke å trene" og

“jeg foretrekker andre treningsformer”. Våre tall viser at 33% er “helt enig” eller “enig” i at de foretrekker andre treningsformer utenfor treningssenteret. Til sammen rapporterte 42% at de er “helt uenig” eller “uenig” og 34% er “verken enig eller uenig” i påstanden om at de ikke liker å trene. Det ser ut til at respondentene velger å ikke ta i bruk treningssenter grunnet faktorer som pris og utseendefokus, og ikke på grunn av at de ikke liker å trene.

## 6.4 Kroppsbilde

Kroppsbilde handler om individets oppfatning og tanker om sin egen kropp (Bunkan, 2008; Grogan, 2008). Resultatene som beskriver gruppenes selvoppfatning av utseende, antyder at respondentene som bruker treningssenter, også har den høyeste selv vurderingen av utseende (figur 5). På bakgrunn av dette vil det være nærliggende å tenke at gruppen brukere også har den mest positive oppfatningen av eget kroppsbilde. Dette kommer særlig til uttrykk gjennom de positive og negativt ladede påstandene. Her rapporterte 46% av brukerne av treningssenter at de føler at de har et positivt kroppsbilde, sammenlignet med ikke-brukere der 31% sier at de har et positivt kroppsbilde (figur 6). Dette styrkes videre gjennom påstanden som er negativ ladet; “jeg føler at jeg har et negativt kroppsbilde”. Her rapporterte 28% av gruppen brukere av treningssenter at de er “helt enig” eller “enig” i påstanden, sammenlignet med gruppen ikke-brukere som rapporterte at 37% er “helt enig” eller “enig”. Dette kan kobles opp mot studien til Panão & Carraça (2019) som sier at trening først og fremst blir sett på som en bidragsyter til menneskers økte følelse av velvære, selvfølelse og kroppsbilde. Samtidig vet vi ikke om gruppen som ikke tar i bruk treningssenter aldri trener eller er i fysisk aktivitet. Dersom vi visste aktivitetsnivået til gruppen ikke-brukere kunne vi funnet ut om det var treningen som førte til at brukerne av treningssenter hadde et mer positivt kroppsbilde, eller om det var andre faktorer som var avgjørende.

På den andre siden viser flere studier at å trene på treningssenter viser seg å være assosiert med større bekymring rundt kroppsbildet (Prichard & Tiggemann, 2005; Haakstad et al., 2021; Sundgot-Borgen et al., 2021). Resultatene fra vår studie kan verken bekrefte eller avkrefte denne påstanden ettersom vi ikke har undersøkt brukernes kroppsbilde før de begynte å trene på treningssenter. Videre kan antydningen om at gruppen brukerne av treningssenter har høyest selv vurdering kobles opp mot påstanden om “jeg er fornøyd med min egen kropp”. Her svarte 44% av gruppen brukere av treningssenter at de er fornøyd med egen kropp, i motsetning til ikke-brukere der kun 28% svarte at de er fornøyd med egen kropp. Dette er i strid med tidligere forskning som viser at tid brukt på å trene på treningssenter er mer knyttet til et negativt kroppsbilde, sammenlignet med dem som er ikke-brukere av treningssenter (Prichard & Tiggemann, 2008).

Som resultatene viser, rapporterte 52% av brukere av treningssenter at de ønsker å endre utseende sitt, sammenlignet med 49% av ikke-brukerne. Til tross for liten prosent forskjell mellom gruppene, så er det brukere av treningssenter som skårer høyest på at de ønsker å endre utseende sitt. Funnene kan knyttes opp mot forskning fra Sundgot-Borgen et al. (2021), der treningssenter blir nevnt som den arenaen der flest opplever kroppspress. En person som opplever kroppspress vil konstant streve etter forbedring av et eget utseende (Sundgot-Borgen et al., 2021). Videre blir tanker og bekymringer om eget utseende og egen kropp påvirket av miljøet man har rundt seg. En person som eksponeres for et kroppsbevisst miljø, som treningssenter blir omtalt som, er mer sannsynlig til å adoptere visse holdninger og tanker om egen kropp (Smolak, 2005). Det er derfor grunnlag for å tenke at det ikke er selve treningen respondentene utfører som påvirker kroppsbygge, men miljøet som er skapt på treningssenter (Stapleton et al., 2016). Likevel er det kun 3% forskjell mellom gruppene, noe som betyr at det kan være andre felles faktorer som er hovedårsaken til at gruppene ønsker å endre på eget utseende. Resultatene fra denne påstanden gir oss ingen svar på hvor avgjørende rolle treningssenter har for ønsket om å endre utseende blant brukerne.

Det er videre viktig å poengtere at begge gruppene rapporterte noe usikkerhet rundt eget utseende. Ifølge forskning vil et individ som har negative bekymringer om eget utseende, på en eller annen måte føle på kroppspress (Sundgot-Borgen et al., 2021). Det er altså opplevelse av negative bekymringer rundt kroppsbygge hos begge gruppene, men resultatene viser mest negative oppfatninger av eget kroppsbygge hos ikke-brukere. Ettersom forskjellene er svært små, kan vi ikke med sikkerhet påstå hvilken effekt treningssenter har på kroppsbygge.

## 6.5 Kroppspress på sosiale medier

Bruken av sosiale medier har økt de siste årene og samtidig har sosiale medier blitt en stor arena for kroppspress (de Vries et al., 2019). Som tidligere studier viser, så vet vi at de som bruker mye tid på sosiale medier har økt risiko for å oppleve kroppspress, noe som videre kan ha en negativ effekt på kroppsbygge (Fardouly & Vartanian, 2016). Vi ønsket derfor å se om det var en sammenheng mellom bruken av sosiale medier og opplevd kroppspress blant de som trener på treningssenter og de som ikke trener på treningssenter.

Totalt 98% av de som er brukere av treningssenter er "helt enig" eller "enig" i påstanden "jeg bruker regelmessig sosiale medier" (figur 7). Vi ser også det samme hos ikke-brukere, der 90% også svarte at de var "helt enig" eller "enig" i samme påstand (figur 8). Funnene fra undersøkelsen kan ses opp mot tidligere statistikk der Statistisk sentralbyrå (2019) viser at 90% av unge voksne mellom 18-25 år bruker sosiale medier daglig. Dette viser at bruken av sosiale medier er svært høy blant vår



målgruppe, som også forsterkes av statistikk og tidligere forskning (Fardouly & Vartanian 2016; Statistisk sentralbyrå, 2019).

Videre ser vi at det er til sammen 72% av gruppen brukere av treningssenter som er “helt enig” eller “enig” i påstanden om at sosiale medier fører til et økt press på hvordan en bør se ut (figur 7). Sammenlignet med ikke-brukere er det 50% som var “helt enig” eller “enig” i samme påstand (figur 8). Resultatene viser dermed at opplevelsen av kroppspress på sosiale medier er litt høyere blant brukere av treningssenter sammenlignet med ikke-brukere. Dette kan henge sammen med at de som tar i bruk treningssenter i større grad søker etter treningsrelatert inspirasjon (Jerónimo & Carraça, 2022). Som nevnt gjennom den systematiske oversikten av Jeronimo et.al (2022), kan treningsrelaterte begrep som f.eks. “Fitspiration” ha negative effekter på kroppsbilde. Det viser seg at treningsinspirasjon som deles på sosiale medier fokuserer i størst grad på å inspirere til et bedre fysisk utseende, mens trening for helsemessige årsaker blir i mindre grad delt (Jerónimo & Carraça, 2022). En mulig årsak til at brukere av treningssenter opplever en høyere grad av kroppspress på sosiale medier kan derfor være økt eksponering av kontoer med fokus på kroppslig utseende.

Våre funn viser at brukerne av treningssenter opplever mer kroppspress gjennom sosiale medier. Likevel viser det seg at 57% av brukere er “helt enig” eller “enig” i påstanden om at de opplever treningsrelatert innhold på sosiale medier gjør at de sammenligner sitt fysiske utseende med andres. (figur 7). Blant ikke-brukere er det 59% som svarte at de er “helt enig” eller “enig” i samme påstand (figur 8). Det er dermed 2% flere av ikke-brukere som opplever høyere sammenligning av fysisk utseende ved eksponering av treningsrelaterte innhold. Årsakene til at prosent forskjellen er svært lav samt at ikke-brukere har høyere resultater, kan skyldes at ikke-brukerne opplever presset dersom de blir eksponert for treningsrelatert innhold. Ettersom vi ikke vet hvor store forskjellene er i eksponeringen av treningsrelatert innhold er det vanskelig å sammenligne disse resultatene. Påstandene måler ikke mengden eller innholdet som respondentene blir eksponert for, og det er derfor vanskelig å vite om respondentene hadde opplevd like stor grad av kroppspress ved samme mengde eksponering. Resultatene fra denne påstanden kan likevel være med å bekrefte tidligere forskning som hevder at treningsrelatert innhold på sosiale medier kan ha en negativ effekt på kroppsbilde og føre til økt sammenligning (Jerónimo & Carraça, 2022).

Dette kan vi videre se opp mot resultatene fra selvoppfatning og kroppsbilde. Her var det blant annet kun 3% forskjell i ønsket om å endre utseende, der svarprosenten er rundt 50%. Ettersom det var svært like resultater på opplevd press på sosiale medier og ønsket om å endre utseende blant begge grupper, kan det tenkes at sosiale medier kan ha en større påvirkningskraft på kroppsbilde enn det å trene på treningssenter. Som tidligere nevnt er det nødvendigvis ikke trening på treningssenter som

er problemet, men miljøet som skapes på treningssenter (Prichard & Tiggemann, 2008; Stapleton et al., 2016). Dette miljøet kan begge gruppene bli eksponert for via sosiale medier, og det kan også tyde på at treningssenter miljøet har et større kroppsfokus via sosiale medier enn det som er realiteten i virkeligheten. Sosiale medier er en arena der de fleste publiserer det de er mest fornøyde med og det oppstår ofte en fasade, hvor hele bildet ikke blir presentert (Aalen & Iversen, 2021). Eksponeringen av de trente kroppene, de beste treningstipsene og treningsvideoene kommer derfor tydeligere frem på sosiale medier enn det de gjør i virkeligheten. På treningssenter vil det være større sannsynlighet for at man blir eksponert for flere ulike kropper og ikke kun de "perfekte". Som forskningen sier så vil eksponering av idealiserte kropper kunne være med på å forsterke negative tanker rundt egen kropp (Aalen & Iversen, 2021).

Respondentene ble stilt spørsmålet på hvilken arena de opplever størst kroppspress. Blant gruppen som bruker treningssenter var det 52% som svarte "sosiale medier" og 20% som svarte "treningssenter" (figur 9). For gruppen som ikke tok i bruk treningssenter var det 47% som svarte "sosiale medier" og 25% som svarte "treningssenter" (figur 10). Resultatene viser at det er svært lav prosent forskjell mellom gruppene, hvor det er 5% fler av de som ikke trener som opplever stort kroppspress på treningssenter. Men ettersom denne gruppen ikke tar i bruk treningssenter, er det vanskelig å vite noe om hvorfor respondentene svarer som de gjør. Det kan være at de antar de opplever kroppspress dersom de hadde tatt i bruk treningssenteret, eller så kan det være at de har hatt erfaring fra treningssenter tidligere. Likevel ser vi at sosiale medier er den arenaen hvor de fleste opplever det største kroppspresset. Dette resultatet kan derfor være med å bekrefte studier som viser at sosiale medier utløser negative effekter på den psykiske helsen, hvor presset rundt kropp og utseende er stort (Fardouly & Vartanian, 2016).

For å se om gruppene blir påvirket av kroppspresset, ble begge gruppene stilt spørsmålet "i hvor stor grad blir du påvirket av kroppspress fra sosiale medier?". Blant brukere av treningssenter rapporterte kun 5% at det påvirker livet deres i stor grad (figur 11), mot 4% blant de som ikke trener på treningssenter (figur 12). I tillegg er det 15% av brukere av treningssenter som mener at det ikke påvirker dem på noen måte, mot 23% av "ikke brukerne" av treningssenter. Dette viser at gruppen som ikke tar i bruk treningssenter rapporterte en lavere grad av opplevd kroppspress fra sosiale medier. Dette er igjen med på å forsterke forskningen om at treningsrelatert innhold fra sosiale medier kan føre til økt kroppspress (Jerónimo & Carraça, 2022). Likevel vet vi ikke om det skyldes økt eksponering av treningsrelatert innhold eller om det er andre årsaker fra sosiale medier som fører til økt kroppspress.

## 6.6 Begrensninger ved studie

Hensikten med denne studien var å undersøke forskjellen i kroppsbylde mellom brukere og ikke-brukere av treningscenter. Videre ville vi undersøke motivasjon til bruk av treningscenter og årsaken til at individer velger å ikke trene på treningscenter. Ettersom kroppsbylde er et komplekst begrep som består av mange ulike faktorer, kan det være vanskelig å måle. Kroppsbylde kan for mange være et sensitivt tema, noe som kan ha spilt inn på resultatene i form av at respondentene ikke har vært helt ærlig i svarene sine.

Det har derfor vært utfordrende å utarbeide en spørreundersøkelse som skulle fange opp alle aspekter ved kroppsbylde-begrepet. I denne studien har vi valgt å legge størst vekt på det perseptuelle aspektet ved kroppsbylde, og mindre vekt på det emosjonelle. For å få en dypere og bredere forståelse av opplevelsen av kroppspress og kroppsbylde hadde en kvalitativ tilnærming gitt bedre resultater. Men ettersom vi ønsket å sammenligne to grupper og se på det større bildet i samfunnet, var en kvantitativ tilnærming det mest passende. For videre forskning hadde det vært interessant å bruke kvalitativ tilnærming for å få en dypere forståelse av forskjellen i kroppsbylde mellom brukere og ikke-brukere av treningscenter.

Ved utarbeidelsen av spørsmålene til spørreundersøkelsen hentet vi som nevnt inspirasjon fra The Multidimensional Body-Self Questionnaire-Appearance Scales (MBSRQAS 34-item Questionnaire)" (Cash, 2000). Videre ble de resterende spørsmålene og påstandene utarbeidet av oss selv. Vi valgte å ta i bruk en skala fra "helt enig" til "helt uenig", noe som i etterkant gjorde det vanskeligere å tolke resultatene. Vi har valgt å sette sammen skalaen "helt enig" og "enig" som en felles kategori, dette for å lettere sammenligne funnene. I etterkant fant vi ut at flere av påstandene og spørsmålene ikke var relevante for å kunne svare på problemstillingen. Spørreundersøkelsen kunne derfor vært enda kortere og samtidig kommet frem til de samme resultatene. Ved en kortere spørreundersøkelse kunne vi ha økt sikkerheten rundt at respondentene tolket spørsmålene riktig og at de da ville brukt mer tid på å svare nøyaktig. Ved analyseringen valgte vi derfor å ekskludere en mengde påstander for å lettere kunne måle og tolke resultatene. Som nevnt gjennomførte vi en pilottest for å styrke spørreundersøkelsens validitet. Likevel opplevde vi vanskeligheter med analyseringen og burde i forkant av utsendelsen analysert dataene fra pilottesten.

Utvalget i denne studien bestod av totalt 306 respondenter som fullførte undersøkelsen. Videre var 73% brukere av treningscenter og 27% ikke-brukere. Balansen mellom de to gruppene gjør derfor resultatene mindre valide. Samtidig er antall respondenter som svarte på undersøkelsen svært lavt sammenlignet med hvor mange studenter som finnes i Bergen. Resultatene vil derfor kunne gi en

antagelse om hvordan fordelingen er mellom de to gruppene, men er ikke helt representativt for målgruppen. Undersøkelsen ble videre sendt ut via våre egne sosiale medier, noe som kan ha hatt en påvirkningskraft på de som valgte å gjennomføre. Ettersom vi begge er svært interessert i trening og trener mye på treningssenter, er sannsynligheten stor for at mange av våre følgere på sosiale medier deler de samme interessene. For å sikre et bredere utvalg kunne undersøkelsen blitt delt via andre plattformer enn våre egne, samt prøvd i større grad å nå ut til ikke-brukere av treningssenter.

Det ble også undersøkt årsaken til bruk av treningssenter og hvorfor noen velger å ikke ta i bruk treningssenter. For å få en bedre innsikt i sammenhengen mellom motivasjon og kroppsbylde, burde det gjennomføres en dypere undersøkelse på indre og ytre motivasjon blant brukerne av treningssenter. Dette kunne ha hjulpet med å fastslå hvilke faktor som veier størst og i hvor stor grad motivasjonen var knyttet til kroppsbylde.

## 7.0 Konklusjon

Avslutningsvis kan vi konkludere med at våre funn indikerer lite forskjell i kroppsbylde blant gruppene, med et litt bedre kroppsbylde blant brukerne av treningssenter. Motivasjonen blant brukerne av treningssenter er en blanding av indre og ytre motivasjon. Blant ikke-brukere av treningssenter tyder det på at frykten for et stort utseendefokus og prisen på medlemskap, spiller en avgjørende rolle for at de ikke tar i bruk treningssenter.

Våre resultater tyder på at det er svært små forskjeller i rapportert kroppsbylde og selvvurdering. Likevel viser resultatene at de som rapporterte at de trener på treningssenter har et litt bedre kroppsbylde enn de som ikke trener på treningssenter. Som tidligere studier viser så kan treningssenter miljøet bidra til et økt kroppsfokus og ha en negativ innvirkning på kroppsbylde, noe som ikke er tilfellet blant utvalget i vår studie. Videre vet vi at trening kan bidra til økt følelse av velvære og positive tanker om ens egen kropp. Dette kan i vår forskning være tilfelle, og dermed være en av grunnene til at de som oppga at de trener på treningssenter har et litt bedre kroppsbylde enn ikke-brukere, til tross for de små forskjellene.

Motivasjonen for å komme seg på treningssenter består av en blanding mellom ytre og indre motivasjon blant brukere av treningssenter. For å få en bedre innsikt i sammenhengen mellom motivasjon og kroppsbylde, burde det gjennomføres en dypere undersøkelse på indre og ytre motivasjon blant brukerne av treningssenter. Dette kunne ha hjulpet med å fastslå hvilke faktor som veier størst og i hvor stor grad motivasjonen var knyttet til kroppsbylde. For ikke brukerne var hovedårsaken at medlemskap var for dyrt, samtidig som "fokus på utseende" og "lav motivasjon"

også ble vektlagt høyt. Ettersom "fokus på utseende" var en av hovedårsakene til lav motivasjon, kan vi anta at gruppen blir eksponert for innhold som kobler kropp og trening tett sammen. Dette kommer frem i resultatene fra sosiale medier.

Våre funn gir oss en indikator på at sosiale medier bidrar til økt kroppspress og er en arena hvor respondentene i stor grad sammenligner sitt fysiske utseende. Treningsrelatert innhold ble oppgitt som en stor bidragsyter til opplevd kroppspress blant begge gruppene. Videre viste resultatene våre at gruppen som bruker treningssenter opplevde i litt større grad sammenligning av eget utseende ved bruk av sosiale medier. Det kan dermed tenkes at det er treningsinspirasjon, med blant annet bilder og videoer fra treningssenter som har den største påvirkningen på kroppsbilde. Gruppene rapporterte at de ble i like stor grad påvirket av treningsrelatert innhold på sosiale medier, selv om vi ikke vet forskjellene i hva og hvor mye de blir eksponert for. Ved å undersøke forskjellene i eksponeringsgrad av treningsrelatert innhold på sosiale medier kan man i større grad sammenligne påvirkningseffekten.

Årsaken til liten motivasjon ble ikke undersøkt og videre forskning burde gå i dybden på hva som fører til dårlig motivasjon. Videre burde fremtidig forskning også ta hensyn til at spørsmålene undersøker ulike elementer ved et treningssenter, som kan ha en effekt på kroppsbilde. Denne studien tok ikke hensyn til de som trente andre treningsformer, og videre forskning burde derfor sammenligne ulike former for trening og hvilken effekt det har på kroppsbilde og kroppspress blant unge voksne.

## 8.0 Litteraturliste

- Bratland-Sanda, S., Myhre, T. H. V. & Tangen, J. O. (2019). Treningscenter, Fitness og folkehelse – aktiviteter, verdier og paradokser. I. E. Å. Skille, I. B. Vedøy & K. R. Skulberg (Red.), Folkehelse – en tverrfaglig grunnbok (s. 195-227) Vallset: Oplandske Bokforlag AS.
- Bunkan, B. H. (2008). *Kropp, respirasjon og kroppsbygge: Teori og helsefremmende behandling* (4. utg.). Gyldendal akademisk. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2015050408172](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2015050408172)
- Cash, T. F. (1994). Body-Image Attitudes: Evaluation, Investment, and Affect. *Perceptual and Motor Skills*, 78(3\_suppl), 1168–1170. <https://doi.org/10.2466/pms.1994.78.3c.1168>
- Cash, T. F. (2000). *Body Image Assessments: MBSRQ*. <http://www.body-images.com/assessments/mbsrq.html>
- Christoffersen, L. & Johannessen, A. (2012). *Forskningsmetode for lærerutdanningene*. Abstrakt forl. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2018053148182](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2018053148182)
- de Vries, D. A., Vossen, H. G. M. & van der Kolk – van der Boom, P. (2019). Social Media and Body Dissatisfaction: Investigating the Attenuating Role of Positive Parent–Adolescent Relationships. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(3), 527–536. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0956-9>
- Duesund, L. (1995). *Kropp, kunnskap og selvoppfatning* (Bd. 18). Universitetsforl. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2008031104067](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2008031104067)
- Egli, T., Bland, H. W., Melton, B. F. & Czech, D. R. (2011). Influence of Age, Sex, and Race on College Students' Exercise Motivation of Physical Activity. *Journal of American College Health*, 59(5), 399–406. <https://doi.org/10.1080/07448481.2010.513074>
- Engeln, R. (2006). Buying a Beauty Standard or Dreaming of a New Life? Expectations Associated With Media Ideals. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 258–266. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2006.00294.x>
- Engelsrud, G. (2006). *Hva er KROPP* (2. utg.). Universitetsforlaget.

- Fardouly, J. & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5.  
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Gillison, F., Standage, M. & Skevington, S. (2006). Relationships among adolescents' weight perceptions, exercise goals, exercise motivation, quality of life and leisure-time exercise behaviour: A self-determination theory approach. *Health Education Research*, 21(6), 836–847. <https://doi.org/10.1093/her/cyl139>
- Grogan, S. (2008). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (2nd ed.). Routledge.
- Haakstad, L. A. H., Jakobsen, C., Barstad Solberg, R., Sundgot-Borgen, C. & Gjestvang, C. (2021). Mirror, mirror—Does the fitness club industry have a body image problem? *Psychology of Sport and Exercise*, 53, 101880. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2020.101880>
- Jerónimo, F. & Carraça, E. V. (2022). Effects of fitspiration content on body image: A systematic review. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 27(8), 3017–3035. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4>
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2021). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (6. utgave.). Abstrakt forlag. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_pliktmonografi\\_000016149](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_pliktmonografi_000016149)
- Kaufmann, G. & Kaufmann, A. (2015). *Psykologi i organisasjon og ledelse* (5. utg.). Fagbokforl. <https://www.nb.no/search?q=oaid:%22oai:nb.bibsys.no:991510221004702202%22&mediatype=bøker>
- Larsen, S., Mozdoorzoy, T., Kristiansen, E., Nygaard Falch, H., Aune, T. K. & van den Tillaar, R. (2021). A Comparison of Motives by Gender and Age Categories for Training at Norwegian Fitness Centres. *Sports*, 9(8), 113. <https://doi.org/10.3390/sports9080113>
- LePage, M. L. & Crowther, J. H. (2010). The effects of exercise on body satisfaction and affect. *Body Image*, 7(2), 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.12.002>
- Manger, T. & Wormnes, B. (2015). *Motivasjon og mestring: Utvikling av egne og andres ressurser* (2. utg.). Fagbokforl. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2018060148096](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2018060148096)
- Martinsen, E. W., Borge, L., Moe, T. & Johannessen, B. (2018). *Kropp og sinn: Fysisk aktivitet, psykisk*

- helse, kognitiv terapi* (3. utg.). Fagbokforl. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2020060948112](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2020060948112)
- NESH. (2021). *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi*. Forskningsetikk. <https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/hum-sam/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-og-humaniora/>
- Panão, I. & Carraça, E. V. (2019). Effects of exercise motivations on body image and eating habits/behaviours: A systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 41–59. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12575>
- Postholm, M. B. & Jacobsen, D. I. (2018). *Forskningsmetode for masterstudenter i lærerutdanningen*. Cappelen Damm akademisk.
- Prichard, I. & Tiggemann, M. (2005). Objectification in Fitness Centers: Self-Objectification, Body Dissatisfaction, and Disordered Eating in Aerobic Instructors and Aerobic Participants. *Sex Roles*, 53(1–2), 19–28. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-4270-0>
- Prichard, I. & Tiggemann, M. (2008). Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: The role of reasons for exercise. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(6), 855–866. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2007.10.005>
- Quesada, D. & Gómez-López, M. (2017). *Motivational profiles of users of a public sport center*. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20173288989>
- Rapport, F., Hutchings, H., Doel, M., Wells, B., Clement, C., Mellalieu, S., Shubin, S., Brown, D., Seah, R., Wright, S. & Sparkes, A. (2018). How Are University Gyms Used by Staff and Students? A Mixed-Method Study Exploring Gym Use, Motivation, and Communication in Three UK Gyms. *Societies*, 8(1), 15. <https://doi.org/10.3390/soc8010015>
- Ringdal, K. (2018). *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (4. utg.). Fagbokforl. [https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2021120748577](https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2021120748577)
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (Red.). (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. Guilford Press.



<https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>

Seippel, Ø., Strandbu, Å. & Sletten, A. M. (2011). *Ungdom og trening: Endring over tid og sosiale skillelinjer* (NOVA Rapport NOVA Rapport 3/11; NOVA Rapport, s. NOVA Rapport 3/11). Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring (NOVA).

<https://doi.org/10.7577/nova/rapporter/2011/3>

Smolak, L. (2005). *Body Image*. In J. Worell & C. D. Goodheart (Eds.), *Handbook of Girls' and Women's Psychological Health* (pp. 69-76). Oxford University Press.

[https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=zDElx920\\_IYC&oi=fnd&pg=PR8&dq=Smolak+L.+&ots=NKK933skfA&sig=ivJaKjCwIIPCdOxVOCzD9naTK50&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=zDElx920_IYC&oi=fnd&pg=PR8&dq=Smolak+L.+&ots=NKK933skfA&sig=ivJaKjCwIIPCdOxVOCzD9naTK50&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)  
(2006).+Body+image.+In+Worell+J.,+Goodheart+C.+D.+(Eds.),+Handbook+of+girls%27+and+women%27s+psychological+health:+Gender+and+well-being+across+the+lifespan+(pp.+69%E2%80%9376).+New+York:+Oxford+University+Press.&

Stapleton, P., McIntyre, T. & Bannatyne, A. (2016). Body Image Avoidance, Body Dissatisfaction, and Eating Pathology: Is There a Difference Between Male Gym Users and Non-Gym Users? *American Journal of Men's Health*, 10(2), 100–109.

<https://doi.org/10.1177/1557988314556673>

Statistisk sentralbyrå. (2019). 11437: *Bruk av sosiale medier, etter kjønn og alder (prosent) 2011 - 2019*. [statistikk]. <https://www.ssb.no/statbank/table/11437/>

Sundgot-Borgen, C., Sundgot-Borgen, J., Bratland-Sanda, S., Kolle, E., Torstveit, M. K., Svantorp-Tveiten, K. M. E. & Mathisen, T. F. (2021). Body appreciation and body appearance pressure in Norwegian university students comparing exercise science students and other students. *BMC Public Health*, 21(1), 532. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10550-0>

Thidemann, A. & Winkelmann, I. (2014). *Treningscenterbransjen 2014—Fra treningsglede til velferdsgnist*. <https://docplayer.me/8512737-Treningscenter-bransjen-2014-fra-treningsgledetil-velferdsgevinst.html>

Virke. (2022). *Treningscenterbransjen 2022*. <https://www.virke.no/analyse/statistikk-rapporter/treningscenterbransjen/>

Weinberg, R., S. & Gould, D. (2019). *Foundations of Sport and Exercise Psychology*, 7E. Human Kinetics.

Aalen, I. & Iversen, M. H. (2021). *Sosiale medier* (2. utg.). Fagbokforlaget.

Aasen, H. P. & Fjellstad, R. M. D. (2007). «*Ingen er fornøyd med seg selv. Alle streber etter noe de ikke har.*»: En intervjuundersøkelse om kroppsidealene blant ungdom i Oslo.

<https://core.ac.uk/reader/30860350>

## 9.0 Vedlegg

### 9.1 Vedlegg 1: Spørreundersøkelsen

Hei!

Vi er to studenter som studerer folkehelsearbeid ved Høgskulen på Vestlandet i Bergen og skal skrive en bacheloroppgave om motivasjon, trening og kroppsbilde. Siden du er i målgruppen (18-25), så vil dine svar være en stor verdi for vår oppgave. Vi håper du vil ta deg tid til svare på undersøkelsen.

Din identitet vil holdes skjult og ingen identifiserbar informasjon som eks. nettleser typen, IP-adresse, e-post vil bli lagret. Alle opplysninger vil være anonymisert og det er ikke mulig å vite hvem som har svart hva. Det er frivillig å delta på undersøkelsen og du kan trekke deg når som helst. Dersom du ønsker å trekke deg medfører det ingen begrunnelse og dine svar vil ikke bli brukt i oppgaven.

Det vil ta omtrent 5 minutter å gjennomføre undersøkelsen

#### **Kjønn**

(1)  Mann

(2)  Kvinne

(3)  Hen

#### **Alder**

**Skriv inn alder med egne tall.**

\_\_\_\_\_

#### **Trener du på treningscenter?**

(1)  Ja

(2)  Nei

#### **Trener du regelmessig? (2 ganger eller mer)**

(1)  Ja

(2)  Nei

**Hvor mange ganger i uken trener du? (på treningscenter)**

1     2     3     4     5     6     7

**Hvilken type trening utfører du mest på treningscenteret?**

(1)  Styrketrening i friområdet

(2)  Utholdenhet på kondisjonsapparat

(3)  Crossfit

(4)  Gruppetimer (eks: yoga, pilates, step, boot camp)

**Hvorfor trener du på treningscenter?**

**Bruk skalaen fra helt enig til helt uenig for å svare.**

Helt enig

Enig

Verken enig  
eller uenig

Uenig

Helt uenig

Ønsker å bli sterkere  
fysisk

Ønsker å forbedre  
utholdenheten min

For det sosiale

For å ta vare på helsen

For å forbedre mitt fysiske utseende

For å håndtere stress

**Hvor komfortabel føler du deg på treningssenteret?  
Bruk skalaen fra helt enig til helt enig for å svare på påstandene.**

Helt enig   Enig   Verken enig eller uenig   Uenig   Helt uenig   Bruker ikke/utfører ikke

Jeg føler meg komfortabel på treningssenter

Jeg er komfortabel med å bruke treningsapparatene

Jeg føler meg

komfortabel når jeg  
trener styrke

Jeg føler meg

komfortabel når jeg  
trener kondisjon

Jeg føler meg

komfortabel på  
gruppetimer

Jeg blir ukomfortabel

dersom folk ser på  
meg når jeg trener

Jeg blir mer

komfortabel med min  
egen kropp av å trene  
på treningssenter

Jeg blir mindre

komfortabel med min  
egen kropp av å å  
trene på  
treningssenter.

Nå kommer det en rekke påstander om selvfølelse på treningssenter.  
Bruk skalaen fra helt enig til helt uenig for å svare på påstandene

	Helt enig	Enig	Verken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig
Når jeg er på treningssenter sammenligner jeg mitt fysiske utseende med andres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg synes treningssenteret er kroppsfokusert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever å føle på kroppspress på treningssenter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg bryr meg om hvordan jeg ser ut på trening	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever at jeg har fått et mer positivt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

kroppsbilde av å trene på  
treningssteder

Jeg opplever at jeg har  
fått et mer negativt  
kroppsbilde av å trene på  
treningssteder

Jeg har opplevd å miste  
treningsmotivasjonen på  
grunn av å ikke ha  
oppnådd ønskede  
resultater på utseende.

For meg er en "fin kropp"  
og "fint utseende" viktig

**Nå kommer det en rekke påstander om selvopfatning under.  
Bruk skalaen fra helt enig til helt uenig for å svare på påstandene.**

Helt enig    Enig    Verken enig    Uenig    Helt uenig  
eller uenig

Jeg like utseende mitt  
akkurat slik det er



Jeg er fornøyd med min egen kropp

Jeg synes jeg er for tykk

Jeg synes jeg er for tynn

Jeg bryr meg om hva folk tenker om utseende mitt

Det er viktig at jeg alltid ser bra ut

Jeg ønsker å endre på utseende mitt

Jeg føler at jeg har et positivt kroppsbilde

Jeg føler at jeg har et negativt kroppsbilde

**Driver du med annen trening?**

- (1)  Organisert idrett
- (2)  Egentrening
- (3)  Trener ikke i det hele tatt

**Hva er de viktigste årsaken(e) til at du ikke trener?  
Sett kryss ( gjerne flere)**

- (1)  Jeg har ikke motivasjon
- (2)  Jeg har ikke tid
- (3)  Trening er ikke viktig for meg
- (4)  Jeg har ikke nok kunnskap (vet ikke hvordan å trene)

**Hva er de viktigste årsaken(e) til at du trener?  
Bruk skalaen fra enig til helt uenig for å svare på påstandene.**

	Helt enig	Enig	Verken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig
Ønsker å bli sterkere fysisk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ønsker å forbedre utholdenheten min	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

For det sosiale

For å ta vare på helsen

For å forbedre mitt fysiske utseende

For å håndtere stress

**Hva er den/de viktigste årsaken(e) til at du ikke trener på treningssenteret?  
Bruk skalaen fra helt enig til helt uenig for å svare på påstandene**

Helt enig    Enig    Verken enig    Uenig    Helt uenig  
eller uenig

Jeg liker ikke å trene

Jeg foretrekker andre treningsformer

Jeg synes det er ukomfortabelt (vet ikke hvordan å trene)

Jeg føler det er for stort fokus på utseende på treningssenter

Jeg føler ikke jeg passer inn på et treningssenter

Det er for dyrt med medlemskap

Jeg har ikke motivasjon

Tiden strekker ikke til

**Kryss av hvor enig eller uenig du er i påstandene om selvoppfatning under.**

Helt enig    Enig    Verken enig    Uenig    Helt uenig  
   eller uenig

Jeg liker utseende mitt akkurat slik det er

Jeg er fornøyd med min egen kropp

Jeg synes jeg er for tykk

Jeg synes jeg er for tynn

Jeg bryr meg om hva folk tenker om utseende mitt

Det er viktig at jeg alltid ser bra ut

Jeg ønsker å endre på utseende mitt

Jeg føler at jeg har et positivt kroppsbilde

Jeg føler at jeg har et negativt kroppsbilde

Nå kommer det noen påstander om sosiale medier og påvirkning.  
Bruk skalaen som går fra helt enig til helt uenig til å svare på påstandene.

	Helt enig	Enig	Verken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig
Jeg bruker regelmessig sosiale medier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg føler at sosiale medier fører til et økt press på hvordan jeg bør se ut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg opplever at treningsrelaterte bilder/videoer på sosiale medier fører til mer sammenligning av mitt fysiske utseende sammen med andres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg føler at media har påvirket kroppsbilde mitt i en positiv retning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jeg føler at media har       
påvirket kroppsbilde mitt i  
en negativ retning

**På hvilke arena(er) opplever du mest kroppspress?  
Sett kryss ( gjerne flere).**

- (1)  Sosiale medier
- (2)  Treningscenter
- (3)  TV
- (4)  Skole
- (5)  Idrettslag

**I hvor stor grad blir du påvirket av kroppspress fra sosiale medier?  
Kryss av for den som er mest riktig for deg.**

- (1)  Det påvirker ikke livet mitt på noen måte
- (2)  Det påvirker livet mitt litt
- (3)  Det påvirker livet mitt i middels grad
- (4)  Det påvirker livet mitt i stor grad

**På hvilken måte påvirker kroppspress fra sosiale medier deg? Det påvirker..  
Sett kryss ( gjerne flere)**

- (1)  ..kostholdet mitt
- (2)  ..treningen min
- (3)  ..selvtilliten min

- (4)  ..forholdet til min egen kropp
- (5)  ..meg slik at jeg sammenligner meg selv med andre
- (6)  ..meg på en annen måte enn nevnt