



# Áhrif fjölmiðla og kláms á kynheilbrigði unglinga

Erla Dögg Kristjánsdóttir  
Þóra Árnadóttir

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsráðgjöf  
Háskóli Íslands  
Félagsvísindasvið



HÁSKÓLI ÍSLANDS

## Áhrif fjölmiðla og kláms á kynheilbrigði unglinga

Erla Dögg Kristjánsdóttir

200485-2469

Þóra Árnadóttir

050986-2259

Lokaverkefni til BA-gráðu í félagsráðgjöf

Umsjónarmaður: Anni G. Haugen

Leiðbeinandi: Inga María Vilhjálmsdóttir

Félagsráðgjafardeild

Félagsvísindasvið Háskóla Íslands

Júní 2012

Ritgerð þessi er lokaverkefni til BA gráðu í félagsráðgjöf og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi rétthafa.

© Erla Dögg Kristjánsdóttir og Þóra Árnadóttir 2012

Prentun: Háskólaprent  
Reykjavík, Ísland 2012

## Útdráttur

Meginviðfangsefni þessarar ritgerðar er að gera grein fyrir þeim þáttum sem hindrað geta kynheilbrigði unglunga og hvernig hægt sé að stuðla að bættu kynheilbrigði þeirra. Fjallað verður um mótun sjálfsmyndar og þær breytingar sem eiga sér stað á unglingsárum. Þá verður kynheilbrigði skilgreint auk þess sem greint verður frá stöðu kynheilbrigðis unglunga. Hindranir á kynheilbrigði geta verið margar og munum við gera grein fyrir þeim, þá sérstaklega tveimur veigamiklum þáttum en það eru fjölmiðlar og klám. Þá verður einnig fjallað um hvernig stuðla megi að bættu kynheilbrigði unglunga þar sem áhersla er lögð á vinnu félagsráðgjafa í þeim efnum.

Niðurstöður ritgerðarinnar gefa til kynna að notkun unglunga á fjölmiðlum og klámi sé gríðarlega mikil og að afleiðingar þess geti verið neikvæðar. Afleiðingarnar eru meðal annars léleg sjálfsmynd sem má að stórum hluta rekja til þeirra miklu og óraunhæfu krafna sem fjölmiðlar og klám gera um útlit og hegðun einstaklinga. Þá sýna niðurstöður ritgerðarinnar að neikvæð sjálfsmynd auki líkur á slæmu kynheilbrigði unglunga auk þess sem sú kynlífstengda hegðun sem birtist í fjölmiðlum og klámi geti haft bein neikvæð áhrif á kynheilbrigði þeirra.

## **Formáli**

Ritgerð þessi er 12 eininga lokaverkefni til BA gráðu í félagsráðgjöf við Háskóla Íslands. Áhugi okkar á þessu efni kviknaði eftir að hafa setið málstofu sem bar nafnið *Ungt fólk* þar sem meðal annars var greint frá algengi slæmrar líkamsmyndar unglingsstúlkna sem og upplifun þeirra af sinni fyrstu kynlífsreynslu sem oft og tíðum var slæm. Í kjölfarið vildum við komast að því hvort þessar niðurstöður ættu sér hliðstæður auk þess sem okkur lék forvitni á að vita hvaða orsakir liggja að baki þeim.

Umsjónarmaður verkefnisins er Anni G. Haugen og leiðbeinandi Inga María Vilhjálmisdóttir og færum við þeim okkar bestu þakkir fyrir yfirlestur, góðar ábendingar og ánægjulegt samstarf. Auk þess viljum við þakka Kristmundi Guðmundssyni fyrir prófarkalestur. Þá hefði sú mikla vinna sem farið hefur í verkefni þetta ekki verið framkvæmanleg án stuðnings þeirra sem standa okkur næst. Viljum við sérstaklega þakka unnustum okkar og börnum fyrir ómældan stuðning, þolinmæði og hvatningu sem þau hafa sýnt okkur.

## Efnisyfirlit

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Inngangur</b> .....                                   | <b>5</b>  |
| <b>1. Sjálfsmynd</b> .....                               | <b>7</b>  |
| 1.1. Skilgreiningar.....                                 | 7         |
| 1.2. Kenningar um sjálfsmynd.....                        | 9         |
| 1.3. Mælingar.....                                       | 11        |
| <b>2. Unglingsárin</b> .....                             | <b>12</b> |
| 2.1. Skilgreiningar.....                                 | 12        |
| 2.2. Kenningar um mótun sjálfsmyndar unglunga.....       | 13        |
| 2.3. Fyrirmyndir.....                                    | 14        |
| 2.3.1. Staðalímyndir .....                               | 15        |
| 2.4. Þróun sjálfsmyndar á unglingsárum .....             | 16        |
| 2.5. Sjálfsmynd og kynjamunur.....                       | 17        |
| 2.6. Staða sjálfsmyndar unglunga .....                   | 19        |
| <b>3. Kynheilbrigði</b> .....                            | <b>20</b> |
| 3.1. Skilgreining.....                                   | 20        |
| 3.2. Hindranir og staða kynheilbrigðis unglunga .....    | 20        |
| 3.3. Forvarnir.....                                      | 24        |
| <b>4. Fjölmiðlar</b> .....                               | <b>27</b> |
| 4.1. Skilgreining.....                                   | 27        |
| 4.2. Kenningar .....                                     | 28        |
| 4.3. Fjölmiðlanotkun unglunga .....                      | 29        |
| 4.4. Fjölmiðlar og sjálfsmynd .....                      | 31        |
| 4.5. Áhrif fjölmiðla á sjálfsmynd unglunga.....          | 33        |
| <b>5. Klám</b> .....                                     | <b>36</b> |
| 5.1. Lagabókstafurinn og skilgreiningar .....            | 36        |
| 5.2. Klám í nútímasamfélagi.....                         | 37        |
| 5.3. Klámnotkun unglunga .....                           | 38        |
| 5.4. Áhrif kláms .....                                   | 40        |
| <b>6. Félagsráðgjöf og unglingar</b> .....               | <b>45</b> |
| 6.1. Hlutverk félagsráðgjafa í vinnu með unglingum ..... | 45        |

|                     |   |           |
|---------------------|---|-----------|
| 6.1.1.              | Félagsráðgjöf og fjölmiðlanotkun unglunga ..... | 46        |
| 6.1.2.              | Félagsráðgjöf og kynheilbrigði unglunga .....   | 47        |
| <b>Lokaorð</b>      | .....   | <b>50</b> |
| <b>Umræða</b>       | .....   | <b>56</b> |
| <b>Heimildaskrá</b> | .....   | <b>58</b> |

## Inngangur

Mikil útlitsdýrkun og klámvæðing hefur viðgengist í fjölmiðlum í vestrænum samfélögum á síðustu árum og áratugum og gætir áhrifa þessarar þróunar víða. Birtast áhrifin meðal annars í hegðun einstaklinga og mótun sjálfsmyndar þeirra (Ásta Arnbjörg Pétursdóttir, Elvý Guðríður Hreinsdóttir og Andrea Hjálmarsdóttir, 2011; Fallon og Hausenblas, 2005; Paul, e.d.). Í þessari ritgerð verður fjallað um fjölmiðla og klám, hverjar skilgreiningar á þeim eru og hver áhrif þeirra geta verið á unglunga með áherslu á unglingsstúlkur og þá sér í lagi á kynheilbrigði þeirra. Markmið ritgerðarinnar er því að greina frá helstu hindrunum á kynheilbrigði unglunga ásamt því að fjalla um hvernig félagsráðgjafar vinna og geta unnið að bættu kynheilbrigði unglunga.

Leitast verður við að svara eftirfarandi spurningum:

1. Getu fjölmiðlar og klám haft áhrif á mótun sjálfsmyndar unglunga?
2. Hvernig er hægt að stuðla að bættu kynheilbrigði unglunga?
3. Hver er aðkoma félagsráðgjafa að starfi með unglingum tengdu kynheilbrigði þeirra?

Ritgerðinni er skipt upp í átta meginkafla. Fyrst verður fjallað um sjálfsmynd, skilgreiningar og kenningar um sjálfsmynd ásamt því hvernig sjálfsmynd er mæld. Í öðrum kafla verður fjallað um unglingsárin og hvernig sá tími er skilgreindur ásamt því hvernig sjálfsmynd unglunga mótast. Auk þess verður greint frá nýlegum rannsóknum á sjálfsmynd unglunga. Í þriðja kafla verður kynheilbrigði gert skil þar sem fjallað verður um hindranir þess ásamt því hvernig stuðla megi að bættu kynheilbrigði unglunga. Í fjórða og fimmta kafla verður fjallað um tvo veigamikla áhrifaþætti kynheilbrigðis, fjölmiðla og klám. Fjórði kaflinn fjallar því um fjölmiðla, skilgreiningu og kenningar er þá varða auk þess sem greint verður frá rannsóknum um fjölmiðlanotkun og áhrifum fjölmiðla á unglunga. Fimmti kaflinn fjallar um klám, skilgreiningar og lagabókstaf þess, klám í nútímasamfélagi auk rannsókna á klámnotkun og áhrifum kláms á unglunga. Í sjötta kafla verður greint frá hlutverki félagsráðgjafa í vinnu með unglingum með áherslu á starf þeirra í tengslum við



fjölmiðla og kynheilbrigði unglunga. Í sjöunda kafla verður greint frá niðurstöðum þar sem rannsóknarspurningum verður svarað og að lokum verða umræður í áttunda kafla.

Við gerð þessarar ritgerðar var notast við fræðigreinar og bækur af ýmsu tagi auk þess sem heimilda var aflað af heimasíðum veraldarvefsins. Þá var einnig stuðst við nýlegar rannsóknir og íslenska löggjöf sem efnið varðar.

## 1. Sjálfsmynd

Hugtakið sjálfsmynd (*e. self-concept, identity*) er ekki nýtt af nálinni en notkun þess hefur verið algeng á enskri tungu allt frá 17. öld. Hugtakið hefur þó aldrei verið jafn vinsælt og nú ef litið er til þeirrar miklu aukningar sem átt hefur sér stað í rannsóknum og umfjöllun um sjálfsmynd (Emler, 2001). Til þess að skilja betur hvað hugtakið merkir er nauðsynlegt að skoða hugmyndafræðina bak við það og á hverju hugtakið byggir. Í þessum kafla munum við því gera grein fyrir skilgreiningum á sjálfsmynd auk nokkurra kenninga sem settar hafa verið fram um hugtakið. Við munum jafnframt fjalla um þá aðferð sem algengust er við mælingu sjálfsmyndar.

### 1.1. Skilgreiningar

Ýmsar skilgreiningar og kenningar eru til um sjálfsmynd og er hugtakið mælanlegt á ólíkan hátt. Sjálfsmynd einstaklings er í mótun alla ævi (Darlington, Margo, Sternberg og Burks, 2011; Guðný Guðbjörnsdóttir og Sergio Morra, 2004) og byggir hún á mörgum þáttum. Veigamikill þáttur hennar, svokallað sjálfsálit, (*e. self-esteem*) er það álit sem einstaklingur hefur á sjálfum sér (Bee og Boyd, 2007) og ákvarðar það að mörgu leyti hans líðan. Má því segja að líðan einstaklings fari að mörgu leyti eftir þeim hugmyndum og því áliti sem viðkomandi hefur á sjálfum sér. Hugmyndir einstaklings á sjálfum sér geta verið meðvitaðar og ómeðvitaðar og stjórna því hverju hann tekur eftir í fari sínu auk þess sem þær geta haft áhrif á hegðun hans. Hugmyndir þessar geta verið jákvæðar og neikvæðar og stjórnast líðan einstaklings af því hvor þessara hugmynda er ríkjandi hverju sinni (Jakob Smári, 1993).

Ekki eru þó allir á eitt sáttir um hvað hefur áhrif á sjálfsmyndina og hvernig hún mótast. Sumir vilja til að mynda meina að sjálfsmyndin mótist af kynstofni, kynferði, aldri og uppruna en aðrir telja hana sjálfvalda, fljótandi og í sífelldri þróun (Guðný Guðbjörnsdóttir og Sergio Morra, 2004). Enn aðrir segja að sjálfsmynd sé það viðhorf og skoðanir sem einstaklingur hefur um sjálfan sig og notar hann eigin þætti eins og hæfileika, líkamleg einkenni sem og félagslega og sálræna eiginleika til þess að skilgreina sig og aðgreina frá öðrum (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993).

Þó svo að hugtakið sjálfsmynd hafi ekki orðið algengt fyrr en á 17. öld hafa ýmsar hugmyndir og vangaveltur um þá mynd sem einstaklingurinn hefur á sjálfum sér og hvað mótar hana verið til staðar allt frá fornöld. Fyrstu hugmyndir um sjálfsmynd má rekja allt aftur til Aristótelesar og hans samtímamanna. Hugmyndir Aristótelesar um sjálfsmynd voru á þá leið að annars vegar fjallaði hann um sanna sjálfsást (*e. true self-love*) og hins vegar um óheflaða sjálfsást (*e. vulgar self-love*). Til einföldunar má segja að Aristóteles hafi skipt sjálfsmynd einstaklings í annað hvort jákvæða eða neikvæða. Í þeim tilfellum þar sem einstaklingur var prýddur dyggðum og hæfileikum taldist hann með sanna sjálfsást og því jákvæða sjálfsmynd. Til þess að öðlast slíka sjálfsmynd þurfti einstaklingur ávallt að gæta þess að vera dyggðugur þar sem slík hegðun er ekki meðfædd samkvæmt Aristótelesi. Með dyggð á Aristóteles meðal annars við að sýna heiðarleika, vera óeigingjarn og nærgætinn. Þeir einstaklingar sem aftur á móti ullu skaða og voru haldnir hégómagirnd og græðgi voru með neikvæða sjálfsmynd. Frá dögum Aristótelesar hafa fjölmargar skilgreiningar á sjálfsmynd verið settar fram sem margar hverjar byggja á hugmyndum hans og samtímamanna hans (Greenberg, 2008; Payne, e.d.).

Þrátt fyrir að hugmyndin um sjálfsmynd hafi verið til allt frá fornöld var það ekki fyrr en undir lok 19. aldar sem sálfræðingurinn og heimspekingurinn William James setti fyrstur manna fram eiginlega skilgreiningu á sjálfsmynd. Er hún á þá leið að sjálfsmynd einstaklings mótist að vissu leyti af þeim árangri sem viðkomandi nær á leið sinni að settum markmiðum. Séu markmiðin háleit og árangurinn eftir því hafi það góð áhrif á sjálfsmyndina. James leggur þó áherslu á að árangurinn sé ekki það sem skipti meginmáli fyrir sjálfsmynd einstaklings heldur sé markmiðasetning og metnaður aðalmálið. Ástæða þess er að einstaklingur getur náð mjög góðum árangri en samt sem áður ekki náð þeim markmiðum sem hann hefur sett sér. Í slíkum tilfellum skilar góður árangur ekki endilega góðri sjálfsmynd. Að setja sér lægri markmið er því ein leið til þess að bæta sjálfsmyndina (Emler, 2001).

Félagsfræðingurinn Charles Horton Cooley setti fram aðra skilgreiningu á sjálfsmynd við upphaf 20. aldar. Er hún á þá leið að sjálfsmynd mótist af því sem við ímyndum okkur að öðrum finnist um okkur. Cooley vill meina að farsæll einstaklingur sem er dyggðum prýddur sé líklegri til að dæma aðra harðar en

einstaklingur sem skortir þessa eiginleika. Sjálfsmynd einstaklings er því líklegri til að vera verri ef viðkomandi er í nálægð við aðra sem hafa áorkað meiru í lífinu en hann, þar sem árangur viðkomandi bliknar í samanburði við hina (Emler, 2001).

Ein algengasta og mest notaða skilgreining á sjálfsmynd er þó skilgreining Morris Rosenberg. Hann skilgreinir sjálfsmynd sem það mat sem einstaklingur leggur á sjálfan sig sem getur bæði verið bæði neikvætt og jákvætt. Það má því segja að það sé einungis það viðhorf sem einstaklingurinn hefur gagnvart sjálfum sér sem ákvarðar sjálfsmynd hans. Rosenberg setti einnig fram *Rosenberg-kvarðann* sem notaður er til mælinga á sjálfsmynd (Commendador, 2007; Emler, 2001) en nánar verður fjallað um hann síðar.

Hér hafa verið taldar upp nokkrar skilgreiningar sjálfsmyndar en þær eru þó aðeins brot af þeim fjölmörgu skilgreiningum sem til eru um sjálfsmynd enda um flókið fyrirbæri að ræða. Í þessari ritgerð munum við ekki notast við eina skilgreiningu á sjálfsmynd þar sem að stuðst verður við margvíslegar rannsóknir á sjálfsmynd þar sem hugtakið hefur verið skilgreint á ólíkan hátt.

## 1.2. Kenningar um sjálfsmynd

Sigmund Freud er einn þeirra sem sett hefur fram kenningu um sjálfsmynd en hann fjallar um mótun sjálfsmyndar í þroskakenningu sinni. Fræðimenn seinni tíma hafa notast við hugmyndafræði úr kenningu hans og er sálfræðingurinn Erik H. Erikson einn þeirra en hann byggir kenningu sína um þroska og þróun persónuleikans á kenningu Freud. Ganga þeir báðir út frá því í kenningum sínum að samsetning persónuleikans sé margþætt og að persónuleikinn þróist jafnt á meðvitaðan sem og ómeðvitaðan hátt. Kenningar Freud og Erikson eru því um margt líkar en þeim greinir þó á um hvenær fullkomin sjálfsmynd hefur mótast (Bee og Boyd, 2007).

Erikson fjallar um mótun sjálfsmyndar í bók sinni *Identity, Youth and Crises* sem kom út árið 1968 en þar fjallar hann um kenningu sína um lífskeið mannsins. Telur Erikson (1968) að persónuleikinn sé í sífelldri þróun og skiptir persónuleikanum í átta aldurstengd þrep sem spanna allan lífsferilinn. Samkvæmt þrepakenningu Erikson er mikilvægt að einstaklingur vinni bug á kreppu sem verður til á hverju þrepi fyrir sig til þess að hann sé reiðubúinn að mæta þeim áskorunum sem bíða hans á næsta þrepi. Hversu vel einstaklingurinn kemur inn á hvert þrep fer því eftir

því hversu vel hann hefur unnið bug á þeirri kreppu sem átti sér stað á þrepinu á undan. Samkvæmt Erikson getur einstaklingur farið yfir á næsta þrep án þess að hafa yfirstigið þá kreppu sem átti sér stað á fyrra þrepi. Hafi viðkomandi hins vegar ekki náð að vinna sig greiðlega úr hverri kreppu fyrir sig getur það haft slæm áhrif á framtíð hans. Erikson vill þó meina að flestir nái ekki að ljúka hverju þrepi fullkomlega og taki því einhverja bagga með sér í gegnum lífið. Þrátt fyrir það lífi flestir mjög góðu lífi en hann bendir þó á að einstaklingar fari gjarnan til baka á það þrep þar sem ekki hefur náðst að yfirstíga kreppu í þeim tilgangi að reyna að vinna bug á henni. Svokallaði „grái fiðringur“ er til að mynda gott dæmi um það (Beckett og Taylor, 2010). Nái einstaklingur hinsvegar að vinna úr þeirri kreppu sem hans bíður á hverju þrepi kemur hann yfir á næsta þrep með sterkara sjálf og fastmótaðri sjálfsmynd (Guðný Guðbjörnsdóttir, 1994).

Samkvæmt Erikson hefst mótun sjálfsmyndar strax við fæðingu en á unglingsárum leitast einstaklingur við að móta heildstæða sjálfsmynd. Heildstæð sjálfsmynd er samkvæmt Erikson sú „staðfasta trú á innri samkennd og samfellu í þeirri merkingu sem maður hefur fyrir aðra“ (Guðný Guðbjörnsdóttir, 1994, bls. 143). Til þess að einstaklingur teljist með heildstæða sjálfsmynd þarf þrennt að vera til staðar. Hann þarf í fyrsta lagi að koma í veg fyrir tilviljanakenndar ákvarðanir með því að upplifa innri samkennd og fara eftir þeim gildum og reglum sem hann hefur sett sér. Í öðru lagi þarf að ríkja stöðug samkennd hjá einstaklingum og í þriðja lagi mótast sjálfsmynd hans af samskiptum við aðra einstaklinga sem skipta hann máli (Erikson, 1968; Guðný Guðbjörnsdóttir, 1994). Þrátt fyrir að langt sé liðið frá því að kenningin var sett fram er hún enn í dag áhrifamikil fyrir rannsóknir á sjálfsmynd og hefur ýtt undir nýjar rannsóknir á því sviði (Beckett og Taylor, 2010).

Kenningar sem einnig taka til sjálfsmyndar eru póststrúktúral kenningar en samkvæmt þeim hefur manneskjan enga sérstaka eiginleika eða einkenni né heldur fastmótað sjálf heldur er það breytilegt eftir aðstæðum. Einstaklingurinn skilgreinir sjálfan sig út frá félags- og menningarlegum þáttum en þeir geta meðal annars verið félagsleg tengsl, samskipti og orðræða samfélagsins. Sjálfsmynd einstaklingsins mótast svo út frá þeirri skilgreiningu. Misjafnt er hvernig samskiptum er háttað og hver ríkjandi orðræða er en það getur tengst því hvar

völd samfélagsins liggja. Fjölmiðlar eru til að mynda dæmi um vald sem mótar skoðanir og gildi fólks og geta þeir því haft mikil áhrif á sjálfsmynd einstaklings (Guðný Guðbjörnsdóttir, 1994).

### 1.3. Mælingar

Þrátt fyrir að flestir séu sammála um að mikilvægt sé að hafa góða sjálfsmynd eru ekki allir á eitt sáttir um hvernig best sé að mæla hana. Kemur það til vegna þeirra fjölmörgu skilgreininga og kenninga sem til eru um hugtakið enda getur reynst erfitt að finna mæliaðferð sem samræmist þeim öllum. Þrátt fyrir þessa annmarka hafa margar aðferðir verið notaðar við mælingar á sjálfsmynd. Algengt er að notaðir séu svokallaðir likert-kvarðar þar sem nokkrar spurningar sem allar eiga að mæla það sama eru settar saman og mynda svokallaðan vísi. Spurningunum er svo svarað til að mynda með því hversu sammála eða ósammála viðkomandi er tiltekinni fullyrðingu. Hvert svar gefur ákveðinn stigafjölda sem að lokum er lagður saman og gefa niðurstöður vísbendingu um sjálfsmynd viðkomandi. Rosenberg-kvarðinn (e. *Rosenberg self-esteem scale*) er likert-kvarði sem mælir sjálfsmynd einstaklings. Kvarðinn var þróaður af Rosenberg á sjöunda áratugi síðustu aldar en hann var meðal fyrstu mælitækja á sjálfsmynd sem gerð voru. Kvarðinn er einfaldur í notkun þar sem svarandi þarf einungis að segja hversu vel tíu fullyrðingar eigi við hann. Mæliaðferð þessi hefur notið mikilla vinsælda meðal rannsakenda og er hún nú ein útbreiddasta leiðin til að mæla sjálfsmynd (Blascovich og Tomaka, 1991).

Sjálfsmynd einstaklings getur verið misjöfn eftir aldri. Sjálfsmynd er unglingum afar mikilvæg (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993) og munum við því greina frá því skeiði í næsta kafla.

## 2. Unglingsárin

Í iðnvæddum samfélögum hafa sterk skil verið gerð milli barna og fullorðinna og sérstakt skeið ævinnar verið skilgreint sem skeið unglingsáranna (Beckett og Taylor, 2010). Unglingsárin eru tímabil sem stendur yfir milli þess sem einstaklingur er barn og þar til hann telst fullorðinn. Á þessum tíma eiga miklar líkamlegar breytingar sér stað enda verður einstaklingur kynþroska á þessu tímabili. Sálfræðilegar breytingar eru einnig algengar hjá unglingsum og spila félagslegir þættir í lífi þeirra þar stórt hlutverk. Erfitt getur reynst fyrir unglingsinn að sætta sig við þessar breytingar enda þarf hann að skilgreina sig á nýjan hátt, hann hefur öðrum skyldum að gegna og upplifir meira frelsi en hann áður gerði. Þetta aukna frelsi gerir það að verkum að sjóndeildarhringur unglingsins víkkar, til dæmis við það að eignast nýja vini og prófa sig áfram í kynlífi (Beckett og Taylor, 2010) auk þess sem sjálfsmynd unglingsins mótast upp á nýtt (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993).

Í þessum kafla verður fjallað um skilgreiningar á hugtakinu unglingsur auk þess sem greint verður frá kenningum sem settar hafa verið fram um unglingsárin. Eins verður fjallað um fyrirmyndir unglingsa sem og þær staðalímyndir sem ríkja í samfélaginu og hvernig þær hafa mótandi áhrif á sjálfsmynd unglingsa.

### 2.1. Skilgreiningar

Hugtakið unglingsur var fyrst skilgreint á 16. öld en fyrir þann tíma fór einstaklingur beint frá því að vera barn yfir í að teljast vera fullorðinn (Muuss, 1968). Hvað felst í því að vera unglingsur og á hvaða aldri einstaklingur telst vera unglingsur hefur þó breyst gríðarlega með tímanum. Við upphaf 20. aldar var til að mynda mjög algengt að 16 ára einstaklingur væri fluttur úr foreldrahúsum, kominn út á vinnumarkað og farin að stofna fjölskyldu. Í dag heyrir slíkt fyrirkomulag hjá 16 ára einstaklingi til undantekninga enda sífellt algengara að einstaklingur sé kominn hátt á þrítugsaldur þegar hann hefur búskap. Þróun þessi hefur orsakast af fjölmörgum þáttum. Til að mynda endurspeglar sögulegir atburðir, efnahagur og möguleikar til menntunar á hverjum tíma fyrir sig hegðun og atferli unglingsa líkt og annarra. Þá hefur sú mikla tæknivæðing sem átti sér stað á síðari hluta 20. aldar að einhverju

leyti orsakað þá þróun að einstaklingar búi lengur í foreldrahúsum og fullorðnist seinna. Má sjá það á því að vinnumarkaðurinn krefst sífellt meiri menntunar eftir því sem tækninni fleytir fram og því algengara að einstaklingar stundi lengra nám en áður sem leiðir gjarnan af sér að þeir seinki því að standa á eigin fótum, til dæmis sökum peningaleysis (Fussell og Furstenberg Jr., 2005). Hins vegar má segja að með nútímataækni séu unglingar mun berskjaldaðri fyrir efni sem birtist til að mynda í fjölmiðlum en þar er birtingarmynd unglunga gjarnan afar bráðþroska einstaklingur sem hegðar sér á marga vegu líkt og fullorðinn einstaklingur, til dæmis þegar kemur að kynlífi. Slík birtingarmynd þrýstir á unglunga að haga sér líkt og fullorðnir einstaklingar án þess þó að hafa nægilegan þroska til þess (Elkind, 2007). Af þessu má sjá að hugtakið unglingur er ekki auðskilgreint enda síbreytilegt eftir aðstæðum. Ákveðinn aldur hefur þó verið tengdur við hugtakið en hann er breytilegur milli þjóða. Til dæmis er hann samkvæmt bandarískri skilgreiningu sá að unglingur sé einstaklingur á aldrinum 12-21 árs og skiptast unglingsárin í þrjú tímabil. Fyrri hluti unglingsára er þegar einstaklingur er á aldrinum 10-12 ára, mið unglingsár eru þegar einstaklingur eru á aldrinum 13-16 ára og loks stendur seinni hluti unglingsára yfir þegar einstaklingur er á aldrinum 17-21 árs (McCandless og Coop, 1979; Muuss, 1968). Á Íslandi er tímabil unglingsáranna skilgreint á annan hátt en samkvæmt íslenskri orðabókarskilgreiningu telst unglingur vera „ungur maður á aldrinum frá um 13 til 17-18 ára“ (Íslensk orðabók, 2002, bls. 1649). Þá er skilgreining unglingsáranna á hinum Norðurlöndunum enn önnur en unglingur samkvæmt norskri orðabók er einstaklingur á aldrinum 13-19 ára (The free dictionary, e.d.).

Í ljósi þess að greint verður frá niðurstöðum rannsókna auk þess sem stuðst verður við margskonar heimildir er varða unglunga víðsvegar um heim munum við notast við allar þessar skilgreiningar í umfjöllun okkar um unglunga nema annað sé tekið fram.

## **2.2. Kenningar um mótun sjálfsmyndar unglunga**

Margar kenningar hafa verið settar fram um unglingsárin og þær breytingar sem eiga sér stað á þeim tíma (Beckett og Taylor, 2010). Kenning Erikson (1968) um þróun sjálfsmyndar er ein þeirra en eins og áður var greint frá skiptist hún niður í



átta aldurstengd þrep og fjallar það fimmta um unglingsárin. Samkvæmt Erikson stendur tímabil unglingsáranna yfir þegar einstaklingur er á aldrinum 13-18 ára. Á þessu þrepi er algengt að hlutverkaruglingur eigi sér stað hjá unglingsnum og að hann sé í sjálfsmyndarleit (Bee og Boyd, 2007). Viðfangsefni fimmta þreps er því að læra að þekkja sjálfan sig og hafa sjálfstæð viðhorf til þess að geta myndað heildstæða sjálfsmynd. Með heildstæðri sjálfsmynd verður einstaklingur öruggur um eigin skoðanir og verður hann fær um að setja mörk í samskiptum við aðra (Guðný Guðbjörnsdóttir, 1994).

Auk þeirra kenninga sem fjalla sérstaklega um myndun sjálfsmyndar á unglingsárunum hafa kenningar verið settar fram sem eiga vel við þær breytingar sem eiga sér stað á unglingsárunum og hafa þar af leiðandi áhrif á sjálfsmynd þeirra. Dæmi um slíka kenningu er félagsnámskenningin (*e. social cognitive theory*) en samkvæmt henni mótast hegðun og hugsun unglunga út frá umhverfi þeirra, því sem þau sjá og heyra. Á það einna helst við í þeim tilvikum þar sem ákveðin hegðun eða athöfn leiðir af sér einhvers konar umbun eða viðurkenningu og/eða ef fyrirmyndin laðar áhorfandann að sér (Cope-Farrar og Kunkel, 2002). Það má því segja að mótandi áhrif á hegðun og viðhorf unglunga séu víða enda fyrirmyndir þeirra margar.

### **2.3. Fyrirmyndir**

Samkvæmt félagsnámskenningunni lærir einstaklingur af þeim beinu og óbeinu skilaboðum sem hann fær frá umhverfi sínu. Algengt er að börn taki upp gildi fullorðinna einstaklinga sem búa yfir völdum og eru úrræðagóðir er vandamál koma upp. Foreldrar og systkini eru oft og tíðum fyrirmyndir barna og því algengt að börn geri viðmið þeirra og gildi að sínum eigin á meðvitaðan jafnt sem ómeðvitaðan hátt (McCandless og Coop, 1979). Þrátt fyrir það fara áhrif frá foreldrum og systkinum dvínandi á unglingsárum þar sem unglingar fara að horfa á fleiri fyrirmyndir. Jafningjar, kennarar og íþróttahetjur eða aðrar áberandi persónur í samfélagi þeirra eru dæmi um nýjar fyrirmyndir sem fara að hafa meiri áhrif en áður. Áhrif þessi gæta til að mynda á sjálfsmynd unglunga líkt og Erikson bendir á. Fjölmiðlar geta einnig verið veigamikill áhrifaþáttur á hegðun unglunga, gildi þeirra og viðmið. Hvort að unglingurinn taki upp gildi þessara áhrifaþátta fer eftir hversu

mikið hann lítur upp til þeirra og hvort þeir höfði til einstaklingsins (McCandless og Coop, 1979).

Það er þó ekki svo að unglingar líki eftir allri þeirri hegðun sem þeir sjá þar sem hegðun þeirra endurspeglar oft og tíðum kynbundin norm og gildi samfélagsins. Unglingar virðast frekar líkja eftir hegðun fyrirmynda af sama kyni þar sem það er líklegt að þeir fái neikvæð viðbrögð frá samfélaginu líki þeir eftir hegðun einstaklings af gagnstæðu kyni. Þrátt fyrir að unglingsdrengrir hafi hugsanlega margoft horft á mæður sínar setja á sig farða eru þeir til að mynda ekki líklegir til að leika það eftir vegna þeirra óskrifuðu reglna sem samfélagið hefur sett. Ætla mátti að drengirnir fengju neikvæð viðbrögð við slíkri hegðun (McCandless og Coop, 1979).

Fyrirmyndir unglunga eru breytilegar eftir stað og stund. Nadine Dolby (2002) bendir á að nýlegar rannsóknir innan menningarfræða sýni að sjálfsmyndarmótun unglunga nú til dags sé á annan veg en áður þar sem hún sé ekki jafn staðbundin. Vill hún meina að áður fyrr hafi verið meiri festa fyrir unglunga hjá til að mynda fjölskyldu, í skóla og í vinnu. Þessir þættir eru þó enn til staðar hjá nútímaunglingum en í dag eru mun fleiri áhrifaþættir þegar kemur að mótun sjálfsmyndar þeirra. Unglingar eru nú gjarnan sveipaðir glansmynd sem skapar óraunhæf gildi sem hafa áhrif á sjálfsmyndina en slíkar glansmyndir fá þau oft en ekki frá sýndarveruleika veraldarvefsins auk þess sem staðalímyndir sem alloft birtast í fjölmiðlum hafa áhrif á sjálfsmynd þeirra (Guðný Guðbjörnsdóttir og Sergio Morra, 2004; Hargreaves og Tiggemann, 2004). Samræmist þetta félagsnámskenningunni þar sem Dolby telur að sjálfsmynd mótist að vissu leyti vegna utanaðkomandi áhrifa.

### **2.3.1. Staðalímyndir**

Samkvæmt orðabók vísar orðið staðall til ákveðinnar fyrirmyndar eða móts (Íslensk orðabók, 2002). Má því segja að staðalímyndir séu þær hugmyndir sem samfélagið hefur ákveðið að aðrir eigi að fylgja eða falla inn í.

Staðalímynd fegurðar er misjöfn eftir stað og stund og hefur hún breyst töluvert á síðustu árhundruðum. Áður fyrr var til að mynda talið jákvætt þegar konur og stúlkur voru vel í holdum en í dag virðist skilyrði samkvæmt viðmiðum samfélagsins

að vera grannvaxinn til þess að teljast fagur. Það er því ekki fyrst nú á dögum sem konur reyna að fylgja ákveðinni staðalímynd fegurðar en konur hafa lengi farið illa með líkama sinn til þess að uppfylla skilyrði samfélagsins. Dæmi um það eru konur sem í upphafi 20. aldar klæddust lífstykkjum til þess að halda líkama sínum innan ríkjandi fegurðanorma. Í lífstykkjunum áttu þær meðal annars erfitt með andardrátt, í þeim brotnuðu rifbein og margar hverjar urðu mjög veikar líkamlega. Notkun lífstykkja er óalgengari meðal kvenna en áður tíðkaðist en konur gera þó ýmislegt slæmt til þess að fylgja því staðlaða formi sem samfélagið setur varðandi útlit þeirra. Má segja að megrun sé eitt af því sem komið hefur í staðinn fyrir lífstykkjanotkun auk þess sem lýtaaðgerðir eru nú framkvæmdar í auknum mæli í fegrunarskyni (Negrin, 2002; Rodin, Silberstein og Striegel-Moore, 1984).

Staðalímynd samfélagsins beinist þó ekki aðeins að stúlkum þar sem drengir verða einnig fyrir áhrifum hennar. Birtast áhrif þessi einna helst á þann hátt að drengir eigi að vera harðir af sér og sýna sem sjaldnast tilfinningar auk þess sem æskilegt er að þeir séu vöðvamiklir (Holtzman, 2000; Polce-Lynch, Myers, Kliewer og Kilmartin, 2001). Þó svo að drengir verði fyrir áhrifum varðandi útlit sitt reynist mun raunhæfara fyrir drengi en stúlkur að líkja eftir staðalímynd hins fullkomna líkama. Sá líkamsvöxtur sem stúlkur keppast við að fá er til að mynda mun grenni en hinn eðlislægi líkami þeirra er í raun. Þá er einnig algengt að stúlkur sjái líkama sinn í rangri mynd þar sem þær sjá hann oft og tíðum stærri en hann í raun og veru er (Rodin o.fl., 1984). Af þessu má sjá að áhrif staðalímynda geta verið mikil á sjálfsmynd einstaklinga.

#### **2.4. Þróun sjálfsmynda á unglingsárum**

Á unglingsárum geta tilfinningaálag og togstreita ríkt enda eiga miklar breytingar sér stað á þessum tíma. Barn breytist í fullorðinn einstakling á nokkrum árum og gerðar eru meiri kröfur til þess en áður var (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993). Á þessum árum fer einstaklingurinn að huga að framtíð sinni og fer að efast um þau gildi og viðmið sem fjölskyldan og samfélagið hefur sett honum (McCandless og Coop, 1979).

Þær breytingar sem eiga sér stað þegar barn verður að unglingi eru að miklu leyti líkamslegs eðlis. Líkami þess breytist, barnið verður kynþroska og kynferðisleg

meðvitund verður til (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993). Algengt er að stúlkur verði kynþroska fyrr en drengir og er upplifun á því að verða unglingur ólík eftir kynjum. Miklar útlitslegar breytingar eiga sér stað og fer það meðal annars eftir félagslegu umhverfi hvers og eins hvernig líðan hans er á þessu tímabili. Drengir sem verða kynþroska snemma eru til að mynda líklegir til vinsælda innan vinahóps og er líkams- og sjálfsmynd þeirra oftast jákvæð. Hinsvegar er algengt að stúlkur sem verða kynþroska snemma séu óánægðar með líkama sinn og að andleg líðan þeirra sé í kjölfarið slæm. Þá verða stúlkur sem verða kynþroska snemma oft óvinsælar meðal vinkvenna sinna (Beckett og Taylor, 2010) vegna þess ójöfnuðar sem ríkir á útliti þeirra á milli (Coleman og Hendry, 1999).

Líkt og fram kemur í fimmta þrepi þróunarkenningar Erikson (1968) verður sjálfsmynd einstaklings þýðingarmikil á unglingsárunum og reynir unglingurinn að komast að því hver hann er, hvað hann vill verða og hvað öðrum finnst um hann. Unglingurinn þarf jafnframt að undirbúa sig undir þátttöku í heimi fullorðinna án þess þó að vita nákvæmlega hvert hans hlutverk verður. Hann fer að skilgreina sig upp á nýtt og þróa sjálfsmynd sína út frá þeirri sjálfsmynd sem hann hafði sem barn auk þeirra hugmynda sem hann hefur um framtíð sína. Viðbrögð annarra hefur einnig áhrif á mótun sjálfsmyndar hjá unglingnum (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993).

Eftir kynþroskaskleið upplifa unglingar kröfur frá samfélaginu líkar þeim sem settar eru á fullorðna. Þó svo að unglingur líkist fullorðnum einstaklingi líkamlega hefur hann ekki sömu færni og fullorðinn til rökhugsunar og sjálfstjórnar þar sem taugakerfið nær ekki slíkum þroska fyrr en um og eftir tvítugt (Darlington o.fl., 2011). Af því má ætla að unglingum getur reynst erfitt að greina rétt frá röngu sem erfiðar þeim við að taka réttar ákvarðanir er varða líf þeirra.

## **2.5. Sjálfsmynd og kynjamunur**

Þegar kemur að tjáningu tilfinninga er mikill munur milli kynja sem birtist strax við tveggja ára aldur (Sigtryggur Jónsson, 1986). Stúlkur virðast eiga auðveldara með að tjá sig með orðum á meðan drengir tjá tilfinningar sínar frekar með framkomu og hegðun. Talið er að þessi munur stafi að einhverju leyti af uppeldi barna og þeim óskráðu reglum sem samfélagið setur. Samfélagið sendir ólík skilaboð til

stúlkna og drengja um það hvernig þau eigi að tjá sig. Miklar kröfur eru gerðar til drengja að sýna ekki tilfinningar og vera sterkir á meðan sjálfsagt þykir að stúlkur séu veikari og sýni tilfinningar sínar. Er drengjum því kennt snemma að hafa stjórn á og bæla niður tilfinningar sínar (Ablon, Brown, Khantzian og Mack, 1993; Sigtryggur Jónsson, 1986). Þrátt fyrir að hart hafi verið barist fyrir jöfnum rétti kynja síðustu áratugi og að feður séu í dag meiri þátttakendur í uppeldi barna en áður tíðkaðist eru þessar hugmyndir um hefðbundin hlutverk karla og kvenna enn rótgrónar (Berglind Rós Magnúsdóttir, Guðrún M. Guðmundsdóttir, Jóna Pálsdóttir, Kristín Ástgeirsdóttir og Kristín Jónsdóttir, 2012).

Algennt er að þegar börn komast á skólaaldur tali drengir meira en stúlkur í skólanum og eru oftast ósammála opinberlega en stúlkur. Tengist þetta sjálfsmyndarþróun stúlkna og því að þær velji frekar tengsl við aðra, tillitsemi og umönnun en að standa á eigin skoðunum sem virðist skipta drengi meira máli. Carol Gilligan vill einnig meina að stúlkur verði óöruggar um ellefu ára aldur og í kringum sextán ára eigi þær erfitt með að koma fram með eigin skoðanir (Guðný Guðbjörnsdóttir, 1994). Ýmis gögn styðja þessa fullyrðingu Gilligan en rannsóknir hafa sýnt að ólíkir þættir hafi áhrif á sjálfsmynd stúlkna og drengja sem leiðir af sér að stúlkur mælist með lélegri sjálfsmynd en drengir. Rannsókn Kling, Hyde, Sowers og Buswell (1999) sýnir jafnframt að munur á sjálfsmynd milli kynja sé hvað mestur á unglingsárunum auk þess sem sjálfsmynd stúlkna sé aldrei verri en á þeim árum. Thomas og Daubman (2001) komust að sömu niðurstöðu en samkvæmt þeim mælast unglingsstúlkur með marktækt lægra sjálfsálit en jafnaldrar þeirra af hinu kyninu. Ástæðu þess telja þeir að rekja megi til mikilvægis góðra sambanda við jafningja hjá stúlkum auk þess sem ýmsar rannsóknir hafa sýnt fram á að líkamsmynd stúlkna hafi mikla þýðingu fyrir þær (Allgood-Merten, Lewinsohn og Hops, 1990; McDonald og Thompson, 1992; Wood, Becker og Thompson, 1996). Niðurstöður þessara rannsókna sýna því að fylgni sé milli líkamsmyndar og sjálfsmyndar hjá stúlkum. Slík fylgni á sér síður stað hjá drengjum en rannsókn Thomas og Daubman (2001) gefur til kynna að það stafi meðal annars af mismuni á líkamsbreytingu stúlkna og drengja á unglingsárum. Á kynþroskaskeiði eiga stúlkur það til að fitna en drengir verða gjarnan vöðvastæltari. Drengirnir falla því vel inn í

hina algengu staðalímynd um útlit kynjanna en stúlkurnar síður líkt og áður var greint frá (Darlington o.f.l., 2011).

## **2.6. Staða sjálfsmyndar unglunga**

Margar rannsóknir hafa verið gerðar á líðan og heilbrigði unglunga og gefa niðurstöður slíkra rannsókna gjarnan til kynna hvernig sjálfsmynd þeirra er.

Samkvæmt norrænni rannsókn sem framkvæmd var hér á landi af Margræti Lilju Guðmundsdóttur, Jóni Sigfússyni, Álfgeiri Loga Kristjánssyni, Hrefnu Pálsdóttur og Ingu Dóru Sigfúsdóttur (2010) þar sem 16-19 ára unglingar á Norðurlöndunum voru spurðir út í ýmsa þætti er varða líf þeirra, var það álit 66,1% íslenskra unglunga að þeir væru sáttir eða nokkuð sáttir við útlit sitt. Ef litið er til hinna Norðurlandanna eru íslenskir unglingar rétt undir meðaltali hvað þetta varðar en það var 68%. Hinsvegar telur ríflega fimmti hver unglingur á Íslandi sig vera mjög eða frekar ófríðan og óaðlaðandi. Í samanburði við unglunga á hinum Norðurlöndunum er óánægja íslenskra unglunga vegna útlits síns rétt við meðaltal en 23% unglunga á Norðurlöndunum telja sig ófríða og óaðlaðandi. Unglingar á Álandseyjum telja flestir þessa fullyrðingu eiga vel eða nokkuð vel við sig, eða 29,2% en fæstir í Danmörku, eða 15,1%. Af þessum niðurstöðum má sjá að íslenskir unglingar eru ekki frábrugðnir jafnöldrum sínum á hinum Norðurlöndunum og að meirihluti úrtaksins segist vera sáttur við sjálfan sig. Þrátt fyrir það er samt sem áður hægt að segja að sjálfsmynd íslenskra unglunga sé ábótavant þar sem niðurstöður sýna að ríflega þriðjungur þeirra er hvorki sáttur né frekar sáttur við útlit sitt.

Ungmenni með lélega sjálfsmynd eru þó ekki einsdæmi á Norðurlöndum. Rannsókn sem Darlington og fleiri (2011) lögðu fyrir 500 unglingsstúlkur á Bretlandi á aldrinum 16-19 ára leiddi í ljós að einungis 17% þeirra taldi sig vera mjög ánægð með sjálfa sig. Eins kom það fram í niðurstöðum rannsóknarinnar að aðeins fimmtungur stúlkanna var öruggur og óhræddur við álit annarra varðandi útlit þeirra (Darlington o.f.l., 2011).

Í ljósi þess hve mikilvæg sjálfsmynd er fyrir unglunga er áhugavert að sjá hvort tenging sé milli sjálfsmyndar þeirra og kynheilbrigðis.

### **3. Kynheilbrigði**

Til þess að kynheilbrigði sé til staðar hjá einstaklingi þarf hann að vera vel upplýstur um alla þá þætti sem viðkoma því (Sóley S. Bender, Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Solveig Jóhannsdóttir, 2011). Það er þó misjafnt hvað telst til kynheilbrigðis og hefur hugtakið verið skilgreint á margvíslegan hátt (Lovísa Arnardóttir, 2011). Munum við gera grein fyrir skilgreiningum á kynheilbrigði ásamt þeim þáttum sem geta komið í veg fyrir kynheilbrigði. Þá verður einnig gert grein fyrir rannsóknum sem gerðar hafa verið á kynheilbrigði unglunga auk þess sem fjallað verður um mikilvægi góðrar kynlífsfræðslu til handa unglungum.

#### **3.1. Skilgreining**

Alþjóðaheilbrigðisstofnunin hefur unnið að skilgreiningu á hugtakinu kynheilbrigði frá árinu 1974 en fyrsta heildstæða skilgreiningin á kynheilbrigði var þó ekki sett fram fyrr en fyrir tæpum 20 árum, eða árið 1994. Kynheilbrigði hefur þó verið skilgreint á margvíslegan hátt síðan þá (Lovísa Arnardóttir, 2011) og er sú skilgreining sem stofnunin vinnur eftir í dag á þá leið að kynheilbrigði sé samþætting líkamlegra, tilfinningalegra, vitsmunalegra og félagslegra þátta þar sem jákvætt viðhorf ríkir gagnvart kynhneigð og kynferðisleg sambönd byggja á virðingu sem og möguleikanum á öruggri og ánægjulegri kynlífsreynslu án þvingana, mismununar og ofbeldis (WHO, e.d.). Það er því hægt að segja að um kynheilbrigði sé að ræða þegar einstaklingur hefur fengið góða fræðslu um kynlíf, hann myndað sér eigin viðhorf og skoðanir á því og hegðar sér í kynlífi á þann hátt að hann stuðli að vellíðan fyrir sig og rekkjunaut sinn (Sóley S. Bender o.fl., 2011).

Eins og sjá má er hugtakið kynheilbrigði afar margþætt og getur það verið mismunandi eftir stað og stund. Því getur reynst erfitt að fjalla um alla þá þætti sem þurfa að vera til staðar svo hægt sé að tala um fullkomið kynheilbrigði og munum við því gera grein fyrir nokkrum af þeim þáttum sem hindrað geta kynheilbrigði unglunga.

#### **3.2. Hindranir og staða kynheilbrigðis unglunga**

Margir áhrifaþættir eru á kynheilbrigði unglunga en þeir eru til að mynda ótímabær notkun áfengis og annarra vímuefna, ungur aldur við fyrstu kynlífsreynslu,

kynsjúkdómar og ótímabærar þunganir. Auk þess getur sjálfsmynd einstaklings haft mikil áhrif á kynheilbrigði hans (Charles og Blum, 2008; Ethier o.fl., 2006; Garriguet, 2005).

Unglingar með lélega sjálfsmynd eru líklegri til að stunda óábyrgt kynlíf enda hafa rannsóknir sýnt að þeir noti síður smokk en þeir sem hafa góða sjálfsmynd (Charles og Blum, 2008, Ethier o.fl., 2006). Unglingar með slæma sjálfsmynd eru einnig líklegri til að byrja að stunda kynlíf fyrr, eiga fleiri rekkjunauta og koma síður í veg fyrir að getnaður eigi sér stað enda óalgengara að þeir noti getnaðarvarnir en þeir sem eru með góða sjálfsmynd (Charles og Blum, 2008; Garriguet, 2005).

Algengt er að unglíngar verði fyrir miklum þrýstingi frá umhverfi sínu og þá sérstaklega jafningjum þegar kemur að því að byrja að stunda kynlíf (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006). Líkurnar á því að unglíngar láti undan slíkum félagslegum þrýstingi aukast ef þeir fá ekki nægilega fræðslu um kynlíf nógu snemma. Getur það einnig leitt til þess að unglíngar eigi erfitt með að setja sér mörk í kynlífi og afleiðingar þess verið að kynheilbrigði þeirra versnar (Dagbjört Ásbjörnsdóttir, Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Sigurlaug Hauksdóttir, e.d.). Þrátt fyrir að unglíngar séu líkamlega tilbúnir í kynlíf er ekki þar með sagt að þeir séu það andlega (Halpern, Joyner, Udry og Suchindran, 2000). Að takast á við mögulegar afleiðingar kynlífs, svo sem kynsjúkdóma og barneignir getur reynst erfitt og sér í lagi fyrir einstakling sem ekki hefur náð fullum andlegum né líkamlegum þroska (Lovísa Arnardóttir, 2011). Auk þess hefur verið sýnt fram á að auknar líkur séu á þunglyndi meðal stúlkna sem byrja að stunda kynlíf snemma (Tubman, Windle og Windle, 1996). Af þessum sökum er almennt talið að ungt fólk eigi ekki að byrja að stunda kynlíf snemma (Lovísa Arnardóttir, 2011).

Þrátt fyrir að vitað sé til þess að snemmbúið kynlíf geti haft slæmar afleiðingar virðast íslenskir unglíngar byrja að stunda það snemma. Rannsókn Kjær og fleiri frá árinu 2007 sýndi til að mynda að íslenskir unglíngar byrji mun fyrr að stunda kynlíf en jafnaldrar þeirra annars staðar á Norðurlöndunum. Niðurstöður hennar leiddu í ljós að um 35% íslenskra stúlkna höfðu stundað kynlíf fyrir 15 ára aldur en einungis 25% norskra unglingsstúlkna á þeim aldri, en þar var tíðnin lægst. Auk þess var fjöldi bólfélaga hjá unglingsstúlkum hvað mestur á Íslandi. Þá kom það einnig fram í rannsókninni að tíðni þungana meðal íslenskra unglingsstúlkna væri hæst á



Norðurlöndunum. Hinsvegar standa Svíar fremstir í flokki þegar kemur að fjölda fóstureyðinga en Ísland er þar í næstneðsta sæti. Fóstureyðingar eru þó algengar meðal ungra stúlkna á Íslandi en 182 af þeim 976 fóstureyðingum sem áttu sér stað hér á landi árið 2010 voru á meðal stúlkna 19 ára og yngri (Landlæknisembættið, 2012). Niðurstöður þessar benda til þess að víða sé pottur brotinn í kynheilbrigði unglunga hér á landi, þá sér í lagi þegar kemur að unglingsstúlkum.

Viðhorf unglunga til kynlífs er oft og tíðum mismunandi milli kynja. Má hugsanlega rekja það til þess að stúlkur og drengir virðast ekki túlka tilgang kynlífs á sama hátt. Stúlkur virðast stunda kynlíf til að tjá ást sína og styrkja tengsl milli sín og rekkjunauts en drengir telja að þeir öðlist ákveðna stöðu og að um þroskamerki sé að ræða þegar þeir byrja að stunda kynlíf (Beckett og Taylor, 2010). Það er þó ekki eingöngu mismundi viðhorf sem ríkja milli unglingsstúlkna og drengja en rannsóknir sýna einnig töluverðan mun á kynhegðun unglingsstúlkna og jafnaldra þeirra af hinu kyninu. Sést það vel þegar litið er á niðurstöður rannsóknar sem Barnaverndarstofa í samvinnu við Rannsókn og greiningu, framkvæmdi hér á landi árið 2004. Markmið hennar var meðal annars að rannsaka kynlífshegðun íslenskra unglunga og var könnun lögð fyrir alla framhaldsskólanema landsins þar sem svarhlutfall milli kynja var nær jafnt. Niðurstöður leiddu í ljós að stúlkur byrja heldur fyrr að stunda kynlíf en drengir auk þess sem þær eigi að jafnaði fleiri rekkjunauta. Stúlkur sjá jafnframt oftast eftir því að hafa stundað kynlíf en 37% þeirra stúlkna sem höfðu stundað kynlíf sögðust hafa séð eftir því einu sinni eða oftast. Af drengjum sem höfðu stundað kynlíf hafði fjórðungur séð eftir því einu sinni eða oftast. Miðað við þá túlkun stúlkna á kynlífi að þær stundi það vegna ástar og tengsla koma þessar niðurstöður, að stúlkur eigi fleiri rekkjunauta og byrji að stunda kynlíf fyrr en drengir, nokkuð á óvart. Hugsanlegt er þó að stúlkur stundi kynlíf til þess að styrkja tengsl milli sín og rekkjunautar síns auk þess sem þær trúir jafnvel að um ást sé að ræða. Hinsvegar kemur það einnig fram í rannsókninni að stúlkur sjái oftast eftir því að hafa stundað kynlíf og er ástæða þess hugsanlega sú að raunverulega hafi ekki verið um ást að ræða.

Áfengis- og vímuefnanotkun unglunga er jafnframt einn þeirra þátta sem hindrað geta kynheilbrigði unglunga enda alloft orsök þess að unglingar byrji að stunda kynlíf. Samkvæmt niðurstöðum rannsóknar Þórodds Bjarnasonar og félaga (2006)

er ungur aldur við fyrstu kynlífsreynslu gjarnan afleiðing áfengisdrykkju. Sést það greinilega þegar horft er til þess að af þeim 32% nemendum í 10. bekk sem höfðu haft samfarir höfðu aðeins 14% af þeim aldrei drukkið áfengi. Þar af leiðandi höfðu rúmlega 56% nemenda sem höfðu stundað kynlíf einnig drukkið áfengi. Sýndu niðurstöður jafnframt að með hverju skipti sem unglingur neytir áfengis aukast líkurnar töluvert á því að hann stundi kynlíf. Kom þar fram að unglingur sem hefur orðið drukinn 20 sinnum eða oftar sé sexfalt líklegri til að hafa haft samfarir en þeir sem ekki neyta áfengis. Ekki var þó sérstaklega greint frá því hvort unglingar stundi kynlíf samhliða áfengisneyslu, en ljóst er að slík áhættuhegðun er nátengd kynhegðun þeirra.

Fjölmiðlar eru einnig taldir vera áhrifaþáttur á kynheilbrigði unglunga. Eigindleg rannsókn sem Ekstrand, Larsson, Von Essen og Tydén (2005) gerðu á sænskum unglingsstúlkum sýndi fram á að fjölmiðlar og þá sérstaklega auglýsingar hafi áhrif á kynhegðun unglingsstúlkna. Að mati stúlkanna hefur kynhegðun breyst á undanförunum árum og töldu þær að í fjölmiðlum snerist allt um kynlíf. Þær töldu einnig að fjölmiðlar gæfu til kynna að kynlíf væri eitthvað sem allir ættu að stunda. Rannsóknir hafa einnig sýnt að algengt sé að unglingar noti fjölmiðla sem sína helstu upplýsingaveitu þegar kemur að kynlífi og að slíkt leiði gjarnan til þess að þeir líti á birtingarmynd kynlífs í fjölmiðlum sem norm sem þeir læra af og hegða sér samkvæmt (Cope-Farrar og Kunkel, 2002; Brown, Halpern og L'Engle 2005). Nánar verður fjallað um fjölmiðla og þau áhrif sem þeir geta haft í fjórða kafla.

Annar þáttur sem talinn er geta hindrað kynheilbrigði unglunga eru kynsjúkdómar. Tíðni þeirra er há á meðal unglunga og eru íslenskir unglingar þar ekki undanskildir (Sóley S. Bender o.fl., 2011). Ef litið er til allra síðustu ára hefur fjórðungur klamydíusmitaðra einstaklinga verið 19 ára og yngri en allt upp í 2000 einstaklingar smitast af klamydíu hér á landi ár hvert (Lovísa Arnardóttir, 2011). Fyrrgreind rannsókn Kjær og féлага frá árinu 2007 leiddi einnig í ljós að tíðni kynfæravarta meðal íslenskra kvenna væri nokkuð hærri á Íslandi miðað við hin Norðurlöndin. Smokkanotkun meðal ungmenna á Íslandi virðist vera nokkuð ábótavant en rannsókn Þórodds Bjarnasonar, Stefán Hrafns Jónssonar, Kjartans Ólafssonar, Andreu Hjálmarsdóttur og Aðalsteins Ólafssonar (2006) á heilsu og lífskjöri grunnskólanema sýndi fram á að 15% þeirra unglunga sem höfðu stundað

kynlíf notuðu engar getnaðarvarnir við síðustu samfarir auk þess sem rofnar samfarir voru notaðar sem getnaðavörn í 4% tilfella. Þá kom það fram að í aðeins 66% tilvika hafði smokkur verið notaður. Af þessum niðurstöðum má sjá að rétt tæpur fimmtungur ungmennanna gerði engar ráðstafanir til þess að koma í veg fyrir þungun við síðustu samfarir auk þess sem ríflega þriðjungur þeirra var ekki varinn fyrir kynsjúkdómum. Ein af ástæðum þess að smokkanotkun unglunga er ekki algengari en raun ber vitni er sú að unglingum finnst oft og tíðum erfitt að kaupa smokka ásamt því að finnast vandræðalegt að ræða við rekkjunaut sinn um notkun getnaðarvarna (Sóley S. Bender o.fl., 2011).

### **3.3. Forvarnir**

Til þess að reyna að koma í veg fyrir óæskilega hegðun unglunga í kynlífi er mikilvægt að umræður um kynlíf hefjist snemma og þá helst áður en unglingar byrja að stunda kynlíf. Því eldri sem unglingar eru því betur eru þeir undir það búnir að stunda kynlíf þar sem þeir eiga auðveldara með að segja hvað þeir vilja í kynlífi og eru líklegri til að nota getnaðarvarnir (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006). Að sama skapi eru unglingar sem byrja að stunda kynlíf ungir að árum líklegri til að stunda óvarið kynlíf og þar með aukast líkur á smiti á kynsjúkdómum og þungunum meðal þeirra (Halpern o.fl., 2000).

Unglingar verða fyrir miklum áhrifum frá umhverfi sínu og er því afar brýnt að börn fái fræðslu um hvaða hegðun sé við hæfi í kynferðislegum samböndum. Mikilvægt er því að ungt fólk hafi aðgang að upplýsingum um kynlíf, hverjar afleiðingar þess geta verið, hvernig best sé að haga samskiptum við aðra ásamt því að finna sjálf út hvað það vill í kynlífi. Þessir þættir þurfa að vera til staðar svo að einstaklingur þroskist sem kynvera og læri að stunda ábyrgt kynlíf (Sóley S. Bender o.fl., 2011). Þar sem fjölskyldan er ein sterkasta fyrirmynd unglunga er mikilvægt að innan hennar skapist opinskáar umræður um kynlíf. Kynfræðsla frá foreldrum getur aukið traust milli foreldra og barns og með henni aukast líkur á meðvitaðri ákvörðunartöku í kynlífi. Sé þetta til staðar má segja að grunnur sé lagður að jákvæðri og heilbrigðri sjálfsmynd unglunga í kynlífi (Dagbjört Ásbjörnsdóttir o.fl., e.d). Mörgum foreldrum þykir hinsvegar óþægilegt að sjá um kynfræðslu fyrir börn sín enda er kynlíf talið feimnismál á sumum heimilum. Algengar hugsanir hjá

foreldrum eru að með því að fræða börn sín um kynlíf séu þeir að hvetja þau til að stunda kynlíf. Það hefur þó sýnt sig að því fyrr sem opin umræða skapast um kynlíf á heimilum því eldri eru börn við fyrstu kynlífsreynslu (Sóley S. Bender o.fl., 2011).

Þrátt fyrir að mikilvægt sé að rík áhersla sé lögð á fræðslu og upplýsingar til handa unglingum ber að hafa í huga að upplýsingar varðandi kynlíf og almenna kynhegðun geta verið misgóðar og skiptir það miklu máli hvaðan þær koma. Unglingar vilja fræðast um tilfinningar, ást, og kynlíf og getur talist eðlilegt að þeir leiti svara hjá vinum, í fjölmiðlum eða í klámi þegar ekki er nægileg fræðsla til staðar. Umhverfi unglunga gefur þeim enda tækifæri til að afla sér upplýsinga um kynlíf meðal annars í tímaritum, sjónvarpi og myndböndum (Sóley S. Bender o.fl., 2011). Útbreiðsla og vinsældir veraldarvefsins hefur til að mynda gert það að verkum að unglingar hafa nú greiðan aðgang að margbreytilegum og misgóðum upplýsingum um kynlíf. Spjallsíður eru meðal annars dæmi um síður sem unglingar nota til að afla sér upplýsinga sem geta oft og tíðum verið villandi og varasamar enda ekki vitað hver gefur þær (Kanuga og Rosenfeld, 2004). Af þessu má sjá að til þess að unglingar séu betur í stakk búnir til að meta þær upplýsingar sem fram koma í umhverfi þeirra er mikil þörf á góðri og markvissri fræðslu. Það er þó ekki þannig að nóg sé að kynlífsfræðsla beinist eingöngu að unglingum heldur þarf að opna umræðu um kynlíf í samfélaginu öllu og ýta undir jákvætt viðhorf unglunga til getnaðarvarna og sjálfstæði þeirra til ákvörðunartöku í kynlífi (Sóley S. Bender o.fl., 2011).

Eins og fram hefur komið leita unglingar gjarnan upplýsinga um kynlíf í fjölmiðlum og klámi enda hefur klámvæðing ríkt í auknum mæli sem leitt hefur til þess að viðhorf fólks til kynlífs og almennrar kynhegðunar hefur breyst (Dagbjört Ásbjörnsdóttir, Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Sigurlaug Hauksdóttir, e.d). Rannsóknir (Lo og Wei, 2005; Flood, 2007) hafa jafnframt sýnt að áhorf kláms hafi áhrif á kynhegðun unglunga. Slíkt efni gefur afar skakka mynd af því sem telst vera eðlilegt kynlíf enda algengt að klám innihaldi niðurlægjandi kynlíf og þá sérstaklega í garð kvenna (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006). Getur áhorf á klám því verið viðamikill áhrifabættur á sjálfsmynd og kynheilbrigði unglunga (Lovísa Arnardóttir, 2011; Velferðaráðuneytið, 2011).

Í ljósi þess að fjölmiðlar og klám geti verið veigamiklir áhrifaþættir þegar kemur að kynheilbrigði unglunga munum við gera þessum þáttum ítarlegri skil í næstu köflum.

## 4. Fjölmiðlar

Fjölmiðlar eru einn þeirra þátta sem geta haft mótandi áhrif á sjálfsmynd einstaklinga og þá sér í lagi unglunga (NASW, e.d.). Stafar það af því að unglingsárin eru tími mikilla breytinga sem gerir það að verkum að þeir eru oft og tíðum áhrifagjarnir. Hegðun þeirra og viðhorf samræmast því gjarnan því sem þau sjá og heyra (Cope-Farrar og Kunkel, 2002; Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993). Í þessum kafla verður fjallað um það hver íslensk skilgreining á fjölmiðlum er auk þess sem greint verður frá nokkrum kenningum sem settar hafa verið fram varðandi þau áhrif sem fjölmiðlar geta haft. Þá verður fjallað um fjölmiðlanotkun unglunga og hvernig fjölmiðlar geta haft mótandi áhrif á sjálfsmynd einstaklings og þá sér í lagi unglunga.

### 4.1. Skilgreining

Fjölmiðlar gegna sívaxandi hlutverki í nútímasamfélagi og spila gríðarlegt hlutverk í upplýsingaveitu til almennings og þá sérstaklega innan lýðræðisríkja og eru þeir taldir vera fjórða grein ríkisvalds fyrir utan löggjafarvald, framkvæmdavald og dómsvald. Vegna þeirra áhrifa sem fjölmiðlar hafa í samfélaginu getur það sem þar birtist haft áhrif á skoðanir og viðhorf notenda á umhverfi þeirra og endurspeglast í hugsunum þeirra og skoðunum á ýmsum málefnum. Af þeim sökum er mikilvægt að gera sér grein fyrir hverjir eiga og stjórna fjölmiðlum enda geta þeir haft áhrif á hvað þar kemur fram (Menntamálaráðuneytið, 2005; Þorbjörn Broddason, 2004). Hliðverðir (*e. gate keepers*) hafa einnig áhrif á hvað birtist í fjölmiðlum en hliðverðir eru gjarnan þeir sem vinna á fjölmiðlum eða aðrir sem deila upplýsingum í fjölmiðlum. Þeir stjórna því hvenær og um hvað er fjallað og fer val þeirra á fréttæfni og hvernig fjallað er um það oft eftir skoðunum þeirra og gildum (Shoemaker, 1997).

Fjölmiðlar hafa verið skilgreindir á mismunandi hátt eftir stað og stund. Ein skilgreining sem sett hefur verið fram á fjölmiðlum er sú að fjölmiðill er fyrirtæki eða stofnun sem dreifir upplýsingum á margvíslegan hátt til fjölda fólks á ákveðnu svæði. Sjónvarp, veraldarvefurinn, útvarp, dagblöð og tímarit eru meðal annars þær útgáfur sem til eru af fjölmiðlum sem dreifa upplýsingum sínum til notenda

(Menntamálaráðuneytið, 2005). Hins vegar hefur notkun fjölmiðla breyst mikið síðastliðin ár með tilkomu veraldarvefsins og fjölmiðlar því orðnir mun útbreiddari og aðgengilegri en áður. Þessi mikla tækniþróun hefur orðið til þess að veraldarvefurinn hefur komið í stað bóka, ritvéla, útvarps og sjónvarps enda hægt að nálgast allt þetta efni þar. Heimur vefsins hefur stækkað gríðarlega á undanförunum árum og fer líf ungs fólks og samskipti þeirra á milli að stórum hluta í gegnum veraldarvefinn (Biocca, 2000). Fjölmiðlanotkun ungs fólks er jafnframt allt önnur en þeirra sem eldri eru enda er það mun tæknivæddara en eldri kynslóðir. Nú er orðið algengt að notkun á fjölmiðlum sé hætt að byggjast upp á því að notendur þiggi stöðugt frá fjölmiðlum og séu þeir þess í stað farnir að taka þátt og deila upplýsingum. Sem dæmi má nefna að margir unglingar lesa halda úti bloggsíðum daglega, skilja eftir athugasemdir og deila efni (Tapscott, 2009). Má því segja að unglingar séu orðnir mun berskjaldaðri fyrir því sem þeir sjá í fjölmiðlum auk þess sem þeir geta haft áhrif á það sem þar birtist.

#### 4.2. Kenningar

Ýmsar kenningar hafa verið settar fram varðandi áhrif fjölmiðlanotkunar. Ein þeirra er ræktunarkenningin (e. *cultivation theory*) en samkvæmt henni fer einstaklingur sem stundar mikið sjónvarpsáhorf að trúa því að það sem hann sér í sjónvarpi sé hinn eiginlegi raunveruleiki. Svipar þessi kenning til félagsnámskenningar (e. *social cognitive theory*) en eins og áður hefur verið greint frá gengur hún út á það að umhverfið hafi áhrif á viðhorf og atferli unglunga og að þeir hegði sér í líkingu við einstaklinga sem þeir líta upp til. Samkvæmt þessum kenningum má líta á það sem svo að áhorf í miklum mæli, á til að mynda kynlífstengt efni í fjölmiðlum sem inniheldur aðlagandi aðalpersónu leiði það af sér að einstaklingur leiki þá hegðun eftir (Cope-Farrar og Kunkel, 2002).

Kenningar er varða félags- og menningarlega þætti (e. *sociocultural theories*) eru kenningar sem einnig fjalla um áhrif fjölmiðlanotkunar á líðan einstaklinga. Samkvæmt kenningunum orsakar sú staðalímynd sem ríkir í samfélaginu og birtist í fjölmiðlum varðandi útlit, óánægju með líkamsmynd sem leiðir til verri sjálfsmyndar einstaklings (Hargreaves og Tiggemann, 2004). Á Vesturlöndum er til að mynda gerð mikil krafa til kvenna um grannvaxinn líkama og byrja ungar stúlkur

oft snemma að leiða hugann að líkama sínum og líkamsþyngd sinni. Fræðimenn vilja meina að óánægja kvenna gagnvart líkama sínum verði til vegna þeirra hugmynda sem samfélagið beinir að þeim um hið fullkomna útlit kvenna. Oft og tíðum koma þessar hugmyndir frá fjölmiðlum en þeir senda konum gjarnan þau skilaboð að þær séu metnar af útliti og líkama og að mikilvægt sé að keppast að því að líta sem best út (Strahan, Lafrance, Wilson, Ethier, Spencer og Zanna, 2008).

Kenningar þessar benda til þess að áhrif fjölmiðla á einstaklinga geti verið mikil. Má því ætla að hegðun og viðhorf einstaklings skapist að einhverju leyti af því hvers konar fjölmiðla hann notar ásamt því hversu mikið og oft hann notar þá.

### **4.3. Fjölmiðlanotkun unglunga**

Samkvæmt 17. grein Barnasáttmála Sameinuðu þjóðanna skulu aðildarríki stuðla að því að barn fái upplýsingar frá fjölmiðlum sem það nýtur góðs af og skulu þeir stuðla að andlegri, siðferðislegri og félagslegri velferð þess (Umboðsmaður barna, e.d.). Mikilvægt er að þessu sé framfylgt þar sem að aðgengi barna og unglunga að fjölmiðlum hefur aukist. Rannsóknir hafa sýnt að í nútímasamfélagi noti börn og unglingar veraldarvefinn mikið. Sem dæmi má nefna nota yfir 90% breskra barna og unglunga veraldarvefinn í tvo tíma í senn, fimm daga vikunnar (Darlington o.f.l., 2011).

Á Íslandi er tölvunotkun einnig algeng meðal ungs fólks og eyðir það töluverðum tíma af lífi sínu í notkun á fjölmiðlum. Í niðurstöðum langtímarannsóknarinnar *Börn og sjónvarp á Íslandi* sem framkvæmd var af Sigurði Inga Árnasyni og Þorbirni Broddasyni árið 2010 kom fram að 67% barna á aldrinum 11-16 ára höfðu fartölvu eða borðtölvu inni í herbergjum sínum. Hafði um helmingur þeirra nettengingu inni í herbergjum sínum og þar með aðgang að fjölmiðlum. Þegar aðgangur unglunga að fjölmiðlum er svo greiður auðveldar það þeim að skoða það sem þá lystir án afskipta foreldra. Má því segja að unglingar með slíkt aðgengi hafi mun frjálsari hendur en þeir unglingar sem búa við það að tölva sé eingöngu í sameiginlegu rými fjölskyldunnar. Með aukinni tækni hefur aðgengi að fjölmiðlum aukist en með því hafa mörk þess sem telst vera innan heimilis og hvað utan þess orðið óljós. Í dag geta unglingar tengst umheiminum án þess að fara út fyrir herbergi sitt og/eða heimili og eru þeir því mun berskjaldaðri en áður fyrir því sem veraldarvefurinn



hefur upp á að bjóða, þar með talið allskyns hættum (Sigurður Ingi Árnason og Þorbjörn Broddason, 2010).

Ef marka má niðurstöður rannsóknarinnar er því brýn nauðsyn fyrir foreldra að vera vel á verði og fylgjast vel með netnotkun unglunga sinna, þar sem að 71% barna á aldrinum 11 til 16 ára notaði veraldarvefinn einu sinni á dag eða oftár heima hjá sér. Hlutfallið hækkaði með aldri barnanna og notuðu 87% 16 ára unglunga vefinn heima hjá sér einu sinni á dag eða oftár. Þegar spurt var hversu oft unglungarnir horfðu á kvikmyndir, þætti eða myndskaið á vefnum sögðust 16% 11 ára barna horfa á það einu sinni á dag eða oftár. Töluvert hærri tíðni var hjá 16 ára einstaklingum en þar var hlutfallið 36%. Þá höfðu 65% halað niður efni af netinu og er hlutfall þeirra sem sóttu kvikmyndir, þætti eða myndbrot 40%. Mun fleiri drengir höfðu sótt sér efni á vefinn eða 75% á móti 55% stúlkna (Sigurður Ingi Árnason og Þorbjörn Broddason, 2010).

Félagstengslasíður á borð við Facebook.com og Youtube.com virðast vera vinsælar netsíður meðal ungs fólks á aldrinum 11-16 ára en 45% svarenda rannsóknar Sigurðar Inga og Þorbjörns (2010) sögðust nota Facebook einu sinni á dag eða oftár. Notkunin jókst eftir hækkingu aldri svarenda og var hæst 61% hjá 16 ára einstaklingum. Meðal yngstu þátttakendanna höfðu 22% notað Facebook einu sinni á dag eða oftár og er merkilegt að sjá það í ljósi þess að þeir hafa ekki aldur til að nota slíka síðu þar sem einstaklingar þurfa að vera orðnir 13 ára til að geta skráð sig þar inn. Notkun á YouTube var svipuð notkun Facebook meðal svarenda en 41% þeirra fóru inn á YouTube einu sinni á dag eða oftár. Mest var notkunin hjá 16 ára unglungum en 44% þeirra notuðu síðuna einu sinni á dag eða oftár. Þeir sem voru 11 ára notuðu síðuna minnst en 31% þeirra fóru inn á hana daglega eða oftár (Sigurður Ingi Árnason og Þorbjörn Broddason, 2010). Virðast þessar síður höfða vel til unglunga víðsvegar enda sögðust breskir unglingar nota þær mest af öllum þeim vefsíðum sem þeir heimsóttu (Darlington o.f.l., 2011).

Í ljósi vinsælda félagstengslasíðna hafa umræður sprottið upp um að ungt fólk sé hætt að eiga í samskiptum við vini sína fyrir utan þau samskipti sem fara fram í gegnum veraldarvefinn og að hugtakið „vini“ hafi ekki sömu merkingu og það áður gerði. Í dag keppist ungt fólk við að eiga sem flesta „vini“ á samskiptasíðum á borð við Facebook en þegar öllu er á botninn hvolft er ekki víst að þeir séu vinir í

raun. Má því segja að nú sé talið eftirsóknarverðara að eiga marga kunningja í stað þess að eiga fáa trausta vini (Sigurður Ingi Arnason og Þorbjörn Broddason, 2010).

#### **4.4. Fjölmiðlar og sjálfsmynd**

Fjölmiðlar hafa verið gagnrýndir fyrir að búa til og viðhalda óraunverulegum kröfum samfélagsins til kvenna varðandi útlit og líkamsþyngd þeirra (Strahan o.fl., 2008). Í fjölmiðlum birtast stöðug skilaboð til kvenna hvernig best sé fyrir þær að léttast svo þær líti betur út, fjallað er um nýjustu æfingakerfin og hvernig þær eigi að hægja á öldrun og fela það sem telst vera „líkamlegir gallar“ (Rodin o.fl., 1984). Þau fyrirfram ákveðnu form sem konur eiga að passa í eru að einhverju leyti sköpuð af fjölmiðlum og eiga þeir því þátt í því að draga úr ánægju kvenna með líkamsmynd sína. Þau viðmið sem samfélagið setur um útlit kvenna eru því mikill áhrifaþáttur á sjálfsmynd þeirra, þó sérstaklega þeirra sem samþykkja viðmið samfélagsins og byggja sjálfsmynd sína á útliti (Strahan o.fl., 2008). Áhrif fjölmiðla á sjálfsmynd nær einnig til karla en þó í minna mæli en hjá konum. Til að mynda hafa konur mun meiri áhyggjur af líkamsvexti sínum en karlar en slíkar áhyggjur samræmast þó oft ekki þyngd kvennanna (Rodin o.fl., 1984).

Áhrif fjölmiðla á sjálfsmynd geta verið margvísleg. Þau ákvarðast ekki einungis af því efni sem skoðað er þar sem ástand þess sem skoðar það getur einnig haft mikið að segja. Hvort sjálfsmyndin hafi verið góð eða slæm fyrir notkun á fjölmiðlinum getur því skipt máli. Samkvæmt rannsókn Wilcox og Laird (2000) geta fjölmiðlar haft jákvæð áhrif á sjálfsmynd stúlkna. Niðurstöður rannsóknarinnar leiddu í ljós að áhorf á mjög grannvaxna fyrirsætu hafði þau áhrif á hluta stúlkanna í úrtaki að þær urðu glaðar og sjálfsmynd þeirra jókst. Slík birtingarmynd kvenna í fjölmiðlum getur því haft góð áhrif á sumar konur. Hins vegar sýndu niðurstöður rannsóknarinnar, auk fjölda annarra rannsókna (Van den Berg, Thompson, Obremski-Brandon og Covert, 2002; Fallon og Hausenblas, 2005) að slík birtingarmynd geti einnig valdið konum vanlíðan sem lýsir sér fyrst og fremst í óánægju vegna líkamsmyndar sinnar. Á þessum niðurstöðum má sjá að neikvæður áhrifaþáttur fjölmiðla á sjálfsmynd kvenna getur verið mikill. Í slíkum tilfellum getur það reynt erfitt fyrir viðkomandi að efla og bæta sjálfsmynd sína þar sem að

fjölmiðlar eru allt í kringum okkur og eru í raun óumflýjanleg staðreynd (Darlington o.f.l., 2011).

Fleiri rannsóknir hafa sýnt fram á áhrif fjölmiðla á sjálfsmynd. Rannsóknir sem Groesz, Levine, og Murnen (2002) skoðuðu sýndu til að mynda að þær konur sem sáu fegraðar myndir af öðrum konum í fjölmiðlum leið verr með líkama sinn en þær sem sáu óbreyttar myndir. Sjálfsmynd kvennanna var töluvert neikvæðari eftir að hafa horft á myndir með grannvöxnum fyrirsætum en eftir að hafa horft á myndir af fyrirsætum í yfirstærð eða í meðalþyngd. Hjá þeim kom einnig fram að samfélagsleg viðmið sem birtast í fjölmiðlum, meðal annars í sjónvarpi og tímaritum, geta haft slæm áhrif á álit kvenna á útliti sínu og þyngd. Rannsóknirnar sýndu jafnframt að þessar neikvæðu hugmyndir um eigin líkama geti ýtt undir lélega sjálfsmynd og voru áhrifin mest á meðal kvenna yngri en 19 ára. Rannsókn Strahan og fleiri (2008) leiddi það sama í ljós. Þar kom fram að þær konur sem fengu að sjá myndir af konum þar sem líkami þeirra hafði verið lagfærður á óraunhæfan hátt til að standa fyrir staðalímynd hinnar fullkomnu konu voru óánægðari með líkama sinn, höfðu áhyggjur af því hvað öðrum fynnist og byggðu sjálfsmynd sína frekar af útliti en þær sem sáu óbreyttar myndir. Rannsóknin sýndi einnig að stúlkur byggja sjálfsmynd sína meira á útliti en drengir, hugsa meira um skoðanir annarra á sér og eru óánægðari með líkama sína en þeir (Strahan o.fl., 2008).

Greinilegt er út frá fyrrgreindum niðurstöðum að líkamsmynd kvenna virðist hafa mikil áhrif á sjálfsmynd þeirra vegna þeirra óraunhæfu krafna sem fjölmiðlar geta haft varðandi útlit þeirra. Í kjölfarið verða konur því gjarnan óöruggar með útlit sitt og líkamsvöxt. Niðurstöður rannsóknar sem gerð var af Kinsey og fleirum styður það enn frekar en þær sýndu meðal annars fram á að konum í Bandaríkjunum fannst meiri skömm í því að segja frá því hversu þungar þær væru en að segja frá hvort þær hefðu átt í ástarsambandi með aðila af sama kyni eða hversu oft þær stunduðu sjálfsfróun (Rodin o.fl., 1984).

Þrátt fyrir að fyrrgreindar rannsóknir hafi sýnt að fjölmiðlar sem ítrekað birta myndir af staðalímynd hinnar fullkomnu konu dragi úr ánægju kvenna með líkama sína eru rannsóknir sem sýna að fjölmiðlar hafi lítil sem engin áhrif á líkamsmynd þeirra. Enn aðrar rannsóknir sýna að áhrif þeirra geti jafnvel stuðlað að betri

líkamsmynd kvenna. Rannsóknir hafa þó sýnt að á heildina litið beri konur sig saman við þær óraunhæfu kröfur sem birtast í fjölmiðlum og hafi fjölmiðlar því frekar neikvæð áhrif á konur en jákvæð (Strahan o.fl., 2008).

Af þessu má sjá að kvöðin á stúlkur og konur almennt er mikil er kemur að útliti þeirra. Í rannsókn Darlington og fleiri (2011) kom það bersýnilega í ljós, þar sem að tæplega helmingur stúlkna á aldrinum 7-21 árs fannst að það álag sem það felur í sér að líta vel út, væri einn helsti ókostur þess að vera kvenkyns. Af stúlkum á aldrinum 16-18 ára fannst 76% þeirra álagið að líta vel út vera neikvæð hlið þess að vera kvenkyns.

#### **4.5. Áhrif fjölmiðla á sjálfsmynd unglunga**

Fjölmiðlar geta haft áhrif á viðmið og gildi unglunga og orsaka þau oft og tíðum lélega sjálfsmynd (McCandless og Coop, 1979). Ýmsar rannsóknir hafa verið gerðar á áhrifum fjölmiðla á unglunga og má þar meðal annars nefna rannsókn Hargreaves og Tiggemann frá árinu 2004. Í úrtaki hennar voru 595 unglingar og var markmið rannsóknarinnar að kanna hvort að sú staðalímynd fegurðar sem ríkir í samfélaginu og birtist alloft í fjölmiðlum hafi áhrif á unglunga. Var það gert með því að sýna þeim auglýsingar sem innihéldu slíka staðalímynd. Niðurstöður leiddu í ljós að sjálfsmynd og þá sér í lagi líkamsmynd stúlkanna var marktækt verri eftir að hafa séð slíkar auglýsingar en sú varð ekki raunin hjá drengjunum. Auglýsingarnar leiddu þó til aukins útlitssamanburðar hjá báðum kynjum auk þess sem þær höfðu neikvæð áhrif á skap þeirra.

Rannsóknir (Tiggemann og Slater, 2003; Dohnt og Tiggemann, 2006) hafa sýnt að tónlistarmyndbönd eru einn liður í áhrifum fjölmiðla á sjálfsmynd einstaklings en algengt virðist vera að markhópur þeirra séu unglingar. Innihalda slík myndbönd gjarnan afar grannvaxnar konur sem geta orðið fyrirmyndir unglingsstúlkna. Rannsókn Bell, Lawton og Dittmar frá árinu 2007 sem framkvæmd var á 87 breskum stúlkum á aldrinum 16-19 ára, sýndi að áhorf tónlistarmyndbanda leiddi til verri sjálfsmyndar hjá unglingsstúlkum. Mældu þeir sjálfsmat stúlkanna og var hópnunum síðan skipt upp þar sem hluti úrtaksins horfði á tónlistarmyndband sem innihélt grannvaxnar fyrirsætur en hinn hluti úrtaksins hlustaði eingöngu á tónlistina, það er án myndbands. Niðurstöður leiddu í ljós að marktækur munur var

á sjálfsmynd stúlkanna eftir áhorf myndbandsins þar sem að þær stúlkur sem horfðu á myndbandið voru töluvert óánægðari með líkamsmynd sína en fyrir áhorf. Auk þess var munur á sjálfsmynd milli hópa eftir tilraunina en sjálfsmynd stúlkanna sem aðeins hlustuðu á tónlist versnaði ekki í sama mæli og hjá hinum. Áhugavert er að sjá að það virtist engu skipta hvernig sjálfsmynd stúlkurnar höfðu fyrir áhorf, jákvæða eða neikvæða, áhrifin voru þau sömu. Niðurstöður gefa því til kynna að einungis tíu mínútna áhorf á slíkt myndband leiði til neikvæðs breytts viðhorfs unglingsstúlkna til síns sjálfs. Fræðimenn vilja þó meina að áhrif þessi séu ekki eingöngu á stúlkur þar sem talið er að unglingsdrengrir geti einnig orðið fyrir neikvæðum áhrifum frá tónlistarmyndböndum sem innihalda meðal annars vöðvastæltu menn (Bell o.fl., 2007).

Áhugavert er að bera niðurstöður Bell og félaga (2007) við niðurstöður Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007a) sem gerði rannsóknina *Hvað getur YouTube-kynslóðin lært af Beyoncé og Britney?* með það að markmiði að kanna birtingarmynd kynlífs og/eða kláms í tónlistarmyndböndum. Gagnaöflun rannsóknarinnar fólst í því að allt efni á sjónvarpsstöðinni PoppTívi var tekið upp frá kl. 16 til kl. 24 dagana 6.-11. febrúar árið 2006. Alls voru 622 myndbönd tekin upp og greind en 479 þeirra (77%) innihéldu karlkyns söngvara en 123 þeirra (20%) kvenkyns söngvara. Aðeins 3% myndbandanna innihéldu söngvara af báðum kynjum. Í ljós kom að í tónlistarmyndböndunum var mun algengara að konur væru klæddar í kynæsandi fatnað en rúmlega 90% myndbandanna sýndu konur klæddar í slíkan fatnað. Hlutfallið var þó mun minna meðal karla þar sem aðeins rúmlega 30% myndbandanna sýndu karl klæddan í kynæsandi fatnað. Um 60% myndbandanna sýndu bert hold kvenna og í um helmingi myndbandanna var lögð áhersla á brjóst þeirra. Líkamlegt daður virðist einnig vera vinsælt í tónlistarmyndböndum en það átti sér stað í rúmlega 70% myndbandanna auk þess sem kynferðisleg snerting sást í rúmlega 40% þeirra.

Rannsóknin sýnir vel að kvenlíkamar eru notaðir í tónlistarmyndböndum til að fanga athygli áhorfenda og mætti segja sem svo að í vissum tilfellum sé um klám að ræða. Athyglisvert er að í sumum tilfellum eru klámmyndaleikstjórar fengnir til að leikstýra tónlistarmyndböndum og er greinilegt að áhrifa þeirra gætir víða í tónlista-

myndbandaheiminum. Ein þeirra sem hefur fengið slíkan leikstjóra til að stýra myndbandi sínu er söngkonan Britney Spears (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007a).

Samræmist rannsókn Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007a) niðurstöðum eigindlegar rannsóknar frá árinu 2006 sem gerð var á upplifun og viðhorfi íslenskra unglunga til kláms á aldrinum 14-18 ára og var framkvæmd af Andreu J. Ólafsdóttur og Hjálmar G. Sigmarssyni. Þar kom fram að íslenskir unglingar töldu að mikið væri um klám og tilvísanir í klám í tónlistarmyndböndum. Var það mat þeirra til dæmis byggt á því að mikið sé um léttklæddar konur í tónlistarmyndböndum þar sem eini tilgangur þeirra í myndböndunum sé að vera kynþokkafullar. Fannst þeim jafnframt að almennt væri mikið um klám í fjölmiðlum og raun nær allstaðar í samfélaginu. Auglýsingar gengju til dæmis oft út á kynlíf, klám og nekt þó svo að engin tenging væri milli þess og þeirrar vöru eða þjónustu sem verið væri að auglýsa.

## 5. Klám

Mikil útbreiðsla hefur átt sér stað á klámi síðastliðin ár og áratugi og hefur tilkoma veraldarvefsins átt stóran þátt í því enda aðgengi þar að klámi greitt. Klám hefur því farið úr því að vera hálfgerð jaðarfyrirbæri yfir í að vera þáttur af dægurmenningu nútímans (Andrea J. Ólafsdóttir og Hjálmar G. Sigmarsson, 2006).

Hér á eftir verður farið yfir íslenska löggjöf er varðar klám ásamt ýmsum skilgreiningum á hugtakinu klám. Þá verður fjallað um klámnotkun unglunga og þau áhrif sem hún getur haft í för með sér.

### 5.1. Lagabókstafurinn og skilgreiningar

Á Íslandi er klám ólöglegt. Samkvæmt 210. gr. almennrar hegningarlaga (nr. 19/1940) er dreifing og sala kláms bönnuð en þar stendur: „Ef klám birtist á prenti, skal sá, sem ábyrgð ber á birtingu þess eftir prentlögum, sæta sektum ... eða fangelsi allt að 6 mánuðum“. Í 1. mgr. 210. gr. sömu laga segir ennfremur: „Sömu refsingu varðar það að búa til eða flytja inn í útbreiðsluskyni, selja, útbýta eða dreifa á annan hátt út klámritum, klámmyndum eða öðrum slíkum hlutum, eða hafa þá opinberlega til sýnis, svo og að efna til opinbers fyrirlestrar, eða leiks, sem er ósiðlegur á sama hátt“. Þrátt fyrir að ítarleg viðurlög séu meðal annars um klámnotkun, sölu og dreifingu kláms í íslenskri löggjöf má þar hvergi finna skilgreiningu á klámi.

Klám hefur þó verið skilgreint á margvíslegan hátt innan ýmissa fræða. Félagsfræðingurinn Diana E. H. Russell skilgreinir til að mynda klám sem „efni sem sýnir kynlíf og/eða afhjúpuð kynfæri í tengslum við misnotkun og niðurlægingu þannig að slík hegðun sé studd, látin óátalin eða jafnvel hvatt til hennar“ (Russell, 1998, bls. 3). Róttækir femínistar gera aftur á móti skýran greinarmun á erótík og klámi í skilgreiningu sinni á klámi. Samkvæmt þeim er klám sagt kynvæða ofbeldishegðun auk þess sem það innihaldi hlutgervingu og niðurlægingu kvenna (Lovísa Arnardóttir, 2011).

Áhugavert er að sjá hver skilgreining unglunga er á klámi. Að mati unglunga á aldrinum 14-18 ára, sem tóku þátt í rannsókn Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007b) á áhrifum kláms á íslenska unglunga, var það skilyrði samkvæmt unglungunum að

kynfæri sæjust til þess að efni væri kallað klám. Taldi því meirihluti unglínganna að meðan ekki sæist í kynfæri á mynd með fólki stunda kynlíf væri ekki um að ræða klám. Jafnframt leiddi rannsókn þessi í ljós að um 70% svarenda fannst að lögleiða ætti klám en þó með takmörkunum. Um 9% fannst að klám ætti að vera aðgengilegt og löglegt án takmarkana en 9% unglínganna fannst að áfram ætti að banna klám.

Niðurstöður rannsóknar Andreu og Hjálmars frá árinu 2006 sýndu fram á mun milli kynja þegar kom að því að skilgreina klám, en stúlkurnar voru mun neikvæðari gagnvart klámi en drengirnir. Algengt viðhorf hjá stúlkunum var að klám væri efni sem innihéldi óraunverulegt og tilfinningalaust bull þar sem konur væru neyddar til þess að stunda kynlíf í skiptum fyrir peninga. Að þeirra mati voru konur hlutgerðar í klámi, þær notaðar sem sýningagripir og í þjónustuhlutverki fyrir karlinn. Þær sögðu að klám fyrirfinndist til að mynda í tónlistarmyndböndum, auglýsingum og á stripstöðum. Afstaða drengjanna til kláms var ekki jafn afgerandi og áttu þeir í raun erfitt með að skilgreina klám. Almennt var það álit þeirra að klám væri kynlíf án tilfinninga. Þeir voru flestir sammála því að það væri óraunhæft en vildu þó meina að í einhverjum tilfellum héldu unglíngar að um eðlilegt kynlíf væri að ræða í klámi. Eftir umræður um þessi mál komust þeir einnig að þeirri niðurstöðu að fín lína væri milli nektar og kláms sem og kynlífs og kláms. Voru bæði kynin sammála um nauðsyn þess að klám væri skilgreint (Andrea J. Ólafsdóttir og Hjálmar G. Sigmarsson, 2006).

## **5.2. Klám í nútímasamfélagi**

Undanfarin ár hefur aðgengi að klámi aukist enda kynlíf verið gert að söluvöru. Í nútímasamfélögum hefur klámvæðing þessi haft áhrif á alla þar sem að ekki er gerður greinarmunur á börnum og fullorðnum þegar kemur að markaðssetningu slíks efnis (Lovísa Arnardóttir, 2011). Klám er þó ekki eingöngu orðið útbreiddara en áður heldur er það einnig orðið mun grófara nú til dags. Ofbeldi, niðurrif og öfgakennd hegðun er það sem einkennir stóran þátt kláms, þá sérstaklega þess sem hægt er að nálgast á veraldarvefnum. Þrátt fyrir þetta grófa klám er það viðhorf, að klám innihaldi eðlilegt kynlíf, ennþá mjög ríkjandi og telja margir klám vera gott fræðsluefni um kynlíf. Auk þess heyrast þau sjónarmið víða að klám sé



karlmönnum eðlislægt og sé í raun hluti að líffræðilegu eðli þeirra (Andrea J. Ólafsdóttir og Hjálmar G. Sigmarsson, 2006; Paul, e.d.). Fjölmiðlakonan Pamela Paul (e.d.), sem mikið hefur rannsakað klám og áhrif þess og fjallað um það víða vill meina að klámnotkun karla stafi ekki af líffræðilegum þörfum heldur telur hún að um lærða hegðun sé að ræða. Er það mat hennar að þarna spili hagsmunamál klámframleiðanda stóran þátt enda leitast þeir við að sannfæra almenning um að karlmenn þurfi á slíkri örvun að halda. Paul bendir einnig á að slík markaðssetning leiði til þess að klám sé gjarnan fyrstu kynni drengja af kynlífi.

Með þessari miklu útbreiðslu kláms sem átt hefur sér stað síðustu ár og áratugi er klám orðið svo stór þáttur í daglegri menningu að fólk er hætt að taka eftir því (Ásta Arnbjörg Pétursdóttir o.fl., 2011). Klám er nú talið eðlilegur hluti í nútímamenningu og birtist það víða til að mynda í tímaritum, sjónvarpsþáttum og auglýsingum. Þar eru konur gjarnan hvattar til þess að vera raunsæjar og vera móttækilegar fyrir klámi vilji þær fylgja nýjustu stefnum og straumum meðal annars í hegðun og útliti. Er það jafnframt gefið í skyn að um tepruskap sé að ræða séu konur á móti klámi. Klámiðnaðurinn hefur auk þess sent þau skilaboð til kvenna að þær eigi að tileinka sér kynþokkafullan klæðnað og hegða sér á klámfenginn hátt (Paul, e.d.). Vegna þessarar miklu aukningar kláms í samfélaginu með til að mynda fjölgun kynferðislegra tilvísana í fjölmiðlum, er fólk almennt hætt að kippa sér upp við klámfengin skilaboð enda margir orðnir ónæmir fyrir slíku (Ásta Arnbjörg Pétursdóttir o.fl., 2011).

### **5.3. Klámnotkun unglunga**

Eins og fram hefur komið er markaðssetning kláms mikil og aðgengi sömuleiðis. Markhópurinn er stór og eru unglingar síður en svo undanskildir þeim hópi enda oft og tíðum áhrifagjarnir og því líklegir neytendur kláms. Má því finna klám meðal annars í sjónvarpsþáttum sem sérstaklega eru ætlaðir unglungum, í vinsælum tölvuleikjum auk þess sem vörumerki kláms eru víðsvegar, til að mynda á íþróttavörum, í tónlistarmyndböndum og fatnaði (Andrea J. Ólafsdóttir og Hjálmar G. Sigmarsson, 2006; Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007a; Paul, e.d.).

Þar til ársins 2005 var lítið sem ekkert vitað um notkun íslenskra unglunga á klámi og áhrifum þess en þá rannsakaði Guðbjörg Hildur Kolbeins (2007b) áhrif

kláms á íslenska unglunga. Niðurstöður rannsóknarinnar sýna vel hugmyndir unglunga um kynlífi og klám og hvort klámnotkun hafi áhrif á skoðanir þeirra og athafnir. Þar kemur einnig fram notkun unglunga á klámi en af þáttakendum rannsóknarinnar höfðu 96% karlkyns og 88,7% kvenkyns svarenda horft á klám og var meðalaldur þeirra við fyrstu kynni af klámi tæplega tólf ár (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007b). Þegar litið er til þess hlutfalls unglunga sem nota klám mjög reglulega má sjá að mikill munur er á milli kynja. Rannsókn sem gerð var á íslenskum unglungum á framhaldsskólaaldri árið 2004, með það að markmiði að rannsaka kynlífshegðun þeirra, leiddi í ljós að 3% stúlkna skoða klámblöð, horfa á klám í sjónvarpi, myndböndum, dvd eða á veraldarvefnum vikulega eða oftár en rúmlega helmingur allra drengja á þessum aldri, eða 57% (Barnaverndarstofa og Rannsókn og greining, 2006). Þá sýndu niðurstöður rannsóknar Margrétar Lilju Guðmundsdóttur og fleiri (2010) að 75,9% íslenskra drengja á aldrinum 16-19 ára horfi á klám vikulega eða oftár en 7,3% íslenskra stúlkna á þessum aldri. Niðurstöður þessara rannsókna sýna svo ekki verði um villst að gríðarlegur munur sé á klámnotkun drengja og stúlkna. Samræmist þetta niðurstöðum Andreu J. Ólafsdóttur og Hjálmars G. Sigmarssonar (2006) en þar kemur fram það viðhorf hjá drengjunum að flestir unglingar skoði klám, þó sérstaklega drengir þar sem að þeir tali mikið um það. Þeir telja hinsvegar að stúlkur séu almennt á móti klámi enda samræmist það ríkjandi viðhorfi samfélagsins að þeirra mati auk þess sem þeir telja klám höfða meira til drengja en stúlkna.

Þrátt fyrir þessa miklu notkun unglunga á klámi, þá sérstaklega meðal drengja, er áhugavert að sjá að ekki er algengt að umræður um klámnotkun eigi sér stað inn á heimilum þeirra. Rannsókn Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007b) sýnir til að mynda að aðeins tæpur þriðjungur allra svarenda hefur talað um klám við foreldra sína.

Klámnotkun íslenskra unglunga svipar til notkunar jafnaldra þeirra á hinum Norðurlöndunum en í rannsókn Margrétar Lilju og félaga frá árinu 2010 kemur meðal annars fram að 67,8% drengja og 6,1% stúlkna í Noregi nota klám einu sinni í viku eða oftár, 58,7% drengja og 6,7% stúlkna í Svíþjóð og 72,3% drengja og 5,3% stúlkna í Danmörku. Til samanburðar má sjá að íslenskir unglingar nota klám álíka mikið og jafnaldrar þeirra á Norðurlöndunum og að alls staðar sé afgerandi munur milli kynja. Sýna þessar niðurstöður þó að íslenskir drengir á unglingsaldri sem nota

klám vikulega eða oftár eru hlutfallslega fleiri en kynbræður þeirra í Noregi, Svíþjóð og Danmörku þó að þeir dönsku fylgi þeim fast á eftir. Klámnotkun stúlkna er svipuð á Norðurlöndunum.

Aðgengi að klámi er mikið samkvæmt unglíngum en niðurstöður rannsóknar Guðbjargar Hildar (2007b) sem og niðurstöður Andreu og Hjálmars (2006) leiddu í ljós að unglíngarnir voru flestir sammála um að auðvelt reyndist að nálgast klám. Komust þeir yfir slíkt efni meðal annars á veraldarvefnum, í sjónvarpi og í klámblöðum. Algengara var að drengir neyttu kláms einir heima hjá sér samtímis sjálfsfróun á meðan stúlkur gerðu það með vinum af forvitnissökum, sér til skemmtunar eða vegna ruslrafpósts (*e. spam mail/ pop up windows*). Hafa fleiri rannsóknir sýnt að algengt sé að börn verði fyrir því að sjá klám í svokölluðum ruslrafpósti og gefur það til kynna að mikilvægt sé að koma í veg fyrir slíka pósta svo að börn verði ekki á vegi þeirra (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007b).

Ljóst er, miðað við niðurstöður þessara rannsókna, að klámnotkun unglínga er mikil sem og aðgengi að slíku efni auk þess sem auðvelt er fyrir ungt fólk að komast yfir ýmsar upplýsingar án þess að vera beint að leita að þeim (Sigurður Ingi Árnason og Þorbjörn Broddason, 2010).

#### 5.4. Áhrif kláms

Áhrif klámnotkunar geta verið alvarleg og langvarandi. Sálfræðingurinn og kynlífsráðgjafinn Aline Zoldbrod vill til dæmis meina að ungir menn séu margir hverjir hræðilegir elskhugar vegna þeirra áhrifa sem klámið hefur haft á þá. Hún segir klámið sýna mjög brenglaða mynd af kynlífi og nefnir dæmi um að í því þurfi karlmenn oft og tíðum ekki annað en rétt að snerta konur til þess að þær öskri af vellíðan og gleði. Dæmi líkt og þetta sem og mörg önnur sem sjást í klámi færa karlmenn svo yfir á raunveruleikann sem gerir það að verkum að þeir verði sífelld óánægðari með frammistöðu rekkjunauta sinna sem og útlit þeirra (Paul, e.d.). Samræmist þetta viðhorf niðurstöðum rannsóknar Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007b) en þar kemur fram að drengir beri stúlkur saman við konur úr klámiðnaði. Áhugavert er þó að sjá álit unglínga á klámmyndaleikurum en niðurstöður rannsóknarinnar sýndu að unglíngunum þóttu karlkyns klámmyndaleikarar hallærislegir með stór tippi en kvenkyns leikarar voru taldir hallærislegir en með

fallega líkama og stór brjóst. Kom það einnig fram í rannsókn Andreu J. Ólafsdóttur og Hjálmars G. Sigmarssonar (2006) að stúlkunum þótti mikil útlitsdýrkun eiga sér stað í klámmyndum þó svo að þær teldu útlit þeirra kvenna sem birtast í slíkum myndum oft og tíðum óeðlilegt sökum lýtaaðgerða.

Pamela Paul (e.d.) bendir á að í rannsóknum sínum á áhrifum kláms hafi fjölmargir menn, sem reglulega neyti kláms, átt erfitt með að ná kynferðislegri örvun án notkunar kláms auk þess sem erfitt er fyrir þá að eiga í nánnum tengslum við konur. Eins kom það fram að þeir hafi óraunverulegar kröfur um útlit kvenna auk þess sem öll samskipti þeirra við konur litist af þeirri kvenímynd sem birtist í klámi. Af þessu sökum sýndu niðurstöður Paul að notkun kláms geti ekki eingöngu haft skaðleg áhrif á kynlíf fólks heldur einnig á ástarsambönd þess. Kom það ítrekað í ljós að stúlkur og konur voru mjög ósáttar við klámnotkun maka sinna og upplifðu þær notkun þeirra sem svik við sig auk þess sem framkoma mannanna einkenndist oft af því viðhorfi að eðlilegt væri að hlutgera konur.

Áhrif kláms á unglunga geta verið mikil og eru þau sífelld að breytast samfara aukinni klámneyslu (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007b; Paul, e.d.). Áhrif þessi eru fyrst og fremst hindrun á kynheilbrigði unglunga þar sem að klámnotkun getur mótað viðhorf þeirra til kynlífs (Lovísa Arnardóttir, 2011). Þá hafa rannsóknir sýnt að því oftast sem unglingar horfa á klám því meiri líkur eru á því að þeim finnist hægt að kenna fórnarlömbum nauðgana sjálfum um vegna klæðnaðar þeirra (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007b). Í skýrslu Unicef um stöðu íslenskra barna árið 2011 kemur auk þess fram að tenging geti verið milli áhorfs kláms og nauðgana þar sem að áhorf á klám geti haft áhrif á viðhorf áhorfanda til kvenna, þá sér í lagi þegar kemur að ofbeldi gegn konum (Lovísa Arnardóttir, 2011).

Fræðimaðurinn Dolf Zillmann (2000) er einn þeirra sem rannsakað hefur klámáhorf og áhrif þess. Líkt og fram hefur komið getur langvarandi klámáhorf leitt til þess að áhorfandi álitir þá hegðun og athöfn sem þar birtist vera eðlilega hegðun í kynlífi. Telur Zillmann það vera áhyggjuefni að ákveðin birtingarmynd kynlífs í klámmyndum svo sem munn- og endaparmsmök, kvala- og sjálfspíningsarhvöt, hópkyllif og annað slíkt sé það sjónarhorn sem unglingar fá af kynlífi sem jafnframt gæti verið eina sjónarhornið sem þau hafa af því. Mikil umræða hefur verið um þetta í íslensku samfélagi og þá sérstaklega vegna þess að unglingar telja almennt

að endaparms- og munnmök falli ekki undir kynlíf. Endurspeglar þetta það viðhorf sem birtist í rannsókn Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007b) en þar kemur fram að unglingar telji samfarir vera kynlíf en ekki endilega endaparmsmök en sú skoðun kom sérstaklega í ljós hjá drengjunum. Auk þess var sú skoðun ríkjandi meðal þeirra að munnmök og káf á kynfærum teldist ekki til kynlífs (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007b).

Í rannsókn Guðbjargar Hildar Kolbeins (2007b) var meðalaldur þátttakenda við fyrstu kynlífsreynslu fimmtán ár og gefa niðurstöðurnar til kynna að því oftast sem einstaklingur horfir á klám, því yngri var hann við fyrstu kynlífsreynslu. Einnig var samband milli þess að horfa mikið á klám og að stunda kynlíf með mörgum kynlífsfélögum í einu. Rannsóknin sýndi jafnframt fram á að klámnotkun yki líkurnar á að unglingar af báðum kynjum trúu því að rekkjunautum þeirra þygi spennandi þegar viðnám er veitt í kynlífi. Um það bil 27% stúlkna voru sammála um það að drengir væru spenntari fyrir kynlífi ef stúlkur streittust aðeins á móti þeim og svöruðu 16% þeirra að stúlkur meintu ekki endilega nei þegar þær segðu nei við kynlífi. Vildu unglिंगarnir meina að það væri gert til þess að þóknast rekkjunauti sínum. Þeir einstaklingar sem neyttu reglulega kláms voru líklegri til að vera sammála þessum staðhæfingum. Kom einnig fram sú algenga skoðun í niðurstöðum rannsóknarinnar að ástæða þess að karlar nauðgi sé vegna þeirrar miklu löngunar í kynlíf sem þeir hafa.

Af þessu má sjá að klám er áhrifavaldur á kynhegðun unglinga og viðhorf þeirra til kynlífs. Áhrif þessi má einnig sjá í niðurstöðum rannsóknar Barnaverndarstofu og Rannsóknar og greiningar (2006) en þær gefa bersýnilega til kynna að reglulegt klámahorf hafi heldur afgerandi áhrif á viðhorf ungs fólks til kynlífs og kynhegðunar almennt. Kemur þar meðal annars fram að 54% drengja og 38% stúlkna sem neyta kláms vikulega eða oftast eru sammála þeirri staðhæfingu að ekkert sé athugasvert við að hafa kynmök sér til skemmtunar þó svo að engar tilfinningar séu í spiliinu. Aftur á móti sýna niðurstöður að meðal þeirra sem nota klám nokkrum sinnum á ári eða sjaldnar eru 33% drengja og 24% stúlkna sammála þeirri fullyrðingu. Eins kom það fram að 25% drengja og 17% stúlkna sem nota klám vikulega eða oftast þygi ekkert athugasvert við að hafa kynmök við marga einstaklinga sama kvöldið en 14% drengja og 8% stúlkna meðal þeirra sem nota klám nokkrum sinnum á ári eða

sjaldnar. Þá kom það einnig fram að 14% þeirra drengja sem reglulega neyta kláms þótti eðlilegt að kynferðislegur greiði væri gerður í launum fyrir inngöngu í party (Barnaverndarstofa og Rannsókn og greining, 2006). Þá sýndi rannsókn Guðbjargar Hildar (2007b) að mun algengara var að líkamsmynd stúlkna versnaði við klámahorf en líkamsmynd drengja og fundu þær fyrir óöryggi í kynlífi eftir að hafa horft á klám. Stúlkur voru líklegri en drengir til að segja að klám væri ógeðslegt og að það leiddi til nauðgana og vændis. Þeir einstaklingar sem sögðust horfa reglulega á klám voru líklegir til að vera sammála þeirri staðhæfingu að drengir tali oft um klám og að stúlkur sem horfa á klám séu svalar. Vinahópur virðist skipta miklu máli þegar kemur að klámi en þeir sem sögðust horfa á klám sögðu vini sína einnig gera það.

Eins og sjá má af niðurstöðum þessara rannsókna getur klám haft margvísleg áhrif á unglunga og þá sérstaklega drengi. Þeir hafa til að mynda margir hverjir óraunverulegar hugmyndir um kynlíf og kynhegðun almennt. Paul (e.d.) bendir þó á að áhrifin séu ekki eingöngu á drengina heldur setji klám einnig vissa pressu á unglingsstúlkur. Afleiðingar þess segir hún vera, meðal annars þær að algengt sé nú til dags að unglingsstúlkur taki klámfengnar myndir og myndbönd af sér og birti á samskiptasíðum á borð við Facebook þar sem að slíkt telst nú vera kynþokkafullt, skemmtilegt og flott.

Unglingar virðast að einhverju leyti gera sér grein fyrir áhrifum kláms ef marka má niðurstöður rannsóknar Andreu J. Ólafsdóttur og Hjálmars G. Sigmarssonar (2006). Þær sýna að unglingarnir telja áhrif kláms gæta víða í samfélaginu, til að mynda í samskiptum kynjanna, jafnframt sem það hefur áhrif á viðhorf karla til kvenna. Birtist það meðal annars í formi valdatengsla, ofbeldis og hlutgervingar á konum. Þá nefndu stúlkurnar það sérstaklega að klám hafi áhrif á sjálfsmynd og jafnrétti. Drengirnir voru á því að klám sem birtist í fjölmiðlum, auglýsingum og tónlistarmyndböndum hefði einnig áhrif á staðalímyndir og sjálfsmynd.

Í eigindlegri rannsókn (Ásta Arnbjörg Pétursdóttir o.fl., 2011) á kynlífshegðun íslenskra unglunga þar sem upplifun kvenna af þeirra fyrstu skrefum í kynlífi var skoðuð kom fram að klám geti haft veruleg áhrif á sjálfsmynd unglingsstúlkna. Birtist það til að mynda í því að stúlkurnar töldu sig valda drengjunum vonbrigðum sem rekkjunautar þeirra vegna þess að þær uppfylltu ekki þær væntingar sem

drengirnir höfðu myndað sér um kynlíf út frá klámi. Átti þetta við um frammistöður þeirra sem kynlífsfélaga og ekki síður um útlit þeirra. Telja stúlkurnar að þær standist ekki samanburð við klámmyndaleikkonur og finna þær fyrir mikilli pressu frá drengjunum að líta út eins og þær. Stúlkurnar vildu því allar verða grennri með stærri brjósti til þess að uppfylla kröfur drengjanna.

Af niðurstöðum þessara rannsókna má sjá að klámáhorf sé töluverður áhrifavaldur á bæði kynin þegar kemur að hegðun unglunga sem og viðhorfi þeirra til kynlífs. Má tengja þessar niðurstöður við félagsnámskenninguna sem og ræktunarkenninguna en eins og áður var greint frá byggjast þær annars vegar á því að unglingar læri það sem fyrir þeim er haft og hins vegar á því að unglingar túlki það sem þau sjá í sjónvarpi eða á veraldarvefnum, sem raunveruleika (Cope-Farrar og Kunkel, 2002).

Af þessu má sjá að fjölmiðlar og klám hafa mikil áhrif á sjálfsmynd unglunga sem og kynheilbrigði þeirra og er því áhugavert að sjá hvernig félagsráðgjafar vinna með þessa þætti til að stuðla að bættu kynheilbrigði unglunga. Munum við því greina frá starfi þeirra í næsta kafla.

## **6. Félagsráðgjöf og unglingar**

Félagsráðgjafar eru vel til þess fallnir að starfa með unglingum enda gerir menntun þeirra þeim kleift að vinna með fólki í ólíkum aðstæðum og á ólíkum aldri. Skjólstæðingar félagsráðgjafa eru þar af leiðandi gjarnan ungt fólk og felst aðkoma félagsráðgjafa að vinnu með þeim oft og tíðum í því að sinna einstaklings-, hópa- og fjölskylduráðgjöf með það að markmiði að hjálpa skjólstæðingum sínum til sjálfshjálpar (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006).

Í eftirfarandi kafla verður fjallað um aðkomu félagsráðgjafa að vinnu með unglingum. Greint verður frá hvernig félagsráðgjafar vinna með unglingum tengt fjölmiðlum og kynheilbrigði auk þess sem fjallað verður um í hverju starf þeirra gæti falist á þessum vettvangi.

### **6.1. Hlutverk félagsráðgjafa í vinnu með unglingum**

Hlutverk félagsráðgjafa sem vinna með unglingum er margþætt en þeir bjóða meðal annars upp á ráðgjöf og aðstoð vegna tilfinningamála, samskipta við hitt kynið, erfiðleika í skóla og kynferðislegs ofbeldis. Félagsráðgjafar sjá þó ekki aðeins um ráðgjöf heldur sinna þeir auk þess fræðslu, stuðningi og meðferð skjólstæðinga sinna. Félagsráðgjafi skal ávallt mæta skjólstæðingi sínum þar sem hann er staddur og vera meðvitaður um að hver og einn skjólstæðingur er einstakur (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006). Þarf hann því að hafa heildarsýn að leiðarljósi en felst það í því að taka mið af andlegu, líkamlegu og félagslegu umhverfi unglingsins. Með því að skoða alla þá þætti sem snúa að skjólstæðingi sem í tilfelli unglinga eru til að mynda fjölskylda, skólafélagar og vinir verður auðveldara að finna úrræði sem henta unglingnum best (Lára Björnsdóttir, 2006). Samhliða því er mikilvægt að félagsráðgjafar kunni góð skil á íslenskum lögum ásamt því að vera fróðir um félagsleg réttindi sem standa skjólstæðingum þeirra til boða (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006). Félagsráðgjafi skal rækja starf sitt með unglingum án manngreinarálits og stuðla að því að gagnkvæmt traust við skjólstæðing myndist (Félagsráðgjafafélag Íslands, e.d.).



### 6.1.1. Félagsráðgjöf og fjölmiðlanotkun unglunga

Eins og áður hefur verið greint frá geta fjölmiðlar haft veruleg áhrif á viðhorf unglunga til líkamsmyndar sinnar. Á þetta sérstaklega við um stúlkur enda er mikið lagt upp úr útliti og líkamsvexti kvenna í sjónvarpsþáttum, tímaritum og á veraldarvefnum svo dæmi séu tekin (NASW, e.d.). Mikilvægt er að félagsráðgjafar vinni að breytingum hvað þetta varðar. Í slíkri vinnu þarf félagsráðgjafi eins og alltaf að hafa heildarsýn og vinna með alla þá þætti sem að unglingnum beinast. Starf félagsráðgjafa á þessum vettvangi byggir fyrst og fremst á margskonar fræðslu en þeir þurfa jafnframt að gera sér grein fyrir hvert viðhorf unglunganna sjálfra er til fjölmiðla og kláms (NASW, e.d.).

Eins og greint var frá hér að ofan skipta jafningjar unglunga miklu máli (Erikson, 1968; McCandless og Coop, 1979) og er því hjálplegt fyrir starf félagsráðgjafa að afla sér upplýsinga um hvert ríkjandi viðhorf, varðandi fjölmiðla og klám, er meðal þeirra. Það geta félagsráðgjafar gert út frá upplýsingum sem fást úr einstaklingssamtölum við unglunga auk þess sem gagnlegt getur verið að safna saman unglingum og heyra skoðanir og vangaveltur sem myndast innan hópsins (NASW, e.d.). Vinna félagsráðgjafa með foreldrum unglunga er einnig mikilvæg og getur slík vinna til að mynda verið í formi fræðslu og ráðgjafar. Félagsráðgjafar geta til dæmis hvatt foreldra til að vera vakandi yfir því efni sem unglingar þeirra horfa á og skoða. Auk þess geta félagsráðgjafar veitt foreldrum upplýsingar um úrræði sem komið geta í veg fyrir að skaðlegt efni verði fyrir augum unglunga. Einnig er nauðsynlegt að foreldrar ræði við unglunga sína og geri þeim grein fyrir þeim slæmu áhrifum sem fjölmiðlar og klám geta haft í för með sér (NASW, e.d.). Eins og fram hefur komið er slík umræða þó afar sjaldgæf inn á heimilum (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2007) og eru félagsráðgjafar því vel til þess fallnir að veita foreldrum ráðgjöf um hvernig best sé að haga slíkum samskiptum milli foreldra og unglunga (NASW, e.d.).

Þá er ekki síður þörf á því að félagsráðgjafar beiti sér fyrir nauðsynlegum breytingum í ytra umhverfi unglunga. Samskipti unglunga við fullorðna sem og jafningja eiga sér gjarnan stað í skólanum og er skólinn af þeim sökum tilvalinn staður fyrir markvissa fræðslu fyrir börn og unglunga (NASW, e.d.). Félagsráðgjöfum ber samkvæmt siðareglum félagsráðgjafa að afla sér upplýsinga um nýjungar í

starfi og taka þátt í að þróa nýjar hugmyndir innan félagsráðgjafar (Félagsráðgjafafélag Íslands, e.d.). Félagsráðgjafar sem vinna með unglingum þurfa því að vera vel að sér í nýjustu stefnum og straumum í fjölmiðlaheiminum og þekkja þau áhrif sem unglingar geta orðið fyrir af völdum þeirra. Eins geta félagsráðgjafar í samvinnu við annað fagfólk sem og almenning allan unnið að því að draga úr efni í fjölmiðlum, klámi sem og annars staðar, sem getur haft neikvæð áhrif á unglinga. Er það til dæmis hægt með því að vekja upp umræðu og beina athygli að þeim afleiðingum sem slíkt efni getur orsakað. Félagsráðgjafar eru tilvaldir í að setja á stofn og vera talsmenn ýmissa samtaka og bandalaga sem þetta málefni varðar (NASW, e.d.).

### **6.1.2. Félagsráðgjöf og kynheilbrigði unglunga**

Kynheilbrigði er mikilvægur hluti af heilbrigði ungs fólks og til þess að stuðla að slíku heilbrigði þurfa ýmsar forvarnir að vera í boði. Mikilvægt er að fræða unglinga um kynlíf og kynsjúkdómavarnir og eru unglingamóttökur á heilsugæslum vel til þess fallnar. Markmið með unglingamóttökum er að bæta líf ungs fólks meðal annars með því að fræða það um kynheilbrigði, byggja upp sjálfsmýnd þess í kynheilbrigðismálum og hjálpa þeim að taka upplýstar ákvarðanir í kynlífi. Félagsráðgjafar geta vel sinnt starfi á unglingamóttökum með því að veita fræðslu og ráðgjöf til unglunga og foreldra ásamt því að vinna einstaklingsbundið með unglingum sem þurfa á aðstoð að halda. Félagsráðgjafar geta aukið samstarf milli heilsugæslu, félagsþjónustu, félagsmiðstöðva, skóla og heimila en með auknu samstarfi verður auðveldara að leysa úr vandamálum sem upp koma og jafnvel hægt að koma í veg fyrir að þau skapist (Sigurlaug Hauksdóttir, 2006).

Af unglingsstúlkum á Norðurlöndunum voru íslenskar unglingsstúlkur með hæstu tíðni snemmbúinna þungana (Kjær o.fl., 2007) auk þess sem fóstureyðingar eru algengar meðal ungra stúlkna hér á landi (Landlæknisembættið, 2012). Félagsráðgjafar sem vinna í skólum eru oft þeir fyrstu sem unglingsstúlkur leita til þegar þær átta sig á því að þær eru þungaðar. Félagsráðgjafar veita þeim stuðning og fræðslu með því að gera stúlkunum grein fyrir í hverju uppeldi barna felst auk þeirra félagslegu þátta sem geta breyst verði þær mæður. Má þar nefna tengsl við vini og fjárhagsstöðu. Auk þess veitir skólafélagsráðgjafi öllum hlutaðeigandi

upplýsingar um þau réttindi og úrræði sem standa til boða. Sé það aftur á móti ákvörðun stúlku í þessari stöðu að fara í fóstureyðingu hvetur félagsráðgjafi til þess að foreldrum sé greint frá stöðu mála. Komi það ekki til greina fer skólafélagsráðgjafi yfir það ferli sem mun fara fram auk þess sem hann veitir stúlkunni þann andlega stuðning sem þörf er á jafnt fyrir fóstureyðingu sem eftir (Guðrún Helga Sederholm, 1999).

Það eru ekki aðeins skólafélagsráðgjafar sem aðstoða unglingsstúlkur við mál sem þessi en félagsráðgjafar á kvennadeild Landspítala-Háskólasjúkrahúss veita unglingsstúlkum einnig stuðning og fræðslu um ýmis tilfinningaleg og félagsleg mál varðandi þunganir, meðgöngu og fæðingu. Þeir þurfa ávallt að beita heildarsýn í meðferð og reyna eftir bestu getu að vernda líkamlega, geðræna og félagslega heilsu skjólstæðinga sinna. Þeir þurfa því að taka tillit til aldurs, fjölskylduaðstæðna, fjárhags og líkamlegrar og andlegrar líðanar unglingsstúlkna þegar þær koma og leita sér ráðgjafar (Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Svava Stefánsdóttir, 2006).

Á kvennadeild sinna félagsráðgjafar fræðslu og ráðgjöf til að mynda varðandi getnaðarvarnir og félagslega aðstoð og taka á móti unglingsstúlkum sem hafa í hyggju að fara í fóstureyðingu. Viðbrögð kvenna við þungun fara oft og tíðum eftir félagslegum aðstæðum þeirra en algengt er að unglingsstúlkur verði fyrir áfalli og hafa margar þeirra íhugað eða ákveðið að fara í fóstureyðingu áður en þær leita til félagsráðgjafa á kvennadeild (Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Svava Stefánsdóttir, 2006). Samkvæmt 11. gr. laga um ráðgjöf og fræðslu varðandi kynlíf og barneignir og um fóstureyðingar og ófrjósemisaðgerðir nr. 25/1975, skal rökstudd greinargerð tveggja lækna eða læknis og félagsráðgjafa liggja fyrir áður en fóstureyðing fer fram. Stúlkum í þessari stöðu skal einnig samkvæmt 12. grein sömu laga hafa verið greint frá þeirri áhættu sem felst í aðgerðinni ásamt þeim félagslegu réttindum sem þær hafa. Slík ráðgjöf fellur vel að starfi félagsráðgjafa og sinna þeir henni gjarnan. Ákveði stúlka hins vegar að eiga barn sitt ber henni að feðra það (Barnalög nr. 76/2003). Félagsráðgjafar eru vel í stakk búnir til að aðstoða stúlkur í faðernis- og meðlagsmálum eigi það við ásamt því að styðja þær mæður sem þurfa á faðernisprófi að halda (Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Svava Stefánsdóttir, 2006).

Má því segja að félagsráðgjafar sinni veigamiklu hlutverki þegar kemur að þungunum ungra kvenna og ekki síst vegna mikils fjölda þungana og fóstureyðinga ungra stúlkna í dag. Er það því stór þáttur af starfi þeirra með unglingum. Vegna aukinnar þekkingar um mikilvægi fræðslu til unglunga eru félagsráðgjafar farnir að beita sér í auknum mæli í forvarnavinnu og fræðslu varðandi kynlíf og kynheilbrigði unglunga. Felst sú fræðsla meðal annars í útgáfu bæklinga varðandi kynheilbrigði og öllu sem því fylgir. Þá hafa þeir einnig sinnt fræðslu innan skóla (Lovísa Arnardóttir, 2011). Einnig er mikilvægt að félagsráðgjafar stuðli að öflugri forvarnavinnu varðandi áfengis- og vímuefnaneyslu barna og unglunga en eins og áður kom fram er slík neysla einn þáttur hindrana á kynheilbrigði unglunga (Félagsráðgjafafélag Íslands, 2009).

Ætla má að öll þessi fræðsla skili sér í bættu kynheilbrigði unglunga sem hugsanlega leiði til dæmis til þess að starf félagsráðgjafa með unglingsstúlkum á kvennasviði verði ekki jafn viðamikil og raun er í dag.

## Lokaorð

Í stuttu máli má segja að niðurstaða ritgerðarinnar sé sú að sjálfsmynd einstaklings sé í mótun alla ævi og eru áhrifaþættir hennar því margskonar. Mótast hún einna helst á unglingsárum enda eiga miklar breytingar sér stað hjá einstaklingi á þeim tíma, jafnt líkamlegar sem og andlegar. Í kjölfar þessara breytinga er því mikilvægt að unglingurinn læri að þekkja sjálfan sig og hafi sjálfstæð viðhorf til þess að heildstæð sjálfsmynd myndist. Það getur þó reynst unglingum erfitt þar sem þeir eru oft og tíðum áhrifagjarnir og eru fyrirmyndir þeirra jafn misjafnar og þær eru margar. Birtast þær gjarnan í fjölmiðlum og í klámi enda hefur aðgengi unglunga að slíku efni aukist til muna með tilkomu og útbreiðslu veraldarvefsins. Getur þessi notkun fjölmiðla og kláms ásamt ýmsum öðrum þáttum haft neikvæð áhrif á kynheilbrigði unglunga og hafa rannsóknir sýnt að kynheilbrigði íslenskra unglunga sé ábótavant. Leita unglingar gjarnan til félagsráðgjafa vegna vandamála sem upp koma er varða brotna sjálfsmynd og/eða vegna slæms kynheilbrigðis.

Í upphafi var lagt upp með þrjár rannsóknarspurningar og verður þeim hér með svarað.

### *1. Geta fjölmiðlar og klám haft áhrif á mótun sjálfsmyndar unglunga?*

Fjölmarginir þættir hafa áhrif á sjálfsmynd unglunga sem og annarra og hafa ýmsar skilgreiningar verið settar fram um mótun hennar. Ekki eru þó allir á eitt sáttir um hvað mótar sjálfsmynd einstaklings. Telja sumir að hún mótist af kynferði og uppruna, aðrir að sjálfsmyndin ákvarðist af þeim árangri sem einstaklingur nær að settum markmiðum og enn aðrir að sjálfsmynd mótist af þeim skoðunum sem við höldum að aðrir hafi á okkur. Þá fer mótun sjálfsmyndar einnig eftir þeim fyrirmyndum sem einstaklingurinn hefur. Fyrirmyndir barna eru oft og tíðum foreldrar og systkini en þegar einstaklingur kemst á unglingsár verða aðrar fyrirmyndir áhrifameiri. Má þar nefna jafningja, íþróttahetjur auk annarra einstaklinga sem unglingurinn lítur upp til en þeir birtast gjarnan í fjölmiðlum og klámi.

Sjálfsmynd einstaklings mælist einna verst á unglingsárum og má rekja það að einhverju leyti til þeirra miklu breytinga sem eiga sér stað á þeim tíma. Unglingar

eru gjarnan uppteknir af útliti sínu og líkamsvexti og byggir sjálfsmynd þeirra því að stórum hluta á þeim þáttum. Rannsóknir hafa sýnt að það eigi einna helst við um stúlkur og því kemur ekki á óvart að sjálfsmynd stúlkna mælist verri en drengja á þessum árum. Ef litið er til íslenskra unglunga má sjá á niðurstöðum rannsóknar frá árinu 2010 að þriðjungur íslenskra unglunga eru hvorki sáttir né frekar sáttir með útlit sitt og má því segja að sjálfsmynd þeirra sé verulega ábótavant.

Aðgengi að fjölmiðlum hefur aukist til muna síðastliðin ár og áratugi til að mynda vegna útbreiðslu og vinsælda veraldarvefsins. Í ljósi þess hafa áhrifaþættir sjálfsmyndar unglunga breyst mikið í gegnum tíðina en unglingar líkt og flestir aðrir eru nú gjarnan umkringdir óraunhæfum kröfum og glansmyndum sem birtast alloft í fjölmiðlum. Samhliða aukinni notkun fjölmiðla hafa áhrif þeirra á einstaklinga aukist mikið jafnframt því að áhrifin eru nú útbreiddari. Á það sérstaklega við um konur og stúlkur enda er birtingamynd kvenna í fjölmiðlum afar einhliða. Má því segja að konur og stúlkur eigi allar að vera steypar í sama mótið sem byggt er á ríkjandi staðalímynd hvers tíma. Þá eru þær einnig undir miklu álagi frá fjölmiðlum um að útlit þeirra sé á þann hátt sem fjölmiðlar ákveða. Sést þessi birtingamynd kvenna víðsvegar, til að mynda í sjónvarpi, tímaritum og tónlistarmyndböndum. Þrátt fyrir að slíkar kvaðir hafi ekki neikvæð áhrif á allar konur þá hafa rannsóknir sýnt að stór hluti kvenna og stúlkna þykir það að þurfa sífellt að líta vel út, vera einn helsti ókostur þess að vera kvenkyns. Jafnframt hafa fjölmargar rannsóknir sýnt fram á að slíkt álag leiði til verri líkamsmyndar og þar af leiðandi brotinnar sjálfsmyndar einstaklings.

Útbreiðsla veraldarvefsins hefur ekki eingöngu aukið aðgengi að fjölmiðlum heldur einnig að klámi. Íslenskir unglingar eru nú farnir að neyta kláms í auknum mæli en rannsóknir hafa sýnt að 96% drengja og 88,7% stúlkna höfðu horft á klám. Hafa rannsóknir jafnframt leitt í ljós að gríðarlegur munur er á reglulegri klámnotkun drengja og stúlkna en 75,9% íslenskra drengja á unglingsaldri neyta kláms vikulega eða oftar á móti aðeins 7,3% íslenskra unglingsstúlkna. Léleg sjálfsmynd unglingsstúlkna er ein af afleiðingum þessarar miklu klámnotkunar unglunga enda hafa rannsóknir sýnt að stúlkur séu óöruggar með útlit sitt og frammistöðu vegna þeirra ranghugmynda sem klám getur haft í för með sér á bæði kyn.

Af þessu má bersýnilega sjá að áhrif fjölmiðla og kláms geta verið mikil á sjálfsmynd unglunga.

## *2. Hvernig er hægt að stuðla að bættu kynheilbrigði unglunga?*

Hægt er að segja að kynheilbrigði sé til staðar þegar einstaklingur hefur fengið næga fræðslu um kynlíf sem leiðir til þess að hann sé fær um að mynda eigin skoðanir um kynlíf ásamt því að kynhegðun hans stuðli að vellíðan fyrir hann og rekkjunaut hans. Rannsóknir er varða kynheilbrigði íslenskra unglunga hafa sýnt að þörf sé á umbótum í þeim efnum. Leiddu niðurstöður rannsókna í ljós að unglingar byrji snemma að stunda kynlíf auk þess sem tíðni kynsjúkdóma meðal þeirra er há. Þá sýndu þær jafnframt fram á að tíðni þungana meðal íslenskra unglingsstúlkna væri hæst á Norðurlöndunum auk þess sem fóstureyðingar meðal ungra stúlkna eru algengar hér á landi.

Auk snemmbúinnar kynlífsreynslu eru ýmsir aðrir þættir sem geta leitt til slæms kynheilbrigðis unglunga. Má þar nefna áfengisneyslu, óvarið kynlíf, skilaboð fjölmiðla, klámnotkun auk lélegrar sjálfsmyndar. Sýndu rannsóknir að allir þessir þættir ættu við um íslenska unglunga og því þarf að vinna sérstaklega með þessa þætti hér á landi svo hægt sé að stuðla að kynheilbrigði þeirra. Sú vinna felst meðal annars í forvarnavinnu og fræðslu til handa börnum og unglungum varðandi áfengis- og vímuefnanotkun. Þá er einnig mikilvægt að unglingar fræðist um kynlíf snemma til þess að koma í veg fyrir óæskilega hegðun þeirra í kynlífi. Séu unglingar vel upplýstir um kynlíf og almenna kynhegðun eru þeir líklegri til að byrja að stunda kynlíf seinna en ella en rannsóknir hafa sýnt að afleiðingar snemmbúins kynlífs séu til að mynda ótímabærar þunganir og kynsjúkdómar. Má því segja að eftir því sem unglingar bíða lengur með að byrja að stunda kynlíf stuðli þeir að bættu kynheilbrigði. Auk þess er afar brýnt að unglungum sé kennt að horfa á og meðtaka skilaboð fjölmiðla með gagnrýnum huga þar sem þau eru gjarnan afar óraunhæf og gefa unglungum oft og tíðum ranga mynd af útliti, líkamsvexti og æskilegri hegðun. Skilaboð þessi leiða auk þess alloft til neikvæðrar sjálfsmyndar hjá unglungum sem síðan getur leitt til verra kynheilbrigðis.

Þá er einnig mikilvægt að unglungum sé kennt að beita gagnrýnni hugsun og að þeir fái öfluga fræðslu sem upplýsir þá um skaðsemi og óraunveruleika kláms enda

er það áhrifamikil hindrun á kynheilbrigði unglunga. Klámnotkun unglunga er orðin afar mikil enda klám mun útbreiddara en áður. Þá er klám mun grófara nú en áður þekktist og sýnir gjarnan brenglaða mynd af kynlífi þar sem konan er oft og tíðum hlutgerð og í þjónustuhlutverki fyrir karlinn. Drengir á unglingsaldri verða fyrir miklum áhrifum frá klámi og sýna rannsóknir að þeir setji gjarnan kröfur á stúlkur með því að bera þær saman við klámmyndaleikkonur þegar kemur að útliti þeirra sem og frammistöðu í kynlífi en slíkar kröfur eru afar óraunhæfar. Valda þessar óraunhæfu kröfur því að drengir verði oft fyrir vonbrigðum með rekkjunaut sinn. Eru afleiðingar kláms því oft þær að drengir hafi óraunsæja mynd af kynlífi, útliti kvenna sem og hvernig samskiptum við konur eigi að vera háttað. Stúlkur verða einnig fyrir neikvæðum áhrifum kláms þar sem rannsóknir hafa sýnt að sjálfsmynd þeirra versni vegna þeirra krafna sem klám setur á konur hvað varðar útlit þeirra og kynhegðun. Af þessu má sjá að klám getur haft afdrifarík áhrif á kynheilbrigði unglunga.

Það eru því ýmsir þættir sem orsaka slæmt kynheilbrigði unglunga og er því að mörgu að huga til þess að stuðla að góðu kynheilbrigði þeirra. Mikilvægt er að horft sé til fleiri atriða en eingöngu kynfræðslu enda orsakir þess að hegðun unglunga endurspeglar gjarnan í slæmu kynheilbrigði mun fleiri en vöntun á slíkri fræðslu. Til að mynda geta fjölmiðlar og klám haft bein neikvæð áhrif á kynheilbrigði unglunga auk þess sem slíkt efni getur orsakað lélega sjálfsmynd unglunga, þá sér í lagi unglingsstúlkna. Léleg sjálfsmynd getur svo einnig leitt af sér slæmt kynheilbrigði unglunga. Til þess að stuðla að kynheilbrigði unglunga er því mikilvægt að vinna með alla þessa þætti.

### *3. Hver er aðkoma félagsráðgjafa að starfi með unglingum tengdu kynheilbrigði þeirra?*

Starf félagsráðgjafa með unglingum er afar fjölbreytt en þeir sinna til að mynda einstaklings-, hópa- og fjölskylduráðgjöf. Felst vinna þeirra einnig í því að sinna forvörnum og veita fræðslu til barna og unglunga. Þurfa þeir ávallt að rækja starf sitt án manngreinarálits ásamt því að beita heildarsýn svo að sem bestur árangur náist í vinnu með skjólstæðingi.

Félagsráðgjafar starfa til að mynda í skólum og vinna því náið með unglingum sem gjarnan leita sér ráðgjafar varðandi ýmis vandamál sem þeir glíma við. Má þar



nefna þætti eins og samskipti við hitt kynið, tilfinningamál og erfiðleika í skóla. Þá er það algengt að félagsráðgjafar innan skóla veiti þunguðum unglingsstúlkum ráðgjöf um hvaða möguleikar séu í boði og hver réttindi þeirra eru. Veitir félagsráðgjafi stúlkum í slíkri stöðu ráðgjöf hvort heldur sem ákvörðun hennar sé að eiga barnið eða enda meðgöngu. Ákveði stúlkur að fara í fóstureyðingu taka félagsráðgjafar kvennasviðs Landspítala Háskólasjúkrahúss við máli þeirra. Er það hlutverk félagsráðgjafa að sinna fræðslu og ráðgjöf varðandi það ferli sem bíður stúlkum í slíkri stöðu ásamt því að veita þeim þann stuðning sem þær þurfa á að halda.

Í ljósi þess að rannsóknir hafa sýnt að kynheilbrigði íslenskra unglunga sé ábótavant eru félagsráðgjafar nú farnir að leggja sitt af mörkum til þess að bæta úr því. Sú vinna felst meðal annars í því að fræða unglunga um kynlíf, hvað teljist til viðeigandi hegðunar í kynlífi og hverjar afleiðingar þess geta verið. Ætla má að slík fræðsla skili sér í bættu kynheilbrigði unglunga og leiði þar með af sér að starf félagsráðgjafa færist að einhverju leyti frá því að sinna unglingum eftir að skaðinn er skeður í að fyrirbyggja vandann með auknu forvarnarstarfi og fræðslu.

Fræðsla þessi þarf þó að snúa að fleiri þáttum en kynfræðslu þar sem orsakir slæms kynheilbrigðis teygja anga sína víða. Fjölmíðlar og klám geta til að mynda haft gríðarleg áhrif á kynheilbrigði og geta félagsráðgjafar því nýtt þekkingu sína og hæfni í að fræða börn og unglunga sem og foreldra þeirra um þær slæmu afleiðingar sem hlotist geta af notkun slíks efnis. Auk þess geta þeir veitt leiðbeiningar um hvernig hægt sé að koma í veg fyrir slíkar afleiðingar. Það geta þeir gert til að mynda með því að gera börnum og unglingum grein fyrir þeirri miklu veruleikafirringu sem gjarnan á sér stað í fjölmiðlum og klámi ásamt því að benda foreldrum á mikilvægi þess að umræður um kynheilbrigði og áhrifaþætti þess skapist inn á heimilum.

Félagsráðgjafar geta einnig beitt sér í málefni þessu í ytra umhverfi barna. Þeir gætu meðal annars, í samvinnu við annað fagfólk, vakið upp umræðu og unnið markvisst að því að vekja athygli á þeirri skaðsemi sem fjölmiðlar og klám geta haft á kynheilbrigði unglunga. Slík vinna gæti hugsanlega leitt til aukinnar vitundarvakningar almennings sem gæti svo leitt af sér að lögum og reglum, samanber ákvæði barnasáttmála um að barn eigi að fá upplýsingar frá fjölmiðlum

sem það nýtur góðs af sem og almennrar hegningarlaga um dreifingu og sölu á klámi, sé betur framfylgt.

## Umræða

Við vinnslu þessarar ritgerðar sáum við hversu mikilvægt er að vinna að bættu kynheilbrigði unglunga. Til þess að það verði að veruleika þurfa miklar breytingar að eiga sér stað í fræðslu til unglunga ásamt því að auka aðgengi þeirra að getnaðarvörnum sem og ráðgjöf hjá fagfólki. Það kom okkur mjög á óvart að þegar við reyndum að afla upplýsinga um unglíngamóttökur á heilsugæslustöðvum víðsvegar um landið var einungis ein slík starfandi af öllum þeim heilsugæslustöðvum sem við höfðum samband við og má rekja það til niðurskurðar á fjármagni í heilbrigðisþjónustu. Það mátti þó heyra á starfsfólki heilsugæslanna að brýn þörf sé á slíkri móttöku enda mikil eftirspurn eftir slíkri þjónustu. Fyrir nokkrum árum var mun algengara að unglíngamóttökur væru starfandi á heilsugæslum en nú er og má því segja að um afturför sé að ræða í þessum efnum. Það er því ljóst að áherslur stjórnvalda þurfi að beinast í auknum mæli að þessum málaflokki.

Okkur þótti áhugavert að sjá hversu mikil áhrifin frá fjölmiðlum og klámi eru á kynheilbrigði unglunga. Það kemur þó ekki á óvart í ljósi þess að unglíngar verða stöðugt fyrir áreiti frá fjölmiðlum og því klámfenga efni sem þar birtist enda eru þeir allt í kringum okkur. Það er því afar mikilvægt að foreldrar fylgist með því sem börn þeirra eru að gera en slíkt eftirlit virðist þó víða vanta og má hugsanlega rekja það til þess að foreldrar virðast ekki átta sig á þeim alvarlegu afleiðingum sem fjölmiðlar og klám geta haft á unglunga. Auk þess virðist það vera algengt að foreldrar geri sér enga grein fyrir því hversu snemma börn og unglíngar byrja að skoða klám og klámfengið efni. Það er þó ekki aðeins þannig að unglíngar séu vísvitandi að leita eftir slíku efni heldur birtist það gjarnan í almennri dægurmenningu. Unglíngar eru til að mynda miklir neytendur tónlistarmyndbanda og er það því afar sláandi að sjá að klámmyndaleikstjórar sjái að einhverju leyti um leikstjórn slíkra myndbanda.

Þar sem að áhrif kláms og fjölmiðla á unglunga eru ekki alltaf sýnileg er hætt við því að meginþorri almennings geri sér ekki grein fyrir hversu alvarleg þau geta verið. Hugsanlegt er að það orsakist af því að sú mikla markaðssetning sem hefur verið á klámi síðastliðin ár hefur gert það að verkum að fólki hefur verið talið trú

um að klám sé eðlilegur hluti samfélagsins. Það má því segja að fólk sé orðið ónæmt fyrir þeirri miklu klámvæðingu sem ríkir og leyfi því þessari þróun að halda áfram óáreitt. Sést það vel þegar litið er til þess að börn allt niður í 11 ára aldur eru farin að nota getnaðarvarnarpillur og vekur það okkur til umhugsunar hvort fólk sé orðið svo ónæmt fyrir klámi og kynlífstengdu efni í fjölmiðlum að kynlíf þyki eðlilegur hluti af lífi 11 ára gamals barns. Í ljósi allra þeirra rannsókna sem við höfum greint hér frá teljum við afar brýnt að þessi þróun verði stöðvuð og lagt kapp á að fræða almenning og þá sérstaklega börn og foreldra um þær alvarlegu afleiðingar sem snemmbúið kynlíf getur leitt af sér.

Ljóst er að afar brýnt er að komið sé í veg fyrir að klám sé gert að svo eðlilegum þætti samfélagsins sem og þær óraunhæfar úlitskröfur sem ríkja í fjölmiðlun enda eru klám og fjölmiðlar miklir áhrifaþættir á kynheilbrigði unglunga. Til þess þarf öfluga fræðslu og opnar umræður í samfélaginu. Er það okkar mat að þegar umræða er vakin um málefni þetta séu flestir sammála um að þörf sé á breytingum og aukinni vitundarvakningu um þær alvarlegu afleiðingar sem fjölmiðlar og klám geta haft í för með sér. Það virðist þó ekki vera nóg að opna umræður um málefni þetta þar sem það er okkar tilfinning að þrátt fyrir að flestir telji að þörf sé á breytingum, sé lítið aðhafst til þess að slíkar breytingar eigi sér stað þó svo að vissulega séu margir að leggja sitt af mörkum. Það er þó vitað að margar hendur vinna létt verk og er því mikilvægt að sem flestir láti sig málið varða og sýni það í verki. Við erum staðráðnar í því að láta ekki staðar numið hér hvað málefni þetta varðar og vinna að því til að stuðla að bættu kynheilbrigði unglunga auk þess sem við munum gera allt sem í okkar valdi stendur til að vekja umtal og opna huga fólks um mikilvægi þess.

## Heimildaskrá

- Ablon, S. L., Brown, D., Khantzian, E. J. og Mack J. E. (1993). *Human feelings: explorations in affect development and meaning*. New Jersey: The Analytic Press.
- Allgood-Merten, B., Lewinsohn, P. M., & Hops, H. (1990). Sex-difference and adolescent depression [rafræn útgáfa]. *Journal of Abnormal Psychology*, 99, 55–63.
- Almenn hegningarlög nr. 19/1940.*
- Andrea J. Ólafsdóttir og Hjálmar G. Sigmarsson. (2006). „Þetta er út um allt“ *upplifun og viðhorf unglunga til kláms*. Rannsóknastofa í kvenna- og kynjafræðum. Óútgefið efni.
- Ásta Arnbjörg Pétursdóttir, Elvý Guðríður Hreinsdóttir, Andrea Hjálmarsdóttir. (2011). „Leið tómt á eftir, maður var að leita að einhverju“. Rannsókn á reynslu íslenskra unglingsstúlkna af því að byrja að stunda kynlíf með hliðsjón af stöðu kynjanna í samfélaginu. Í Ása Guðný Ásgeirsdóttir, Helga Björnsdóttir og Helga Ólafs (ritstjórar), *Rannsóknir í félagsvísindum XII* (bls. 22-29). Háskóli Íslands: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Barnalög nr. 76/2003*
- Barnaverndarstofa og Rannsókn og greining. (2006). *Grunniðurstöður rannsókna: Kynhegðun ungs fólks á Íslandi og kynferðisleg misnotkun á börnum*. Reykjavík: Rannsókn og greining.
- Beckett, C. og Taylor, H. (2010). *Human growth and development* (2. útgáfa). London: Sage.
- Bee, H., og Boyd, D. (2007). *The developing child* (11. útgáfa). Boston: Pearson Education, Inc.
- Bell, B. T., Lawton, R., Dittmar, H. (2007). The impact of thin models in music videos on adolescent girls' body dissatisfaction [rafræn útgáfa]. *Body Image*, 4, 137-145.
- Berglind Rós Magnúsdóttir, Guðrún M. Guðmundsdóttir, Jóna Pálsdóttir, Kristín Ástgeirsdóttir og Kristín Jónsdóttir (2012). *Kynungabók: Upplýsingar fyrir ungt fólk um jafnrétti kynja*. Reykjavík: Mennta- og menningarmálaráðuneytið.
- Biocca, F. (2000). New media technology and youth: Trends in the evolution of new media [rafræn útgáfa]. *Journal of Adolescent Health*, 27, 22–29.

- Blascovich, J. og Tomaka, J. (1991). Measures of self-esteem. Í Robinson, J. P., Shaver, P. R. og Wrightsman, L. S. (ristjórar), *Measures of personality and social psychological attitudes* (bls. 115-160). San Diego: Academic Press.
- Brown, J. D., Halpern, C. T. og L'Engle, K. L. (2005). Mass media as a sexual super peer for early maturing girls [rafræn útgáfa]. *Journal of Adolescent Health, 36*, 420-427.
- Charles, V. E. og Blum, R. W. (2008). Core competencies and prevention of high-risk sexual behavior [rafræn útgáfa]. *New Directions for Child and Adolescent Development, 122*, 61-74.
- Coleman, J. C. og Hendry, L. B. (1999). *The nature of adolescence* (3. útgáfa). London: Routledge.
- Commendador, K. (2007). The relationship between female adolescent self-esteem, decision making, and contraceptive behavior [rafræn útgáfa]. *Journal of the American Academy of Nurse Practitioners, 19*, 614–623.
- Cope-Farrar, K.M. og Kunkel, D. (2002). Sexual messages in teens' favorite prime time television programs. Í Brown, J. D., Steele, J. R. og Walsh-Childers, K. (ritstjórar), *Sexual teens, sexual media: Investigating medias' influence on adolescent sexuality* (bls. 59-78). New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Dagbjört Ásbjörnsdóttir, Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Sigurlaug Hauksdóttir. (e.d). *Samskipti foreldra og barna um kynlíf*. Sótt 20. mars 2012 af: <http://www.landlaeknir.is/Uploads/FileGallery/Utgafa/samskipti%20foreldra.pdf>.
- Darlington, R., Margo, J., Sternberg, S. og Burks, B. K. (2011). „*Teenage girls' self-esteem is more than skin-deep: Through the looking glass*. London: Lecturis, Eindhove.
- Dohnt, H. K. og Tiggemann, M. (2006). Body image concerns in young girls: The role of peers and media prior to adolescence [rafræn útgáfa]. *Journal of Youth and Adolescence, 34*(2), 141-151.
- Dolby, N. (2002). Youth, culture, and identity: Ethnographic explorations [rafræn útgáfa]. *Educational Researcher, 31*(8), 37-42.
- Ekstrand, M., Larsson, M., Von Essen, L. og Tydén, T. (2005). Swedish teenager perceptions of teenage pregnancy, abortion, sexual behavior, and contraceptive habits – a focus group study among 17-year-old female high-school students. *Acta Obstetrica et Gynecologica Scandinavica, 84*, 980–986.
- Elkind, D. (2007). *The hurried child, growing up to fast to soon*. Cambridge: Da capo press.
- Emler, N. (2001). *Self-esteem. The costs and causes of low self-worth*. York: Joseph Rowntree Foundation.

- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. London: Faber and Faber.
- Ethier, K. A., Kershaw, T. S., Lewis, J. B., Milan, S., Nicolai, L. M. og Ickovics, J. R. (2006). Self-esteem, emotional distress and sexual behavior among adolescent females: Inter relationships and temporal effects [rafræn útgáfa]. *Journal of Adolescent Health, 38*, 268-274.
- Fallon, E. A. og Hausenblas, H. A. (2005). Media images of the “ideal” female body: Can acute exercise moderate their psychological impact? [rafræn útgáfa]. *Body Image, 2*(1), 62-73.
- Félagsráðgjafafélag Íslands. (2009). *Áfengis- og vímuefnamál*. Sótt 3. apríl 2012 af: <http://www.felagsradgjof.is/index.php?option=content&task=view&id=136&Itemid=115>.
- Félagsráðgjafafélag Íslands. (e.d.). *Siðareglur félagsráðgjafa*. Sótt 29. mars 2012 af <http://www.felagsradgjof.is/index.php?option=content&task=view&id=8&Itemid=31>.
- Flood, M. (2007). Exposure to pornography among youth in Australia [rafræn útgáfa]. *Journal of Sociology, 43*(1), 45-60.
- Fussell, E. og Furstenberg jr., F. F. (2005). The transition to adulthood during the 20th century: Race, nativity and gender. Í Settersten jr., R. A., Furstenberg jr., F. F. og Rumbaut, R. G. (ritstjórar), *On the frontier of adulthood: Theory, research and public policy* (bls. 29-75). Chicago: The university of Chicago press.
- Garriguet, D. (2005). Early sexual intercourse [rafræn útgáfa]. *Health Reports, 16*(3), 9-16.
- Greenberg, J. (2008). Understanding the vital human quest for self-esteem [rafræn útgáfa]. *Perspectives on Psychological Science, 3*(1), 48-55.
- Groesz, L. M., Levine M. P., og Murnen S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review [rafræn útgáfa]. *International Journal of Eating Disorders, 31*(1), 1-16.
- Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Svava Stefánsdóttir. (2006). Félagssráðgjöf á kvennasviði. Í Sigrún Júlíusdóttir og Halldór Sig. Guðmundsson (ritstjórar), *Heilbrigði og heildarsýn* (bls. 199-209). Reykjavík: Háskólaskólaútgáfan.
- Guðbjörg Hildur Kolbeins (2007a). *Hvað getur YouTube-kynslóðin lært af Beyoncé og Britney*. Háskóli Íslands. Óútgefið efni.
- Guðbjörg Hildur Kolbeins. (2007b). Pornography and sex among adolescents in Iceland. Í *Unge, køn og pornografi i Norden* (bls. 111-150) [rafræn útgáfa]. Kaupmannahöfn: TemaNord.

- Guðný Guðbjörnsdóttir og Sergio Morra. (2004). Orðræða ungs fólks um sjálfsmyndir, þjóðarvitund og hnattvæðingu. *Tímarit um menntarannsóknir*, 1, 49-62.
- Guðný Guðbjörnsdóttir. (1994). Sjálfsmyndir og kynferði. Í Ragnhildur Richter og Þórunn Sigurðardóttir (ritstjórar), *Fléttur: Rit Rannsóknarstofu í kvennafræðum* 1 (bls. 135-200). Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Guðrún Helga Sederholm. (1999). *Ráðgjöf í skólum: Handbók í félagsráðgjöf og námsráðgjöf*. Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Halpern, C. T., Joyner, K., Udry, J. R. og Suchindran, C. (2000). Smart teens don't have sex (or kiss much either) [rafræn útgáfa]. *Journal of Adolescence Health*, 26, 213–225.
- Hargreaves, D. A. og Tiggemann, M. (2004). Idealized media images and adolescent body image: „comparing“ boys and girls [rafræn útgáfa]. *Body Image* 1(4), 351–361.
- Holtzman, L. (2000). *Media messages: What film, television, and popular music teach us about race*. New York: M. E. Sharpe Inc.
- Hrafnhildur Ragnarsdóttir. (1993). Sjálfsmynd unglingsins. Í Hörður Þorgilsson og Jakob Smári (ritstjórar), *Íslenska sálfræðibókin* (bls. 62-65). Reykjavík: Mál og menning.
- Íslensk orðabók*. (2002). Reykjavík: Edda.
- Jakob Smári. (1993). Hugmyndir fólks um sjálf sig. Í Hörður Þorgilsson og Jakob Smári (ritstjórar), *Íslenska sálfræðibókin* (bls. 471-478). Reykjavík: Mál og menning.
- Kanuga, M. og Rosenfeld, W. D. (2004). Adolescent sexuality and the internet: The good, the bad and the URL [rafræn útgáfa]. *Journal of Pediatric Adolescent Gynecology*, 17(2), 117-124.
- Kjær, S. K., Tran, T. M., Sørensen, P., Laufey Tryggvadóttir, Munk, C., Dasbach, E. o.fl. (2007). *The burden of genital warts: A study of nearly 70,000 women from the general female population in the 4 Nordic countries*. Sótt 15. febrúar 2012 af: <http://jid.oxfordjournals.org/content/196/10/1447.full.pdf+html>.
- Kling, K.C., Hyde, J.S., Showers, C.J. og Buswell, B.N. (1999). Gender differences in self esteem: a metaanalysis [rafræn útgáfa]. *Psychological Bulletin*, 125, bls. 470–50.
- Landlæknisembættið. (2012). *Fóstureyðingar-tölur*. Sótt 25. apríl 2012 af <http://landlaeknir.is/Heilbrigdistolfraedi/Fostureydingar>.
- Lára Björnsdóttir. (2006). Heildrænt skipulag í heilbrigðis- og félagsþjónustu. Í Sigrún Júlíusdóttir og Halldór Sig. Guðmundsson (ritstjórar), *Heilbrigði og heildarsýn* (bls. 49-61). Reykjavík: Háskólaútgáfan.



- Lo, V. og Wei, R. (2005). Exposure to internet pornography and Taiwanese adolescents sexual attitudes and behavior [rafræn útgáfa]. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 49(2), 221-237.
- Lög um ráðgjöf og fræðslu varðandi kynlíf og barneignir og um fóstureyðingar og ófrjósemisaðgerðir nr. 25/1975.
- Lovísa Arnardóttir. (2011). *Staða barna á Íslandi í dag*. Sótt 2. mars 2012 af: [http://unicef.is/files/file/UNICEF\\_skyrsla\\_um\\_stodu\\_barna\\_2011.pdf](http://unicef.is/files/file/UNICEF_skyrsla_um_stodu_barna_2011.pdf).
- Margrét Lilja Guðmundsdóttir, Jón Sigfússon, Álfgeir Logi Kristjánsson, Hrefna Pálsdóttir og Inga Dóra Sigfúsdóttir. (2010). *The Nordic youth research 2010*. Sótt 15. febrúar 2012 af <http://www.rannsoknir.is/media/rg/skjol/Nordic-Youth-Research-Descriptive-Report.pdf>.
- McCandless, B. R. og Coop, R. H. (1979). *Adolescents: Behavior and development* (2. útgáfa). New York: Holt Rinehart and Winston.
- McDonald, K. og Thompson, J. K. (1992). Eating disturbance, body image dissatisfaction, and reasons for exercising: Gender differences and correlational findings [rafræn útgáfa]. *International Journal of Eating Disorders*, 11, 289–292.
- Menntamálaráðuneytið. (2005, apríl). *Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla*. Reykjavík: Menntamálaráðuneyti.
- Muuss, R. E. (1968). *Theories of adolescence* (2. útgáfa). New York: Random House.
- NASW. (e.d.). *The media and adolescents*. Sótt 18. febrúar 2012 af: <http://www.naswdc.org/practice/oneTeen/pdfFiles/mediaFactSheetLrg.pdf>.
- Negrin, L. (2002). Cosmetic surgery and the eclipse of identity [rafræn útgáfa]. *Body and society*, 8(4), 21-42.
- Paul, P. (e.d.). *From pornography to porno to porn: How porn became the norm*. Sótt 15. mars 2012 af: [http://www.socialcostsofpornography.com/Paul\\_How\\_Porn\\_Became\\_the\\_Norm.pdf](http://www.socialcostsofpornography.com/Paul_How_Porn_Became_the_Norm.pdf).
- Payne, W. R. (e.d.) *Aristotle's ethics*. Sótt 24. apríl 2012 af: <http://personal.bellevuecollege.edu/wpayne/aristotle1.htm>.
- Polce-Lynch, M., Myers, B. J., Kliewer, W og Kilmartin, C. (2001). Adolescent self-esteem and gender: exploring relations to sexual harassment, body image, media influence and emotional expression [rafræn útgáfa]. *Journal of Youth and Adolescence* 30(2), 225-244.
- Rodin J., Silberstein L., og Striegel-Moore R. (1984). Women and weight: A normative discontent. í Sonderegger, T. B. (ritstjóri), *Psychology and gender* (bls.267- 307). Lincoln: University of Nebraska press.

- Russell, D. E. H. (1998). *Dangerous relationships: Pornography, misogyny, and rape*. California: Thousand Oaks.
- Shoemaker, P. J. (1997). A New gatekeeping model. Í Berkowitz D. (ritstjóri), *Social meanings of news: A text reader* (bls. 57–62). California: Sage Publications.
- Sigtryggur Jónsson. (1986). *Kæri sáli*. Reykjavík: Forlagið.
- Sigurður Ingi Árnason og Þorbjörn Broddason. (2010). Netnotkun íslenskra ungmenna. Í Helga Ólafs og Hulda Proppé (ritstjórar), *Rannsóknir í félagsvísindum XI* (bls. 267-275). Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Sigurlaug Hauksdóttir. (2006). Forvarnarstarf um kynheilbrigði: Unglingamóttaka og félagsráðgjöf. Í Sigrún Júlíusdóttir og Halldór Sig. Guðmundsson (ritstjórar), *Heilbrigði og heildarsýn* (bls. 94-110). Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Sóley S. Bender, Guðbjörg Edda Hermannsdóttir og Solveig Jóhannsdóttir. (2011). *Ungt fólk og kynlíf*. Óútgefið efni.
- Strahan, E. J., LaFrance, A., Wilson, A. E., Ethier, N., Spencer, S. J., og Zanna, M. P. (2008). Victoria's dirty secret: How sociocultural norms influence adolescent girls and women [rafræn útgáfa]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 288-301.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.
- The free dictionary. (e.d.). *Tenáring*. Sótt 20. febrúar 2012 af: <http://no.thefreedictionary.com/ten%C3%A5ring>.
- Thomas, J. J. og Daubman, K. A. (2001). The relationship between friendship quality and self-esteem in adolescent girls and boys [rafræn útgáfa]. *Sex Roles*, 45, 53-65.
- Tiggemann, M. og Slater, A. (2003, janúar). *Thin ideals in music television: A source of social comparison and body dissatisfaction*. Sótt 11. mars 2012 af: [http://mediagroup35.weebly.com/uploads/1/9/6/0/1960726/thin\\_ideals\\_in\\_music\\_television\\_-\\_a\\_source\\_of\\_social\\_comparison\\_and\\_body\\_dissatisfaction.pdf](http://mediagroup35.weebly.com/uploads/1/9/6/0/1960726/thin_ideals_in_music_television_-_a_source_of_social_comparison_and_body_dissatisfaction.pdf).
- Tubman, J. G., Windle, M., Windle, R. C. (1996). The onset and cross-temporal patterning of sexual intercourse in middle adolescence: Prospective relations with behavioral and emotional problems [rafræn útgáfa]. *Child development*, 67(2), 327-343.
- Umboðsmaður barna. (e.d.). *Samningur Sameinuðu þjóðanna um réttindi barnsins*. Sótt 17. mars 2012 af [http://www.barn.is/barn/adalsida/barnasattmalinn/barnasattmalinn\\_i\\_heild/](http://www.barn.is/barn/adalsida/barnasattmalinn/barnasattmalinn_i_heild/).

- Van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K. og Coover, M. (2002). The Tripartite influence model of body image and eating disturbance. A covariance structure modeling investigation testing the meditational role of appearance comparison [rafræn útgáfa]. *Journal of Psychosomatic Research*, 53, bls. 1007-1020.
- WHO: World Health Organization. (e.d.). *Sexual Health*. Sótt 20. apríl 2012 af: [http://www.who.int/topics/sexual\\_health/en/](http://www.who.int/topics/sexual_health/en/).
- Wilcox, K. og Laird, J. D. (2000). The impact of media images of superslender women on women's self-esteem: Identification, social comparison, and self-perception [rafræn útgáfa]. *Journal of Research in Personality*, 34, 278-86.
- Wood, K. C., Becker, J. A., & Thompson, J. K. (1996). Body image dissatisfaction in preadolescent children [rafræn útgáfa]. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 17(1), 85-100.
- Zillmann, D. (2000). Influence of unrestrained access to erotica on adolescents' and young adults' dispositions toward sexuality [rafræn útgáfa]. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 41-45.
- Þorbjörn Broddason. (2004). *Fjórdá grein valdsins: Fjölmíðlar, áhrif og ábyrgð*. Sótt 25. apríl 2012 af [http://www.kistan.is/default.asp?sid\\_id=28001&tre\\_rod=004|&tld=2&fre\\_id=39786&meira=1](http://www.kistan.is/default.asp?sid_id=28001&tre_rod=004|&tld=2&fre_id=39786&meira=1).
- Þóroddur Bjarnason, Stefán Hrafn Jónsson, Kjartan Ólafsson, Andrea Hjalmsdóttir og Aðalsteinn Ólafsson. (2006). *Heilsa og lífskjör skólanema 2006. Landshlutaskýrsla* [rafræn útgáfa]. Akureyri: Háskólinn á Akureyri og Lýðheilsustöð.