

Birtingarmynd útlitsdýrkunar og staðalímynda í lífsstílsgreinum á íslenskum netmiðlum

Ritgerð til BS.gráðu í viðskiptafræði
Nemandi: Jenna Kristín Jensdóttir
Leiðbeinandi: Sigrún Lilja Einarsdóttir
Haustönn – 2015



HÁSKÓLINN Á BIFRÖST
BIFRÖST UNIVERSITY



VIÐSKIPTASVIÐ

Birtingarmynd útlitsdýrkunar og staðalímýnda í lífsstílsgreinum á íslenskum netmiðlum

Ritgerð til BS. Gráðu í viðskiptafræði
Nemandi: Jenna Kristín Jensdóttir
Leiðbeinandi: Sigrún Lilja Einarsdóttir



Útdráttur

Markmið með þessari rannsókn var að skoða þær lífsstílsgreinar sem beindar eru að ungmennum og inntak þeirra sem tengja má við útlitsdýrkun og staðalímyndir..

Miklar samfélagslegar breytingar hafa orðið eftir að netið kom við sögu. Upplýsingaflæði hefur aukist til muna og samskiptaleiðir hafa aukist, en við þessa miklu aukningu á netnotkun og opnari aðgang sem fylgir netinu eru margar hættur sem ber að varast.

Fjölmiðlar eru stór partur af daglegu lífi fólks og fyrir einstakling með lélega sjálfsmynd þá geta fjölmiðlar spilað stórt hlutverk í að ýta undir óraunhæfa sýn á raunveruleikann og eru þeir oft á tíðum áhrifavaldar og fyrirmyndir.

Í ritgerðinni er skoðað hvernig kvenmans- og karlmannslíkaminn eru sýndir í þeim lífstílgreinum sem skoðaðar voru og einnig hvernig fjallað er um þá og skoðað hvaða áhrif það hafi á ungmenni. Einning var farið yfir hvort að áhrifin séu jákvæð eða neikvæð.

Þær aðferðir sem rannsakandinn notaði var að þemagreina lífstílgreinarnar til þess að skoða inntak þeirra nánar. Helstu niðurstöður rannsóknarinnar voru að umfjallanirnar voru að mestu leyti neikvæðar þó að það komu jákvæðar greinar inn á milli. Nokkuð ljóst er að fréttamiðlar spila stóru hlutverki í mótun sjálfsmyndar ungmenna og þá sérstaklega þær lífsstílsgreinar sem þeir setja fram, Þau áhrif sem féttamiðlar hafa geta bæði verið jákvæð og neikvæð en má sjá að neikvæðu áhrifin séu mun alvarlegri en þau jákvæðu



Þakkarorð

Ritgerð þessi er 12 eininga BS-verkefni mitt á viðskiptasviði Háskólans á Bifröst. Fjallar hún um áhrif samfélagsmiðla á útlitsdýrkun ungmenna.


Vil ég koma fram þökkum til allra þeirra sem veittu mér aðstoð við gerð þessa lokaritgerðar. Sérstakar þakkir fær Sigrún Lilja Einarsdóttir leiðbeinandi minn fyrir frábæra þolinmæði, góðar ábendingar og mikla hvatningu.

Vil ég einnig koma þökkum til Margrétar Rósar Einarsdóttur fyrir yfirlestur og góðar og þarfar ábendingar á meðan á vinnslu ritgerðarinnar stóð.

Erni Bjarnasyni manningnum mínum vill ég þakka fyrir að vera til staðar fyrir mig og fyrir að vera ávallt tilbúinn að veita mér hjálparhönd hvor sem það var að þýða enskan texta eða lesa yfir ritgerðina. Að lokum vil ég þakka Friðbjörgu Jensdóttur systir minni sérstaklega fyrir góðan og árangursríkan yfirlestur á ritgerðinni.

Efnisyfirlit

Útdráttur	4
Þakkarorð	5
Efnisyfirlit.....	6
1. Inngangur.....	8
2. Fræðileg umfjöllun	10
2.1. Vöðva- og líkamsræktarfékn	10
2.2. Átröskun	11
2.2.1. Lotugræðgi.....	12
2.2.2. Lystarstol.....	13
2.2.3. Átröskun ekki nánar skilgreind	13
2.2.4. Útlitsdýrkun	13
2.2.5. Vaxandi útlitsdýrkun hjá ungmenum	14
2.2.6. Mikilvægi þess að sporna við útlitsdýrkun	17
2.3. Áhrif fjölmiðla á staðalímyndir tengdar útlitsdýrkun.....	17
2.3.1. Áhrif fjölmiðla á ungmenni.....	18
2.3.2. Netnotkun ungmenna.....	18
2.4. Að vera unglingur	19
2.4.1. Sjálfmynd.....	19
2.4.2. Líkamsvirðing.....	20
2.5. Áhrif netmiðla.....	21
2.5.1. Umfjöllun um þyngd og útlit	21
2.6. Markaðssetning á netinu.....	23
3. Greining gagna	25
3.1. Fjölmiðlar	25
3.1.1. Mbl	25
3.1.2. Vísir.....	26
3.1.3. Pressan	26
3.1.4. Hún.is	27
3.1.5. DV	27
3.2. Niðurstöður	28
3.2.1. Líkamsraskanir	28



3.2.2.	Átröskun	29
3.6.2	Lýtaaðgerðir eða fegrunaraðgerðir.....	31
3.2.3.	Áhrif stjarnana.....	32
3.2.4.	Netummæli	35
3.2.5.	Samfélagsmiðlar	38
3.2.6.	Tískuheimurinn	40
4.	Lokaorð og ályktanir	43


1. Inngangur

Samkvæmt rannsókn á vegum Reykjavíkurborgar reynist mjög stór hluti íslenskra ungmenna vera ósátt við eigin líkamsþyngd sem leiði oft til þunglyndis, átröskunar og sjálfsskaða (Reykjavíkurborg, 2014). Unglingsárin eru mikill mótunartími þar sem ungmenni upplifa nýjar tilfinningar samfara kynþroska og get þau oft verið viðkvæm á þessum aldri. Nú til dags má greina ákveðna þróun hjá fjölmiðlum í birtingu vef- og blaðgreina. Ýmiss konar umfjallanir sem sýna fram á aðferðir sem eiga að þykja árangursríkar til að bæta útlit sitt og atgervi, þykja mjög umdeilanlegt ef marka má almenna umræðu, t.d. á samfélagsmiðlum. Því þykir ástæða til þess að skoða nánar efni slíkra greina og hver sé meginlínan í slíkri umfjöllun.

Markmið þessa verkefnis er að rýna í þau skilaboð sem lífsstílsgreinar á vefmiðlum koma á framfæri til sinna markhópa sem einkum samanstanda af unguöngum. Skoðaðar voru lífsstílsgreinar á fjórum mest sóttu vefmiðlum landsins fjóra mánuði aftur í tímann og efni þeirra þemagreint með opinni kóðun (coding analysis).

Fræðilegur bakgrunnur snýr að fyrri rannsóknum á útlitsdýrkun og áhrifum fjölmiðla á sjálfsmynd ungmenna og líkamsvirðingu. Ásamt því hvernig slíkar greinar eru meðal annars notaðar í markaðssetningu á ýmsum lífsstílsvörum. Gerð verður nánari grein fyrir þessum atriðum í kafla 2.

Fjölmiðlar eru stór partur af daglegu lífi einstaklinga og eru flest allir íslenskir fjölmiðlar komnir á samfélagsmiðlana. Notkun internetsins fer sífellt vaxandi meðal ungmenna og mikill hluti skoðar Internetið daglega, meðal þess sem að ungmenni skoða er fésbók (facebook), en mikill hluti ungmenna á Íslandi er með fésbókaraðgang (Kjartan Ólafsson, Halapi, Sigrún S. Jóelsdóttir, Hjördís Sigursteinsdóttir, Halldór S. Guðmundsson og Tryggvi G. Ingason, 2011). Á fésbókinni er 13 ára aldurstakmark (facebook, e.d) en svo virðist sem aldurstakmarkið sé oft ekki virt og eru foreldrar annað hvort að gefa börnum sínum leyfi til að vera með fésbókaraðgang fyrir 13 ára aldur eða börnin sjálf að verða sér út um aðgang án vitundar foreldra. Ungmenni sem eru að komast á kynþroskaaldur geta verið misviðkvæm fyrir útliti sínu. Það að vera á samfélagsmiðlum gerir það erfitt að komast hjá því að verða var við allar þær lífsstílseinar sem ganga á milli aðganga á fésbókinni (Lenhart og Madden, 2007). Þar af leiðandi þótti áhugavert að skoða íslenska vefmiðla með sérstakri áherslu á greinar sem fjalla



um lífsstílstengd efni og rýna í þau skilaboð sem þar felast, með það að augnamiði að skoða einnig hvernig slík skilaboð séu notuð í markaðssetningu á ákveðinni tegund af lífsstíl.

2. Fræðileg umfjöllun

Í þessum kafla verður farið yfir fræðilegan bakgrunn verkefnis. Margar raskanir falla undir hugtakið átröskun eins og lystarstol, lotugræðgi, átröskun ekki nánar skilgreind og vöðvafíkn verður fjallað um þær í þessum kafla. Þrátt fyrir að vöðvafíkn er ekki orðin viðurkennd sem fíkn eða röskun þá virðist hún vera að ryðja sér til rúms í íslensku samfélagi. Vöðvafíkn líkt og átröskun er geðrænn sjúkdómur þar sem að sama hvað einstaklingur er orðinn vöðvamikill þá er það ekki nóg. Eins og með átröskun þá er það yfirleitt að átröskunarsjúklingar finnast þeir ekki nógu grannir þrátt fyrir að vera alltof grannir. Er einning fjallað um útlitsdýrkun ungmenna og þær afleiðingar sem það hefur í för með sér.

2.1. Vöðva- og líkamsræktarfíkn

Vöðvafíkn er óviðurkennd líkamslýtaröskun sem hrjáir konur og karla og er sjúkdómur talin er vera af sama meiði og lystarsol. Þessir sjúkdómar eiga það sameiginlegt að byrja með þráhyggju sem beinist að líkamsímynd. Einstaklingar sem eru með vöðvafíkn eru mjög uppteknir af líkama sínum, en röskunin einkennist helst af því að einstaklingunum finnst þeir ekki vera nógu stórir um sig og sækjast því í sífellu eftir því að verða stærri og meiri um sig með aukinn vöðvamassa í því skyni að verða vöðvastæltari. Líf einstaklinga með vöðvafíkn einkennist af lyftingum og megrun. Afleiðingarnar eru að þeir upplifa mikinn kvíða við þá tilhugsun að aðrir sjái líkama þeirra. Félagsleg geta og starfsgeta skerðist og ýmist misnota á anabólíska stera eða önnur lyf (Pope, Gruber, Choi, Olivardia og Phillips, 2011).

Vöðvafíkn og átröskun eru ekki ósvipaðir sjúkdómar en annar gengur út á það að þróa með sér umtalsverðan vöðvamassa á meðan að hinn gengur út á það að vera eins grannur og hægt er. Talið er að margir séu með einkenni vöðvafíknar en erfitt að segja til um það þar sem þetta hugtak er frekar nýtt af nálinni. Staðalímyndir spila stóru hlutverki þegar kemur að þessum vanda þar sem það er aukin þýstingurinn á karlmenn að vera vöðvastæltir og í sem bestu líkamlegu formi á meðan að þrýstingurinn á konur snýst meira um að þær eigi að vera sem grennstar (Einar Þ. Sigurðsson, 2015).

Líkamsræktarfíkn einkennist af því að manneskja getur ekki sleppt því að fara í ræktina án þess að líða illa yfir því, sem brýst jafnvel út í fráhvörfum og skapsveiflum. Það sem einkennir líkamsræktarfíkn er að fólk er líklegra til að fara á æfingu til þess að finna fyrir innri vellíðan. Eining líta þessir einstaklingar á æfingar sem mikilvægasta part lífs síns auk þess


sem það upplifir fráhvarfseinkenni þegar það hefur ekki tök á að fara í æfingu (Terry, A., Szabo, A. og Griffiths, M., 2004).

2.2. Átröskun

Í þessum kafla verður farið yfir þau greiningarviðmið sem tengjast átröskun. Átröskun er skilgreind í þrem flokkum: lotugræðgi (bulimia), lystarstol (anorexia) og átröskun ekki nánar skilgreind (eating disorder not otherwise specified). Greiningarviðmiðið sem notast er við á Íslandi heitir DSM-IV sem er upprunalega frá ameríska geðlæknafélaginu og kallast það Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, er þar sjúkdómunum skipt upp í númeraða flokka í DMS greiningarviðmiðinu (Sigurlaug M. Jónsdóttir og Guðlaug Þorsteinsdóttir, 2006).

Samkvæmt niðurstöðum rannsóknar sem birt var í tímaritinu *Psychology of Men & Masculinity* í október 2014 kom fram að það eru ekki aðeins ungar stúlkur sem eru undir álagi vegna utanaðkomandi áhrifa útlitsdýrkunar heldur einnig drengir. Rannsóknin sem hófst árið 1996 fór fram í Bandaríkjunum og náði til 2.139 drengja sem voru sextán ára gamlir við upphaf rannsóknar, en hún stóð yfir í þrettán ár. Í niðurstöðum rannsóknarinnar kom meðal annars fram að drengir hafa áhyggjur af útlitinu eins og stúlkur. Einnig kom fram að unglingspiltar hafa áhyggjur af því að vera of léttir og litlir eða ekki nægilega vöðvastæltir. Þessar áhyggjur hafa í mörgum tilvikum leitt til þunglyndis. Forsvarsmenn rannsóknarinnar segja að niðurstöður sýna að álagið vegna utanaðkomandi áhrifa útlitsdýrkunar kemur einnig fram hjá drengjum. Hjá drengjum skapist hins vegar álag af því að ná að uppfylla þá karlmennskuímynd sem er ríkjandi og byggir á vöðvastæltum og þreknunum mönnum. Hvort sem það eru drengir og stúlkur, getur álagið af því að keppast við ímynd haft áhrif vel fram á fullorðinsaldur. Þar séu drengir í áhættuhópi, rétt eins og stúlkur og því þurfi einnig að huga að meðferðum og forvarnarstarfi sem beinist sérstaklega að drengjum.

Átröskunarsjúkdómar leggjast á fólk af báðum kynjum. Ekki er eins mikið rætt um lystarstol hjá drengjum eins og hjá stúlkum þar sem það er ekki eins þekkt að lystarstol sé einnig til hjá drengjum. Jean Chambry barnageðlæknir við átröskunardeild Fondation Valley spítalann í Frakklandi hefur nefnt að ekki séu til jafnmargar rannsóknir á átröskunum drengja eins og á átröskun stúlkna. Jean segir að drengir geti sýnt ákveðna árátteigðun gagnvart hreyfingu,




mataræði og þyngd auk þess að hafa óraunsæja mynd af líkama sínum. Einnig kemur fram að meginmunur hjá drengjum sé sá að drengir eru ekki hræddir við að þyngjast heldur einblína þeir frekar á að missa fitu til að fá stæltari líkama og þ.a.l. séu mjög uppteknir af vöðvabyggingu (Wetherell og Edley, 2014).

Önnur rannsókn sem gerð var um hvernig samfélagsmiðlar geta ýtt undir og viðhaldið hættu á átröskun hjá einstaklingum „Do you „like“ my photo? Facebook use maintains eating disorder risk“ birtist í *International Journal of Eating Disorders*. Samkvæmt niðurstöðum þeirrar könnunar kom í ljós að konur hafa ávallt orðið fyrir áhrifum kvenna í óraunhæfum stærðum hvort sem það er í tímaritum, sjónvarpi eða í kvikmyndum. En með tilkomu samfélagsmiðla eins og fésbókarinnar þá virðast konur velta sér meira upp úr félagslegum samanburði við jafnaldra sína sem leiðir til frekari áhuga á að vera grannur. Í rannsókninni kom í ljós að það voru áreiðanleg tengsl á milli notkun fésbókarinnar og átröskunar, því meira sem viðkomandi notaði fésbókina því alvarlegri var átröskunin orðin. Gefur þetta til kynna að dæmigerð fésbókarnotkun getur stuðlað að þyngdaráhyggjum og kvíða sem hvort tveggja getur leitt til átröskunar. Einnig kom fram í rannsókninni að Internetið er mikið notað til þess að afla upplýsinga um hvernig hægt er að verða grennri og með fallegrri líkama (Mabe, 2014).

2.2.1. Lotugræðgi

Einstaklingar með lotugræðgi geta verið undir kjörþyngd, í kjörþyngd og í yfirþyngd, þrátt fyrir að vera í megrun og stunda umtalsvert mikla líkamsrækt. Einstaklingar með lotugræðgi eru að jafnaði ekki eins léttir og einstaklingar með lysterstol. Lotugræðgi einkennist af því að einstaklingar framkvæma ofát þar sem þeir finna varla bragðið af matnum því þeir borða mikið á skömmum tíma. Ofátið endar oftast einungis ef annar aðili stoppar einstaklinginn af, þeir sofna eða verður illt í maganum. Eftir ofátið eru magaverkir og ótti við þyngdaraukningu það sem fær einstaklinginn annað hvort til að kasta upp eða nota hægðar- eða þvagræsilyf. Einstaklingur með lysterstol endurtekur þetta nokkrum sinnum í viku alveg til nokkrum sinnum á dag. Einkenni lysterstols eru hálsbólga, munnvatnskirtlar verða bólgnir, kinnar og andlit verða útblásin, tennur eyðast upp vegna magasýru, bakflæði af völdum uppkasta, ofnotkun hægðarlyfja valda meltingarvandamálum, þvagræsilyf valda nýrnasjúkdóm og vegna uppkasta á vökva getur einstaklingur fengið alvarlegan vökvaskort (Parekh, 2015). Til eru tvær gerðir af lotugræðgi sem eru “hreinsandi gerð” og “ekki hreinsandi gerð”.



Hreinsandi gerð er þegar einstaklingur með lotugræðgi notar uppköst eða misnotar lyf til að losa hægðir eða þvag. Ekki hreinsandi gerð er þegar einstaklingur með lotugræðgi hættir að borða eða stundar líkamsrækt meira en eðlilegt þykir gott (Sigurlaug M. Jónsdóttir og Guðlaug Þorsteinsdóttir, 2006).

2.2.2. Lystarstol

Einstaklingur með lystarstol vegur a.m.k. 15% minna en eðlileg kjörþyngd hans er miðað við hæð. Það er vegna þess að viðkomandi neytir ónógrar fæðu, þvingar sig til að kasta upp eða nota hægðar- eða þvagræsilyf til að missa þyngd. Einnig stunda einstaklingar með lystarstol umtalsvert mikla líkamsrækt til að missa enn meiri þyngd. Þegar líður á sjúkdóminn þá koma sveltieinkenni í ljós sem samanstanda af beinþynningu, hár og neglur verða stökkar, húðin þornar og getur orðið gulleit, milt blóðleysi, vöðvar veslast upp, blóðþrýstingsfall, hæg öndun og púls, innri líkamshitastig fellur, auk þunglyndis og sinnuleysi. Einnig geta blæðingar stoppað hjá konum (Parekh, 2015). Til eru tvær gerðir af lystarstoli sem eru „takmarkandi gerð“ og „ofáts/hreinsandi gerð“. Takmarkandi gerð er þegar einstaklingur með lystarstol stundar ofát og hreinsun ekki reglulega. Ofáts/hreinsandi gerð er þegar einstaklingur með lystarstol stundar ofát og hreinsun reglulega. Með hreinsun er átt við uppköst og að misnota lyf sem losa hægðir og þvag (Sigurlaug M. Jónsdóttir o.fl., 2006).

2.2.3. Átröskun ekki nánar skilgreind

Þegar einstaklingur er með „átröskun ekki nánar skilgreind“ þá nær hann ekki viðmiðum lystarstols eða lotugræðgi. Samt sem áður nær hann mörgum viðmiðum annað hvort lystarstols eða lotugræðgi og er það þá kallað „ódæmigert lystarstol“ eða „ódæmigerð lotugræðgi“. Greiningarviðmiðin fyrir ódæmigert lystarstol eru að stúlkur uppfylli viðmið lystarstols en fara þó á blæðingar eða þrátt fyrir að um þyngdartap sé að ræða þá er þyngd eðlileg. Greiningarviðmiðin fyrir ódæmigerða lotugræðgi er að einstaklingur uppfyllir öll viðmið lotugræðgi en átköstin ná ekki að vera tvisvar í viku og hafa ekki varað í þrjá mánuði (Sigurlaug M. Jónsdóttir o.fl., 2006).

2.2.4. Útlitsdýrkun


Pressan á útlit virðist vera mikil og rannsóknir hafa sýnt að ungmenni geti átt erfitt með að vera ánægð með líkamsímynd sína þar sem fjölmiðlar stuðli oft að óheilbrigðri líkamsímynd með því meðal annars að sýna að langmestu leyti konur sem eru grennri heldur en eðlilegt

þykir. Einnig virðist það oftast en ekki að miðlar sýni einstaklinga í yfirvigt í neikvæðu ljósi, jafnvel þannig að þeir virðast misheppnaðir og eigi til að mynda erfitt með rómantísk samskiptum. Samkvæmt félagslegu samanburðar kenningunni (e. social comparison theory) þá eru einstaklingar sem hafa tilhneigingu til að bera sig saman við aðra viðkvæmari fyrir því sem er sýnt í miðlum (Eyal og Te'eni-Harari, 2013). Þær rannsóknir sem framkvæmdar hafa verið hingað til á áhrifum miðla á einstaklinga hefur að mestu verið beint að stúlkum en nýlega hefur verið lögð meiri áhersla á rannsóknum sem beinast einnig að drengjum. Rannsóknir hafa sýnt fram á að miðlar hafa einnig áhrif á drengi en þó ekki endilega sömu áhrif og á konur, en samkvæmt rannsóknum vilja drengir frekar vera vöðvamiklir og lágir í líkamsfítu (Farquhar og Wasylkiw, 2007).

2.2.5. Vaxandi útlitsdýrkun hjá ungmennum

Sú var tíðin að útlitsdýrkun var að mestu talin tilheyrja kvenþjóðinni en það virðist vera að breytast. Það er vel þekkt að margar unglingsstúlkur leggja mikið upp úr útliti sínu sem getur haft umtalsverð áhrif á sjálfsmynd þeirra, en sjálfsmynd unglingsstúlkna byggist að stórum hluta á útliti. Hins vegar virðist sem útlitsdýrkun sé einnig í vaxandi mæli að hafa áhrif á drengi og það leiðir hugann að því hvort útlit sé farið að skipta drengi meira máli en áður hefur verið. Í frásögn Ólafs Stefáns Flóventssonar koma fram vísbendingar um það hvernig útlitsdýrkun virðist hafa komið fram hjá drengjum í fótbolta. Hann segir frá atviki sem átti sér stað inni í búningsklefa hjá ákveðnu íþróttafélagi. Þegar þjálfari var búinn að halda svokallaða hvatningarræðu, fara yfir það hvernig drengirnir ættu að hlaupa inn á völlinn og gera allt til að vinna leikinn, fóru drengirnir í röð við klósettið þar sem þeir stóðu fyrir framan spegilinn til að laga á sér hárið og sumir voru jafnvel með sléttujárn, í stað þess að hlaupa öskrandi inn á völlinn. Nú til dags virðist það skipta máli að líta vel út á vellinum. Áður fyrr voru drengir bara í fótbolta og virtust vera alveg sama hvort þeir væru skítugir eða með úfið hár (Sigrún Daníelsdóttir, 2011).

Rannsóknir benda til aukinnar tilhneigingar hjá drengjum að vilja verða stærri og meiri um sig og þörfin fyrir að auka vöðvamassann virðist hafa farið vaxandi sem getur leitt til vöðvafíknar eða líkamsræktaríknar. Vöðvafíkn er talin vera af sama meiði og lystarstol. Þessir sjúkdómar eiga það sameiginlegt að byrja með þjáhyggju sem beinist að líkamsmynd. Á síðustu árum hefur vöðvafíkn farið vaxandi þar sem tískuheimurinn hefur þau áhrif á drengi að þeim finnst þeir verða að halda sér í formi, vera grannir og vöðvastæltir. Sá einstaklingur




sem er með vöðvafíkn er með þráhyggju fyrir lóðalyftingum. Sá einstaklingur upplifir sig grannan sama hversu mikinn vöðvamassa hann bætir á sig. Þetta eru einstaklingar sem eyða mestum tíma sínum í hreyfingu og lóðalyftingu (Sólveig D. Magnúsdóttir, 2012).

Þó að drengir virðist horfa meira til útlits en þeir hafa gert áður þá hafa útlitsáhyggjur stúlkna ekki minnkað. Mikil fylgni er á meðal óánægju stúlkna á líkama sínum og áherslu sem fjölmiðlar leggja á ofurgrannan vöxt og rannsóknir sýna að konur sem hafa lélegt sjálfsmat eru líklegri til þess að taka gildi fjölmiðla um grannt vaxtarlag sem satt og gilt (Urgesi, 2015). Einnig hafa dómarrar, þjálfara og foreldrar áhrif. Dæmi um slík áhrif er saga fimleikastúlkunnar Christy Henrich. Um var að ræða mjög venjulega stúlkuna sem hafði mikinn metnað og hafði ferðast mikið með bandaríska landsliðinu í fimleikum. Í eitt skipti kemur dómari upp að henni og segir henni að hún þyrfti að grenna sig vilji hún ná árangri í fimleikum. Fimleikar voru henni allt og þessi orð festust í huga hennar. Í viðtali við þjálfara hennar segir hann að eftir þetta atvik þá fór hún að hafa miklar áhyggjur yfir því hvort að hún væri of þung, sem hún var ekki, en hún gat ómögulega gleymt orðum dómarrans. Á þessu móti náði hún mjög góðum árangri en að hennar mati ekki nógu góðum og varð það til þess að allt fór niður á við, hún borðaði stundum ekki svo dögum skipti og á endanum var hún komin með lystarstol og lotugræðgi. Hún náði sér aldrei á strik hvað sjúkdóminn varðar og lést 22 ára að aldri þá ekki nema 27,5 kíló. Dæmið um Christy Henrich má rekja til dómarrans og orða hans sem enduðu með dauða hennar (Dearmond, 1993).

Rannsóknir hafa sýnt fram á að fjölmiðlaumfjallanir sem miða að því að ná óraunhæfum markmiðum geta verið skaðlegar einstaklingum, sérstaklega konum og það hefur sýnt sig að þessi skaðlegu áhrif eru frekar regla en undantekning. Myndir í blöðum af mjög grönnum konum með silkimjúka húð hefur áhrif á sjálfsmynd kvenna, en tengls eru á milli þunglyndis og lægra sjálfsmat og konur sem skoða mikið og miða sig við fyrirsætur í blöðum. Einnig hefur verið sýnt fram á að myndbirtingar af þessum staðalímyndum í blöðum hafa mikil áhrif á það hvernig kvenmenn líta á sjálfan sig. Þetta hefur töluvert mikið verið rannsakað þar sem sýnt hefur verið fram á þau neikvæðu áhrif og tilfinningar sem herja á konur og brjótast fram þegar að þær eru hvað mest berskjaldaðar fyrir ofurgrönnum kvenfyrirmyndum (Urgesi, 2015).

Frekari rannsóknir ættu að beinast að áhrifum og möguleikum þess hvernig hægt væri að snúa við þeim neikvæðu áhrifum sem þessar staðalímyndir í fjölmiðlum hafa. Til dæmis gæti það haft jákvæð áhrif á sjálfsmynd að auka hlutdeild kvenfólks í eðlilegri þyngd í blöðum á



kostnað ofurgrannra fyrirsæta. Aðrar rannsóknir hafa bent á möguleikann á því að upplýsa ætti konur um hvernig konum er breytt með tölvutækni í fjölmiðlum til að líta betur út. Það er til að undirstrika að mannlíkaminn lítur vanalega ekki svona út og konur ættu því ekki að miða sig við slíkar birtingarmyndir til að ná fram fullkomnun eins og hún er sett fram í fjölmiðlum. Þó það hafa verið settar fram ýmsar hugmyndir um það hvernig stoppa megi svona samanburði fyrir konur, þá hefur lítið verið rannsakað hvernig þær aðgerðir hafa áhrif á sjálfsmynd kvenna. Undantekning frá því er þó rannsókn sem framkvæmd var af Fister og Smith (2004) á áhrif á sjálfsmynd kvenna, þar sem konur voru látnar skoða myndir af venjulegum konum. Niðurstöðurnar benda til sterkra tengsla á milli lotugræðgi (disordered eating) og væntinga til holdafars sem aftur á móti bendir til þess að konur hafa væntingar á milli þess að vera grannar og almennt lifa betra lífi sem slíkar.

Fister og Smith (2004) fundu tengsl á milli aukinnar hættu á lotugræðgi og lægri líkamsþyngdarstuðuls sem konur höfðu hug á að vera í. Hættan á lotugræðgi var töluvert lægri í hópi kvenna í miðlungsþyngd, sem horfðu á myndir af grönnum fyrirsætum, heldur en í hópi mjög grannra kvenna sem voru í mun meiri áhættu að þróa með sér lotugræðgi. Aftur á móti þegar þeim konum sem voru í áhættuhóp voru sýndar myndir af konum í miðlungsþyngd var það síður líklegt til að ýta undir löngun til þess að vera grönn heldur en þeim konum sem sýndar voru myndir af grönnum fyrirsætum. Sýnt hefur verið fram á að það þarf einungis eina mynd af venjulegri konu til að lækka væntingarstuðulinn um það að vera grannur leiði almennt til betra lífs. Sú staðreynd að þessi könnun hefur sýnt fram á svona jákvæðar niðurstöður bendir til þess að mikil þörf er á svona rannsókn. Rannsókn Fister og Smith (2004) beinir sjónum sínum að því að sýna myndir af konum í blöðum og sjá hvaða áhrif slík myndbirting hefur á sjálfsmynd, en þessi rannsókn reyndi einnig að skoða hvort tengsl væru á milli mismunandi líkamsþyngdarstuðuls þátttakenda og viðbragða þeirra við áður nefndum myndbirtingum.

Þar sem fegurðarstaðallinn virðist sífellt verða óljósari og lúmskari, hætti konum frekar til þess ómeðvitað að miða sig við þessa óraunhæfu staðla. Dæmi um slíkt var auglýsing í blaði fyrir sigarettukveikjara þar sem sýndi var mynd af grannri konu nota kveikjarann með fyrirsögninni “Express your lighter side“ sem myndi þýðast sem „sýndu á þér léttari hliðina.“ Skilaboðin undir niðri gætu verið þau að konur eiga að vera grannar og með notkun á þessari vöru þá gæti það verð mögulegt. Á hinn bóginn ef þessi merki um hvernig konur eiga að vera

verða augljósari í auglýsingum þá gæti það lækkað væntingar og útlitsstuðulinn hjá konum (Hass, Pawlow, Pettibone og Segrist, 2012).

2.2.6. Mikilvægi þess að sporna við útlitsdýrkun

Að þyngja sig og grennast virðist mjög ofarlega í huga fólks. Fólk hugar mikið að útliti og heilsu sinni, en það getur verið mjög misjafnt eftir fólki hvernig það skynjar sjálfan sig bæði andlega og líkamlega. Börn og ungmenni virðast mörg hver meðvituð um þær kröfur sem samfélagið hefur um líkamsstærð, bæði eigin líkamsstærð og annara og oft leggja þau mikið upp úr því að reyna að ná þeim markmiðum sem samfélagið setur. Í stað þess að leggja áherslu á hið “réttu” útlit og hina “réttu” þyngd þá væri hægt að efla heilbrigði þeirra og kenna þeim að lifa í sátt við sinn eðlilega líkamsvöxt. Með því geta þau orðið betri fyrirmyndir ásamt því að vera meðvitaðri um að vara börn við slíkum skilaboðum úr umhverfinu (Þórhildur Þorkeldsdóttir, 2013).

2.3. Áhrif fjölmiðla á staðalímyndir tengdar útlitsdýrkun

Fjölmiðlar eru stór partur af lífi einstaklinga og mótast skoðanir þeirra oft af umfjöllun fjölmiðla. Fjölmiðlar gegna stóru og mikilvægu hlutverki í okkar nútímasamfélagi, þar sem þeir miðla efni áfram til almennings sem getur myndað bæði jákvæð og neikvæð áhrif (Umboðsmaður barna, 2014).

Rannsókn sem framkvæmd var við Háskólann í Pennsylvaníu árið 2013 sýnir áhrif notkunar samfélagsmiðla á sjálfsmynd fólks. Skoðað var hvaða áhrif það hefði á fólk sem er mikið inni á fésbókinni og þá sérstaklega hvaða áhrif notkunin hefði á sjálfsmynd, sjálfsaðdáund og lífsánægju þátttakenda. Í ljósi þess að meirihluti nemenda notar fésbókina í sínu daglega lífi fannst rannsakendum mikilvægt að skoða tengsl á milli fésbókarinnar og líkamsmyndar nemenda (Rutledge, Gillmor og Gillen, 2013). Könnunin leiddi í ljós að þar sem að fésbókin er mjög sýnilegur samfélagsmiðill þá höfðar hann meira til þeirra sem hafa áhyggjur af útliti sínu því þar get einstaklingar stjórnað þeim myndum sem þeir birta af sjálfum sér. Einnig mátti líka sjá að þeir sem voru tilfinningalega tengdir fésbókinni voru frekar með lélegt sjálfsálit og höfðu áhyggjur af útliti sínu til samanburðar við þá sem voru vinamargir sem virtust vera með mun betra sjálfsálit. Í rannsókninni kom einnig í ljós að þeir einstaklingar sem eyddu minnstum tíma á fésbókinni voru þeir sem voru með lélegt sjálfsálit. Niðurstöður sýndu að því meiri tíma sem þeir myndu eyða þar inni því líklegri væri að útlitsáhyggjur

þeirra myndu aukast, þar sem þeir væru líklegri til að fara bera sig saman við myndir af vinum sínum, og þá sérstaklega þeim myndum sem eru aðlaðandi (Hargreaves og Tiggemann, 2004). Þeir einstaklingar sem áttu marga vini á fésbókinni voru með mun betra sjálfsálit og má rekja það til þess að þeir fá fleiri “like” á eigin myndbirtingar, en því fleiri vini sem einstaklingur á því meiri líkur eru á að fleiri líki við myndina. Samkvæmt þessu má segja að það auki sjálfsálit þeirra og þau verði jákvæðari þegar það varðar útliti þeirra (Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S., Westerman, D., og Tong, S. T., 2008).


2.3.1. Áhrif fjölmiðla á ungmenni

Ungmenni geta verið mjög móttækileg fyrir áhrifum umfjallana í fjölmiðlum. Vissar umfjallanir geta haft neikvæð áhrif þar sem ungmenni geta verið áhrifagjarnari en fullorðnir einstaklingar. Fjölmiðlar geta samt sem áður einnig haft jákvæð áhrif á ungmenni. Fjölmiðlar spila stóru hlutverki í að ýta undir að grannt vaxtarlag auki líkurnar á velgengni, en rannsóknir hafa sýnt fram á jákvætt samband á milli fjölmiðla og slæmrar líkamsmyndar sem getur haft slæm áhrif á ungmenni (Emler, 2001).

Talið er að neikvæð áhrif staðalímynda í fjölmiðlum ráðist af því hversu mikið ungmenni tileinka sér þau fegurðar- og holdafarsviðmið sem þar er að finna og geri að sínum eigin útlitsstaðli. Þeir sem tileinka sér slíkan útlitsstaðal verða svo gjarnan fyrir neikvæðum áhrifum vegna þess hve óraunhæft markmiðið er. Samkvæmt ríkjandi útlitsviðmiðum þá eiga drengir að vera grannir og vöðvasteltir. Til að mynda þá eru sjónvarpspersónur í yfirþyngd oft skotmark húmors og í fáum tilfellum eru þær metnar aðlaðandi. Fjölmiðlar hafa umtalsverð áhrif og er það eitthvað sem erfitt er að sporna við. Ekki er þó hægt að alhæfa það að fjölmiðlar hafi áhrif á líkamsmynd allra drengja. Drengir sem eru ánægðir með líkama sinn verða ekki endilega fyrir neikvæðum áhrifum frá fjölmiðlum (Þórhildur Þorkelsdóttir, 2013).

2.3.2. Netnotkun ungmenna

Flest öll ungmenni sem nota Internetið daglega nota það að miklu leyti til þess að eiga samskipti við aðra og er það helsta leið þeirra til að halda sambandi við vini og kunningja. Ungmenni í dag byrja sum hver mjög ung að nota tölvur, þau eru oft á tíðum mjög fljót að læra hvernig þær virka og tileinka sér fljótt notkun Internetsins og leitarvéla. Á netinu er hægt að finna sér margt til fróðleiks og skemmtunar, en börn gera sér ekki alltaf grein fyrir hvað óaskilegt efni er og er það í höndum forráðamanna að sjá til þess að þau komist ekki yfir þess konar efni (Umboðsmaður barna, 2014).



Ungmenni nota tölvu og netið í næstum öllum þáttum lífs síns og þar á meðal til samskipta, skemmtunnar og náms. Fleiri og fleiri ungmenni velja það að lifa í sýndarveruleika eða í veröld þar sem allt snýst um tölvur (Cenameri, 2012). Netið er alls ekki án vandamála sérstaklega þegar það er notað óhóflega og á óviðeigandi hátt sem getur leitt til þess að ungmenni missa stjórn á notkun Internetsins sem aftur á móti getur haft neikvæð áhrif á líf þeirra. Ofnotkun Internetsins lýsir sér þannig að ungmennið er sífellt á Internetinu og getur ekki sleppt því að fara á Internetið. Einnig sækjast þau mikið eftir samþykki og samskiptum í gegnum netið. Ofnotkun Internetsins byrjar oftast á unglingsárum og er það á því tímabili sem best er að byrja með forvarnir til þess að koma í veg fyrir net-fíkn (Smahel, Brown og Blinka, 2012).


2.4. Að vera unglingur

Unglingsárin eru tímabil sem hafa verið skilgreind sem ákveðið umbreytingaskeið þar sem börn þroskast yfir í það að verða fullorðin. Á unglingsárunum eru ungmenni ekki búin að fullkomna félagshæfni sína þar sem þeir eru í því ferli að læra að verða ábyrgir einstaklingar. Sá hluti heilans sem snýr að félagslífi og tilfinningum er að þroskast hraðar en sá hluti sem snýr að vitsmunafroska. Það útskýrir afhverju ungmenni byggja ákvarðanir sínar frekar á félagslegri viðurkenningu, eða út frá tilfinningum sínum fremur en þeirri áhættu sem getur orðið af ákvörðun þeirra (Gabriel, 2014).

2.4.1. Sjálfsmynd

Fólk fæðist ekki með fastmótaða sjálfsmynd heldur er hún fyrst og fremst lærd. Sjálfsmyndin þróast og þroskast yfir allt lífið. Góð sjálfsmynd er forsenda fyrir sjálfstrausti sem hefur áhrif á lífsgæði. Foreldrar og aðrir nákomnir fullorðnir leika stórt hlutverk í þróun sjálfsmyndar barna og eru þeim jafnframt áhrifamiklar fyrirmyndir (Dóra Guðrún Guðmundsdóttir 2006).

Sálfræðileg skilgreining á hugtakinu sjálfsmynd er tengsl einstaklingsins við hann sjálfan. Sjálfsmynd einstaklings er byggð á því hversu heilbrigð hann er, hversu opin hann er og hvernig hann sér sjálfan sig. Einnig hvernig einstaklingur aðgreina sig frá öðrum, veraldlega jafnt sem líkamlega. Því má segja að sjálfsmynd er persónuleg eign einstaklings sem þarf að viðhalda. Sjálfsmynd er bundin við fyrri lífsreynslu og hvað það er sem einstaklingur hefur upplifað auk áhrifum annara aðila á líf hans (Grogan, 2008).



Sumir einstaklingar hafa mjög jákvæða mynd af sjálfum sér og eru þar af leiðandi með sterka sjálfsmynd á meðan aðrir hafa mjög lélega sjálfsmynd og hafa þar af leiðandi mjög litla trú á sjálfum sér og eiga það til að brjóta sjálfan sig niður (Emler, 2001). Léleg sjálfsmynd er uppspretta af persónulegum og félagslegum erfiðleikum og þeirri sýn sem viðkomandi hefur á sjálfum sér. Ungmenni með lélega sjálfsmynd getur haft tilhneigingu til að leita sér að upplýsingum til að staðfesta lélega sjálfsmynd af sjálfum sér, sem getur leitt til þess að ungmennið byrjar að mistúlka það sem fólk segir og gerir til þess að viðhalda lélegri sjálfsmynd. Oft á tíðum á fólk með lélega sjálfsmynd erfitt með að mynda tengsl við aðra og tala við fólk augliti til auglits og nýtir það sér því frekar Internetið til að mynda sambönd. Þannig býr það sér til sinn fullkomna heim þar sem það getur stjórnað því hvernig annað fólk sér sig, en með þessu er það að reyna að auka sjálfsmynd sína. Fólk með lélega sjálfsmynd er í meiri hættu á að þjást af þunglyndi en fólk með sterka sjálfsmynd. Einnig eru meiri líkur á að fólk með lélega sjálfsmynd sjái ekki sjálfan sig í réttu ljósi sem leiðir oft til þess að það kýs að breyta sér á einhvern hátt. Sem dæmi einstaklingar sem telja sig þurfa greinast byrja jafnvel í megrun sem getur aftur á móti leitt til átröskunar. Einnig er þess dæmi að fólk með lélega sjálfsmynd myndi með sér félagsfælni (Fennell, 2005).

2.4.2. Líkamsvirðing

Ef hugtakið “líkamsvirðing” er skoðað þá vísar það til þess að við eigum að bera virðingu fyrir líkama okkar og fara vel með hann. Engin er með eins líkama og skiptir miklu máli að hugsa vel um líkama sinn, þykja vænt um hann eins og hann er og hugsa vel um hann alla ævi. Fólk er með mismunandi lit á hári, misjafna skóstærð og sama á við um líkamann. Hver og einn á einungis einn líkama, þess vegna skiptir svo miklu máli að hugsa vel um hann og læra að elska hann í því formi sem hann er. Sigrún Daníelsdóttir sálfræðingur framkvæmdi könnun á ungmennum í 9. og 10. bekk fyrir landlæknisembættið í apríl 2013, en samkvæmt rannsókn Sigrúnar eru 50% stúlkna og 14% drengja í megrun. Stúlkur eru gjarnari á að gagnrýna eigið útlit frekar en drengir, en fram kom í könnun Sigrúnar að þær meta sig meira óaðlaðandi en drengir (Sigrún Daníelsdóttir, 2007).

Árið 1992 var haldin hátíðlegur alþjóðlegi megrunarlausidagurinn (international no diet day) í Bretlandi sem er alþjóðlegur baráttudagur. Árið 2006 flutti Sigrún Daníelsdóttir Megrunarlausidaginn til Íslands og hefur síðan þá staðið fyrir ýmsum uppákomum í tengslum við hann, en meginmarkmið þessa dags er að berjast gegn fordómum um megrun,

holdafar og átröskunum. Með þessu er verið að sýna fólki að það er hægt að gera svo margt annað við líf sitt en að vera alla daga í eilífu stríði við mat og vigt (Líkamsvirðing, 2012).


En raunin er sú að það skiptir ekki máli hvernig holdarfar fólks er svo lengi sem það hugsar vel um líkama þinn, temur sér hollar lífsvenjur og þykir vænt um sig og aðra í kringum sig. Þannig er hægt að njóta lífsinns, skiptir þá einnig málið hvernig týpa manneskjan er, vill vera og hvernig henni tekst það upp sem hefur áhrif á það hvernig hún sér sjálfan sig (Bordo, 2003, bls. xxi; Hatfield, 1986, bls. 239-246).

2.5. Áhrif netmiðla

Áhrif netmiðla eru gríðarleg og getur verið varasamt fyrir ungmenni með lélegt sjálfsmat að taka mið af öllu því sem birtist bæði á fréttu- og samfélagsmiðlum. Skilaboð netmiðla um hvaða vaxtarlag er talið fallegast getur haft töluverð áhrif á ungmenni, og jafnvel mótað ákveðna staðalímynd sem getur valdið samfélagslegum þrýstingi á ungmenni, þ.e. að uppfylla þær útlitskröfur að halda sér í líkamlegu formi, vera fallegur og grannur. Rannsóknir hafa sýnt fram á jákvætt samband á milli umfjöllunar fjölmiðla og slæmrar líkamsmyndar (Harrison og Cantor, 1997). Talið er að neikvæð áhrif staðalímynda í fjölmiðlum ráðist af því hversu mikið ungmenni tileinka sér þau fegurðar og holdafars viðmið sem þar er að finna og gerir að sínum eigin útlitsstaðli. Þeir sem tileinka sér slíkan útlitsstaðal verða svo fyrir neikvæðum áhrifum vegna þess hve óraunhæft markmiðið er. Samkvæmt ríkjandi útlitsviðmiðum þá eiga drengir að vera grannir og vöðvastæltir. Fjölmiðlar hafa því miður gríðarleg áhrif og er það eitthvað sem að erfitt er að sporna við. Ekki er þó hægt að alhæfa að fjölmiðlar hafi áhrif á líkamsmynd allra ungmenna. Ungmenni sem eru ánægð með líkama sinn verða ekki endilega fyrir neikvæðum áhrifum frá fjölmiðlum (Holmqvist, á.d.). Fjölmiðlar spila stóru hlutverki í að ýta undir að grannt vaxtarlag auki líkurnar á velgengni. Stúlkur verða sífellt fyrir þeim áhrifum í fjölmiðlum að grannar konur séu staðalímyndin og getur það leitt til þess að þær meðtaki og samþykki þá ímynd sem fjölmiðlar sýna sem hið fullkomna útlit sem aftur á móti getur haft áhrif á þeirra eigin líkamsmynd (Þórhildur Þorkelsdóttir, 2013).

2.5.1. Umfjöllun um þyngd og útlit

Það eru þrjár ástæður sem valda því helst að nútímafjölmiðlar fjalla um og viðhalda líkamlegri óánægju og átröskun hjá lesendum sínum. Sú fyrsta er að fjölmiðlar eru í sífellu að senda frá sér greinar með þeim skilaboðum um útlit og gildi þess fyrir kynjun, heilsu, ánægju,



hamingju og siðferði. Í öðru lagi eru fjölmiðlar almennt og þá sérstaklega lífsstílsgreinar sem þeir birta mjög vinsælar meðal fólks og er það stór hluti af aðráttaraflí fjölmiðilsinns. Í þriðja lagi þá er erfitt að skilja hvers vegna útlitsáhyggjur, líkamleg óánægja, óhollt matarræði og þyngdarstjórnun hefur svona ríkjandi áhrif á fólk óháð aldri, þjóðfélagsstöðu, og menningu út frá áhrifum fjölmiðla. Það kemur varla á óvart að fjölmiðlar eru í sífellu að koma þeim skilaboðum til lesenda sinna um mikilvægi þess að líta vel út, en ýmsar vörur og þjónustur eru notaðar í greinum miðlana til þess að sýna lesendum hvernig þeir geta bætt útlit sitt. Oft á tíðum eru fréttamiðlar fullir af lífsstílsgreinum um t.d. aðráttarafl, hinum fullkomnu líkamsstærðum og gerðum, sjálfstjórn auk matar- og þyngdarstjórnun (Harrison og Cantor, 1997).

Við nánari skoðun á fréttamiðlum í dag kemur í ljós að sú mynd sem er sett fram af kvenmannslíkamanum er sú að grannar konur eru aðlaðandi, en að vera í yfirþyngd er afbrigðilegt og fráhrindandi. Í Bandaríkjunum eru um 50% kvenna í yfirþyngd til samanburðar við aðeins 13% kvenna sem starfa í sjónvarpi. Svipað hlutfall var hjá karlmönnum, en 60% karlmanna í Bandaríkjunum eru í yfirþyngd til samanburðar við aðeins 24% af körlum sem starfa í sjónvarpi. Fjölmiðlar leggja mikið upp úr því að sýna grannar og íturvaxnar konur, en með því eru þeir að sýna að það sé eftirsóknaveitt að vera með grannan líkama og að vera í yfirþyngd sé ekki eftirsóknaveitt. Með þessu eru fjölmiðlar að styðja þá menningu að það sé í lagi að hafa fordóma fyrir fólki sem uppfyllir ekki þetta staðlaða útliti sem fjölmiðlar sýna (Bryant og Oliver, 2009).

Þó að hugmyndir af kvenmanns- og karlmannslíkamanum séu að vera hávaxin/n og grannur og að konur séu með ýturvaxin barm, þá er sýn fólks á karlmannslíkamanum sú að karlmaðurinn á ekki einungis að vera grannur og hávaxin heldur á hann einnig að vera vöðvastæltur. Síðan 1980 hafa tímarit í auknum mæli lagt upp úr því að hafa fáklædda vöðvastæltar karlmenn í auglýsingum og greinum. Má segja að drengir verða fyrir áhrifum þess allt frá unga aldri, dót sem markaðsett er fyrir drengi eru vöðvastæltar ofurhetjur. Í þessu samhengi má nefna breytinguna sem hefur orðið á Klóa sem er teiknimyndafígúra á kókurmjólkurfernum frá Mjólkursamsölunni. Klói var í upphafi bara venjulegur köttur en var breytt í vöðvastæltan kött, bæði á fernunum og í auglýsingum og er þetta eitthvað sem að börn og ungmenni taka eftir (Kjartan A. Kjartansson, 2014). Þegar t.d. drengir eldast er þetta sama staðalútlit markaðssett fyrir þeim í tölvuleikjum þar sem að aðalpersónan í tölvuleiknum er jafnvel vöðvastæltur karlmaður. Eftir því sem þeir eldast þá færast þetta yfir í kvikmyndir


og fjölmiðla og má því segja að drengir verða fyrir áhrifum allt sitt líf (Bryant og Oliver, 2009).

2.6. Markaðssetning á netinu

Netið er sá miðill sem hefur náð hröðustu útbreiðslu en það var einungis 7 ár að ná til 25% bandarísku þjóðarinnar á meðan t.d. farsíminn var 13 ár að ná sömu útbreiðslu. Í byrjun árs 2015 voru um 97% Íslendinga sem töldust til netnotenda sem gerir Ísland eina af netvæddustu þjóðum heimsins. Netið hefur í huga flestra verið vettvangur unga fólksins en nær allir undir 44 ára eru á netinu. Það er ekki aðeins sífellt stærri hluti þjóðarinnar sem er á netinu heldur er notkunin farinn að lengjast samkvæmt tölum Hagstofunnar. Árið 2009 fóru 89% íslenskra notenda daglega á netið (ABS fjölmiðlahús, 2009). Hefur það aukist til muna en árið 2014 voru reglulegir netnotendur orðnir 98,2% á aldrinum 16-74 ára. Þeir sem tengjast netinu allavega einu sinni í vikur eru þeir sem teljast til reglulegra netnotenda (Hagstofa Íslands, 2015).

Mbl.is er með mikla heimsókn á vefsíðum sínum, næstum 90% af þeim sem vafra um netið fara á mbl.is a.m.k einu sinni í viku til að lesa hvað er að gerast í innlendum og erlendum fréttum. Blogg er vettvangur sem fólk nýtir sér mjög mikið til að koma skoðunum sínum á framfæri. Árið 2009 voru 22% þjóðarinnar sem nýttu sér þennan vettvang. Það lesa í kringum 80% af þjóðinni blogg í einni eða annari mynd. Blogg og önnur skrif á netinu geta haft og hafa mikil áhrif á fólk og myndar það sér oft mikla skoðun út frá efni sem er birt á netinu og jafnvel tileinkar sér þau ráð sem þau lesa þar. Í könnun sem gerð var af Global Online Consumer Survey kom í ljós að 90% af notendum treysta og trúa ráðum sem það les frá ókunnugu fólki af netinu og yfir 70% treysta ráðum sem koma frá fyrirtækjum. Úrtakið í þessari könnun var 25.000 manns frá yfir 50 löndum. Á þessu sést að það sem fólk setur inn á hina ýmsu miðla á netinu hefur mikil áhrif á fólk og eru margir sem nýta sér ráðin í blindni. Á þeim tíma sem við lifum núna finnst varla sá einstaklingur sem ekki hefur aðgang að Interneti og samfélagsmiðlum sem auðveldar fólk að hafa skoðun á hinum ýmsu hlutum, fyrirtækjum og þjónustu (The Nielsen Company, 2009).

Það sem er að gerast með tilkomu Internetsins er að fólk getur deilt upplýsingum út í heim á mjög fljótan hátt, og nánast hvar og hvenær sem er. Kosturinn við þetta er að fyrirtæki geta nýtt sér þessa þróun, markaðir hafa breyst og fólk tekur þátt í samræðum um vörur og fyriræki sem hefur bæði sína kosti og galla, þ.e. fólk getur bætið hrósað vörum eða fyrirtækjum en



einnig lastað á einfaldann hátt. Í dag leitar fólk uppi upplýsingar um vörur og þjónustu á netinu og geri sína eigin rannsóknarvinnu. Eins leitar það ráða hjá fólki sem það þekkir og treystir til að fá álit og skoðun áður en það ákveður að eiga í viðskiptum við fyrirtæki eins og þekktist áður fyrr. Notkun samfélagsmiðla á Íslandi er töluvert útbreidd, en heildarfjöldi íslenskra netnotenda sem nýtti sér samfélagsmiðla árið 2009 var um 76%. Til samanburðar voru notendur samfélagsmiðla í aldurshópnum 40 ára og yngri yfir 90%. Manneskjur í eðli sínu eru mjög miklar félagsverur, vilja upplifa sig í einhverri heild, hluta af stærri mynd og vilja að það sé hlustað á þeirra skoðun. Velflestir einstaklingar hafa mikla samskiptaþörf sem kemur glöggt fram í notkun samfélagsmiðla. Hins vegar hefur það orðið til þess að hefðbundnu prentmiðlarnir eins og dagblöð hafa ekki eins mikið vægi og áður. Þegar einstaklingar lásu einungis fréttir í dagblöðum og gátu því einungis komið sinni skoðun á famfæri í prentuðu formi eða augliti til auglitis í persónulegum samskiptum við fólk t.d. við eldhúsborðið heima eða kaffistofunni í vinnunni. Með tilkomu netsins og samfélagsmiðla getur fólk í dag t.d. sagt skoðun sína á fréttum dagsins og tjáðs sig frjállega um innihaldið á netinu (Guðmundur A. Guðmundsson, 2009).

Fyrirtæki nýta sér samfélagsmiðla í meiri mæli og mörg hver sem tileinka sér markaðsetningu á samfélagsmiðlum, en mörgum fyrirtækjum finnst það lykilatriði að fara á samfélagsmiðlana því þar er hægt að ná til margra á stuttum tíma og með minni tilkostnaði en áður þekktist. Helsti ókosturinn fyrir fyrirtækin er sá að það er létt að hafa samskipti við fyrirtæki á opnum vef og því létt að segja sína skoðun á vörum fyrirtækisins eða fyrirtækinu sjálfu og þá gildir það jafnt yfir góð og slæm skilaboð (Hoffman og Fodor, 2010).

3. Greining gagna

Skoðaðar voru lífsstílsgreinar á netinu yfir sex mánaða tímabil frá júní 2015 út nóvember 2015 og þær greindar til að sjá hvaða skilaboð leyndust í þeim. Eftirtaldir vefmiðlar voru skoðaðir: *visir.is*, *mbl.is*, *pressan.is*, *dv.is* og *hun.is*. Við leit af lífstílgreinum á netinu má segja að *mbl.is* eða nánar tiltekið *Smartland* hafi verið með yfirburði hvað varðar fjölda greina.

3.1. Fjölmiðlar

Hér að neðan verður farið stuttlega yfir hvern og einn vefmiðil sem skoðaður var við greiningu gagna.

Margt gefur til kynna að *Smartland* sé einn umdeildasti miðill Íslands, ekki síst eftir að miðillinn birti umdeilda frétt þar sem ung stelpa var sökuð um að hafa nýtt sér myndvinnsluforrit til að laga og breyta mynd af sér sem hún birti síðan á samfélagsmiðlinum Instagram. Eftir þessa birtingu var fólki bent á viðbót í google chrome sem gerir fólki kleift að sniðganga *Smartland* og heitir viðbótin *Ósmartland*. Það sem viðbótin gerir er að hún fjarlægir alla tengla sem viðkemur *Smartlandi* og allt sem vísar í vefsvæðið (Klara Egilsdóttir, 2014). Hvor tveggja *dv.is* og *visir.is* bjóða upp á athugasemdarkerfi þar sem hægt er að skrifa athugasemd við greinar sem þar eru birtar. Eins bjóða allir vefmiðlarnir að hægt sé deila fréttum á helstu samfélagsmiðla, en mikið er um að fólk skrifi athugasemdir við fréttir og greinar og deili þeim síðan áfram með vinum og vandamönnum.

3.1.1. Mbl

Morgunblaðið hefur verið starfrækt frá 2. nóvember 1913, en þá var fyrsta blað þeirra gefið út af þeim Vilhjálmi Finsen og Ólafi Björnssyni. Félagið *Árvakur* festi kaup á blaðinu árið 1919 og er það enn í þeirra eigu. Morgunblaðið er prentað og borið út til áskrifenda einnig er hægt að fá það í lausasölu. Í byrjun árs 1994 hóf Morgunblaðið samvinnu við streng og í sameiningu var stofnað *mbl.is* og voru þar fréttir aðgengilegar á netinu fyrst allra fréttamiðla. Netsíðan er opin öllum ásamt aðgangi að gagnasafni sem nær mörg ár aftur í tímann (*Árvakur*, 1919).

Smartland er undirsíða á *mbl.is*, en þar er mikið fjallað um stjórnurnar í Hollywood, þ.e. líf þeirra og starf. Oft virðist áherslan vera frekar á hvað þeim misferst eða telst neikvætt heldur

en það sem telst jákvætt og vel heppnað. Ekki virðist skipta máli hvar stjórnurnar eru eða hvort þær séu á áhugaverðum stöðum eða að gera góða hluti heldur er oft frekar einblínt á útlit þeirra, t.d. hvernig rétt förðun getur breytt útliti manneskju sem dæmi. Einnig er mikið um greinar sem gefa ýmis ráð og ábendingar um útlit, t.d. hvernig sé hægt að fá hvítari tennur, breyta útliti með förðun, t.d. til að láta augun sýnast stærri og hvernig hægt sé að passa upp á og halda í unglegt útlit svo dæmi séu tekin. Oft á tíðum eru ráðin og ábendingarnar sem fram koma í greinum á tilgreindum vef ekki alltaf heilsusamlegar. Sem dæmi má nefna grein um heimagert tannhvíttunarefni sem þykir varhugavert þar sem slíkt efni gæti skaðað glerjung tanna. Að sama skapi má nefna ýmsar greinar sem fjalla um lýtaaðgerðir og hvernig einstaklingar hafa látið breyta sér með slíkum aðgerðum til að standast ákveðnar útlitskröfur,


Hins vegar eru ekki einungis neikvæðar greinar sem birtast á Smartland. Þar er einnig að finna greinar um heilsusamlegt mataræði, hreyfingu og líferni (Smartland, á.á.).

3.1.2. Vísir

Fréttablaðið sem er í eigu 365 miðla hóf útgáfi sína árið 2001 og hefur ávallt verið rekið sem fríblað sem aflar tekna með sölu auglýsinga. Blaðið er prentað í 90.000 eintökum og dreift um höfuðborgarsvæðið og á Akureyri. Fréttablaðið rekur netmiðilinn visir.is en þar er hægt að nálgast rafræna útgáfu af blaðinu. Á visir.is er sér undirsíða fyrir lífsstílsgreinar sem heitir *lífið á vísi*, en þar er að finna hinar ýmsu lífsstílsgreinar. Umtalsvert virðist vera lagt upp úr því að koma með fréttir af frægum stjörnum eins og nefnt var hér að ofan. Á hverju ári eru haldnir hinu ýmsu viðburðir á vegum stjarnanna hvort sem það er á Íslandi eða erlendis og keppast fjölmiðlar við að birta fréttir af því, og oftast en ekki fjalla þessar fréttir um klæðaburð stjarnanna. Sem dæmi má nefna fyrirsögn eins og „*verst klæddustu stjórnurnar*“ þar sem farið er yfir hverjir standa á bak við hönnun fatnaðarins o.s.frv. („*Emmy 2015*“, 2015).

3.1.3. Pressan

Pressan hóf göngu sína 28. febrúar 2009 og er eingöngu vefmiðill, útgefandi Pressunnar er Vefpressan ehf (Pressan, 2009). Pressan er með undirsíðu sem heitir [Bleikt.is](http://bleikt.is), en sú síða birtir aðsendar greinar fyrir lesendur sína en skrifar og birtir einnig sínar eigin greinar. Aðsendu greinarnar virðast oft koma frá einstaklingum sem vilja setja ákveðið fordæmi fyrir aðra með reynslusögum hvort sem það er til þess að vara fólk við eða hvetja áfram. Fjalla þær greinar yfirleitt um einhverskonar reynslu fólks sem er annað hvort slæm eða góð, eða hvort tveggja. Með því markmiði að sýna fram á að reynsla þessara einstaklinga gæti líka orðið reynsla



lesenda þessara greina. Sem dæmi má nefna einstaklinga með fötlun sem sent hafa inn greinar með reynslusögum jafnvel um aðstæður eða afrek þar sem þeim hefur tekist að gera hluti eins og annað heilbrigt fólk. Þá eru skilboðin þau að sýna fram á að fötlun á ekki að stoppa neinn. Einnig þýðir ritstjórn bleikt.is erlendar greinar sem svipa til aðsendu greinanna. Dæmi um vinsælt viðfangsefni slíkra greina fjalla til að mynda um fegrunaraðgerðir, og oft á tíðum aðgerir sem hafa misheppnast þar sem einstaklingar vildu annað hvort líkjast einhverjum frægum eða ekki (Bleikt.is, 2010).

3.1.4. Hún.is

Hún.is er rekin af Móa sem er fréttar og afþreyingarmiðill. Mói hóf göngu sína í október 2014. Hún.is svipar til síðunnar bleikt.is á þann hátt að hún tekur einnig aðsendar greinar til birtingar. Mestmegnis er að finna fréttir um fræga fólkið í Hollywood. Meðal þeirra viðfangsefna sem finna má í þessum greinum er til að mynda hvernig fræga fólkið klæðir sig, hvort að óléttubumba á frægum einstaklingi sé sjáanleg og hvor það hafi haft tíma fyrir klippingu o.s.frv. Einnig eru þar birtir alls kyns listar um hvernig einstaklingur á að gera hluti eða ekki gera hluti eða hvað einstaklingar eigi að segja við tiltekna aðstæður eða ekki segja (Mói, 2014).

Listarnir eru oft settir fram í kaldhæðni, en á rituðu máli getur verið erfitt að koma því á framfæri. Sérstaklega þegar lesendur eru ungir og listarnir eru um hluti eða aðstæður sem þeir eru ekki búnir að prófa eða upplifa. Það getur því reynst þeim erfitt að sjá hvað er rangt við tiltekna lista (Mói, 2014).

3.1.5. DV

DV var stofnað árið 1910 og er því elsta dagblað Íslands og var það upphaflega gefið út sem fréttar og auglýsingablað. DV var gefið út sem síðdegisblað og kom það til að byrja með einungis út í Reykjavík. Í dag rekur DV vefmiðil sem er tengdur blaðinu sjálfu (DV, 2015). Inn á síðunni dv.is er sér undirsíða fyrir lífsstílsgreinar og ber sú síða heitið Lífsstíll. Þar er að finna margar greinar um reynslur einstaklinga, og sem dæmi má nefna greinar sem fjalla t.d. um einstaklinga sem hafa barist við fíkn eða einstaklinga sem tilbúnir eru að leggja ýmislegt á sig til þess að reyna að líkjast fræga fólkinu í Hollywood. Í tilteknum greinum er t.d. farið yfir hvaða afleiðingar geta orðið í hverju tilviki fyrir sig. Einnig eru að finna ýmsar greinar um mistök sem einstaklingar hafa gert á samskiptamiðlum ásamt umfjöllun um frægt fólk (DV ehf., 2015).

3.2. Niðurstöður

Lífstílgreinar voru þemagreindar sem fór þannig fram að lesið var ítarlega yfir greinarnar og viðtölin til að reyna greina ákveðin þemu eða mynstur sem koma fyrir í textanum. Í neðangreindum köflum verður farið yfir þá þema sem stóðu upp úr við skoðun á lífstílgreinum á ofangreindum vefmiðlum

3.2.1. Líkamsraskanir

Fyrsta þemað sem fjallað verður um í þessari greiningu er *líkamsröskun*, en það er röskun sem virðist vera færast í aukanna og taka á sig ýmsar birtingarmyndir. Líkamsrækt er oftast talin heilsusamleg fyrir líkama og sál. Margsinnis hefur verið sýnt fram á að stunda heilsusamlega líkamsrækt og það að vera í góðu líkamlegu ástandi hefur jákvæð og góð áhrif á sálarlífið. Hins vegar getur líkamsrækt eins og margt annað farið út í öfgar. Ein birtingarmynd þess þegar líkamsrækt fer út í öfgar er vöðvafíkn. Þegar einstaklingur er haldin vöðvafíkn þá er talið að líkamsræktin hætti að vera heilsusamleg og geti þá jafnvel haft öfug eða slæm áhrif á heilsuna. Einnig er talið að líklegra sé að lyfjanotkun eins og t.d. sterar geti fylgt vöðvafíkn. Skoðaðar voru þrjár greinar sem fjalla um einstaklinga sem hafa glímt við vöðvafíkn.

Fyrsta greinin í tilgreindum þema fjallar um ungan mann að nafni Olly Loyne sem haldinn var vöðvafíkn. Sagt er frá því hvernig hann hafði auk þess að lyft lóðum, neytt stera í miklu magni. Í kjölfarið fékk Olly tvívegis hjartaáfall en slapp naumlega, en dó að lokum af völdum þriðja hjartaáfallsins aðeins tvítugur að aldri. Greinin fjallar í raun um það hvernig vöðvafíkn getur yfirtekið líf einstaklinga og dregið það til dauða. Tilgreint er í greininni að vöðvafíkn geti verið hættulegt ástand, þar sem þunglyndi og sjálfsvígshugsanir geta fylgt ásamt ýmsum tilfinningalegum truflunum sem geta haft alvarlegar afleiðingar í för með sér. Þegar litið var á líf Olly er talið að lélegt sjálfsálit hans hafi verið megin ástæða þess að vöðvafíknin heltók líf hans (Einar Þ. Sigurðsson, 2015).

Sömu skilboðin voru að finna í annarri grein í ofangreindu þema, en þar segir frá manni sem slapp betur en Olly sem fjallað var um hér að ofan. Greinin fjallar um Adam Trie, mikinn áhugamann um vaxtarækt. Að sama skapi komu sterar við sögu, til þess eins að auka við vöðvamassa og flýta fyrir ferlinu að stækka. Vöðvafíknin leiddi til þess að sama hversu mikið Adam lyfti lóðum þá fannst honum vöðvarnir ekki vera orðnir nógu stórir, en markmiðið var að auka enn frekar á vöðvamassann. Reynslusaga þessa manns endar betur en á horfðist en það var ekki fyrr en hann var búinn að missa allt frá sér, fjölskyldu, vini og húsið að hann tók

sig til. Eftir að sjálfsvígstilraun hans tókst ekki er hann á betri leið í lífinu með hjálp lækna og sálfræðinga (Einar Þ. Sigurðsson, 2015).

Þriðja greinin segir aftur á móti frá konu að nafni Lorna Biggam líkamsræktarfikli sem lyfti lóðum að minnsta kosti sex klukkutíma á viku. Greinin fjallar um það hvernig hún byrjaði að lyfta lóðum eftir að hafa slasast á hné og í kjölfarið þróaði með sér vöðvafíkn. „Í vaxtarrækt er markmiðið alltaf að verða stærri eftir hverja keppni. Mér finnst ég aldrei nógu stór þannig að ég er alltaf í keppni við sjálfa mig,“ var haft eftir Lornu. Til að mynda tók hún 100 kíló í bakpressu, gengin nærri níu mánuði með yngsa barnið sitt, þrátt fyrir að bæði læknar og ljósmæður hafi ráðlagt henni frá því vegna kviðslits. En fremur er haft eftir Lornu í greininni: „Ég þekki líkama minn betur en allir aðrir þannig að ég hélt áfram eins og ekkert hefði í skorist“. Fram kemur að bæði Lorna og maður hennar stunda lyftingar saman, einnig vinnur hún sem slökkviliðsmaður. Skilaboð Lornu í greininni voru á þá leið konur geta jafnt og karlar stundað líkamsrækt, en fremur skorar hún á þá sem telja líkamsrækt eingöngu vera fyrir karlmenn að mæta með henni í ræktina.

Vöðvafíkn og átröskun eru ekki ósvipaðir sjúkdómar en annar gengur út á það að þróa með sér umtalsverðan vöðvamassa á meðan að hinn gengur út á það að vera eins grannur og hægt er. Talið er að margir séu með einkenni vöðvafíknar en erfitt að segja til um það þar sem þetta hugtak er frekar nýtt af nálinni. Staðalímyndir spila stóru hlutverki þegar kemur að þessum vanda þar sem þýstingurinn á karlmenn að vera vöðvastæltir og í sem bestu formi fer vaxandi á meðan að þrýstingurinn á konur er meira að þær eigi að vera sem grennstar (Einar Þ. Sigurðsson, 2015).

3.2.2. Átröskun

Átröskun er yfirheiti yfir átraskanirnar lotugræðgi (bulimia), lystarstol (anorexia) og átröskun ekki nánar skilgreynd (eating disorder not otherwise specified). Reynslan hefur sýnt að þessir sjúkdómar geta leitt einstaklinga til dauða, þar sem að einstaklingar fá ekki næga næringu. Nýlega birtist grein sem fjallar um hina átján ára gömlu Amina Clayon, breskan múslima sem er á batavegi eftir að hafa barist við alvarlega lotugræðgi og lystarstol. Í greininni kemur fram að ramadan trúarhátíð múslima sé erfiðust því þá snúist allt um mat, en að sögn Aminu er “Fastan á daginn [...] auðveldi hlutinn. Þegar fjölskyldan safnast saman og borðar eftir átján tíma föstu þá verður þetta erfitt.“ Ramadan varir í heilan mánuði og er þá fastað frá sólarupprás til sólarlags. Bendir Amina á í greininni að múslimar þurfi ekki að fasta séu þeir


ekki með heilsu til þess. Sagt er frá því að viðmælandinn hafi einungis verið 16 ára gömul þegar hún greindist með átröskun sem lýsti sér þannig að hún borðaði lítið sem ekkert og notaði megnið af tíma sínum í líkamsrækt. Í kjölfarið tók hún þá ákvörðun að sleppa föstu eitt árið sem virtist vera henni erfið ákvörðun. Viðmælandinn tók það fram að erfitt sé að falla ekki í sama farið og því geta tilfinningar spilað með hana þegar hún byrjar að borða eftir föstuna, en hún þurfti að hafa sig alla við að freistast ekki til þess að kasta upp („Með átröskun“, 2015).

Að sama skapi birtist önnur grein sem fjallar um átröskun, en þar segir frá hinni 19 ára gömlu Beth sem hefur barist fyrir lífi sínu eftir að hafa greinst með lystarstol aðeins 16 ára gömul. Fram kemur að þegar sjúkdómurinn lék hana sem verst borðaði hún einungis eitt epli á dag sem hún aftur á móti reyndi að losa sig við með því að kasta upp um leið og hún hafði lokið við að borða það. Greinin gefur til kynna að stúlkan hafi verið heltekin af því að megra sig og telja allan mat ofan í sig auk þess að eyða mörgum klukkutímum á dag á hlaupabretti til þess að brenna því sem hún lét ofan í sig, “það var engin sérstök ástæða fyrir þessu bara allt í einu varð ég svona meðvituð um hvað ég borðaði og hugsaði ekki um annað en að verða grennri” sagði Beth. Sagt er frá því að í lokin hafi Beth verið orðin svo veikburða að hún þurfti að fá heimakennslu þar sem að hún gat ekki stundað skólann lengur.

Ég var með anorexíu og búlimíu á háu stigi og mig langar að láta aðrar stelpur sem eru megrunarsjúkar vita að það er hægt að sigrast á þessum sjúkdómi og ná aftur fyrri heilsu. Manni líður svo miklu betur ef maður bara horfist í augu við þessa sjúklegu megrunaráráttu sem var næstum því búin að drepa mig. Maður læknast ekki á einni nóttu en umfram allt ekki gefast upp og leitið ykkur hjálpar („Borðaði eitt“, 2015).

Í greininni hvetur hún ungar stúlkur til þess að leita sér hjálpar og að horfast í augu við sjúkdóminn sem gerir það að verkum að einstaklingum líður mun betur og þ.a.l. betur til þess fallinn að sigrast á sjúkdómnum, en einnig kemur fram að Beth hafi í dag sigrast á sjúkdómnum („Borðaði eitt“, 2015).

Ýmis ráð eru notuð til að grennast eins og glöggst má sjá í eftirfarandi grein. Segir greinin frá nýjasta megrunaræðið sé talið vera *Frusting*. Meðferðin kallast lághitameðferð og felst í því að viðskiptavinir fara inn í frystiklefa þrjár mínútur þar sem ísköldu lofti -180 til -120 gráður á celsius er dælt inn. Í greininni er fullyrt að meðferðin sé talin auka brennslu, liðka vöðva, minnka appelsínuhúð og fletja út maga auk þess að í hverri meðferð brenni viðskiptavinur



um 800 kaloríum. Að sögn viðskiptavina upplifa þeir sig frískari bæði í líðan og skapi eftir slíka meðferð. Þó að þessi tiltekna meðferð sé ný af nálinni þá hefur því áður verið haldi fram að að frysting geti jafnvel hjálpað til við ýmislegt eins og bólgur á augum og líkama og til þess að lina sársauka (Nanna E. Jakobsdóttir, 2015).

Það sem þessar greinar eiga sameiginlegt er að þær fjalla allar um einhverja tegund af átröskun og hversu slæmur sjúkdómurinn er talin vera. Átröskunarsjúkdómur leggst á bæði drengi og stúlkur og getur reynst erfið vinna að losna við sjúkdómin og þeirri áráttuhegðun sem tengist honum. Er talið að útlitsdýrkun spili stóran þátt í því að átröskun leggist á ungmenni (Wetherell og Edley, 2014).

3.6.2 Lýtaaðgerðir eða fegrunaraðgerðir

Fimm greinar voru skoðaðar til að rýna í þau skilaboð sem liggja að baki þessara greina og sjá hvað lýta- og fegrunaraðgerðir fela í sér. Eins er farið yfir það hversu langt einstaklingar eru viljugir til að ganga til að líta vel út og það sem því fylgir.

Gott dæmi um þarfa lýtaaðgerð birtist í grein um slökkviliðsmann sem lenti í því fá brennandi þakplötur ofan á sig og brenndist alvarlega í andliti. Sagt er frá því að Slökkviliðsmaðurinn hafi gengist undir aðgerð þar sem framkvæmd var andlitsígræðsla. Notuðu lækarnir húð af heiladauðum manni til að græða á andlit slökkviliðsmannsins (Ágúst B. Sverrisson, 2015).


Fjallað er um 25 ára sænska kona að nafni Pixee Foxx í grein sem birt var á bleikt.is. Þar kemur fram að konan hefði farið í 15 lýtaaðgerðir, en að hennar sögn segist hún ekki búin að ná því markmiði sem hún ætlar sér. Samkvæmt greininni er markmið hennar að líkjast fyrirmyndum sínum, en þær eru teiknimyndapersónurnar Þynirós, Holli Would úr Cool World og Jessica Rabbi úr Who Framed Roger Rabbit. Telur hún þær sýna “kvenlíkamann í sinni fullkomnu mynd”. Þær bera allar sams konar vöxt þar sem rassinn og brjóstin eru stór en mittið er lítið. Sagt er frá því að læknar hafa ráðlagt henni að bíða lengur milli aðgerða en hún hefur ekki farið eftir því ráði. Fram kemur að aðgerðirnar fjármagnar hún með hjálp frá almenningi á síðu sem ber heitið GoFundMe. Þar kemur fram að: “Það er kostnaðarsamt að vera plastdúkk”. Enn fremur kemur fram að kostnaður aðgerðanna hingað til sé um 16 milljónir króna. Að lokum er greint frá afleiðingum aðgerðanna sem eru t.d. þær að hún getur einungis borðað ávexti, grænmeti og hnetur, að sama skapi tekur hún fram að erfitt geti verið fyrir hana að liggja („Lét fjarlægja“, 2015).

Jafnframt birtist önnur grein á bleikt.is sem fjallar um mæðgur sem hafa það að markmiði að líkjast módeli að nafni Katie Price. Georgia Clark og dóttir hennar Kayla Morris hafa farið í fjölmargar lýtaaðgerðir og hafa þær kostað yfir 11 milljónir króna. Kayla er sú sem fjármagnar aðgerðirnar fyrir þær báðar. Það gerir hún með því að vinna á strippstað og fá stuðning frá vini sínum. Georgia móðir Kaylu segist sátt með hvernig hún fjármagnar aðgerðirnar og er stolt af henni að hún vilji gangast undir lýtaaðgerðir (Stefán Á. Pálsson, 2015). Einnig er grein um franskt par sem vilja líkjast dúkkunum Ken og Barbí. Anastasia Reskoss og Quentin Dehar eru búin að eyða um 40 milljónum króna í yfir 15 lýtaaðgerðir. Þau eru búin að fara í allar aðgerðirnar saman. Þau eiga hvort um sig töluvert af dúkkum og var það hrifning þeirra á dúkkunum sem dró þau saman. Það er Quentin sem fjármagnar lýtaaðgerðirnar en hann á tvær farsímaverslanir („Franskt par“, 2015). Aftur á móti þá lýsir sjónvarpsstjarnan Reid Ewing sinni upplifun af lýtaraðgerðum. Hann fór einungis í tvær aðgerðir en er ekki sáttur við sjálfan sig að hafa farið í lýtaaðgerðir yfir höfuð. Reid segir sig hafa verið viðkvæman með útlit sitt í langan tíma en hann skoðaði stundum myndir af sér einungis til að finna hvað væri að honum útlitslega. Í kjölfarið af aðgerðunum einangraði hann sig frá öllum. Reid er búinn að láta taka fyllingarnar sem hann fékk í aðgerðunum. Hann leggur áherslu á að athugað sé andlegt ástand þeirra sem vilja fara í lýtaaðgerð. Þar sem hann segist vera með líkamslýtaröskun telur hann sig þurfti á sálfræðihjálpi frekar en lýtaaðgerðum („Sér eftir“, 2015).

Mikið er fjallað um lýtaaðgerðir á vefmiðlum og þá sérstaklega um lýtaaðgerðir frægra einstaklinga, hafa verið gerðir hinir ýmsu þættir um þær og hefur það áhrif á einstaklinga. Upphaflega voru lýtaaðgerðir hugsaðar fyrir einstaklinga sem höfðu lent í slysi eða hefðu einhvers konar lýti sem þyrfti að laga. Í dag virðast meira fara fyrir því að lýtalækna framkvæmi fegrunaraðgerðir en lýtaaðgerðir. Fegrunaraðgerðir hafa aukist mikið síðustu ár og dæmi um að einstaklingar fari jafnvel í fleiri en eina lýtaaðgerð til að breyta útliti sínu.

3.2.3. Áhrif stjarnana

Útlit stjarnanna í Hollywood virðist hafa töluvert áhrif á þá útlitsstaðla sem þykja ríkjandi á hverjum tíma og ómeðvitað leggja þær jafnvel línurnar fyrir því sem talið er eftirsóknarvert. Þetta virðist geta haft neikvæð áhrif á suma einstaklinga, sérstaklega þá sem eru í áhættuhópi hvað útlitsdýrkun varðar, en dæmi er um að slíkir einstaklingar hafi gengið ansi langt til að líkjast uppáhalds Hollywood stjörnunni sinni t.d. með lýtaaðgerð. Nokkur dæmi eru um að einstaklingar hafa farið illa út úr slíkum aðgerðum. Einnig er dæmi þess að einstaklingar hafi



látið lífið eftir tilraunir sínar til að líkjast stjórnunum, það er þó ekki algengt. Oft á tíðum gera þessir einstaklingar sér ekki grein fyrir hættunum sem fylgja því að gangast undir slíkar lýtaaðgerðir og sér í lagi þeir sem vilja láta breyta útliti sínu algjörlega.

Fjölmiðlar og glanstímaritin virðast svo frekar ýta undir þessa þróun á útlitsdýrkun heldur en hitt með notkun sinni á tölvuforritum eins og Photoshop. Það er velþekkt að þessir miðlar birta oft en ekki myndir af frægu fólki og fyrirsætum þar sem raunverulegt útlit þeirra hefur verið breytt töluvert með hjálp Photoshop til þess eins að láta það líta betur út en í raunveruleikanum. Dæmi eru að slíkar breytingar hafi farið út í öfgar og fyrirsætum breytt það mikið að þær þekktist varla. Þetta getur haft mun verri áhrif á ungmenni en þeir virðast gera sér grein fyrir. Það að fjölmiðlar séu að ýta undir þessa þætti með lífsstílseinum sínum er ekki af hinu góða og er það eitthvað sem mætti endurskoða vel af hálfu fréttamiðlanna.

Dæmi er um að tveir ungir menn hafa látið lífið eftir að þeir reyndu að líkjast tilteknum stjórnnum. Annar drengurinn vildi líkjast Dwayne Johnson sem er þekktur undir nafninu “The Rock”. Dwayne Johnson er stór og vöðvamikill maður, en til að líkjast honum tók drengurinn stera með lyftingum til að flýta fyrir þeim árangri sem hann sóttist eftir. Steranotkunin sem leiddi til dauða hans olli því að ósæð rifnaði við hjarta hans sem var illa farin eftir steranotkun og ofþjálfun. Í seinna tilvikinu var um að ræða dreng sem óskaði þess að líkjast frægum söngvara sem heitir Justin Bieber. Drengurinn gekkst undir fjölda lýtaaðgerða, en fannst síðar látinn á hótélherbergi með mikið magn af eyturlyfjum á sér eftir að hafa verið týndur í nokkra daga. Engin skýring hefur þó fundist á dauða hans („Tvífari Justin“, 2015). Að sama skapi var ungur maður sem sóttist eftir því að vera með sama bros og Channing Tatum sem er frægur leikari. Drengurinn bar ákveðið efni á tennur sínar sem var einn hluti þess að reyna líkjast Channing Tatum. Tveimur dögum eftir að drengurinn bar efnið á tennurnar sínar myndaðist blaðra undir tungu hans og í kjölfarið missti hann tönn auk þess sem gat myndaðist á tungu drengsins. Eftir þetta var haft eftir honum „Ég var svo upptekinn af því að vera með Hollywood-bros að það hvarflaði ekki að mér að ég gæti skaðað tennurnar mínar.“ („Tannhvíttun endaði“, 2015). Aftur á móti er lögð töluverð pressa á að stjórnurnar séu fullkomnar og ef það er möguleiki á að setja útá útlit þeirra þá er það tækifæri oft en ekki gripið eins og fram kemur í dæmunum hér að neðan.

Nicole Kidman leikkona mætti á rauða dregilinn með hvíta púðurbretti á andlitinu og taldist það frétt næmt. Einnig kom það fram að hún hefði lent í þessu áður og sama á við um leikkonurnar Angelina Jolie, Drew Barrymore og Uma Thurman („Sannkallað förðunarslys“,

2015). Emmy-hátíðin sem haldin er ár hvert í Hollywood fær töluverða umfjöllun í fjölmiðlum, en það hefur lengi tíðkast á hverju ári eru fundnar þær stjórnur sem voru í ljótasta klæðnaðinum. Þar er sett útá bæði fatnað og fylgihluti („Emmy 2015“, 2015). Á Glastonbury hátíðinni vakti Kim Kardashian raunveruleikastjarna mikla athygli. Andlit hennar var bólgið og var talið að hún hefði látið setja fyllingar í varir sínar, eins var tekið fram að nef hennar virtist hafa minnkað. Samkvæmt greininni játaði hæun ekki strax að hafa fyllt í varirnar en lét að lokum undan og játaði. Að lokum er tekið fram að aðdáendur hennar hafa fundið sér nýtt áhugamál sem virðist vera andlit hennar („Hvað er“, 2015).

Að sama skapi má sjá í þessari grein eins og greint var frá hér að ofan hvað fólk getur gengið langt þegar kemur að lýtaaðgerðum. Eins og áður hefur komið fram hafa mæðgurnar Georgia Clark, 38 ára, og Kayla Morris, 20 ára, eytt yfir ellefu milljónum í lýtaaðgerðir í þeim tilgangi að líkjast Katie Price. Katie Price, betur þekkt sem Jordan, er þekkt módel sem var upp á sitt besta á tíunda áratugnum. Var hún til að mynda gift söngvaranum Peter Andre á árunum 2005-2009. Kayla er sú sem hefur fjármagnað allar aðgerðirnar þeirra mæðgna og hefur hún gert það með því að starfa á strippstað. Eins hefur hún fengið fjárhagslegan stuðning frá manni sem talin er vera góður vinur hennar sem er kallaður „sugardaddy“ af erlendum miðlum. Þær mæðgur hafa þegar gengist undir brjóstastækkunar, tannhvíttun og botoxfyllingar. Segir Georgia að þegar dóttir hennar hafði tjáð henni að hún hafi viljað stækka á sér brjóstin þá gladdist hún mikið. Kayla telur ekkert rangt við allar þessar lýtaaðgerðir og hvernig þær eru fjármagnaðar. Segir hún að þær mæðgur séu að lifa draum sinn (Stefán Á. Pálsson, 2015).

Sjá má í þessari grein hvað leikarar þurfa oft að breyta sér mikið fyrir hlutverk og getur það leitt til þess að fólk telur það eðlilegt en Chris Hemsworth, Christian Bale, Matthew McConaughey, 50 Cent og Natalie Portman hafa öll létt sig mikið fyrir hin ýmsu hlutverk, Chris til að mynda innbyrti einungis 500-600 hitaæiningar fyrir hlutverk sitt í myndinni *In the heart of the sea*, en talið er að karlmaður eigi að innbyrða um 2000 hitaæiningar til að halda sér í stað. Christian létti sig um 30 kíló fyrir myndina *The Machinist* árið 2004 og að sama skapi létti Matthew sig um 20 kíló fyrir myndina *Dallas Buyers Club* sem var frumsýnd árið 2013. Að sögn Matthews þá borðað hann nánast ekki neitt á meðan á megruninni stóð. Rapparinn 50 cent er þekktastur fyrir tónlist sína, en hann lék í myndinni *All things fall apart* og fyrir þá mynd létti hann sig um 25 kíló með því að fara á brennsluæfingar á hverjum degi í þrjá tíma í senn í nokkrar vikur. Natalie hefur ávalt verið talin grönn en fyrir myndina *Black*

swan létti hún sig um 10 kíló. Charlize Theron lék í myndinni *Monster* sem kom út árið 2003, en fyrir það hlutverk þyngdi hún sig um 15 kíló, þegar myndin var frumsýnd þá var einungis mánuður í Óskarsverðlaunahátíðina og þrátt fyrir viðvaranir frá læknum þá tókst leikkonunni að léttast um tæp tíu kíló á þessum eina mánuði („Stjörnurnar sem“, 2015).


Samkvæmt niðurstöðum könnunar sem undirfataframleiðandinn Bluebella setti fram þar sem fólk var spurt hvernig hinn fullkomni líkami liti út, virðist hinn fullkomni líkami vera samsetning á líkamspörtum nokkurra frægra einstaklinga. Þ.e. fótleggjum Elle Macpherson, mjöðmum Emmu Watson, maga Gwyneth Paltrow, brjóstum eins og Jennifer Aniston og andlit eins og Cara Delevingne og hári Kate Middleton. Hinn fullkomni líkami að mati þeirra karlmannna sem tóku þátt í könnuninni voru fótleggir Rosie Huntington-Whiteley, Mjaðmir Kelly Brooks, magi Michelle Keegan, brjóst eins og Kim Kardashian, andlit eins og Megan Fox og hár eins og Scarlett Jóhansson. Má því segja að hinn fullkomni kvenlíkami að mati kvenna og karla er hávaxin, síðhærð grönn kona („Svona er“, 2015).

Paris Hilton er raunveruleikastjarna í Hollywood, en núna nýlega greindi hún frá því að hún „megi“ ekki fara í fegrunaraðgerðir þrátt fyrir að hún hafi ekkert á móti þeim. Ástæðan segir hún vera að hún sé með með svo fullkomna húð, hún hafi talað við lýtalækni sinn og hann hafi ekki viljað framkvæma neina aðgerð á henni og sagði að mjög líklega þyrfti hún aldrei á því að halda. Játar hún samt sem áður að hún sé alls ekki á móti lýtaraðgerðum og hafa allir vinir hennar farið í einhverkonar fegrunaraðgerð hvort sem sem það var á nefi, brjóstum eða kinnnum en segist hún hingað til ekki hafa viljað leggjast undir hnífinn („Húð Paris“, 2015).

Rannsóknir hafa sýnt fram á að þær fyrirmyndir sem birtast í blöðum og kvikmyndum hefur áhrif á sjálfsmynd ungmenna og hvernig þau líta á sig sjálfan þar sem að þau bera sig oft á tíðum við þessa einstaklinga (Urgesi, 2015). Þau holdafarsviðmið sem birtast ungmennum getur haft neikvæð áhrif á ungmenni með lélega sjálfsmynd og gerir það að verkum að þau tileinka sér óheilbrigðan fegurðarstaðal (Þórhildur Þorkelsdóttir, 2013).

3.2.4. Netummæli


Á stuttum tíma hafa tvær greinar verið birtar þar sem sett er út á líkamsmynd kvenna, en þessar greinar eru ekki einsdæmi. Í fyrri greininni er fjallað um nýsjálenska kona sem hafði lagt mikið á sig til að léttast. Fram kemur að konan hefði setti fyrir og eftir myndir af sér á



netið, en fljótlega varð hún fyrir áreiti þar sem hún var sökuð um að hafa falsað myndirnar. Er því lýst í greininni hvernig hún hafði lagt mikið á sig til að ná markmiðum sínum, og hvaða áhrif það hafði á hana að vera kallaða lygara af einstaklingum sem hún þekkti ekki neitt. Að sögn konunnar var hún fljót að þagga niður í þeim sem létu hvað verstu athugasemdirnar flakka. Gerðu hún það með því að setja mynd á netið af allri þeirri auka húð sem sat eftir í kjölfar þyngdartapsins og skrifaði við „þrátt fyrir auka húðina er ég stolt af mínum líkama sem ég fékk til baka með þrotlausum æfingum og hollu matarræði“ („Nettröll sökuðu“, 2015). Er þetta ágætis dæmi um hversu óvægin umræða getur myndast í athugasemdarkerfi vefmiðlana.

Eins sést það vel í eftirfarandi grein hvað sjálfsálit skiptir í raun miklu máli þegar settar eru myndir inn á netið. Í þessu tilviki var mynd deilt á netið sem sýndi konu sem að var nýbúin að grípa brúðarvönd í brúðkaupi og kærasti konunar sem var í bakgrunni virtist ekki vera jafn hrifin af gleði konunnar sinnar. Myndin fékk mikla gagnrýni hvað varðar vaxtarlag fólksins, en samkvæmt greininni taldist konan vera grönn en maðurinn þótti hins vegar vera í yfirþyngd. Umræða sem fylgdi myndinni einkenndist af fordómum gagnvart vaxtarlagi mannsins. Af viðbrögðum konunnar að dæma var hún fljót að svara fyrir sig. Að eigin sögn taldi hún sig hafa unnið í lotto þegar hún kynntist manni sínum, enda segist hún hafa fengið mann sem elskar sig, eignast sinn besta vin og mann sem gerir allt fyrir hana. Að lokum er haft eftir henni „Við elskum hvort annað eins og við erum hvað þið hafði að segja um það er ekkert sem hefur áhrif á okkur og það hún svo fólk um að njóta myndarinnar“ („Varð fyrir“, 2015).

Margir telja það saklaust að horfa á kokkabætti eða myndir af girnilegum mat án þess að þurfa að hafa áhyggjur af þyngdinni. Í nýrri rannsókn er því hins vegar haldið fram að bara það eitt að horfa á girnilegan mat geti valdið því að einstaklingar fitni, en samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar er talið að þegar einstaklingar sjá girnilegan mat þá geti það vakið upp svengdartilfinningu. Talið er að þegar fólk sér umbúðir af mat sem er heillandi þá virðist það ýta undir þá tilhugsun að maturinn bragðist vel. Fram kemur í rannsókninni að þegar einstaklinga sjá mynd af girnilegum mat þá fari af stað viðbrögð í heilanum sem fólk hefur almennt ekki mikla stjórn á. Þess vegna er talið að fólk í yfirþyngd sé í mun meiri áhættu með að sýna þessa svörun til samanburðar við fólk í kjörþyngd og tengist það í raun sjálfsaga fólks („Gerir matarklám“, 2015).



Fitufordómar virðast vera töluvert algengir meðal fólks eins og sjá má í eftirfarandi grein sem birtist á vísi.is. og eins þeirri sem fjallað var um hér að ofan. Talið er að fitufordómar byrji oft strax í æsku, því virðast börn í yfirþyng mun líklegri til þess að vera lögð í einelti. Oft á tíðum virðist umræðan um hollustu og hreysti snúast meira um útlit en hreysti. Hins vegar er ekkert sem útilokar það að manneskja í yfirþyngd geti verið heilbrigðari en manneskja sem er í kjörþyngd. Fitufordómar finnast víða og geta tekið á sig allskonar myndir. Sem dæmi um slíkt er t.d. þegar fólk í yfirþyngd hefur verið meinað um læknisþjónustu, fær ekki vinnu, og jafnvel neitað um launahækkun allt vegna þyngdar sinnar. Því getur það skipt máli að líta í eigin barm og hafa það hugfast að útlit og lífsstíll annara kemur engum við nema þeim sjálfum (Sigga Dögg, 2015).

Eins virðast fordómar gagnvart fólki sem uppfyllir ekki tilteknar staðalímyndir koma reglulega fram á yfirborðið, en í greininni sem fjallað verður um hér að neðan segir frá konu sem greindist með heilkennið Parkes-Weber. Heilkennið olli því að hægri fótur hennar bólgnar upp, en fram kemur í greininni að konan hafi ákveðið að setja mynd af sér á Internetið til að sýna fólki að fegurðin kemur jafnt að innan sem utan. Tilgangurinn var að sýna fólki að hún hefði sjálfsöryggi til að elska sjálfan sig eins og hún er. Að sögn viðmælanda telur hún það að hafa sjálföryggi í lagi geti skipt sköpum í tilviki sem þessu. Að lokum tekur hún fram að hún vilji ekki að fólk horfi á sig með vorkun því að ef hún fengi að velja myndi hún vilja vera nákvæmlega eins og hún er. Markmið hennar með þessari myndbirtingu var að hjálpa öðrum í svipaðri stöðu að líða vel í sínu eigin skinni og um leið sýna heiminum að staðalímynd og fegurð kemur í alls konar formi („Kona með“, 2015).


Það er virðist vera orðið algengara að einstaklingar hafi áhyggjur af útliti sínu og fylgi jafnvel ýmsum ráðum sem það les í greinum sem finna má hinum og þessum vefmiðlum. Í grein einni sem birt var á vefmiðli Pressunnar er mælt með matvörum sem eiga að stuðla að unglegu útliti. Segir þar frá næringarfræðingum sem allir voru fengnir til þess að koma með lista yfir matvæli sem stuðla ætti að fallegri húð og yngra útliti. Niðurstöður næringarfræðinganna voru allar á svipuðum nótum, og ýmis matvæli tiltekin í greinni sem eiga til að mynda að hafa jákvæð áhrif á útlit fólks („Þessar matvörur“, 2015).

Flestar netsíður í dag eru opnar fyrir ummælum annara og koma þar inn bæði jákvæð jafnt sem neikvæð ummæli. Erfitt getur verið fyrir ungmenni að taka neikvæðum ummælum sem birtast þeim og getur það haft mikil áhrif á þau ungmenni sem hafa lélega sjálfmynd.

3.2.5. Samfélagsmiðlar


Notkun samfélagsmiðla er orðin frekar útbreidd, en í þessum kafla er fjallað um áhrif þess að nota samfélagsmiðla og hvað notkun þeirra getur leitt til. Oft á tíðum virðist fólk vera sækjast eftir viðurkenningu og því meiri „like“ sem það fær því betur líður manneskjunnri með sjálfa sig. Í grein sem birtist á Smartland er verið að fjalla um YouTube-stjórnuna Chloe Morello, en þegar hún setti sína fyrstu mynd inn á Instagram fékk hún einungis 169 „læk“. Við fyrstu sýn telst það ekki vera lítið en miðað við velgengni hennar í dag þá er hún að fá allt að 15.000 „læk“ á myndir sínar í dag, en um 1,3 milljónir manna fylgja henni á Instagram. Mikið af fólki nýtir Instagram til að deila myndum sínum og má sjá í samantekt sem Mail online tók af þeim Nicole Warne, Jessica Stein og Sara Donaldson. Þær eru meðal þeirra vinsælustu á Instagram og hafa þær verið að þéna mjög háar upphæðir fyrir myndbirtingar á samfélagsmiðlinum. Áður en þær urðu þekktar fengu myndir þeirra litla sem enga athygli en það hefur þó breyst til muna eftir að þær „uppgötvaðust“ á Instagram. Helsta ástæða fyrir vinsældum þeirra er talin vera sú að þær leggi mikið upp úr því að birta óaðfinnanlegar myndir af sjálfum sér „en með mikilli myndvinnslu, gæðamyndavél og réttu viðfangsefni virðist þær vera ná þeirri athygli sem þær sækjast eftir“ („Fékk bara“, 2015).

Það virðist einnig vera færast í aukana að samfélagsmiðlar deili og birti Facebook færslum fólks á vefmiðlum sínum. Dæmi um slíkt er þegar Valdimar Guðmundsson söngvari hljómsveitarinnar Valdimar skrifaði færslu á facebook síðu sína þar sem að hann lýsir því að hann ætli að grenna sig svo að hann geti lifað áfram. Hann tekur það einnig fram í færslunni að hann muni ekki tjá sig við fjölmiðla um málefnið. Samdægurs er búið að birta færslu hans á öllum helstu fréttamiðlum landsins (Stefán Á. Pálsson, 2015). Af þessu að dæma virðist virðing fyrir því sem deilt er á samfélagsmiðlum ásamt perónulegum skoðunum fólks og einkalífi þeirra vera í undanhaldi. Einnig var ung kona að nafni Felicia sem skrifaði grein í tímaritið Copsopolitan sem ber nafnið „fólk dæmir mig af því ég er falleg“ en hún segist vera komin með nóg af því að karlmenn stari á hana og einblíni á útlit hennar fremur en gáfur hennar. Hún er metnaðargjörn og mikil íþróttamanneskja og er hún á því að fólk gleymi að meta hana fyrir gjörðir sínar en einblínir frekar á útlit hennar. Hafa margir verið mjög reiðir eftir að grein hennar birtist og vill fólk meina að hún sé sjálfumglaður egóisti („Segist vera“, 2015).



Ung kona aða nafni Lexxie Harford fæddist með fæðingarblett yfir fjórðungi andlits sínu en hafði aldrei orðið fyrir aðkasti vegna hans fyrr en haft var sambandið við hana af breskum raunveruleikabáttum þar sem að henni var boðið að taka þátt einungis vegna fæðingarbletts síns. Raunveruleikabættir þessir ganga út á það að fá fólk í þáttinn til sín sem eiga ekki möguleika á að komast á stefnumót t.d. vegna útlitsgalla, fötlunar eða veikinda. Þættirnir bera nafnið *of ófríð fyrir ástina? (Too Ugly for Love?)* og *Þau óstefnumótalegu (The Undateables)*. Fram kemur í greininni að Lexxie hafi aldrei skammast sín fyrir fæðingarblett sinn, og hefur ávallt liðið vel með sjálfan sig. Að hennar sögn telur hún sig ekki vera sú týpa sem móðgist auðveldlega hins vegar var henni ofboðið þegar haft var samband við hana varðandi þátttöku í ofangreindum þáttum. Afpakkaði hún boðið og birti í kjölfarið tvær myndir af sér, eina sem hylur fæðingarblettina og aðra þar sem að hann er sýnilegur. Skilaboð viðmælandans er að sýna fólki að hún hefur ekkert að fela og einnig til þess að opna umræðuna fyrir fólk í sömu stöðu („Var beðin“, 2015).

Miðað við alla þá umræðu sem samfélagsmiðlar fá má sjá í eftirfarandi grein að það er tiltölulega algengt að fólk deili myndum á samfélagsmiðlum sem eiga í raun enga stoð í raunveruleikanum. Í grein einni er fjallað um unga kona að nafni Essena O'Neill, átján ára stúlka frá Ástralíu. Sagt er frá því að hún hafi verið mjög virk á samfélagsmiðlinum Instagram, með yfir hálf milljón fylgjendur og hafði fínar tekjur af. Hins vegar birti hún fyrir ekki svo löngu myndband á youtube með tilkynningu til fylgjenda sinna að hún væri komin með nóg. Að hennar sögn taldi hún þennan lífsstíll vera langt frá því að teljast heilbrigður og í skjön við raunveruleikann. Fram kemur að viðmælandinn hafi verið ein af þeim sem eyddi mörgum tímum í að skoða myndir af konum með hinn svokallaða fullkomna líkama og óskaði þess að vera eins útlitandi. Þegar hún aftur á móti varð „ein af þeim“ þá virtist það ekki vera nóg. Taldi hún sig alls ekki sáttari við sjálfa sig né ánægðari þrátt fyrir athyglina, en hver mynd sem hún deildi á Instagram var til þess eins að upphefja sjálfan sig með því markmiði að fá sem flest like. Á endanum var hún orðin háð því að fá viðurkenningar frá fylgjendum sínum. Segja má að þessi reynsla og upplifun viðmælandans hafi orðið til þess að hún setti upp vefsíðu með því markmiði að berjast gegn óheilbrigðri dýrkun samfélagsmiðla. Að hennar sögn hefur hún eytt út mestum hluta mynda sinna á Instagram, en þær myndir sem eftir urðu verða notaðar í þeim tilgangi að sýna fólki hvað þarf að ganga í gegnum til þess uppfylla þá útlisstaðla sem sóst er eftir á tilgreindum markaði. Ein myndin sýnir viðmælandann 15 ára gamla í æfingargalla þar sem hún gefur til kynna að til þess að ná þeim árangri sem sýndur er svelt hún og taldi ofan í sig allar hitaæiningar. Eins er önnur mynd sem




sýnir hana á bikiní og skrifar hún við myndina eftirfarandi setningu „þarna er ég með inndregin maga, brjóstunum þrýst upp og uppsett pósa“. Skilaboðin sem hún virðist vilja koma áleiðis er að sýna fólki fram á að tilteknar myndir eru ekki einlægar né hvetjandi. Að lokum kemur fram að fylgjendur hennar hafi tekið vel í þessa breytingu hjá henni og hefur hún fengið fleiri fylgjendur í kjölfarið („Skuggahliðar samfélagsmiðla“, 2015).

Mörg ungmenni eru á samfélagsmiðlum í dag, eru sjálfsmyndir mjög vinsælar þar og keppast þau við að setja myndir af sér inn á fésbókina. Virðast skilaboðin í þessum greinum vera að því fleiri „læk“ sem þau fá því flottari og vinsælari eru þau og virðast þau leggja ýmislegt á sig til þess að fá sem flest „læk“.

3.2.6. Tískuheimurinn


Tískuheimurinn hefur oft á tíðum vera talinn harður, en það má glögglega sjá af þeim fréttum sem koma reglulega inn á fréttamiðla eins og t.d. frétt sem fjallar um 23 ára fyrirsætu að nafni Rosie. Segir frá að nýlega hafi hún staðið fyrir undirskriftasöfnun, en ástæða undirskriftasöfnunarinnar var vegna gífurlegs þrýsting sem hún varð fyrir af hálfu umboðsskrifstofu sem sér um fyrirsætur. Samkvæmt greininni þótti forsvarsmönnum umboðsskrifstofunnar Rose þurfa grennast enn frekar til að eiga möguleika á að starfa sem fyrirsæta, hins vegar ber að taka fram að Rosie þótti vera í léttari kantinum. Er því síðan lýst í greininni hvernig stúlkan létti sig enn frekar til að mæta kröfum umboðsskrifstofunnar. Þrátt fyrir að hafa lést um sex kíló til viðbótar virtist umboðsskrifstofan samt sem áður ekki nógu sátt. Hún var því beðin um að greнна sig enn frekar. Kemur það fram í greininni og að sögn viðmælanda vild umboðsskrifstofan hafa hana grennri eða grindhóraða eins og það var orðað. Oftar en ekki virðast skilaboðin í fyrirsætuheiminum bera með sér að fyrirsætur eigi ekki að borða neitt eins og fram kemur í umræddri grein. Þessu til stuðnings lýsir viðmælandi greinarinnar atviki sem hún upplifði sem fyrirsæta þar sem hún var við vinnu í tíu tíma myndatöku án þess að fá að borða á meðan tökum stóð. Að sögn Rosie taldi hún umboðsskrifstofuna hafa komið fram á mjög óábyrgan hátt og hefur því hafið undirskriftasöfnun þar sem krafist er að of grannar fyrirsætur fái ekki að sýna á sviði og sitja fyrir. Fram kemur að alls hafi um 50.000 manns skrifað undir og í kjölfarið hefur þingnefnd Bretlands tekið til skoðunnar hvort að þörf sé á löggjöf sem taki á þessu málefni („Við viljum“, 2015).



Einnig birtist önnur grein sem fjallar um hvernig gert sé út á grannt vaxtarlag. Breska tískukeðjan Oasis setti nýverið upp gínur í veslun sinni í Lundúnum. Gínurnar voru 190 cm á hæð með ekkert andlit og fætur á við kútsköft á þykkt. Fram kemur í greininni að ung kona hefði birt mynd af gínunum á samfélagsmiðlun með yfirskriftinni “þetta er ógeðslegt, skemmandi og óábyrgt, auk þess mjög skrítið”. Í kjölfarið hafi myndin farið eins og eldur um sinu um netheiminn og margir sagt sína skoðun á þessum grönnu gínunum. Fyrirtækið sem um ræðir hefur mætt harðir gagnrýni og hefur tekið til skoðunar hvort taka þurfi umræddar gínurnar til endurskoðunar, en samkvæmt yfirstjórn Oasis létu þeir eftir sig hafa að gínur væru ekki gerðar til þess að líta raunverulega út („Þessi gína“, 2015).

En fremur birtist önnur grein á vefmiðlinum bleikt.is sem inniheldur sömu skilaboð um grannt vaxtarlag. Hún fjallar um hvernig notkun myndvinnsluforrita tíðkist og sé iðulega notuð til þess að breyta vaxtarlagi og útliti fólks á myndum. Notkun slíkra myndvinnsluforrita hefur einmitt verið gagnrýnd töluvert, en fram kemur í greininni að sífellt fleiri konur séu hvattar til að vera ánægðar með eigin líkama. Hins vegar séu ekki allir á eitt sáttir við þau skilaboð og til að mynda hefur í kjölfarið verið stofnuð facebook síða og twitter aðgangur sem ber heitið *Thinner Beauty*. Segir í greininni að stofnendur síðunnar taki myndir af konum og noti myndvinnsluforritið Photoshop til að breyta vaxtarlagi þessara kvenna þannig þær líti út fyrir að vera mun grennri. Samkvæmt greininni er ástæðan sögð vera vilji hópsins til að halda uppi þeim útlitsstaðli að það sé fallett að vera með grannt vaxtarlag. Haft er eftir hópnum „Við gerum þetta til að hvetja konur og sýna þeim hversu mikið fallett þær gætu verið ef þær tækju þá erfiðu ákvörðun að tileinka sér heilbrigðara lífni“. Síðan virðist hins vegar frekar hafa orðið til þess að lítillækka konur, en ýmsar kvartanir hafa borist frá konum sem hafa fundið myndir af sér á síðunni sem breyttar hafa verið í leyfissleysi. Hins vegar var Twitter aðgangi þeirra lokað í kjölfarið vegna umræddra kvartana. Markmið síðunnar virðist vera að viðhalda óraunhæfum útlitsstöðlum og ýta undir fitufordóma og þar með gera lítið úr þeim sem falla ekki undir hefðbundna fegrunarstaðla („Facebook-síða fótósjoppar“, 2015).

Aftur á móti má sjá í annarri grein að ekki er langt síðan að kvenkyns fyrirsætur byrjuðu að koma í yfirstærðum og er það talin jákvæða þróun, en lítið hefur verið um breytingar á karlkyns fyrirsætum sem er þó til. Samkvæmt greininni notar Yahoo style UK karlkyns fyrirsætu í yfirstærð og er hann talinn einn af fáum karlmönnum sem flokka má sem karlkynsfyrirsætu í yfirstærð. Umrædd fyrirsæta greindi frá því í viðtali á dögnum að



karlmenn jafnt og konur séu undir stöðugri pressu hvað varðar útlit. Að sögn viðmælandans er mikil áhersla lögð á að vera grannur og vöðvastæltur. Hins vegar telur hann að fyrirsætustörfín hafi hjálpað sér að byggja upp meira sjálfstraust. Það er ekki langt síðan að „pabballíkaminn,, eða „The Dad body“ þótti eftirsóknarverður í kjölfar þess að Leonardo DiCaprio sást ber að ofan með bumbu. Þetta er dæmi um hversu sterk áhrif fræga fólkið hefur á útlitsstaðla, en mögulega er þetta skref í rétta átt („Eru karlkyns“, 2015)

Á ofangreindum fréttamiðlum birtust ýmsar greinar sem eru margar hverjar líklegar til þess að hafa áhrif á lesendur, sér í lagi ungmenni. Sérstaklega í þeim tilfellum þar sýnt er fram á það sem getur gerst ef gengið er of langt í svokallaðri útlitsdýrkun, til að mynda eins og þeir sem ganga of langt í að reyna að líkjast Hollywood stjörnum. Að sama skapi var að finna margar greinar um venjulegt fólk sem hefur sent inn greinar þar sem það deilir eigin reynslu bæði jákvæða og neikvæða. Aftur á móti eru lífsstíllsíðurnar að sýna aðra hlið þegar kemur að frægum einstaklingum, þ.e. hvaða fötum stjörnurnar voru í á rauða dreglinum og þá hverjir voru best eða verst klæddir. Þessar greinar geti haft slæm áhrif á ungmenni, sér í lagi þar sem greinarnar eru skrifaðar af fullorðnu fólk, þar með má segja að greinahöfundarnir séu að sýna ungmennum ákveðið fordæmi að það sé í lagi að dæma fólk opinberlega. Einnig getur það haft slæm áhrif að setja út á klæðnaðinn því það getur verið að ungmennið sem les greinina finnist verstu fötin flottust og þá getur það farið að efast um sinn eigin smekk.


4. Lokaorð og ályktanir

Fjölmiðlar geta oft á tíðum haft mikil áhrif á samfélagið með efni sem þeir birta auk þess sem þeir eru þeir einnig virkir þátttakendur á samfélagsmiðlum. Þegar þeir setja upp frétt af þekktri manneskju þá hafa þeir mikil áhrif á það hvernig hún birtist lesendum fyrir sjónir og hvort að umfjöllunin sé góð eða slæm. Allir fimm fréttamiðlarnir settu reglulega inn lífsstílsgreinar og í flestum tilvikum settu miðlarnir tengla af þeim fréttum á fésbókina

Tilgáta rannsóknarinnar er sú að mikið af þeim lífsstílsgreinum sem birtast í fréttamiðlum geti talist skaðlegar ungmennum og þá sérstaklega þeim ungmennum sem hafa lélega sjálfsmynd þar sem þau eru meðtækilegri fyrir þeirri gagnrýni sem lífsstílsgreinarnar innihalda. Með tilkomu samskiptamiðla þá eru lífsstílsgreinar mun fljótari að berast á milli manna til samanburðar við þá tíma þegar hver og einn einstaklingur þurfti að fara inn á viðkomandi miðil til að lesa fréttir og greinar.

Rannsóknarspurningin sem lögð var fram í byrjun rannsóknar var hvert væri inntak lífsstílsgreina á netmiðlum og einnig var því velt upp hver væru hugsanleg áhrif fréttamiðla á útlitsdýrkun ungmenna væri. Nokkuð ljóst er að fréttamiðlar spila stóru hlutverki í mótun sjálfsmyndar ungmenna og þá sérstaklega þær lífsstílsgreinar sem þeir setja fram. Þau áhrif sem fréttamiðlar hafa geta bæði verið jákvæð og neikvæð en rannsóknir hafa m.a. sýnt fram á að neikvæðu áhrifin séu mun alvarlegri en þau jákvæðu. Nú til dags eru flestir fréttamiðlar á Internetinu og eru því svokallaðar lífsstílsgreinarnar nokkuð útbreiddar, t.d. í gegnum samfélagsmiðla og ná þannig umtalsverðri athygli hjá markhópum sínum.

Unglingsárin geta reynst ungmennum erfið og flókin auk þess sem þessi tími getur reynt mikið á sálarlíf þeirra og sjálfsmynd. Ungmennið stendur á þeim tímamótum að fara úr barndómi yfir í það að teljast fullorðin og getur oft reynst erfitt fyrir hann að vita hver hann vill vera. Vegna vaxandi krafna í okkar nútímasamfélagi standa ungmenni oft frammi fyrir miklum þrýstingi og áskorunum sem erfitt getur reynst að standa undir. Niðurstöður fyrri rannsókna hafa leitt í ljós að notkun fréttamiðla og samfélagsmiðla getur haft það í för með sér að ungmennið getur fundið fyrir streitu og kvíða sem getur aftur á móti haft áhrif á sjálfsálit þess. Þó svo að Internetið hafi opnað fyrir ótal möguleika sem hægt er að nýta sér á uppbyggilegan hátt þá má segja að fréttamiðlar geti sannarlega haft neikvæð áhrif á sjálfsmynd ungmennisins. Einnig má draga þá ályktun að forvarnir fyrir ungmenni eru mikilvæg til þess að koma í veg fyrir neikvæð áhrif, spila þar foreldrar stóru hlutverki, en




nauðsynlegt er að þeir séu meðvitaðir um netnotkun barna sinna og hvað það er sem börn þeirra geri á netinu.

Hvað „slúður“ fjölmiðla varðar eru áhrif fegrunarímynda og viðmiða gott dæmi um hvernig ýtt er undir slík viðmið sem geta haft neikvæð áhrif á sjálfsmynd og gildismat ungmennins. Umræða um fræga fólkið hefur ávallt verið til staðar og ungmenni líta oft upp til þeirra og vilja vera eins og uppáhalds stjarnan sín. Bæði stelpur og strákar hengja upp plaköt með uppáhaldsstjörnunni eða uppáhaldshljómsveitinni sinni, kaupa mynddiska, geisladiska, boli eða annan varning merktan uppáhalds stjörnunni sinni. Ýtir þetta oft undir óraunhæfar væntingar. Stelpur reyna að aðlagast bjöguðum fegrunarímyndum og strákar búa sér til þá staðalímynd sem þeir telja stúlkur eiga að vera í. Getur þetta endað með óæskilegum afleiðingum og óraunhæfum útlitskröfum sem leiðir jafnvel til átröskunar og lágu sjálfsáliti.

Þær fyrirmyndir og staðalímyndir sem fjallað hefur verið um hér að ofan er ekki oftast en ekki í ósamræmi við raunveruleikann og getur verið erfitt að standast þær kröfur sem settar eru um fullkomið útlit. Samt sem áður er fólk að bera sig saman við þetta staðlaða útlit og þær kröfur sem fólki finnst þeim vera sett. Fólk er að bera sig saman við það sem kemur fram í greinum fjölmiðla um hið staðlaða útlit sem birtist þeim á hverjum degi. Fyrir flesta getur það hins vegar verið frekar erfitt þar sem margir gera sér ekki grein fyrir því að þetta staðlaða útlit sem birtist fólki er óraunverulegt. Í ljósi þess að flest allar myndir af fyrirsætum og leikkonum hafa verið unnar í hinum ýmsu myndvinnsluforritum, látið laga sig til með ýmsum lýtaaðgerðum en einnig eru sumar fyrirsætur of grannar vegna átraskana. Eins og fram hefur komið eru átraskanir alvarlegir sjúkdómar og geta haft alvarlegar afleiðingar og því er vert að fylgjast með og grípa inn í ferlið sem fyrst til að draga úr eða koma í veg fyrir alvarlegar afleiðingar og má segja það sama með vöðvafíkn og útlitsdýrkun. Virðast ekki allir unglingar gera sér grein fyrir þeim skaðlegu áhrifum sem samfélags og fréttamiðlar geta haft. Því er mikilvægt að bregðast við eins fljótt og auðið er og koma unglíngum í skilning um alvarleika málsins.

Tæknin hefur þróast hratt í gegnum árin og ef ekki verður lögð nægileg áhersla á fræðslu til ungmenna um skaðsemi og örugga netnotkun er nokkuð ljóst að vandamálið mun halda áfram að vaxa á komandi árum. Markmið með þessari rannsókn er sú von að vakning verði meðal fólks að opna umræðuna fyrir þeim röskunum og hættum sem geta fylgt því að einblína á þetta staðlaðaútlit sem fylgir fréttamiðlum í dag. Af þessum upplýsingum að dæma telur



höfundur að mikil þörf sé á frekari rannsóknum á þessu málefni og þá sérstaklega til þess að varpa ljósi á hættuna sem lífsstílsgreinar geta haft á sjálfsmynd ungmenna. Það er vert að huga að því hvernig hægt væri að setja upp ráðgjöf fyrir ungmenni með því markmiði að styrkja sjálfsmynd þeirra enn frekar og snúa þessari þróun til hins betra því að ekki virðast öll ungmenni átta sig á þeirri skaðsemi sem lífsstílsgreinar geta haft.



Heimildaskrá

- ABS fjölmiðlahús. (2009, 5. janúar). *Nær allir Íslendingar á aldrinum 20-29 ára eru skráðir á Facebook*. Sótt 13. september 2015 af <http://absmedia.is/frettir/nr/81341/>
- Ágúst Borgþór Sverrisson. (2015, 17. nóvember). Nýtt andlit grætt á slökkviliðsmann í ótrúlegri aðgerð; umfangsmesta andlitsígræðsla sögunnar - andlitsgjafinn var heiladauður maður. *DV*. Sótt 20. nóvember 2015 af <http://www.dv.is/frettir/2015/11/17/nytt-andlit-graett-slokkvilidsmann-i-otrulegri-adgerd/>
- Áhyggjur af líkamsvexti og útliti hamla stúlkum í daglegu lífi þeirra. (2015, 7. október). *Kvennablaðið*. Sótt 16. september af <http://kvennabladid.is/2015/10/07/ahyggjur-af-likamsvexti-og-utliti-hamla-stulkum-i-daglegu-lifi-theirra/>
- Árvakur hf. (á.á.). *Smartland*. Sótt 15. september 2015 af <http://www.mbl.is/smartland/>
- Árvakur hf. (1919). *Árvakur*. Sótt 13. nóvember af <http://www.mbl.is/mogginn/fyrirtaekid/>
- Bordo, S. (1993). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*. Berkeley, Los Angeles og London: University of California Press.
- Borðaði eitt epli á dag og reyndi svo að æla því –SJOKKERANDI MYNDIR. (2015, 16. september). *Fréttanetið*. Sótt 25. september 2015 af <http://frettanetid.is/bordadi-eitt-epli-a-dag-og-reyndi-svo-ad-aela-thvi-sjokkerandi-myndir/>
- Bryant, J. And Oliver, M. B. (2009). *Media Effects Advances in Theory and Research*. (3. útgáfa). New York: Routledge.
- Cenameri, M. (2012). The role of internet and social network sites in teenage social life. *Journal of education and social research*, 2, 125- 132. Sótt 22. október 2015 af <https://faculty.psau.edu.sa/filedownload/doc-1-pdf->
- Dearmond, M. (1993, 13. júní). Starving for success Christy Henrich was at the of the

gymnastic world. *Now she is fighting for her life against the twin demons of anorexia and bulimia.* Sótt 25. október 2015 af

https://www.eteamz.com/LHNWildcats/files/Starving_for_success_Christy_Henrich_.htm

Dóra Guðrún Guðmundsdóttir. 2006. Sjálfsmynd – myndin sem hefur áhrif á kynlíf, klæðaburð og makaval. Ísafold, desember. Vefslóð :

<http://www.lydheilsustod.is/greinar/greinasafn/gedraekt/nr/2061>. Sótt 20. október 2015

DV ehf. (á.á.). Lífsstill. DV. Sótt 13. september 2015 af <http://www.dv.is/lifsstill/>

DV ehf. (1910). Um DV. DV. Sótt 13. september af <http://www.dv.is/dv/um-dv/>

Duff, S. C. (2012). *Facebook use and its relationship with Self-esteem, Personalities and Addictive Tendencies.* Óbirt BA-ritgerð: DBS School of Arts Dublin, Social Science. Sótt 16. september af http://esource.dbs.ie/bitstream/handle/10788/334/ba_smith-duff_c_2012.pdf?sequence=1

Einar Þór Sigurðsson. (2015, 22. september). Vöðvafíkn er dauðans alvara: Missti vinnuna, kærustuna og húsið. DV. Sótt 30. september 2015 af <http://www.dv.is/lifsstill/2015/9/22/vodvafikn-er-daudans-alvara-missti-vinnuna-kaerustuna-og-husid/>

Emmy 2015: Verst klæddar á rauða dreglinum. (2015, 21. september). *Vísir*. Sótt 18. október 2015 af <http://www.visir.is/emmy-2015--verst-klaeddar-a-rauda-dreglinum/article/2015150929854>

Eru karlkyns fyrirsætur í yfirstærð nýjasta nýtt? (2015, 11. október). *Morgunblaðið*. Sótt 18. október 2015 af http://www.mbl.is/smartland/utlit/2015/10/11/eru_karlkyns_fyrirsætur_i_yfirstaerd_nyjasta_nytt/

Eyal, K. og Te'eni-Harari, T. (2013). Explaining the relationship between media exposure and

early adolescents body image perceptions: The role of favourite characters. *Journal Of Media Psychology: Theories, Methods and Applications*, 25, 129-141. doi: 10.1027/1864-1105/a000094

Facebook-síða fótósjoppar konur til að “hvetja þær” – Er þetta í lagi? (2015, 25. ágúst).

Bleikt. Sótt 25. október 2015 af

<http://bleikt.pressan.is/lesa/facebook-sida-fotosjoppar-konur-til-ad-hvetja-thaer-er-thetta-i-lagi/>

Farquhar, J. C., og Wasylkiw, L. (2007). Media images of men: Trends and consequences of body conceptualization. *Psychology Of Men & Masculinity*, 8, 145-160. doi:10.1037/1524-9220.8.3.145

Fennell, M. J. V. (2009). *Overcoming Low Self-Esteem: A Self-help guide using Cognitive behavioral Techniques*. London: Robinson.

Fékk bara 169 „læk“ á fyrstu myndina. (2015, 28. nóvember). *Smartland Mörtu Maríu*. Sótt 13. desember af

http://www.mbl.is/smartland/frami/2015/11/28/fekk_bara_169_laek_a_fyrstu_myndina/


Fister, S. M., og Smith, G. T. (2004). Media Effects on Expectancies: Exposure to Realistic Female Images as a Protective Factor. *Psychology Of Addictive Behaviors*, 18, 394-397. doi:10.1037/0893-164X.18.4.394

Franskt par með Barbie og Ken á heilanum. (2015, 24. október). *Hún*. Sótt 5. nóvember 2015 af <http://hun.moi.is/franskt-par-er-med-barbie-og-ken-a-heilanum/>

Gabríela Bryndís Ernudóttir. (2012, 28. ágúst). *Líkamsvirðing*. Að alast upp í brengluðum heimi. Pressan. Sótt 16. september 2015 af

<http://blog.pressan.is/likamsvirding/2012/08/28/ad-alast-upp-i-brengludum-heimi/>

Gabriel, F. (2014). Sexting, selfies and self-harm: Young people, social media and the performance of self-development. *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*, 151, 104-112.



Gerir matarklám okkur feit? (2015, 24. október). *Morgunblaðið*. Sótt 30. október 2015 af http://www.mbl.is/smartland/heilsa/2015/10/24/gerir_matarklam_okkur_feit/

Grogan, S. (2008). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (2. útgáfa). London: Routledge.

Hagstofa Íslands (2015, 23. Janúar). Tölvu- og netnotkun á Íslandi og í öðrum Evrópulöndum 2014. *Hagtiðindi*. Sótt 20. september 2014 af https://www.hagstofa.is/media/43822/hag_150123.pdf

Hargreaves, D. A., og Tiggemann, M. (2004). Idealized media images and adolescent body image: “Comparing” boys and girls. *Body Image*, 1, 351– 361. doi:10.1016/j.bodyim.2004.10.002

Harrison, K og Cantor, J. (1997). The Relationship Between Media Consumption And Eating Disorder. *Journal of communications*. 47, 40-67. doi: 0021-9916/97/\$5.00

Hoffman, L. D. og Fodor, M. (2010). Can You Measure the ROI of your Social Media Marketing? *MIT Sloan Management Review*. 52, 41-50. Sótt 15. október 2015 af https://www.researchgate.net/profile/Donna_Hoffman2/publication/228237594_Can_You_Measure_the_ROI_of_Your_Social_Media_Marketing/links/552c11f50cf29b22c9c41cc1.pdf

Húð París Hilton of „fullkomin“ fyrir bótox. (2015, 10. ágúst). *Morgunblaðið*. Sótt 17. september 2015 af http://www.mbl.is/smartland/utlit/2015/08/10/hud_paris_hilton_of_fullkomin_fyrir_botox/

Hvað er að gerast með andlit Kim? (2015, 30. júní). *Morgunblaðið*. Sótt 15. september 2015 af http://www.mbl.is/smartland/utlit/2015/06/30/hvad_er_ad_gerast_med_andlit_kim/

Kjartan A. Kjartansson (2014, 16. Júlí). Klói er orðinn köttaður. *Vísir*. Sótt 17. september 2015 af <http://www.visir.is/kloi-er-ordinn-kottadur/article/2014140719287>

Kjartan Ólafsson, Eva Halapi, Sigrún Sig Jóelsdóttir, Hjördís Sigursteinsdóttir, Halldór S.

Guðmundsson og Tryggvi G. Ingason. (2011). Netnotkun og algengi netávana meðal ungs fólks á Ísland. *Rannsókn- og þróunarmiðstöð Háskólans á Akureyri*. Sótt 22. október 2015 af

http://www.rha.is/static/files/Rannsoknir/2010/RANNIS2012_EUNETADBFinal2_visindavaka2.pdf

Klara Egilson. (2014, 27. október). *Ósmartland*. Facebook síðan „sniðgöngum Smartland“ komin í loftið. Hún. Sótt 16. september 2015 af <http://hun.moi.is/tag/osmartland/>

Kona með sjaldgæfan fæðingargalla deilir mynd af sér í bíkiníi: „Ég læt engan skyggja á sólina mína“. (2015, 15. júlí). *Bleikt*. Sótt 15. september 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/kona-med-sjaldgaefan-faedingargalla-deilir-mynd-af-ser-i-bikini-eg-laet-engan-skyggja-a-solina-mina/>

Kristján Már Hauksson og Guðmundur Arnar Guðmundsson. (2009). *Markaðssetning á netinu*. Reykjavík: Oddi.

Lét fjarlægja sex rifbein til að líkjast teiknimyndapersónu. (2015, 26. nóvember). *Bleikt*. Sótt 30. nóvember 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/let-fjarlaegja-sex-rifbein-til-ad-likjast-teiknimyndapersonu/>

Megrunarlausí dagurinn. (2012, 6. maí). *Líkamsvirðing*. Sótt 22. september 2015 af <http://www.likamsvirding.is/>

„Megrun og tilraunir til fitutaps eru ekki dæmi um líkamsvirðingu“. (2011, 21. október). *Bleikt*. Sótt 14. september 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/megrunogtilraunirtilfitutapsruekkidaemiumlikamsvirdingu/>

Með átröskun á Ramadan. (2015, 13. júlí). *Morgunblaðið*. Sótt 25. September 2015 af http://www.mbl.is/frettir/erlent/2015/07/13/med_atroskun_a_ramadan/

Mói Internets hf. (2014). *Um Móa*. Sótt 20. september 2015 af <http://www.moi.is/um-moa>

Nanna Elísa Jakobsdóttir. (2015, 30. júlí). Frysting nýja megrunaræðið. *Vísir*. Sótt 16.

september 2015 af <http://www.visir.is/frysting-nyjasta-megrunaraedid/article/2015150739975>

Nettröll sökuðu hana um að hafa sviðsett þyngdartap en hún var fljót að þagga niður í þeim. (2015, 22. júlí). *Bleikt*. Sótt 15. september 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/nettroll-sokudu-hana-um-ad-hafa-svidsett-thyngdartap-en-hun-var-fljot-ad-thagga-nidur-i-theim/>

Parekh, R. (2015). What Are Eating Disorders? American Psychiatric Association. sótt 1. desember 2015 af <http://www.psychiatry.org/patients-families/eating-disorders/what-are-eating-disorders>

Pope, G. H., Gruber, J. A., Choi, P., Olivardia, R. og Phillips, A. K. (2011). Muscle Dysmorphia: An Underrecognized Form Of Body Dysmorphic Disorder. *Psychosomatics*. 38, 548-557. doi:10.1016/S0033-3182(97)71400-2

Rannsókn: Unglingsstrákar líka með áhyggjur af útlitinu. (2014, 15. janúar). *Spyr*. Sótt 22. október 2015 af http://www.spyr.is/grein/hronn/4985?customer_id=1289


Rutledge, C. M., Gillmore, K. L. og Gillen, M. M. (2013). Does this profile picture make me look fat? Facebook and body image in college students. *Psychology Of Popular Media Culture*, 2, 251-258. doi: 10.1037/ppm0000011

Sannkallað förðunarslys á rauða dreglinum. (2015, 24. júní). *Morgunblaðið*. Sótt 14. september 2015 af http://www.mbl.is/smartland/utlit/2015/06/24/sannkallad_fordunarslys_a_rauda_dreglinum/

Segist vera of falleg til að lifa eðlilegu lífi. (2015, 14. september). *Hún*. Sótt 30. september 2015 af <http://hun.moi.is/segist-vera-of-falleg-til-ad-lifa-edlilegu-lifi/>

Sér eftir lýtaaðgerðunum: “ Athugaðu hugarástandið áður en þú lætur breyta andlitinu þínu”. (2015, 20. nóvember). *Bleikt*. Sótt 30. nóvember 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/ser-efir-lytaadgerdunum-athugadu-hugarastandid-adur-en-thu-laetur-breyta-andlitinu-thinu/>

- Sigga Dögg. (2015, 24. september). Fitufordómar. *Vísir*. Sótt 15. október 2015 af <http://www.visir.is/fitufordomar-/article/2015150929377>
- Sigrún Daníelsdóttir, Inga Dóra Sigfúsdóttir og Jakob Smári. (2007). Megrún Meðal íslenskra Unglinga Og Tengsl Við Líkamsmynd, Sjálfsvirðingu Og átröskunareinkenni, *Sálfræðiritið*, 12, 85-100. Sótt 22. október 2015 af <http://www.sonnfegurd.is/files/S2007-12-F1.pdf>
- Sigrún Daníelsdóttir. (2011, 1. mars). Líkamsvirðing. *Pressan*. Sótt 14. september 2015 af <http://blog.pressan.is/likamsvirðing/2011/03/01/utlitsdyrkun-drengja/>
- Sigurlaug M. Jónsdóttir og Guðlaug Þorsteinsdóttir. (2006). Átraskanir: einkenni, framvinda, faraldsfræði og tengsl við geðsjúkdóma. *Læknablaðið*, 2, 97- 106. Sótt 17. september af <http://www.laeknabladid.is/2006/02/nr/2241>
- Sjálfsmynd. (2012, 5. október). Hvað er Sjálfsmynd? Sótt 20. september 2015 af <https://sjalfsmynd.wordpress.com/2012/10/05/hvad-er-sjalfsmynd/>
- Sjálfsmynd barna. (2012, 29. maí). *Landlæknir*. Sótt 23. október 2015 af http://www.landlaeknir.is/um-embættid/greinar/grein/item15494/Sjalfsmynd_barna
- Skuggahliðar samfélagsmiðla: Átján ára ungstirni fékk ógeð á vinsældunum. (2015, 3. nóvember). *DV*. Sótt 6. nóvember 2015 af <http://www.dv.is/lifsstill/2015/11/3/skuggahlidar-samfelagsmidla-atjan-ara-ungstirni-fekk-oged-vinsaeldunum/>
- Smahel, D., Brown, B. B., og Blinka, L. (2012). Association between friendship and internet addiction among adolescents and emerging adults. *Developmental Psychology*, 48, 381-388. doi: 10.1037/a0027025
- Sólveig D. Magnúsdóttir. (2012, 18. september). Vöðvafíkn er alvöru sjúkdómur. *Bleikt*. Sótt 14. september af <http://82.221.81.69/lesa/vodvafikn-er-alvoru-sjukdomur/>
- Stefán Árni Pálsson. (2015, 20. október). „Nú verður slagurinn tekinn“. *Vísir*. Sótt 22. október 2015 af <http://www.visir.is/-nu-verdur-slagurinn-tekinn/article/2015151029962>



Stefán Árni Pálsson. (2015, 24. október). Hafa eytt yfir ellefu milljónum í lýtaaðgerðir til þess að líkjast Jordan: “Erum að lifa drauminn”. *Vísir*. Sótt 14. september 2015 af <http://www.visir.is/hafa-eytt-yfir-ellefu-milljonum-i-lytaadgerdir-til-thess-ad-likjast-jordan---erum-ad-lifa-drauminn-/article/2015150828982>

Stjórnumar sem lögðu lygilega hluti á líkama sinn. (2015, 23. nóvember) *DV*. Sótt 25. nóvember 2015 af <http://www.dv.is/folk/2015/11/23/stjornurnar-sem-logdu-lygilega-hluti-likama-sinn/>

Tannhvíttun endaði með hryllingi; Vildi brosa eins og Channing Tatum. (2015, 12. ágúst). *Bleikt*. Sótt 23. október 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/tannhvittun-endadi-med-hryllingi-vildi-brosa-eins-og-channing-tatum/>

Terry, A., Szabo, A. og Griffiths, M. (2004). The exercise addiction inventory: *A new brief screening Tool*. 12, 489-499. doi: 10.1080/16066350310001637363


The Nielsen Company. (2009). Global Advertising Consumers Trust Real Friends And Virtual Strangers the Most. Sótt 20. nóvember 2015 af <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2009/global-advertising-consumers-trust-real-friends-and-virtual-strangers-the-most.html>

Tvífari Justin Bieber fannst látinn. (2015, 27. ágúst). *Morgunblaðið*. Sótt 18. september 2015 af http://www.mbl.is/folk/frettir/2015/08/27/tvifari_justin_bieber_fannst_latinn/

Urgesi, C. (2015). Multiple perspective on body image research. *European Psychologist*, 20, 1-5. doi:10.1027/1016-9040/a000223

Útlit Tildu Swinton hefur tekið stakkaskiptum. (2015, 29. júlí). *Morgunblaðið*. Sótt 30. september 2015 af http://www.mbl.is/smartland/utlit/2015/07/29/utlit_tildu_swinton_hefur_tekid_stakkaskiptum/

- Var beðin að vera í stefnumótahættinum „of ófríð fyrir ást?“ (2015, 30. nóvember).
Bleikt. Sótt 12. desember 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/var-bedin-ad-vera-i-stefnumotathaettinum-of-ofrid-fyrir-ast/>
- Varð fyrir fitufordómum á netinu en kærastan hans brást við með fullkomnum hætti. (2015, 12. júlí). *Bleikt*. Sótt 17. september 2015 af
<http://bleikt.pressan.is/lesa/vard-fyrir-fitufordomum-a-netinu-en-kaerastan-hans-brast-vid-med-fullkomnum-haetti/>
- Vefpressan ehf. (2009). Um Pressuna. *Pressan*. Sótt 16. nóvember 2015 af
<http://www.pressan.is/UmOkkur>
- Vefpressan ehf. (2010). Um Bleikt.is. *Bleikt*. Sótt 10. september 2015 af
<http://bleikt.pressan.is/um-bleikt/>
- „Við viljum hafa þig grindhóraða“. (2015, 24. september). *Bleikt*. Sótt 30. september af
<http://bleikt.pressan.is/lesa/vid-viljum-hafa-thig-grindhorada/>
- Vísir. (á.á.). *Lífið*. Sótt 12. nóvember 2015 af <http://www.visir.is/section/LIFID>
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S., Westerman, D., og Tong, S. T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research*, 34, 28 – 49. doi:10.1111/j.1468-2958.2007.00312.x
- Wetherell, M. S. og Edley, N. (2014). A Discursive Psychological Framework for Analysing Men and Masculinities. *Psychology of Men and Masculinities*, 15, 355-364. doi 10.1037/a0037148
- Þessar matvörur stuðla að unglegu útliti. (2015, 13. júlí). *Pressan*. Sótt 15. september 2015 af <http://www.pressan.is/Frettir/Lesafrett/thessar-matvorur-studla-ad-unglegu-utliti>
- Þessi gína gerði Twitter-notendur brjáláða. (2015, 25. október). *Bleikt*. Sótt 30. október 2015 af <http://bleikt.pressan.is/lesa/twitter-notendur-brjaladir-ut-i-thessa-ginu/>



Þórhildur Þorkelsdóttir. (2013, 21. janúar). Fékk nóg af útlitsdýrkun í fjölmiðlum. *Vísir*. Sótt 20. september 2015 af <http://www.visir.is/fekk-nog-af-utlitsdyrkun-i-fjolmidlum/article/2013130129863>