



**EKONOMIHÖGSKOLAN**  
Lunds universitet

**Examensarbete Kandidatnivå**

Januari 2008

# **Varför lägga sig under kniven?**

## **- En studie i skönhet och plastikkirurgi**

**Handledare**

Hanna Bellner

Jon Bertilsson

**Författare**

Lina Asplund

Philip Reutner

Katarina Öhman

# Sammanfattning

---

- Examenstitel:** Varför lägga sig under kniven? – En studie i skönhet och plastikkirurgi
- Seminariedatum:** 17 januari, 2008
- Ämne/kurs:** FEKK01 Examensarbete, 15 ECTS
- Författare:** Lina Asplund, Philip Reutner, Katarina Öhman
- Handledare:** Hanna Bellner, Jon Bertilsson
- Nyckelord:** Marknadsföring, plastikkirurgi, skönhetsideal, motivation, normalitet.
- Syfte:** Vårt primära syfte är att undersöka vad för motiv unga kvinnor har när de väljer att ta till en plastikkirurgi för att se vackrare ut. Samtidigt vill vi studera hur kroppen har blivit ett medel för att framhäva sig själv i dagens samhälle.
- Metod:** Vi har använt oss utav en kvalitativ och abduktiv ansats. Empirin består av kvalitativ data baserad på intervjuer med unga svenska tjejer. Intervjuerna är upplagda utifrån ett semistrukturerat frågeformulär för att kunna hålla informanterna inom relevanta områden. Utan stöd från frågorna var de ej samarbetsvilliga.
- Teoretiska perspektiv:** Vi har utgått från en teoretisk referensram baserad på motivering och behov. Motiveringsprocessen har varit det viktigaste elementet. Utöver detta har även Means-end chain, normer och normalitet, upplevd risk och rationalisering varit relevant.
- Slutsats:** Våra slutsatser av den utförda studien visar på att dagens skönhetsideal spelar en viktig roll i många unga svenskors liv. Media påverkar mycket och har bidragit till en ny skönhetskultur. Många unga tjejer anser inte att anlita en plastikkirurgi är en drastisk handling och ser det snarare som ett praktiskt hjälpmedel. Man väljer idag att byta ut kroppsdelar så att man kan passa in i samhället, men samtidigt för att kunna sticka ut och vara lite bättre.

# Abstract

---

**Title:** Why go under the knife? – A study in beauty and cosmetic surgery

**Seminar date:** 17<sup>th</sup> of January, 2008

**Course:** FEKK01 Degree Project Undergraduate level, 15 ECTS

**Authors:** Lina Asplund, Philip Reutner, Katarina Öhman

**Advisors:** Hanna Bellner, Jon Bertilsson

**Keywords:** Marketing, plastic surgery, beauty ideals, motivation, normality

**Purpose:** Our primary purpose is to investigate what Swedish women's motives are when they contact surgeons for cosmetic surgery. Furthermore, we want to study how beauty has become an instrument for women to stand out in today's society.

**Methodology:** We have based the study on a qualitative and abductive approach. The empirical data are based on semi structured interviews with young Swedish girls. The reason for the structure is to receive as much relevant information as possible and increase the girls cooperation.

**Theoretical perspectives:** The core of the theoretical frame is needs and motives. The motivational process has been the most important element. In addition to that the Means-end chain, norms and normality, perceived risk and rationalisation has been of great relevance.

**Conclusion:** Our conclusions of the study show that today's beauty ideals are of a great influence on young Swedish girls. For many of the women plastic surgery is not a drastic measure, but instead a good way to pursue a happier life. You are now able to change your body in the way you like and also at the same time and improve your flaws and look better than the average Jane.

# Innehållsförteckning

---

## Innehållsförteckning

1 Inledning .....	1
1.1 Bakgrund .....	1
1.2 Problemdiskussion .....	2
1.3 Frågeställning .....	5
1.4 Syfte .....	5
1.5 Avgränsningar.....	5
2 Metod .....	7
2.1 Vetenskapligt angreppssätt .....	7
2.2 Undersökningsmetod.....	8
2.2.1 Intervjuer .....	9
2.2.2 Bakgrund till datainsamling.....	10
2.2.3 Primär- och sekundärdata .....	10
2.3 Intervjuguide .....	11
2.4 Val av informanter .....	11
2.5 Genomförande av intervjuer.....	12
2.6 Reliabilitet och validitet .....	12
2.7 Källkritik .....	13
3 Teori .....	14
3.1 Teoretisk referensram .....	14
3.1.1 Behov och motivation.....	14
3.1.2 Means-end Chain modellen .....	15
3.1.3 Upplevd risk .....	16
3.1.4 Normer och normalitet.....	17
3.1.5 Rationalisering.....	18
4 Empiri & Analys .....	19
4.1 Personliga motiv.....	19
4.2 Falsk vs. äkta .....	20
4.3 Vill inte vara normal, utan ideal .....	22
4.4 Riskernas betydelse .....	24
4.5 Vägen mot önskad lycka .....	27
5 Slutdiskussion .....	30
5.1 Slutsatser .....	30
5.2 Förslag till vidare forskning .....	32
6 Källförteckning .....	33
6.1 Publicerade källor.....	33
6.2 Elektroniska källor .....	34
Bilaga 1 .....	35
Frågor till plastikopererade.....	35
Frågor till dem som överväger en plastikoperation .....	35

# 1 Inledning

---

*I kapitel ett introduceras läsaren till bakgrunden av den uppkommande problematiken rörande skönhetsidealet. Här redovisas även problemformuleringen, syftet med examensarbetet samt uppsatsens avgränsningar.*

---

## 1.1 Bakgrund

Det har skett stora förändringar i det svenska skönhetsidealet under 1900-talet. Under första delen av århundradet skulle kvinnor vara slanka och smala med platta bröst. Det androgyna utseendet var idealet. Efter det kom en lång period då kurviga kvinnliga kroppar var vad som gällde. Under 60- och 70-talet bidrog feminismen och hippie kulturen till en något friare kvinnosyn och de flesta kroppsformerna var accepterade. Fram till 90-talet var det vältränat och solbränt som styrde kroppsmodet<sup>1</sup>. Under mitten på 90-talet kom en mängd nya lågkaloriprodukter till Sverige, som Minimjolk och Lätta för att ta oss tillbaka till den smala normen. Skillnaden mot tidigare smala ideal var framförallt att nu gällde det att vara sund och naturlig. Vad som kategoriseras som naturligt varierar dock med tiden. Idag är det media som tagit fram vad det innebär att vara naturlig. Kvinnor ska vara smala, ha stora välformade bröst, slät hud och stora läppar<sup>2</sup>.

Kroppsidealet varierar också mellan olika kulturer och länder. I Sydamerika ser man gärna att bröstet är små men med en större rumpa, medan det i Asien nu är mer intressant att ha en västerländsk näsa<sup>3</sup>.

Även marknaden gällande skönhetsprodukter har genomgått förändringar i Sverige där skönhetskrämer som en gång i tiden skulle bevara den naturligt vita huden, istället övergick till att återge och bevara den naturligt gyllenbruna sommarfärgen året om. Under de senaste åren har mängder med produkter tagits fram för att hjälpa till att hålla oss unga<sup>4</sup>. Dagens samhälle framhäver vikten av att hylla och ta hand om vår kropp genom träning och diet för att nå den totala skönheten<sup>5</sup>.

---

1 Meurlin B, 2003

2 Meurlin B, 2003

3 Art Clinic, 2007-11-15

4 Tvärsnitt, 2007-11-21

5 Featherstone M, 1994

Idag undgår ingen mediernas skrivelser om hur man ska hålla sig sund och frisk med hjälp av att följa en viss diet eller motion. Ytterligare studier har visat, att i USA vill hälften av alla tjejer i åldrarna 12–17 gå ner i vikt p.g.a. att de vill se ut som tjejerna i modetidningarna<sup>6</sup>. Mediernas bevakning påminner oss dagligen om hur vi kan, och bör, se ut samt hur vi ska gå tillväga för att på bästa sätt uppnå det ideala utseendet<sup>7</sup>.

De ökande reklamerna och påståendena om att det endast finns fördelar att nå genom att ta hand om sin kropp och hälsa har gett upphov till att den inre skönheten har försumrats. Istället fokuseras det på att nå ett mer attraktivt yttre<sup>8</sup>. I dagens läge har folk en större konsumtionsvilja än för 50 år sedan, och har tillgång till ett större utbud av olika sorters varumärken. Mike Featherstone nämner att det idag inte finns några fasta regler på livsstilar, utan bara valmöjligheter, samt att ”*Vem som helst kan bli vem som helst*”<sup>9</sup>. Att samtidigt hushållens inkomst har ökat med drygt 20 procent under de senaste tio åren har ytterligare öppnat nya dörrar för privatpersoner att kunna leva bättre och även då ha kapitalet för att se ut som man alltid drömt om<sup>10</sup>. Betydelsen av att idag ha en viss livsstil är högst påtagligt i modetidningarna. För att ha samma livsstil som kändisar och offentliga personer krävs det att konsumenten måste komplettera sin livsstil med idealkroppen. Kroppen skall helst motsvara livsstilens standard, för att sedan kunna passa in i den sociala kontexten<sup>11</sup>.

Människan är otroligt duktig på att anpassa sig efter sin omgivning och de rådande förutsättningarna. Eftersom ett fördelaktigt yttre idag kan vara vad som krävs för att nå sina mål ökar människors intresse att tillgodogöra sig de möjligheter som finns att förbättra sitt utseende. Vetskapen om att man ansvarar för sina egna utseendemässiga möjligheter har gjort att fler och fler överväger att förbättra sina förutsättningar genom kirurgiska ingrepp.

---

6 SMAL, 2007-11-14

7 Featherstone M, 1994

8 Featherstone M, 1994

9 Featherstone M, 1994, s. 105

10 SCB.se, 2007-11-23

11 Featherstone M, 1994

## 1.2 Problemdiskussion

I dagens samhälle så är det ”perfekta” utseende det som många unga kvinnor eftersträvar. Alla har sin syn på vad som är perfekt och alla tolkar vi det olika. Dock är medias bild på de ”perfekta” kändisarna vad många unga kvinnor i Sverige eftersträvar idag. Genom hård träning och olika dieter försöker de efterlikna personer i medier som dessa kvinnor anser som perfekta.

Studier visar att många unga tjejer ser sin skönhet som ett sätt att kunna nå en högre status i samhället och göra andra i sin omgivning avundsjuka. Vi har blivit allt mer engagerade i hur vi ser ut samt klär oss och spenderar allt mer pengar på vårt yttre. Unga svenskar strävar efter att följa samhällsnormen och många tror att ett vackert yttre kan ta dem längre<sup>12</sup>. Detta har resulterat att allt fler väljer att förändra sin kropp genom plastikkirurgi.

I Sverige har plastikkirurgi i främsta hand använts som en utväg för att reparera och förbättra skador och defekter. De kommande trenderna är dock tydliga och den framtida utvecklingen påvisar även mer frekventa plastikkirurgiska ingrepp för att kunna förbättra utseenden. Plastikkirurgi är idag lättillgängligt och mängden kliniker i Sverige var 2005 över 30 stycken och antalet ökar för varje år. De vanligaste typerna av ingrepp för kvinnor är bröstkirurgi (förstoring, lyft, samt bröstreduktion), fettsugning, ögonlocks- och näsplastiker<sup>13</sup>.

Idag ser man många kvinnor som har plastikopererat sig för att få den ”perfekta kroppen”. Det har nu blivit möjligt för allt fler att skraddarsy sitt utseende. Man kan välja ett par nya bröst, alternativt större läppar. Vi har blivit betydligt mer utseendefixerade och acceptansnivån har samtidigt höjts rörande plastikoperationer, vilket medfört ett ökat intresse för att förbättra sitt utseende<sup>14</sup>.

*”Det har aldrig varit enklare att skaffa sig den önskade kroppen än vad det är idag. Möjligheterna finns att göra många ingrepp på endast ett fåtal timmar”.*

– **Malin26**<sup>15</sup>

---

12 Edung K-G, 2002

13 Art Clinic, 2007-11-15

14 Edung K-G, 2002

15 Informanterna har tillgivits fiktiva namn och kommer att omnämnas efter dessa genomgående i uppsatsen.

Forskare såsom Schilling är inne på samma bana och de menar att det finns ett underliggande motiv att investera i sin kropp inte bara för sociala fördelarna utan även de ekonomiska.<sup>16</sup>

*”The variety of sociological stances on the body have mainly focused on the social constitution of the body and its value as an asset in social relations, going as far as seeing it as a physical capital that can be traded for economic or social capital .”<sup>17</sup>*

Den stigande konkurrensen och efterfrågan på plastikoperationer har gett upphov till att ingreppen blir billigare och mer effektiva. Detta i sin tur medför att fler än tidigare har möjlighet att operera sig och förfina sin kropp. Bland annat har det utvecklats en svensk teknik som gör att blodförlusten minskar vid en operation, vilket då även minimerar risken<sup>18</sup>. Det är alltså inte lika riskfyllt som tidigare att utföra skönhetsförändrande ingrepp. Idag utförs skönhetsförbättrande operationer varje dag och i Sverige uppskattas antalet årliga operationer uppgå till cirka 25 000 stycken och det uppskattas öka med runt 20 procent varje år. Mer än 90 procent av ingreppen utförs på kvinnor och de befinner sig i åldrarna 25–35<sup>19</sup>. SIFO har ytterligare presenterat en undersökning där man under 2004 kom fram till att ungefär var fjärde svensk kvinna var intresserad av att genomgå en skönhetsoperation<sup>20</sup>.

Plastikkirurgi har funnits länge, men trots dess närvaro och mediernas bevakning finns det begränsad forskning som har inriktat sig på varför allt fler väljer att förändra sitt utseende, då framförallt unga kvinnor. Studier som har gjorts har även varit av mer dokumenterade slag och inriktat sig mer mot information och upplysande, istället för att se till de underliggande motiv som kan finnas och vara anledningen till att man genomgår operationer.

Dennis W. Rook är en forskare som har tittat närmare på hur människan betar sig och hur man använder sig själv för att nå sina mål. Det kan gälla allt från romantik till att lyckas i sin karriär. Han har kommit fram till att människor utstår och går igenom mycket vi hade kunnat slippa, bara för att få en högre självkänsla och social status.

---

16 Askegaard S, 2002

17 Askegaard S, 2002, s. 4

18 Informat.se, 2007-11-17

19 Plastikoperationer.net 2007-11-15

20 ArtClinic, 2007-11-15



*“By the time I finish blow drying, my hair will probably need another shower It feels like it's blowing 150 degrees of heat into my face . . . but who cares? When I finish using my Mighty Mite I just look so good. All the girls in the office will want to play in my hair. (male-26)”*<sup>21</sup>

Hans forskning baseras på djupintervjuer med konsumenter. Genom att låta intervjuobjektet tala fritt utifrån vissa områden, har han skapat en bild över våra ritualer och tankar. Med hjälp av svaren har han analyserat hur människor interagerar och bemöter sin omgivning i olika situationer<sup>22</sup>.

Askegaard hävdar att anledningen till att vi väljer att lägga ned mycket tid på vårt utseende till stor del handlar om att vi vill bli uppfattade och bemötta på ett visst sätt. Han menar att utsidan spelar insidan för omgivningen. Dock anser han att det finns en tydlig linje mellan hur man ser ut och hur man verkligen är. Vägen till skönhet och ett bättre självförtroende härleds till stor del från hur andra uppfattar dig och hur de väljer att kommentera och agera. De informanter som Askegaard intervjuade i sin studie berättade om att operationen som de gjorde var för deras egen skull, för ett bättre självförtroende och utseende, och inte för att någon annan skulle se dem som mer attraktiva och sensuella<sup>23</sup>.

*“It must be something you do for yourself, not for others. I think you’ll get problems if you only do it for someone else.”*<sup>24</sup>

### **1.3 Frågeställning**

Varför väljer allt fler unga kvinnor idag att förändra sitt utseende med hjälp av plastikkirurgi?

---

21 Rook W. D, 1985, s. 261

22 Rook W. D, 1985

23 Askegaard S, 2002

24 Askegaard S, 2002

## 1.4 Syfte

Vi ämnar studera utseendets betydelse för unga kvinnor idag. Vårt primära syfte är att gräva djupare och finna de motiv som finns hos de kvinnor som väljer, eller funderar på, att ta till en sådan extrem handling som plastikkirurgi för att förändra sitt utseende.

## 1.5 Avgränsningar

Det finns två typer utav plastikkirurgi; rekonstruktiv och estetisk/kosmetisk plastikkirurgi. Rekonstruktiv kirurgimetod är den del av plastikoperationer som inriktar sig på att återuppbygga en del av kroppen som blivit skadad vid till exempel födsel, trafikskador, brännskador eller liknande<sup>25</sup>. Denna typ av operation utförs på offentligt finansierade sjukhus. Detta examensarbete inriktar sig endast på estetisk plastikkirurgi vilket innefattar att man förbättrar en persons utseende i skönhetsförbättrande syfte. Operationerna utförs på privata kliniker och betalas av patienten<sup>26</sup>. Vid hänvisning till plastikkirurgi, eller plastikoperationer i examensarbetet kommer det därför uteslutande vara estetisk plastikkirurgi det syftar till.

På grund av brist på tid och informationstillgänglighet har vi valt att koncentrera oss på den svenska marknaden där vi anser det lättare att få access till potentiella personer att intervjua.

---

25 Sandell K, 2001

26 Sandell K, 2001

## 2 Metod

---

*I följande avsnitt återfinner ni de ansatser som använts vid insamlingen och bearbetningen av materialet. Avsnittet belyser praktiskt tillvägagångssätt vid intervjuerna av våra informanter.*

---

Genom problemformuleringens utformning och vilka frågeställningar den genererar har ett val gjorts av vilket angreppssätt som är mest lämpligt att använda.

I efterforskningen av det specifika ämnet i uppsatsen har informanterna haft en stor betydande roll vilket gjort att stor förståelse för dessa varit väsentligt<sup>27</sup>. Vårt mål var att inför varje intervjutillfälle ha en så god insikt som möjligt i de beslut informanterna stått inför. Vi ville ge dem fria tyglar för att på bästa sätt få deras syn på ämnet.

### 2.1 Vetenskapligt angreppssätt

I valet av ansats finns det tre vetenskapliga angreppssätt att välja mellan, deduktiv, induktiv och abduktiv<sup>28</sup>. Deduktiv metod bygger på att man i förhållandet mellan teori och praktik (empiri) utgår från teorin. Man formulerar hypoteser som sedan testas i praktiken. Om det empiriska utfallet inte stämmer överens med hypoteserna så kan de förkastas. Faller det empiriska resultatet i linje med de uppsatta hypoteserna så anses de vara förstärkta dock aldrig helt bevisade. Motsatta resultat kan uppkomma från liknande undersökningar med samma hypoteser. Denna metod används i huvudsak när det kommer till kvantitativa undersökningar.

Induktiv metod innebär att man utgår från empiriska observationer och syftar till att skapa nya teorier<sup>29</sup>. Resulterar observationerna i ett tydligt mönster formulerar man en generalisering. Med andra ord kan det uttryckas som slutsatser baserade på erfarenheter och empiriska undersökningar. Denna metod passar inte i detta examensarbete då vi inte uteslutande stödjer oss på resultatet av vår forskningsinsats.

Abduktiv metod ligger mellan deduktion och induktion. Här växlar forskningen mellan teori och

---

27 Bryman A & Bell E, 2005

28 Bryman A & Bell E, 2005

29 Bryman A & Bell E, 2005

empiri och förståelsen växer successivt fram<sup>30</sup>. Alvesson och Sköldberg uttrycker abduktion på följande sätt: abduktion som ett enskilt fall som tolkas med ett hypotetiskt övergripande mönster, som om det vore riktigt, förklarar fallet i fråga, tolkningen bör sedan styrkas genom nya fall<sup>31</sup>.

Då vi utgår från både teori och empiri är abduktion det vetenskapliga angreppssätt som passar oss bäst. Ämnet vi har valt är relativt nytt och utvecklas ständigt, vilket medför att den informationen som finns tillgänglig inte är tillräcklig för vårt syfte. Därför är empiriinsamling ofrånkomligt men samtidigt inte tillräckligt då vi vill analysera och dra slutsatser av utfallet. För att kunna göra detta på ett relevant sätt behöver vi stöd utav ekonomiska och beteendevetenskapliga teorier.

## 2.2 Undersökningsmetod

Inom forskning av samhällsvetenskap och ekonomi gör ofta både teoretiker och praktiker en åtskillnad mellan kvantitativ och kvalitativ forskning. Dessa definieras vanligen med att de behandlar siffror respektive ord<sup>32</sup>.

Vår avsikt är att använda en kvalitativ undersökningsmetod då vi utfört intervjuer med plastikopererade eller de som funderar på att operera sig.

Som nämnts ovan ligger tonvikten oftast på ord istället för på kvantifieringen vilket stämmer bra överens med vår forskning<sup>33</sup>. Forskningen som uppsatsen ägnas åt är en studie av personer som antingen har gått igenom en plastikoperation med syfte att förbättra sitt yttre eller fundera på detta. Här är således informanternas ord det väsentliga då vi undersöker deras tankar och känslor kring att investera pengar i sin kropp. Användandet av kvalitativ ansats i insamlingen av data kan anpassas bra efter behovet av den information vi söker. Vi vill få en djupare förståelse för dessa informanter och deras tankar kring plastikoperation vilket en kvalitativ ansats lämpar sig bäst för oss. Vi kan se skillnaden mot att använda en kvantitativ ansats där förtryckta enkäter är en av de vanligaste metoder för att samla in data. Här har du redan förtryckta svar vilket då inte ger oss som intervjuare den djupare diskussion som vi vill föra med informanterna.

Även om en kvalitativ undersökningsmetod är mer tidskrävande än en kvantitativ ser vi alla de fördelar de ger oss i just vårt arbete.

---

30 Alvesson M & Sköldberg K, 1994

31 Alvesson M & Sköldberg K, 1994

32 Bryman A & Bell E, 2005

33 Bryman A & Bell E, 2005

### 2.2.1 Intervjuer

Det finns flera olika metoder för insamling av primärdata, observationer, fokusgrupper, enkäter och intervjuer. I vår uppsats har vi valt att använda oss av intervjuer då vi anser att det passar vårt syfte bäst.

Observationer, fokusgrupper och enkäter valdes bort tidigt i arbetsprocessen då vi ansåg att detta inte skulle ge svar på vad vi ville veta. Som vi tidigare nämnt i detta kapitel så valdes enkäter bort för att vi inte skulle få en djupare diskussion med informanten. Studerandet av fokusgrupper passade inte oss heller då vi inte ville ha någon yttre påverkan på informanten som intervjuades. Vid studerandet av fokusgrupper sitter flera informanter i samma rum och för en öppen diskussion vilket vi insåg att inte skulle funka med det som vi undersökte. Informanterna skulle lätt påverkas av varandra och vi ansåg att den öppenhet som ville uppnås inte skulle göra det. Observationer var heller inget passade vårt syfte och mål med uppsatsen då vi inte skulle få någon djupare relation eller något samspel med informanterna utan bara observera dessa.

Vid intervjuer så skiljer man oftast på strukturerade, semistrukturerade och ostrukturerade intervjuer.

Strukturerade intervjuer används oftast vid kvantitativ metod då dess syfte är att komma fram till ett svar på en formulerad uppsättning frågeställningar. Här eftersträvas att uppnå en så hög reliabilitet och validitet som möjligt när det gäller mätningen av viktiga begrepp<sup>34</sup>.

Vid semistrukturerade intervjuer använder man sig ofta av en intervjuguide där frågor och teman som ska beröras under intervjun finns med. Intervjupersonen har stor frihet att utforma sina egna svar och frågorna behöver inte komma i den specifika ordning som ställts upp i intervjuguiden. Följdfrågor som inte ingår i intervjuguiden kan också ställas om intervjuaren anknyter till något som informanten sagt. I stort sett kommer dock frågorna att ställas utifrån den ursprungliga ordningen<sup>35</sup>.

Vid ostrukturerade använder sig forskaren mest av relativt lösa minnesanteckningar som hjälp vid genomgången av vissa teman under intervjun. Det kan hända att endast en fråga ställs under hela intervjun och att informanten därefter får associera och svara fritt. Intervjuaren reagerar bara på de punkter som är värda en följdfråga. Denna intervjuform tenderar att likna ett vanligt samtal.

Vi har valt att använda oss av semistrukturerade intervjuer vid insamling av primärdata. Semistrukturerade intervjuer för att kunna föra ett samtal med informanterna som varit öppet men ändå kunnat styras i den riktningen vi velat.

---

34 Bryman, A & Bell, E, 2005

35 Bryman, A & Bell, E, 2005

### **2.2.2 Bakgrund till datainsamling**

Genom att använda oss av semistrukturerade intervjuer<sup>36</sup> så har vi kunnat styra samtalen med informanter i den riktning som avsetts. Det har varit väldigt väsentligt att få informanter att känna sig bekväma i situationen och kunna svara ärligt på frågorna som vi ställt. Här har deras anonymitet spelat väldigt stor roll. Vi märkte ganska snabbt att om inte intervjuaren styrde samtalet med semistrukturerade frågor så kom inte den informationen fram som eftersträvats. Redan i början av intervjuerna så var vi väldigt noga med att poängtera att informanterna var absolut anonyma och att deras identitet under inga omständigheter som helst avslöjas.

Att informanter har styrts av intervjuaren har betytt att det inte blivit den öppna diskussion som man skulle ha velat ha men som nämnts ovan så fanns det en motvilja att prata öppet om sina tankar kring plastikoperation utan att bli styrd av oss.

Även i studerandet av tidningsartiklar och tidigare gjorda intervjuer har vi använt oss av en kvalitativ ansats då vi har låtit materialet bestämma datainsamlingens utgång. Vi har läst artiklar och intervjuer med ett öppet sinne och tittat på olika artiklar och intervjuer som kunnat ge oss olika riktningar i vårt sökande av material. Vi har tittat på material som vi anser kan vara av intresse för oss och vårt ämne. Olika perspektiv har hittats på sättet att använda sin kropp för att marknadsföra sig själv med hjälp av verktyg som plastikoperationer. Artiklar av olika slag har använts i sökandet efter information, både artiklar från dags- och kvällspress men även akademiska mer vetenskapliga artiklar har använts i våra textanalyser.

### **2.2.3 Primär- och sekundärdata**

I uppsatsen har vi använt oss av både primär- och sekundär källor. Primärdata innebär att helt ny information samlas in, här igenom intervjuer. Sekundärdata är således redan befintlig information som återfinns i böcker, tidningsartiklar och internetsajter. Fördelen som kan ses med sekundärdata är bl a kostnadseffektiviteten, materialet finns redan. Dock måste man se till nackdelen så som att datan oftast är insamlad i annat syfte än de vi ägnar oss åt vilket kan försvåra arbetet av vår studies specifika krav. Ännu en nackdel är datans uppdatering, mycket data i böcker och äldre tidningsartiklar är inte uppdaterade efter vårt önskemål. Plastikkirurgin är en ständigt förnyande industri där utveckling och framsteg görs hela tiden.

Närmre studier angående plastikkirurgi är i dag ytterst svårt att genomföra. Mycket p.g.a. den stora sekretess som ligger över området för kirurger och mottagningar. En annan anledning är att det är svårt att få access till personer som har genomgått operationer.

---

36 Lundahl U & Skärvad P-H, 1992

## 2.3 Intervjuguide

Vid semistrukturerade intervjuer används oftast en intervjuguide, en skriven sammanställning av bl.a. frågor som tas upp under intervjun<sup>37</sup>. Det är alltså inget frågeformulär utan mer en sammanställning av frågor som vi tar upp under intervjun med informanten i fråga. Idén med en intervjuguide är att den ska fungera som en ”röd tråd” och en vägledning genom hela intervjun och ge en bra struktur inför analyser som följer.

Vi har försökt hålla oss till intervjuguiden så långt som möjligt för att underlätta för oss författare vid senare analys.

Utrymme har givits till informanten att samtala öppet med intervjuaren men med vägledning av frågorna. Om informanten avvikit helt från ämnet som vi undersökt så har intervjuaren styrt tillbaka informanten på rätt spår med hjälp av de förutbestämda frågorna i intervjuguiden. Ärliga och uppriktiga svar har hela tiden eftersträvats vid intervjuerna och därför har ett djupare samtal förts med informanten istället för att ett frågeformulär lämnats ut.

Det är viktigt att vi från början förklarar och berättar vårt mål och syfte med intervjun så att informanten fått en grundläggande förståelse för frågorna som ställts.

Intervjuguiden är utformad att sätta vår frågeställning i fokus. Se om informanternas åsikter och känslor stämt överens med våra förutfattade meningar utan att avslöja vad vi anser på förhand.

## 2.4 Val av informanter

Vi utgick inte från någon specifik åldersgrupp men var ändå nyfikna på att undersöka vad som får unga tjejer att ta till drastiska metoder som plastikkirurgi för att förbättra sitt yttre. Vi funderade mycket på deras anledning till att ”investera” mycket pengar i något som är relativt smärtsamt. Här fördes tankar direkt till att det var en investering för att marknadsföra sig själv till bättre position och välbefinnande. Utifrån informanterna i våra intervjuer blev fokuseringen automatiskt på kvinnor mellan 20 och 30 år då informanterna representerar just denna åldersgrupp. Vi måste hålla i minnet att accessen till plastikerade och potentiella är väldigt begränsad, därutav vår begränsade ålderskategori också. Vi utgick från personer i vår umgängeskrets då som nämnts tidigare accessen genom kliniker för plastikkirurgi var nästintill obefintlig. Här fick nya vägar sökas i jakten på informationen och accessen i det vardagliga umgänget var mer lättillgängligt.

---

37 Bryman A & Bell E, 2005

## 2.5 Genomförande av intervjuer

Intervjuerna genomfördes individuellt med en av oss som intervjuare. Vi ville ge informanten en chans att känna sig trygg med oss som intervjuare för att denne skulle samtala mer öppet med oss. Vi ansåg därför att de var bäst att den som kände informanten bäst lämpade sig också bäst för att utföra just den intervjun.

Som nämnts tidigare i uppsatsen ville vi föra ett så öppet samtal som möjligt med informanten med hjälp av våra på förhand uppsatta frågor. Dock var frågorna till mycket hjälp under samtalen gång för gång snabbt märkte vi att informanterna ogärna talade fritt och öppet om sina ingrepp eller kommande ingrepp. Det var svårt att få dem att prata öppet om sina känslor och tankar om de inte styrdes av frågorna.

Utrymme för fria följdfrågor gavs naturligtvis i intervjuguiden. Under intervjuerna kunde man komma in på perspektiv som inte vi tänkt på innan intervjuerna då intervjuguiden utformades.

## 2.6 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet är ett begrepp som rör frågan om huruvida resultaten från en undersökning skulle bli desamma om undersökningen utfördes på nytt<sup>38</sup>. Vi kan snabbt konstatera att vår undersökning har låg reliabilitet då resultaten vi fått från vår undersökning skulle te sig annorlunda om undersökningen utfördes på nytt. Mycket av detta beroende på författarens egen tolkning och frågeställning, någon annan som utför samma studie som oss skulle alltså kunna komma att tolka svaren från informanterna på ett annat sätt än vad vi gjort.

Då vår undersökning är av kvalitativ metod så är validiteten svår att mäta då detta främst är ett mätverktyg som används inom kvantitativ forskning. Validiteten rör frågan om huruvida en eller flera indikatorer som utformas i syfte att mäta ett begrepp verkligen mäter just det begreppet<sup>39</sup>. Som nämns ovan så är vår undersökning av kvalitativ metod vilket gör att vi inte kan mäta validiteten. Ett försök kan göras genom att vi som författare och undersökare är nöjda med materialets relevans och detta kan då anses som en god inre validitet.

---

38 Bryman, A & Bell, E, 2005

39 Bryman, A & Bell, E, 2005



## 2.7 Källkritik

Eftersom skönhet och plastikkirurgi är kontroversiella områden är det svårt att hitta tillförlitliga källor. Uppfattningen om skönhet är individuellt och det är därför svårt att ge en rättvis beskrivning i bakgrunden. Det är viktigt vara medveten om att tidningsartiklar och andra skrifter ofta har en baktanke och vinklas så att det faller i linje med det bakomliggande vinstsyftet. Detta är vi väl medvetna om och ställer oss därför kritiska till den sekundärinformation vi har samlat från tidningar, hemsidor och böcker.

Plastikkirurgi är ett relativt nytt redskap i skönhetsförbättrande syfte i Sverige, vilket medför att det inte finns mycket information tillgänglig. Det är viktigt att ställa sig kritisk till den information som finns då den mestadels kommer från plastikkirurgiska kliniker. De agerar även dem utifrån ett vinstdrivande syfte och vinklar därför allt de delger i enlighet med sina egna vinningar.

Plastikkirurgi är som ovan nämnts ett väldigt känsligt ämne och vi bör därför vara något restriktiva då vi analyserar den information som insamlats via intervjuer. Vi bör därför vara medvetna om att informanterna vid vissa tillfällen kanske inte vågat vara helt ärliga och öppna med sina svar. Det finns också en risk att de valt att formulera sina svar på ett sådant vis att deras beslut låter bättre än det egentligen är. De kan ha försökt övertyga oss, och sig själva, att det gjort rätt och därför förskönat sitt beslut. Fördelarna kan ha överdrivits samtidigt som riskerna och konsekvenserna bortförklarats och minimerats i betydelse. Trots detta sätter vi stor tillförsikt i informanternas berättelser.

## 3 Teori

*Studiens teoretiska referensram bygger på motivation och de faktorer som påverkar motivationen, såsom risker, värderingar och normer.*

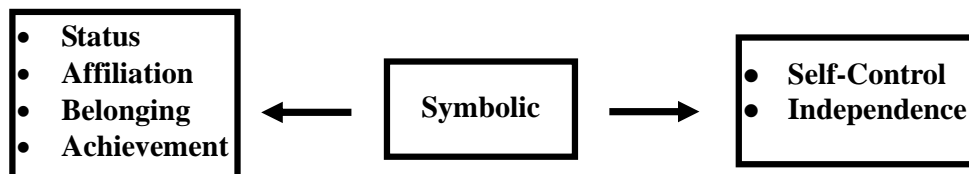
### 3.1 Teoretisk referensram

#### 3.1.1 Behov och motivation

Enligt flera teorier inom beteendevetenskap är motivation en automatisk och reflexiv process som uppstår för att tillfredställa behov<sup>40</sup>. Dessa är till stor del skapade av omgivningen i form av yttre sociala och kulturella påtryckningar. Behoven uppkommer då det nuvarande och önskade tillståndet inte överensstämmer. Skillnaden mellan tillstånden skapar en drivkraft hos människan som styrs av värderingar och tidigare erfarenheter<sup>41</sup>.

Många av de behoven vi har är symboliska och bygger på vår egen självuppfattning, hur andra uppfattar oss och hur vi interagerar med vår omgivning. Även vår önskan att prestera, vara självständiga och ha kontroll över oss själva är symboliska. Samtidigt är vi rädda för att få avslag och stöta på motgångar då det negativt speglar vår position eller roll i en social grupp<sup>42</sup>. I figur 4.1 nedan ser vi de symboliska behoven är indelade i två grupper. Till vänster finns de behov som är knutna till vår omgivning; status, prestationer samt anknytning och tillhörande till en grupp eller omgivning. Till höger i figuren finns de behov som endast berör oss själva; självkontroll och oberoende.

Figur 4.1 Types of Needs



Källa: *Consumer Behavior*, Wayne D. Hoyer & Deborah J. MacInnis, 2001

40 Bernard L, Mills L, Swenson L, Walsh P, 2005

41 Solomon M, 2006

42 Wayne D. Hoyer & Deborah J. MacInnis, 2001

Under den senaste tiden har det blivit allt vanligare att fokusera på kognitiva faktorer (inlärning och perception) snarare än medfödda och biologiska faktorer. De kognitiva faktorerna är framförallt av intresse då man studerar utseende och skönhet, då det handlar om skapade behov. Teorin om förväntan (Expectancy Theory) förespråkar att beteende och motivation bygger på förväntan av att nå ett önskat utfall och inte ett inre biologiskt begär<sup>43</sup>.

Motivationsprocessen har oftast en tydlig riktning. De flesta beslut som fattas har ett mål de riktas emot. Till exempel väljer vi ett varumärke över ett annat när vi behöver köpa ett par nya skor. Varumärket vi väljer kanske bidrar med en ökad social acceptans och ökar konsumentens självförtroende<sup>44</sup>.

Allt beteende är dock inte motiverat av ett önskat mål. Ibland kan motivet vara att undvika ett negativt utfall. De olika typerna av motiv kan leda till konflikter. Det finns tre typer av konflikter som berör beteende och motivation; *approach- approach conflict*, *approach- avoidance conflict* och *avoidance- avoidance conflict*. Den första konflikten uppstår då en person tvingas välja mellan två åtråvärda alternativ. I detta fallet är vanligtvis de olika alternativen likvärdiga och har liknande för- och nackdelar. En *approach- avoidance* konflikt uppstår när något vi önskar även kommer med negativa konsekvenser. Till exempel vill man gärna äta choklad men är rädd för att det leder till att man går upp i vikt. Marknadsförare försöker mildra konflikten hos konsumenten genom att belysa fördelarna hos den önskade produkten. Den tredje konflikten, *avoidance- avoidance*, uppstår när man tvingas välja mellan två oönskade utfall<sup>45</sup>.

### **3.1.2 Means-end Chain modellen**

Means-end chain används för att få en närmare förståelse för konsumentens beslutsprocess. Modellen utgår ifrån att varje specifikt produktattribut är sammanlänkat med slutvärden på ökande nivåer<sup>46</sup>. Konsumenten har ett önskat slutligt tillstånd och väljer mellan olika medel och tillvägagångssätt för att nå detta. Produkter har konkreta attribut som medför fördelar för konsumenten genom abstrakta attribut. Fördelarna leder i sin tur till bidragande positiva värden som i sista ledet bidrar till det slutliga önskade värdet.

---

43 Solomon M, 2006

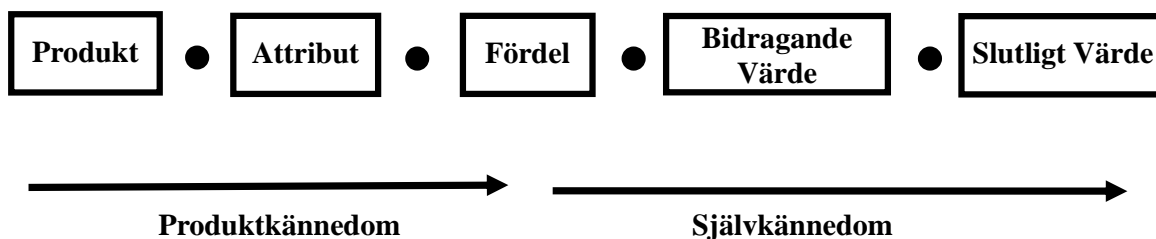
44 Solomon M, 2006

45 Solomon M, 2006

46 Walker B, Olson J, 1991

Enligt denna modell införskaffas produkter inte för sina konkreta attribut utan snarare för de fördelar de för med sig. Ofta handlar det om ett undermedvetet agerande, då konsumenten inte tänker på den egentligen anledningen till köpet<sup>47</sup>.

Figur 4.2 The Means-end Chain Model



Källa: A Means-end Chain model based on consumer categorization process, Jonathan Gutman, 1982

För att nå en bättre förståelse av modellen använder vi oss av ett exempel, lättöl<sup>48</sup>.

Produkten lättöl har attributen; en god smak och innehåller färre kalorier än vanlig öl. Dessa attribut leder till fördelarna, uppfriskande och att man inte går upp i vikt. I sin tur ger dessa fördelarna bidragande faktorer, som att man släcker törst, umgås och att man lever nyttigare. Det slutgiltiga värdet av det är att man mår bättre, ökar sitt självförtroende och känslan av gemenskap.

### 3.1.3 Upplevd risk

Generellt sett är den upplevda risken till vilken grad konsumenten är osäker på konsekvenserna av sitt handlande<sup>49</sup>. Vid köpet av en produkt kan de negativa konsekvenserna uppstå vid köpet, användandet eller avyttrandet. Det finns sex olika riskdimensioner; psykologiska, fysiska, finansiella, sociala, tids- och prestationsmässiga<sup>50</sup>. De psykologiska riskerna syftar till produktens överensstämmelse med konsumentens livsstil och självuppfattning. Sannolikheten att man skadar sig och att ens säkerhet påverkas täcks av den fysiska risken. Den finansiella risken stiger i takt med att priset på produkten eller tjänsten ökar. Sedan finns risken för den potentiella skadan produkten kan medför på konsumentens sociala liv. Tidsrisken syftar till den tid som måste investeras i köpet, användandet och avyttrandet av produkten. Prestationsrisken är osäkerheten på att produkten/tjänsten inte ska fungera som önskat. De sex risktyperna vägs inte enbart mot fördelarna

47 Reynolds J. T, Olson C. Jerry, 2001

48 Bauer R, 1967

49 Bauer R, 1967

50 Hoyer W, MacInnis D, 2000

med att skaffa produkten utan även mot de upplevda riskerna av att inte skaffa produkten<sup>51</sup>.

Den upplevda risken går ofta hand i hand med graden av involvering i anskaffandet av en produkt. Desto högre riskerna med produkten är desto större är sannolikheten att konsumenten är mer engagerad och involverad i köpet<sup>52</sup>.

### **3.1.4 Normer och normalitet**

Enligt vetenskapsmannen Johan H Koeslag strävar människan efter att vara "normal". Vad som kategoriseras som normalt varierar, men inom de flesta vetenskaper är det synonymt med det "vanliga" eller det som överensstämmer med den kulturella normen<sup>53</sup>. I Edmund Murphys' artikel "The Normal and the Perils of the Sylleptic Argument" från 1972 finns en liknande men något mer statistisk definition. Han kallar det normala det som är "mest representativt för sin grupp". I den västerländska kulturen anses det onaturligt att avvika och enligt professorn Sander Gilman kan man skapa det normala genom plastikkirurgi. Detta innebär att man kan ta fram det normala med ett verktyg som klassas som onormalt. Gilman menar på att det har skapats en länk mellan utseende och välmående och att lycka nås genom ett utseende i linje med samhällsnormen. Han påstår också att samhället utvecklats så att den man är idag bestäms av hur man ser ut. Härledningen av det är att man då kan förändra insidan genom att förändra utsidan<sup>54</sup>.

Normativ påverkan definieras som sociala påtryckningar konstruerade att uppmuntra anpassande till andras förväntningar<sup>55</sup>. Normativ påverkan är ett uttryck som kan härledas ifrån normer. Normer är samhällets beslut om hur man borde vara eller bete sig<sup>56</sup>. T.ex. så finns det normer för hur mycket vi bör äta vid en viss måltid, i vilka butiker vi bör handla våra kläder för att inte avvika lika som det finns normer för hur vi bör se ut.

I många situationer kan de normativa påverkningarna påverka hur en viss människa betar sig i en viss miljö. Dessa påverkningar kan få dig som individ att agera på vissa sätt och ta till vissa handlingar fast att du inte egentligen är väldigt negativt inställd till att göra så.

Normativa faktorer påverkar med stor sannolikhet relationen mellan attityd och uppförande. T.ex. Du tycker det är godtagget att plastikoperera dig men låter bli för att du tror att samhället inte godkänner ditt handlande. Den normativa övertygelsen och motivationen som således följer kommer också att påverka relationen mellan attityd och uppförande<sup>57</sup>.

---

51 Jacoby J, Kaplan L, 1972

52 Jacoby J, Kaplan L, 1972

53 Koeslag J, 1993

54 Gilman, 2001

55 Hoyer, W D, MacInnis, D J, 2001

56 Hoyer, W D, MacInnis, D J, 2001

57 Hoyer, W D, MacInnis, D J, 2001

### **3.1.5 Rationalisering**

Den psykologiska företeelsen rationalisering är ursprungligen en av Sigmund Freuds försvarsmekanismer. Den innebär att man i efterhand intalar sig själv att man har goda grunder eller intentioner för sitt agerande. Detta kan ske både på ett medvetet (som ett försvar mot sociala påtryckningar) och undermedvetet plan (förhindra personliga skuld känslor). I de flesta fall handlar det om att försöka rättfärdiga ett beslut eller agerande som på något sätt kan tes som tvivelaktigt. Det kan med andra ord uttryckas som att skapa ett falsk, men trovärdigt berättigande. Rationalisering kan också innebära att man försöker ta fram logiska förklaringar till negativa och tråkiga händelser. I många fall används det för att skydda vår egen självbild. Försvarsmekanismen är nära knuten till Freuds *Self-Serving Bias*, som innebär att man tolkar händelser till sin egen fördel. Framförallt handlar det om de situationer som involverar skicklighet och tur, lyckas vi så handlar det om skicklighet och misslyckas vi så är det otur<sup>58</sup>.

---

58 Ritzer G, 2001

## 4 Empiri & Analys

---

*I detta kapitel följer en empirisk redogörelse och en analys baserad på intervjuresultaten. Analysen understöds från den teori som presenterades i föregående kapitel.*

---

### 4.1 Personliga motiv

Plastikkirurgi har blivit ett allt mer vanligt medel att för att förändra sitt utseende. Acceptansen för kirurgiska ingrepp har ökat generellt i samhället i takt med utvecklingen av det kvinnliga skönhetsidealet. Flera tidigare studier visar på att många unga svenska tjejer inte drar sig för att förändra sitt utseende och inte längre ser operationer som ett drastiskt tillvägagångssätt.

De tillfrågade informanterna började alla tänka på sitt utseende i samband med att deras självkänsla och självförtroende sjönk. Några av tjejerna konstaterade att det inte var tillräckligt att ha en stark personlighet, utan att ett attraktivt utseende krävdes för att känna sig trygg runt andra människor. Den dalande självkänslan som många upplevde var i många fall den utlösande faktorn för att tänka sig att genomgå en operation. Två av tjejerna nämner att deras bröst försämrade självförtroendet så mycket att det blev ett socialt hinder för dem. Den ena var ständigt osäker och bar på en konstant rädsla att alla runt omkring skrattade åt henne.

*”Jag har alltid känt mig okvinnlig så den största fördelen för mig var absolut att få stora kvinnliga bröst. Jag hoppades också på att få mer uppmärksamhet från killar och framförallt en bättre självkänsla.”*

*– Lisa, 25*

*”Jag var inte direkt platt innan jag opererade mig, men jag hade väldigt små bröst. Detta gjorde att jag kände mig okvinnlig och gav mig ett dåligt självförtroende. Jag har vänner med stora bröst och jag såg vilken uppmärksamhet de fick.”*

*– Josefin, 24*

Det finns en tydlig röd tråd i kvinnornas berättelser. De har alla haft ett starkt växande behov att känna sig attraktiva. Detta behov har varit motivation nog att överväga en operation. Som nämnts i teorikapitlet är motivation en automatisk och reflexiv process som uppstår för att tillfredställa ett behov. De tillfrågade har ett behov att bli ”accepterade” av andra människor i sociala sammanhang och att inte avvika från mängden på grund av sitt utseende. Samtidigt vill de vara vackrare än omgivningen och sticka ut på det sättet. Skillnaden i dåvarande/nuvarande och önskat tillstånd har fungerat som en drivkraft. De sociala påtryckningarna har förstärkt kvinnornas behov av att se ut på ett visst sätt.

*”Idag förväntas man att vara kvinnlig och ha stora bröst. Har man inte det så skaffar man det.”*

*– Lisa, 25*

De symboliska behoven nämns på olika sätt då informanterna berör ämnet. De nämner att de känner krav på att uppnå en viss status samt tillhörighet och samhörighet med sin omgivning. Självständighet och oberoende tas också upp som viktiga bidragande faktorer vid beslutet att genomgå ett ingrepp. Någon nämner att det finns ett starkt samband mellan de olika behoven och att då man känner sig socialt tryggare så vågar man vara mer oberoende och ta mer kontroll.

*”Utseendet är viktigare än vad vi vill tro att det är. Alla vill omge sig av vackra människor. Tjocka magar anses inte vara vackert i vår kultur.”*

*– Karin, 28*

## **4.2 Falsk vs. äkta**

Samtliga av de tillfrågade har som mål att komma närmare en ”perfekt kropp”, som inte går att få på något annat sätt än genom en operation. De såg plastikkirurgi som den sista utvägen för att nå dagens skönhetsideal efter många försök med andra medel. Krämer som förstorade läpparna, BH:ar med inlägg för att få större bröst, paper i BH:n etc. Detta var bara några av alternativen som informanterna försökt med men insett att det inte fungerar i längden och därför tagit beslutet att operera sig. De ville/vill ha en mer permanent lösning som höjer deras självförtroende istället för att gå runt och vara rädda för att bli avslöjade med paper i BH:n.



Önskan att se bättre ut än många andra på samma gång som de inte ville bli extrema och att andra inte ska få reda på att de genomgått operationen är vanligt bland de informerade. Kvinnorna som tidigare har fuskat med sitt utseende och haft tillfälliga lösningar kände sig mer självsäkra nu när de fått en permanent lösning. Att de sedan känner att de blivit mer normala och äkta genom ingreppet när de samtidigt hemlighåller operationen är märkligt. Det har blivit att kvinnorna ser kroppen som ett objekt att ständigt förbättra och ett hjälpmedel för att få mer uppmärksamhet. De kan nu byta bröst, läppar, minska mage, lår etc. för att marknadsföra sig själva och visa ett bättre "jag".

*"När det kommer till läpparna så testade jag Lip Plummers, vilket är ett skämt. Det är bara ett sätt att lura tjejer. De är mest dyra och funkar inte alls!"*

**– Sophia, 27**

Dessa tjejer ansåg det vara en slags falskhet att låtsas ha större bröst eller läppar. De lurade både sig själv och sin omgivning. En av tjejerna talade om pinsamheten i att träffa en kille om man hade inlägg i bh:n.

*"Om man träffade en kille när man hade inlägg i BH:n kunde det lätt bli pinsamt. Han skulle ju inse ganska snabbt att det bara var fusk."*

**– Sophia, 27**

Motivationen till att ha en bättre kropp bygger på förväntan om att förbättra sin självkänsla och få en starkare personlighet.

Ett önskat mål tycks inte ha varit den enda drivkraften för de unga tjejer som övervägt kirurgiska ingrepp. Deras motiv och beteende kan ha uppkommit ur en konflikt. Eftersom de är, eller har varit, missnöjda med sitt utseende, har de tvingats ställas inför ett beslut.

*"Jag är inte nöjd över vägen jag tvingas ta för att bli snygg, eller vad den vägen representerar, men jag gör det för att få se ut som jag önskar"*

**– Josefin, 24**

En vanlig konflikt i sammanhanget är approach-avoidance konflikten, något som alla de tillfrågade tycks ha upplevt. De har ett tydligt önskat mål, men det är medvetna om de negativa konsekvenser målet för med sig. De negativa konsekvenserna varierar men består oftast av rädslor rörande operationstillfället och de påföljande konsekvenserna.

*”Visst kan det gå fel och det finns ju aldrig en 100 % garanti. Jag tror dock att den eventuella förbättringen om allt går som önskat överväger alla eventuella komplikationer och misslyckanden”*

*– Anna, 25*

En annan rädsla av stor vikt är chansen att ingreppet ska påverka omgivningen negativt. Vänner, familj och arbetskollegor kanske ser ingreppet som en onormal handling och tappar respekt för personen i fråga. Några av de opererade tjejerna har även stött på avundsjuka och sämre bemötande från andra tjejer, en konsekvens de flesta varit beredd på.

*”Många tjejer tittar på mig med förakt och det händer att jag får små elaka kommentarer. Detta berör mig inte speciellt mycket då jag ser det som att de är avundsjuka.”*

*– Josefin, 24*

### **4.3 Vill inte vara normal, utan ideal**

Utöver det dåliga självförtroendet har även media spelat en stor roll i beslutsprocessen. Bevakningen utav kändisar och offentliga personer har stor inverkan på ”vanliga människor” då de försöker leva upp till den standard som media porträtterar.

*”Människan skapade media en gång i tiden. Idag är det media som skapar människan.”*

*– Sophia, 27*

Det har även nämnts att det är media som är den största bidragande faktorn till att vi vet vart vi ska vända oss och få hjälp med hur vi förbättrar vårt utseende. Tidningar och skvallerpressen innehåller massvis av annonser och det har blivit vår allmänna uppfattning att vi människor förväntas se bra ut, annars så har vi endast oss själva att skylla. Några av tjejerna nämner att de känt att de inte levt upp till förväntningarna från sin omgivning.

Sander Gilman menar på att det skapats en länk mellan utseende och välmående, och att lycka nås genom ett utseende i linje med samhällsnormen. Media är den tydligaste källan till att visa upp ”samhällsnormen” för skönhet idag. Ingen av de tillfrågade kvinnorna i intervjuerna förnekade att reklamer, filmer och annonser spelat en roll i deras beslut att operera sig.

*”Media skapar ett kulturellt ideal och visar hur enkelt och tillgängligt det är att förbättra sig själv. Majoriteten av alla tidningar och magasin tycks ha som huvudsyfte att förmedla hur kvinnor och tjejer kan förbättra sig själva och sitt utseende.”*

*– Rebecka, 25*

*”Media spelar en stor roll i nästan alla situationer idag skulle jag tro. I det här fallet är förmodligen media helt avgörande. Jag tror inte att plastikkirurgi skulle existera idag om inte media sett ut som den gör. Dels blir man påmind varje dag hur man ska se ut.”*

*– Sophia, 27*

Det finns många definitioner på det ”normala” men inom de flesta vetenskaper så är det synonymt med det ”vanliga” eller det som stämmer överens med den kulturella normen. Edmund Murphy definierar det mer på ett statistiskt sätt, det normala är det som är ”mest representativt för sin grupp”. I vår västerländska kultur anses det onaturligt att avvika och Gilman menar att man kan skapa det normala med plastikkirurgi. Kvinnorna som intervjuats har en liknande uppfattning om det och tar hjälp av ingrepp för att inte avvika från samhällsnormen.

*”Vi vill se onaturligt naturliga ut. Jag skäms för att ha opererat mig så jag har inte talat om det för någon. Jag vill att folk ska tro att mina bröst är naturligt så här snygga.”*

*– Anna, 25*

Informanterna har haft olika uppfattningar om vad som är normalt men påpekar alla att media haft stor inverkan på deras syn. De vill vara normala men samtidigt sticka ut genom att vara ideala och något bättre än alla andra i sin omgivning.

## 4.4 Riskernas betydelse

Riskerna som de kirurgiska ingreppen för med sig är många och visar sig vara en viktig faktor i de beslut tjejerna ställts inför. Det nämns risker som kan uppstå både innan, under och efter själva ingreppet. De informanterna som inte ännu opererat sig står inför psykologiska risker. Rädslan att deras kropp inte längre kommer att överensstämja med deras livsstil och att de kommer att känna sig som en annan människa påverkar till viss del beslutet. De står också inför finansiella risker då en operation är kostsam och eventuella kirurgiska misslyckanden kan medföra merkostnader. Dessa misslyckanden innebär också fysiska risker eftersom den kan bidra till livslånga fysiska men. De fysiska menen kan i sin tur leda till sociala risker, då ett förvärrat yttre kan sänka självkänslan och öka den sociala osäkerheten. Det sociala kan även påverkas då operationen varit lyckosam men omgivningen trots detta är negativ till resultatet. Många ser negativt på de som ser onaturliga ut efter sitt ingrepp och det finns en risk att bli mindre respekterad.

*”Många tjejer tittar på mig med förakt och det händer att jag får små elaka kommentarer.”*

*– Lisa, 25*

*”Vad gäller min omgivning så är jag medveten om att mitt beslut kommer att ifrågasättas.”*

*– Anna, 25*

Nära anknutet till det här är den prestationsmässiga risken och chansen att man blir sämre bemött efteråt. Rädslan finns att ingreppet blir allt för tydligt eller att det inte syns alls.

Det har dock framkommit att de positiva effekterna såsom bättre självförtroende och snyggare kropp överväger dessa risker. I samtliga fall av dem som blev intervjuade, inklusive de som inte har opererat sig, blev svaret att de negativa konsekvenserna inte var så pass stora så att de skulle avskräcka en från att lägga sig på operationsbordet.

*”Fördelarna är desto fler. Jag blir snyggare, gladare och jag slipper träna och idrotta. Väger jag fördelarna mot nackdelarna så ser jag att det egentligen inte finns någon anledning att vänta.”*

*– Karin, 28*

Generellt sett så upplever de tillfrågade inte någon större risk med att operera sig. Konsekvenserna av operationen har, eller kommer, inte hindra dem från att få sitt önskade utseende. De

riskdimensionerna som nämns ovan vägs inte enbart mot fördelarna med att genomgå operationen utan även mot de upplevda riskerna att inte göra så. Informanterna riskerar ju sitt drömutseende och sitt självförtroende genom att inte operera sig medan de får sitt drömutseende och ett bättre självförtroende genom att operera sig. Alla säger att även om fördelarna kanske inte är lika många och tydliga så väger de mycket tyngre än nackdelarna. Flera av kvinnorna säger att de vinner så mycket mer på att operera sig än att låta bli. Vi kan se en hel del sanning i det för deras upplevelser efter operationen har varit att de får mycket mer uppmärksamhet, de har bättre självförtroende och lättare får det som de önskar.

*”Jag får många positiva kommentarer och jag märker en klar skillnad i hur killar bemöter mig.”*

*– Josefin, 24*

Alla kvinnorna har varit mycket involverade i sina köp. De har gjort noggranna efterforskningar innan operation för att verkligen veta vad de ger sig in på. Detta stämmer överens med vad som nämns i teorikapitlet, att ju högre risk desto mer involverar sig konsumenten i köpet.

*”Jag hade läst en del om hela processen men förvånades ändå av hur det gick till.”*

*– Anna, 25*

Kostnaderna för operationen i sig själv har inte varit det som varit mest avgörande, utan kvinnorna har accepterat det pris som uppgetts. När man har facit i hand så är alla de opererade överens om att valet att skönhetsoperera sig var helt rätt. Den summa pengar som kvinnorna spenderat på ingreppen är relativt hög, även om de vid flera tillfällen påpekat att kostanden varit oviktig.

*”Visst var det mycket pengar, men värdet jag fått ut är otroligt mycket högre.”*

*– Josefin, 24*

Konsekvenserna och kostnaden leder oss osökt till rationalisering. Under flertalet av intervjuerna märkte vi snabbt att tjejerna försökte hitta flera ursäkter till sitt drastiska handlande. De kände en nödvändighet att förklara sina val ur ett perspektiv som skulle vara mer förståeligt från vårt håll sett. De ville ha vårt godkännande att deras val varit de rätta och få oss att inse att inga andra utvägar var möjliga. De rationaliserar sina svar för att få ett godkännande från omgivningen. De vill få allmänhetens godkännande att det är ”normalt” och inget konstigt att operera sig för att nå den önskade skönheten enligt dem.

I efterhand så minimeras riskernas och kostnadens betydelse. Jämför man detta med svaren från dem som ännu inte genomgått någon operation så ser man att denna betydelse vägt tyngre. Hos båda grupperna genomsöker en viss grad av tvivel och några av svaren tycks formulerade på ett sådant sätt att de vill övertyga oss och sig själva att det valt rätt.

*”Kostnaden var inte avgörande. När jag började fundera på det tänkte jag att så länge det inte kostar mer än 100 000 kr är kostnaden inget hinder. Självklart skulle jag inte betala hur stora summor som helst för att få ett par nya bröst, men inom rimliga gränser är det inget problem.”*

*– Lisa, 25*

Att kvinnorna söker godkännande i utomstående tyder på en hög grad av osäkerhet trots operationen som de påstår har förändrat deras liv och gjort dem mycket mer självsäkra. Vi har en stark åsikt om att dessa unga kvinnor konstant försöker rationalisera för sig själv att deras val var det enda rätta och att omgivningen kommer att acceptera det då samhället normalisera dessa ingrepp mer och mer idag. De vill få oss att förstå att det inte är något onormalt att utföra ingrepp då det är så enkelt i dagen samhälle att kunna förbättra sitt yttre. De anser att alla har samma möjlighet att förbättra sitt yttre på samma sätt som de och att de borde göra det. Idag finns inga ursäkter att inte förbättra sitt yttre så informanterna ser inga hinder för någon att låta bli. Vi tycker att detta är ännu ett sätt att ursäkta sina handlingar och att få oss som samhälle att acceptera deras beslut och deras åsikt att det är helt normalt att plastiker sig för att nå den yttersta skönheten. De vill helt enkelt få samhället godkännande och inte på nytt vara avvikande för att de förbättrat sitt utseende genom operation. Flera av dem ansåg sitt utseende vara avvikande innan de opererade sig och att de genom en operation inte var detta längre. Dock ser samhället idag att det är avvikande att skönhetsoperera sig även om det utförs fler och fler ingrepp för att förbättra det yttre. Därav informanternas ständiga sökande efter godkännande för att deras beslut var det rätta och att det inte vara avvikande från samhällsnormen.

#### **4.5 Vägen mot önskad lycka**

Majoriteten av de tillfrågade hade inte tänkt i termer som marknadsföring och investering, men var överens om att det finns en tydlig länk mellan termerna och ingreppens resultat. Flera av dem tycktes vara övertygade om att deras investering skulle betala tillbaka sig i framtiden, både ekonomiskt och socialt. Som en av kvinnorna uttryckte det så har ingreppet hjälpt till att lyfta fram

helheten. Större bröst har förändrat hela kroppen och belyst ett nytt vackrare helhetsintryck enligt henne. Alla utseendemässiga val sänder signaler till vår omgivning, och även om de inte direkt speglar insidan, så leder det till mer uppmärksamhet och fler möjligheter att visa upp personligheten och vad vi har att erbjuda.

En annan av de tillfrågade uttryckte tydligt att hon ansåg att allt handlar om att marknadsföra sig idag. Desto bättre man lyckas med det desto mer status får man. Ett av hennes mål var att kunna marknadsföra sig själv bättre och redan några veckor efter operationen kunde hon se tydliga resultat. Hon kallade det även den bästa investeringen hon någonsin gjort.

*”Jag får mycket mer uppmärksamhet både av tjejer och killar. Inte bara för att jag har större bröst och läppar utan även för att jag känner mig snyggare och därför utstrålar det. Det är en god cirkel.”*

*– Sophia, 27*

En övervägande del av de tillfrågade kan tänka sig att genomföra fler operationer i framtiden. Tillgängligheten och möjligheterna att ytterligare förbättra sin tillvaro ansåg flera vara av betydelse för fortsatta ingrepp. I takt med att samhället förändras kommer plastikkirurgin att utvecklas och kan allt mer komma att bli en konsumtionsvara.

*”Om det blir bra första gången varför inte förbättra fler saker om man kan.”*

*– Karin, 28*

Köpprocessen bland de kvinnor som har intervjuats har varit fri från komplikationer där många kände att processen gick oerhört smärtfritt. Många hade även undersökt hur ingreppet går till. De valde alla även att söka mycket information inför operationen för att vara så förberedda som möjligt. Kvinnorna upplevde att rådgivningen de fick från läkare och sköterskor var fullt tillräcklig och hjälpsam nog för att fullfölja sitt beslut.

*”Det var som att välja en ny bil.”*

*– Malin, 26*

Beslutsprocessen som informanterna gått/går igenom, kan återkopplas till den teoretiska modellen Means-end chain. Detta då deras beslut leder till ett agerande som bidrar med delmål som i sin tur resulterar i det önskade slutgiltiga målet. Kvinnornas självförtroende är, eller var, lågt och de har

känt att det till och med krävs extrema tag att få den uppmärksamhet och självkänsla som de vill ha. Alla de som genomgått operationer har varit medvetna om att det finns en risk, men där slutvärdet efter operationen har ett överstigande positivt värde.

Kvinnor som utför plastikoperationer köper en känsla snarare än en produkt. Flertalet av kvinnorna säger att det medfört stora positiva förändringar i deras liv och det har fått dem att må mycket bättre. Enligt Means-end chain modellen så införskaffas produkter inte för sina konkreta attribut utan snarare för de fördelar de för med sig. Vilket stämmer bra överens med vad informanterna sagt. De köper sina operationer för att må bättre.

*”Mitt självförtroende är mycket bättre. Jag känner mig mycket snyggare och är därför mycket gladare. Jag vågar ta för mig mer och blir därför bemött på ett bättre sätt.”*

*– Sophia, 27*

Till exempel anser många av tjejerna att en bröstförstoring leder till att man får större, jämnare bröst. I sin tur leder detta till att man ser snyggare ut enligt dem. Ser man snyggare ut får man ofta fler komplimanger vilket leder till att man får ett bättre självförtroende. I slutändan gör detta att man blir lyckligare och mår bättre, vilket var det slutliga målet med operationen säger informanterna. För några av tjejerna har operationen inte bara inneburit en snyggare helhet utan även fungerat som ett medel för att belysa andra egenskaper. Lisa betonade hur hennes nya utseende fungerat som ett hjälpmedel för att kunna visas sina andra positiva egenskaper. Fler människor kontaktar snygga människor, enligt henne, och bidrar då med fler möjligheter för henne att kunna visa kompetens och inre egenskaper.

Med endast ett undantag så svarade alla informanterna att de skulle kunna tänka sig att utföra fler ingrepp nu när de tagit första steget.

*”Nej, aldrig, bröstet är något som jag inte kan påverka. [...] andra ingrepp som fettsugning och botox är inget som jag ens funderar på. Idrottar man och håller sig i trim själv så håller man kroppsformen också.”*

*– Therese, 24*

Några av dem var så nöjda med resultatet att de redan börjat planera nästa operation. Har man väl gått under kniven en gång finns det ingen anledning att inte göra det igen som konsekvenserna är goda.

*”Ja det skulle jag kunna göra. Jag har faktiskt redan börjat planera fler. Varför inte? Det är enkelt, inte speciellt dyrt och det förbättrar ditt liv oerhört.”*

*– Sophia, 27*



## 5 Slutdiskussion

---

*Nedan presenteras vår slutsats som framkommit av studien som utförts och det är anknutet till studiens syfte.*

---

### 5.1 Slutsatser

I sökandet på svaret av vår forskningsfråga har många intressanta aspekter kommit upp. Några av våra antaganden omkullkastades och några bekräftades. Vi märkte tidigt att kvinnornas främsta motivation och drivkraft var en förbättrad självkänsla och ett starkare självförtroende.

Skönhetsidealet i dagens samhälle ansåg alla informanter att vara en övervägande orsak till valet att operera sig. De har strävat eller strävar efter den kropp som offentliga personer i media visar upp och skyr egentligen inga medel för att nå detta.

Varför plastiker sig? Var en fråga som vi ställde oss innan intervjuerna och svaren vi fått var ganska överraskande.

Det direkta svaret från tjejerna var att det var för sin egen skull men längre in i intervjuerna så ändrades det svaret i takt med att dagens samhällsnorm diskuterades. Helt plötsligt så var det samhället och medias påverkning som fått dem att ta det slutgiltiga beslutet och hade inte dagens samhällsnorm sett ut som den gör så fanns där en möjlighet att de inte valt att operera sig.

Flera av informanterna upprepar gång på gång hur mycket bättre deras självförtroende blivit, hur mycket mer uppmärksamhet de fått och hur många nya dörrar det öppnats för dem efter sina ingrepp. Det eviga uppreparandet av ett förbättrat självförtroende tycker vi kan indikera på motsatt håll att deras självförtroende inte blivit bättre av just operationen utan att de bara försöker intala sig det. Samtidigt så kände vi av en rädsla bland vissa informanter där de oroade sig över vad andra skulle tycka om deras operation. Mycket handlade om att de skulle passa in, men på samma gång ville många se lite *bättre* ut än sina väninnor och få mer uppmärksamhet. De strävar alla efter normalitet som och vill se ut som mängden idag, men på ett sådant vis att de är ”snyggare” och utstrålar ett bättre självförtroende

Alla informanter ansåg att dagens skönhetsideal som visas upp i media var en starkt bidragande orsak till varför de valde att plastikoperera sig eller funderar på det. De mediala personer som anses vara vackra och ha en snygg kropp har en stor påverkan på tjejernas syn på sin egen kropp och sin skönhet. Det leder i sin tur till att plastikkirurgi spelar en avgörande roll i kvinnornas liv för att dessa ska må bra. Det stora begär att verkligen försöka vara vacker har varit väldigt viktigt i informanternas liv. En snyggare kropp leder till bättre självförtroende som leder till en mer attraktiv person som i sin tur leder till bättre framgång har flera av informanterna uttryckt det.

Flertalet av informanterna har erkänt att de fått mer uppmärksamhet efter sina operationer och att det lett till bättre självförtroende. Däremot känns det som om det finns ett underliggande motiv i kvinnornas agerande. Genomgående nämner kvinnorna att det är för deras egen skull och för ett ökat självförtroende som de går igenom operationen, men mellan raderna kan man utläsa att det är något annat de är ute efter – uppmärksamhet. De vill genom sina operationer och sitt förändrade utseende känna sig lite bättre än gemene man. Viljan att få mer uppmärksamhet och vara populär är kanske det som attraherar kvinnorna att genomgå operationen.

Vidare kan man tycka att medan kvinnorna försöker uppnå tidens skönhetsideal även försöker dra fördelar av sin situation. Det finns anledningar att känna att kvinnorna även försöker nå fördelar genom att operera sig, såsom bättre karriärmöjligheter och social status. Spenderar kvinnorna verkligen tusentals kronor för att få ett bättre självförtroende eller kan motivet vara att de ser framtida fördelar. I dagens konsumtionssamhälle kan man dra paralleller till hur kvinnorna väljer att spendera sina besparingar för att passa in och se vacker ut med att genomföra ett bilköp. Kroppen har blivit något som vi inte drar oss för att ständigt förfina och vår kropp kan idag jämföras med en konsumtionsvara som vi investerar pengar i. Våra kroppsdelar har blivit reservdelar som enkelt kan bytas ut och förnyas. En snygg dyr bil tyder på framgång samt höga ambitioner och ger föraren status. Kan det vara så att kroppen kan likställas med detta på någon nivå?

Utvecklingen tyder på att allt fler kommer att använda sin kropp för samma ändamål. Precis som en bilägare väljer mellan Volvo, Mercedes och BMW för att de representerar olika saker, så kan en tjej välja mellan lika storlekar och former på sina bröst för att det också förmedlar hur man är som person.

Slutsatsen av vår undersökning är att flertalet unga svenska tjejer påverkas av dagens skönhetsideal och dess påverkan är större än många tror. Dagens skönhetsideal har tagit normalitet till nya höjder och tänjer ständigt på gränserna. Idag anser många unga tjejer att det inte är onormalt att skönhetsoperera sig. Många uttrycker till och med att normalitet i somliga fall bäst nås genom en operation. Det verkar onekligen viktigt för tjejer att vara normala enligt den kulturella normen, samtidigt som allt fler tycks vilja sticka ut inom normalitetens ram. Många strävar efter uppmärksamhet och vill vara lite bättre, lite smartare och framförallt då snyggare än sin omgivning.

Ett ökat självförtroende i all ära, men man kan inte sluta fundera över om det inte finns andra bakomliggande intentioner. De är villiga att ta spendera stora summor pengar på en riskfylld operation för att bli lyckligare. Marknadsföring har blivit allt viktigare i dagens samhälle. Många företag når större framgångar än sina konkurrenter tack vare sin lyckade marknadsföring samtidigt som många misslyckas på grund av dålig marknadsföring. Kanske är det så att kroppen och utseendet tar samma viktiga roll och blir lika betydelsefullt för individuell framgång som marknadsföringen är för företag.

Utseendet tycks ha fått allt fler betydelser för dagens unga tjejer. Det används bland annat som ett hjälpmedel för att nå ett bättre självförtroende, att knyta nya kontakter, att hitta kärleken, nå högre status och få ett bättre jobb samt belysa andra personliga kvaliteter. Med andra ord har kroppen blivit som en annonsplats, en möjlighet att sälja sig själv till sin omgivning. Hur detta kommer att utvecklas i framtiden, återstår att vi se, men vi är övertygade om att plastikkirurgi kommer att fortsätta spela en stor roll i processen.

## **5.2 Förslag till vidare forskning**

Ämnet som vi studerat är ett ännu relativt outforskat. Det märkte vi framförallt när vi började söka information från plastikkirurger, kliniker och plastikopererade. Accessen är väldigt begränsad och med tillgång till mer tid så skulle en djupare studie kunna utföras. Vid vidare studier skulle man kunna jämföra marknaden för plastikkirurgi i andra länder med den svenska marknaden. Med ytterligare input från kirurger kan en djupare förståelse nås.

Vill man utföra en liknande studie rekommenderar vi att göra en jämförelse mellan opererade, de som överväger att operera sig och tjejer som aldrig tänkt tanken. Intressanta resultat skulle kunna nås då man tar hänsyn till ett tredje perspektiv och får en mer representativ bild av hela det svenska

samhället. Här får man ytterligare en parameter för en större jämförelse för samhället i högre utsträckning. Vi kan få en ännu djupare förklaring till varför tjejer som valt att operera sig eller funderar över det tagit det drastiska steget samtidigt som vi får en ny synvinkel på det med dem som aldrig skulle kunna tänka tanken att operera sig. De tjejer som aldrig skulle kunna tänka sig att operera sig skulle kunna ge en mycket intressant synvinkel när de i sina ord beskriver varför de aldrig skulle kunna operera sig. Dessa svar skulle sedan kunna jämföras med dem som har/skulle kunna operera sig.

Ett annat förslag är att undersöka hur utbredd marknaden för plastikkirurgi är i Sverige och här se på en utveckling över de senaste 10 eller 20 åren. Att få fram sådan information kan ge en indikation på hur samhällsutvecklingen ser ut och förutspå framtiden.

## 6 Källförteckning

### 6.1 Publicerade källor

- Alvesson, Mats – Sköldberg Kaj, (1998). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*, Studentlitteratur
- Askegaard Søren – Cardel Gertsen Martine – Langer Roy, (2002). The Body Consumed: Reflexivity and Cosmetic Surgery, *Psychology & Marketing*, Vol. 19.
- Bauer Raymond, (1967). *Consumer Behaviour as risk-taking*, Harvard University Press
- Bernard Larry – Mills Michael – Swenson Leland – Walsh Patricia, (2005). *An Evolutionary Theory of Human Motivation*, Marymount University
- Bryman Alan – Bell Emma, (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber
- Edmund Murphy, (2001). "The Normal and the Perils of the Sylleptic Argument", MedLine Publications
- Edung Karl-Gustaf, (2002). *Introduktion till estetisk plastisk kirurgi*, Oratio
- Featherstone Mike, (1994). *Kultur, kropp, konsumtion*, Östlings
- Holme Idar – Solvang Magne – Bernt Krohn, (1997). *Forskningsmetodik*, Studentlitteratur
- Hoyer Wayne D – MacInnis Deborah J, (2000). *Consumer Behaviour*, Houghton Mifflin
- Jacoby Jacob – Kaplan Laurie, (1972). *The Components of Perceived Risk*, Purdue University
- Koeslag Johan, (1993). *What is normal?*, University of Stellenbosch
- Kvale Steinar, (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Studentlitteratur
- Kvällsposten, Operation: Hitta Rätt, 2007-11-11
- Meurling Birgitta, (2003). *Varför flickor?: ideal självbilder och ätstörningar*, Studentlitteratur
- Lundahl Ulf – Skärvad Per-Hugo, (1992). *Utredningsmetodik, för samhällsvetare och ekonomer*, Studentlitteratur
- Reynolds Thomas – Olson Jerry, (2001). *Understanding Consumer Decision Making: The Means-end Approach To Marketing and Advertising Strategy*, Columbia University
- Ritzer George, (2001). *Explorations in Social Theory: From Metatheorizing to Rationalization*, Sage Publications Ltd
- Rook W. Dennis, (1985) The Ritual Dimensions of Consumer Behaviour, *The Journal of Consumer Research*, Vol. 12.
- Sandell Kerstin, (2002). *Att (åter)skapa det "normala"*, Arbetslivsinstitutet
- Sander Gilman, (2001). "Making the body beautiful", Princeton Uni. Press
- Solomon Michael, (2006). *Consumer Behaviour; -A European Perspective; 3rd edition*, Prentice Hall
- Walker Beth – Olson Jerry, (1991). Means-end Chains: Connecting products with self, *Journal of Business Research*, Vol. 22

## 6.2 Elektroniska källor

Tvärsnitt, (2007-11-21)

<http://www.vr.se/huvudmeny/arkiv/2001/tvarsnittnr22001/nagralinjerisolandetsidehistoria.4.5b5b80b310e317e3c068000159.html>

ArtClinic, (2007-11-15)

<http://www.artclinic.se/index.php?id=531>

SMAL, (2007-11-14)

<http://www.skönhetsideal.com/>

Expressen, (2007-11-20)

<http://www.expressen.se/halsa/skonhet/1.887309/forskare-narmar-sig-sanningen-om-skonhet>

Statistiska centralbyrån, (2007-11-15)

<http://www.scb.se>

[http://www.scb.se/templates/tableOrChart\\_28871.asp](http://www.scb.se/templates/tableOrChart_28871.asp)

Plastikoperationer.net, (2007-11-15)

<http://www.plastikoperationer.net/fakta-plastikoperation-skoenhetsoperation.html>

Informat, (2007-11-17)

<http://www.informat.se>

,

## **Bilaga 1**

### ***Frågor till plastikopererade***

1. Hur gammal var du när du började funderar på att plastikoperera dig? Hur gammal var du när du väl opererade dig?
2. Vad fick dig att överväga att operera dig? (bakgrund, händelse, etc.) Funderade du på andra alternativ?
3. Vilken roll har media spelat i beslutsprocessen?
4. Hur avgörande var kostnaden för ditt beslut? Ser du det som en konsumtionsvara satt i relation till tex. möbler och liknande?
5. Funderade du på det som ett sätt att marknadsföra dig själv? Ser du det som en investering?
6. Hur väger du fördelarna mot nackdelarna? Kände du till konsekvenserna?
7. Hur upplevde du själva ”köpprocessen”? Komplikationer?
8. Skulle du kunna tänka dig att utföra fler ingrepp? Varför?
9. Är du nöjd med ditt köp?
10. Hur har det påverkat dig? Din omgivning? Upplever du en förändring?
- 11.

### ***Frågor till dem som överväger en plastikoperation***

1. Hur gammal var du när du började funderar på att plastikoperera dig?
2. Vad får dig att överväga att operera dig? (bakgrund, händelse, etc.) Har du övervägt andra alternativ?
3. Vilken roll spelar media i beslutsprocessen?
4. Hur avgörande är kostnaden för ditt beslut? Ser du det som en konsumtionsvara satt i relation till tex. möbler och liknande?
5. Funderar du på det som ett sätt att marknadsföra dig själv? Ser du det som en investering?
6. Hur väger du fördelarna mot nackdelarna? Känner du till konsekvenserna?
7. Skulle du kunna tänka dig att utföra flera ingrepp? Varför?
8. Hur tror du att det kommer påverka dig? Din omgivning?