

**Tartu Ülikool
Psühholoogia instituut**

**Hanna Alajõe
EUROOPA NOORTE VÄÄRTUSTE JA KEHAMASSIINDEKSI SEOS
ENESEHINNANGUGA**

Uurimistöö

Juhendaja: Toivo Aavik

Läbiv pealkiri: Enesehinnangu seos väärtuste ja kehamassiindeksiga

Märksõnad: väärtused, enesehinnang, kehamassiindeks

Tartu 2016

LÜHIKOKKUVÕTE

Käesoleva töö autor uuris, kas ja kuidas sõltub enesehinnang kehamassiindekist ja väärtustest Euroopa noorte näitel. Selleks loodi mitmeosaline küsimustik ning andmete analüüsimiseks kasutati sammregressioonanalüüsi. Valimi moodustasid 714 vastajat üheksast Euroopa riigist vanuses 18-35. Esmalt uuriti, kas enesehinnangu ja väärtuste vahel leidub oluline seos, ning kui seos esineb, siis milliste väärtuste kaudu saab prognoosida enesehinnangut. Teiseks, kas kehamassiindeksi tase ennustab enesehinnangu taset. Tulemusena leiti neli väärtust, mis mõjutasid enesehinnangut. Nendeks olid hedonism, võim-ressursid, maine ning alandlikkus, millest kaks esimest olid enesehinnanguga seotud negatiivselt ning kaks viimast positiivselt. Teise uurimisküsimusega püstitatud hüpotees ei leidnud kinnitust ning kehamassiindeksi ja enesehinnangu vahel olulist seost ei leitud.

Märksõnad: väärtused, enesehinnang, kehamassiindeks

Relationship of European youth' self-esteem with values and body mass index**ABSTRACT**

The aim of this research was to find how values and body mass index predict self-esteem of European youth. A multipart questionnaire was created and the data was analysed using stepwise regression. The sample comprised of 714 participants between the ages of 18-35 from nine different countries in Europe. The first hypothesis was aimed to find out if values predict self-esteem and the second one to find out if body mass index predicts self-esteem. First hypothesis was proved partially as four values were found predicting self-esteem. They were hedonism, power-resources, face and humility. Hedonism and power-resources had a negative correlation with self-esteem, face and humility had a positive correlation with self-esteem. The second hypothesis did not stand as there was no significant relationship found between body mass index and self-esteem.

Key words: self-esteem, values, body mass index

Running head: Relationship of self-esteem with values and body mass index

SISSEJUHATUS

Enesehinnang on rohkelt uuritud ja analüüsitud konstrukt. On tõestatud, et kõrgemal enesehinnangul on mitmeid positiivseid aspekte inimeste jaoks, mida on ka lühidalt mainitud käesolevas uurimuses, kuid täpselt, millest enesehinnang koosneb ja mis on seda mõjutavad tegurid, ei ole veel selge. Käesolevas töös on käsitletud kahte võimalikku aspekti, mis enesehinnangut võiksid mõjutada: väärtused ja kehamassiindeks. Valitud on nad just nimelt vastandlikud – kui kehamassiindeks on midagi praktiliselt käegakatsutavat ja väga konkreetset, siis väärtused on inimeste hierarhilised uskumused maailmast, mis suunavad neid elus. On võimalik, et mõlemad mõjutavad enesehinnangut omal moel, mida käesolevas töös ka uuritakse.

Töö on osa kolmeliikmelise rühma laialdasemast uurimisest Euroopa noorte kehakuvandist, väärtustest, enesehinnangust, kultuuride vahelistest erinevustest ning suhtumisest alastiokesse avalikes pesemiskohtades. Koostöös loodi küsimustik, leiti katseisikud ja viidi läbi küsitlus. Töö autori poolt on koostatud sissejuhatus, püstitatud hüpoteesid, analüüsitud andmed ja tehtud järeldused.

Enesehinnang

Enesehinnangut on uuritud väga palju ning see ei ole enam ammu pelgalt teaduslikus kontekstis kasutatav mõiste. Merriam-Webster'i veebisõnastik (Self-esteem, k.p.) defineerib enesehinnangut kui lugupidamistunnet enda ja oma võimekuse suhtes. Rosenberg, Schooler, Schoenbach, & Rosenberg (1995) ütlevad lühidalt, et enesehinnang on hoiak enese suhtes. Lisaks jagavad nad enesehinnangu kaheks osaks: spetsiifiliseks ja globaalseks. Esimene neist tähistab enesehinnangut enda konkreetsete aspektide suhtes ja globaalne tähistab üldist enesehinnangut enda kui terviku suhtes. Globaalne enesehinnang on tugevalt seotud vaimse heaoluga. Käesolevas töös on mõeldud enesehinnangu all just nimelt globaalset enesehinnangut.

On leitud rohkelt mitmeid positiivseid aspekte, mida kõrgem enesehinnang endaga toob, nagu kõrgendatud õnnetunne, mõne töö juures tekkiva aspektiga parem toimetulemine, kõrgendatud julgus avaldada oma arvamust ja kritiseerida ning väiksem tõenäosus depressiooni või söömishäiretesse haigestuda. Kõiki neid saab kokkuvõtlikult liigitada kahe

kategooria alla: kõrgendatud omaalgatusvõime ja rohkem meeldivaid tundeid (Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs, 2003).

Rosenbergi (1965) skaala on kõige laialdasemalt kasutatud küsimustik enesehinnangu mõõtmiseks tulenevalt lihtsusest ja lühidusest. Skaala rahvusvahelisel kasutamisel on leitud, et üldiselt on tulemused pigem natuke üle keskmise punkti ehk enesehinnang on pigem positiivne olenemata kultuuritaustast (Schmitt & Allik, 2005).

Väärtused

Käesolevas töös on aluseks võetud Schwartzi väärtusteooria (1992). Teooria identifitseerib kümme erinevat tüüpi väärtusi ja täpsustab nendevahelisi suhteid. Schwartzi väärtusteooria on kultuuriülene (Schwartz, 2012).

Väärtuste ühised omadused on järgmised:

1. Väärtused on uskumused, mis on lahutamatult seotud tunnetega. Väärtuste ründamine tekitab negatiivseid emotsioone ning nende täitmine positiivseid.
2. Väärtused suunavad meid eesmärkide poole, mis omakorda motiveerivad tegutsema.
3. Väärtused on konkreetsete situatsioonide ülesed. See eristab neid ka normidest ja hoiakutest, mis on tavaliselt seotud situatsioonide, objektide ja tegevustega.
4. Väärtused on kui standardid või kriteeriumid, nad aitavad luua hinnangu tegevustele ning sündmustele ja aitavad otsustada, mis on hea või halb. Väärtuste mõju ei ole enamasti teadvustatud. Neid teadvustatakse aga siis kui mingi sündmus omab vastuolulist mõju meie erinevatele väärtustele.
5. Väärtused moodustavad iga inimese jaoks tähtsuse järgi hierarhia. See on samuti tunnus, mis eristab neid normidest ja hoiakutest.
6. Väärtuste hierarhia ja suhteline olulisus juhib otsuseid ja tegevusi. Tavaliselt on igal käitumisel või hoiakul seoseid mitme väärtusega ning tuleb leida kompromiss, mida konkreetsel juhul olulisemaks pidada ja mida ohverdada (Schwartz, 2012).

Kümme laiemat väärtust on jaotatud vastavalt nendega seonduvatele motivatsioonidele ja eesmärkidele. Väärtuseid on sisuliselt laiemaid ja kitsamaid. Mõne puhul on ka mitu alamväärtust, millega koos tekib kokku 19 väärtust.

1. Enesemääratlust (*self-direction*) defineerivaks eesmärgiks on iseseisev mõtlemine ja tegutsemine ehk otsustamine, loomine ja avastamine. Tuleneb see inimese vajadustest kontrolli ja meisterlikkuse ning autonoomsuse ja iseseisvuse järgi (Schwartz, 1992). Siinkohal eristataksegi kahte erinevat suunda - mõte (*thought*) ja tegu (*action*). Mõte on enda intellektuaalse võimekuse arendamine ja kasutamine ning tegu enda valitud eesmärgideni jõudmine. Mõlema puhul on olulised enda, mitte välised, hinnangud kompetentsidele (Schwartz jt, 2012).
2. Stimulatsiooni (*stimulation*) iseloomustab püüd põnevuse, uudsuse ja väljakutsete poole. See on tulenev vajadusest varieeruvuse ning stimulatsiooni järgi elus, mis annavad positiivse, optimaalse taseme aktiveeritusel (Schwartz, 2012).
3. Hedonism (*hedonism*) on soov naudingut ja rahulolu järgi (Schwartz, 2012).
4. Saavutust (*achievement*) defineerib eesmärk olla isiklikult edukas sotsiaalsetele standarditele vastavate kompetentsite demonstreerimise kaudu. Kompetentne esitus, mis loob ressursse, on isikutele oluline ellujäämiseks ja gruppidele oluline eesmärgideni jõudmiseks. Schwartzi (1992) käsitluses on oluline just vastamine sotsiaalsele standardile ja seetõttu ka teiste heakskiidu saamine.
5. Võim (*power*) on eesmärk saada sotsiaalne staatus ja prestiiž, kontroll ja domineerivus teiste inimeste ja ressursside üle. Selleks, et sotsiaalsed institutsioonid ja grupid toimiksid, on vaja eristada domineerivust ja kuuletumist ning seetõttu pidada võimu väärtuseks. Võim kui väärtus võib tuleneda ka isiklikest vajadustest kontrolli ja domineerivuse järgi. Saavutus ja võim toetuvad mõlemad sotsiaalsetele standarditele ja teiste heakskiidule, kuid kui saavutus rõhutab edukaid tulemusi, siis võim domineeriva positsiooni omamist (Schwartz, 2012.) Võimu jagatakse kolme alagruppi: maine (*face*), dominantsus (*power-dominance*) ja ressursid (*power-resources*). Dominantsus tähendab võimu inimeste üle, võimu teisi piirata ja enda tahtmist saada. Ressursid tähistavad kontrolli materiaalsete ressursside üle ja võimu kontrollida sündmusi nende kaudu. Maine on prestiiži säilitamine ja kaitsmine. Sellel on elemente nii võimu kui turvalisuse väärtustest, võimu alla sobitub ta, kuna kellegi prestiiži ekspluateerimine võimaldab kontrollida teisi inimesi ja ressursse. Turvalisuse alla sobitub ta enda prestiiži kaitsmise poolest (Schwartz jt, 2012).
6. Turvalisust (*security*) iseloomustab ohutus, harmoonia ning ühiskonna, suhete ja iseenda stabiilsus (Schwartz, 2012). Sellel on kaks alamtüüpi: isiklik (*personal*) ja ühiskondlik (*societal*). Isiklikku iseloomustab tervis, turvaline ümbruskond, ohtude

vältimine, puhtus ja ühiskondliku riigi turvalisus, sotsiaalne kord, stabiilne valitsus, riigile ohtude puudumine vaenlaste poolt (Schwartz jt, 2012).

7. Konformsus (*conformity*) rõhutab enese piiramist, et sobituda kultuurinormide alla ja mitte teisi härida ega kahjustada. See väärtus aitab säilitada gruppide dünaamikat. Samuti on konformsus jagatud kaheks: interpersonaalseks (*interpersonal*) ja reegliteks (*rules*). Interpersonaalne sisaldab teiste häirimise vältimist ja vanemate inimeste austamist ning kuuletumist. Reeglid sisaldavad ootustele ja reeglitele vastamist, normide rikkumise vältimist, sotsiaalsete standardite järgi käitumist (Schwartz jt, 2012).
8. Traditsiooni (*tradition*) defineerivaks eesmärgiks on kultuuri või religiooni ideede, tavade ja kommete austamine, aktsepteerimine ja neile pühendumine. Erinevatel gruppidel on omad harjumused, sümbolid, ideed ja uskumused, mis muutuvadki grupi traditsioonideks ning on seeläbi väärtustatud. Selle kaudu väljendatakse grupi eripära ja väärtuslikkust ning seega on tagatud grupi ellujäämine. Traditsioon ja konformsus on motivatsiooniliselt sarnased väärtused, kuid erinevad selle poolest, millele inimene kuuletub ja mille tõttu ennast piirab. Kui konformsuse puhul on selleks lähedased inimesed ja tajutav, praeguse hetke ühiskond, siis traditsioon rõhutab abstraktsemaid objekte nagu usulised ja kultuurilised tavad, mis on meile minevikust ette antud (Schwartz, 2012). Alandlikkus (*humility*) on algselt traditsiooni alla kuulunud väärtus, kuid Schwartz jt (2012) soovivad seda isegi liigitada täiesti uue väärtusena. Alandlikkust iseloomustab tagasihoidlikkus, enesele tähelepanu mitte tõmbamine ja olemasolevaga rahulolemine.
9. Heasoovlikkus (*benevolence*) tähendab hoolitsemist ja muretsemist enda lähedaste heaolu pärast. See on samuti tulenev grupi säilitamisest ja dünaamika hoidmisest (Schwartz, 2012). Ka see väärtus on jagatud kahte alamgruppi, nimelt sõltumine (*dependability*) ja hoolimine (*caring*). Sõltumise eesmärgiks on olla lähedasele grupile usaldusväärne ja lojaalne liige ning hoolimise eesmärgiks on grupi heaolu saavutamine abivalmiduse, siiruse, andestuse kaudu (Schwartz jt, 2012).
10. Kõikehaaravuse (*universalism*) eesmärgiks on kõikide inimeste ja looduse heaolu mõistmine, hindamine, tolereerimine ja kaitsmine, seetõttu vastandub heasoovlikkusele, mis määrab fookuseks enda grupi heaolu (Schwartz, 2012). Kõikehaaravus jaguneb kolme alamgruppi. Esimeseks sallivus (*tolerance*) ehk erinevate inimestega ja erinevate arvamustega arvestamine, teiseks hool (*concern*) ehk kõigile võrdsete võimaluste tagamine, nõrkade kaitsmine ja maailma harmoonia

saavutamine, kolmandaks loodus (*nature*) ehk keskkonna eest hoolitsemine ja loodusesse sobitumine. Leitud on suuri erinevusi kõikehaaravuse ja heasoovlikkuse väärtuste tähtsustamise vahel kollektivistlikes ja individualistlikes kultuurides. Kollektivistlikes kultuurides peetakse väga lugu enda grupist, kuid ollakse suhtelised ükskõiksed väljaspool seisjate vastu, seega tähtsustatakse heasoovlikkuse väärtust. Individualistlike kultuuride liikmed ei oma nii tugevat grupitunnetust ning tähtsustavad nii oma gruppi kui võõraid ja seega peavad oluliseks nii kõikehaaravuse kui ka heasoovlikkuse väärtust.

Väärtuste ringmudel (Joonis 1) näitab väärtuste struktuuri ehk nende omavahelisi suhteid. Kusjuures struktuur on samuti kultuuriülene, mis näitab, et inimeste motiveeritus on üldiselt universaalne, kuigi personaalselt võib see erineda väga suurel määral. Mõned väärtused võivad teistega olla vastuolus (nt heatahtlikkus ja võim) ja mõned on omavahel sobivad (nt konformsus ja turvalisus). Ringmudel on ülesehitatud nii, et omavahel konfliktised väärtused on üksteise vastas ja väärtused, mille poole saab püüelda korraga, on üksteise kõrval (Schwartz, 2012).



Joonis 1. Schwartz'i väärtuste ringmudel (Schwartz jt, 2012)

Väärtused ja enesehinnang

Väärtuste ja enesehinnangu otseseid seoseid on uuritud paaris eelnevas uuringus (Feather, 1991; Lönnqvist jt 2009). Feather (1991) uuris väärtuste ja enesehinnangu seoseid Austraalia gümnaasiumi ja ülikooli õpilastest koosneva valimi näitel. Uuringus kasutati Rosenbergi enesehinnangu skaalat, kuid mitte Schwartzi väärtuste mudelit. Väärtuse jaotus oli Schwartzi mudeliga sarnane, kuid mitte identne. Uuringu tulemusena leidis ta, et enesehinnang on positiivselt seotud saavutuse, kompetentsuse ja enesemääratlusega seotud väärtustega.

Käesolevale uuringule kõige sarnasem eelnevalt tehtud uurimus on koostatud Lönnqvist jt (2009) poolt, kus vaadeldakse samuti väärtuste ja enesehinnangu seoseid. Uuring viidi läbi viies riigis: Eesti, Itaalia, Soome, Šveits ja Venemaa. Uuringus on ka selgitatud, miks võib üldse eeldada, et väärtuste ja enesehinnangu vahel võib leida seoseid, nimelt kasvu (*growth*) väärtustele vastavaid eesmärke täites kasvab inimese jaoks nende väärtuste olulisus, samas kui enese kaitsmise (*self-protection*) väärtustega seotud eesmärkide täitmise puhul nende väärtuste subjektiivne olulisus konkreetse indiviidi jaoks langeb. Eesmärkide täitmine aga tõstab enesehinnangut, seega võib väärtuste ja enesehinnangu vahel olla otsene seos. Sellele vastavalt võtsid uurimuse läbiviijad eelduseks, et kasvuväärtused on seotud enesehinnanguga positiivselt ja vastanduvatel enese kaitsmise (*self-protection*) väärtustel on negatiivne seos enesehinnanguga. Tulemusena leiti aga, et avatud kogemustele (*openness to change*) väärtused olid positiivselt enesehinnanguga seotud ning konservatiivsuse (*conservation*) väärtused negatiivselt, kuid positiivselt olid ka seotud võim ja negatiivselt eneseületamise (*self-transcendence*) väärtused.

Kehamassiindeks (KMI)

Kehamassiindeks on näitaja, mis loodi juba 1832. aastal Adolphe Quetelet'i poolt ning on suhteline kehakaalu näitaja. Indeks arvutatakse kehakaalu kilogrammides jagamisel kehapikkusega meetrites ruudus. Tihedamalt hakati seda aga kasutama pärast teist maailmasõda. Alates sellest ajast on indeks saanud kõige levinumaks suhtelise kehakaalu näitajaks (Eknoyan, 2007).

KMI kohta on Maailma Terviseorganisatsioon loonud ka andmebaasi, kus on ülemaailmselt näha enamike riikide normaal-, üle- ja alakaaluliste suhe. Inimeste liigitamine gruppidesse

toimub vastavalt nende KMI-le: alla 18,5 alakaal, 18,5-24,9 normaalkaal, 25-29,9 ülekaal, 30+ rasvunud. Käesolevas töös käsitletud riikides (v.a Saksamaa, Holland ja Ukraina, mille kohta info puudus) on enamuses normaalkaalulised ("Global Database", 2015).

Praeguses lääne kultuuriruumis peetakse ilusaks pigem peenikest kehavormi, seega madalama KMI-ga inimesi (Ross, 1994; Benedikt, Wertheim, & Love, 1998; jt).

KMI ja enesehinnang

Kehamassiindeksi ja enesehinnangu seoseid on eelnevalt palju uuritud, kuid tulemused on vastuolulised. Kuna tänapäeval on ühiskondlikult eelistatud saledad kehad, siis võiks eeldada, et KMI väärtus mõjutab ka inimeste arvamust iseendast ja seega kõrgema kehamassiindeksiga inimestel on madalam enesehinnang, kuna nende keha ei vasta ühiskonna eelistustele. Selliseid seoseid on leitud mitmes uuringus: negatiivse seose kehamassiindeksi ja enesehinnangu vahel leidsid Hesketh, Wake, & Waters (2004) uuringus, kus valimiks olid lapsed. Nad leidsid, et kõrge kehamassiindeks ennustab hilisemat madalat enesehinnangut, kuid vastupidine - madal enesehinnang kõrgema KMI ennustajana - ei olnud nii kindel tulemus, kuigi mõningaid juhtumeid täheldati. Samuti leidsid negatiivse seose kehamassiindeksi ja enesehinnangu vahel Bryan ja Tiggemann (2001) ning Silverstone (1992) (viidatud Sanlier, Biyikli, & Biyikli, 2015, kaudu).

Samas on ka mitmeid uurimusi, kus korrelatsiooni KMI ja enesehinnangu vahel ei leitud (Sanlier, Biyikli, & Biyikli, 2015; Kim, & Kim, 2001).

Lisaks on uuringuid, mille tulemused on tuvastanud seoseid vaid teatud gruppide puhul. Altınta jt (2014) uuringus selgus, et kehamassiindeks mõjutas küll noorte naiste enesehinnangut, kuid mitte meeste. Witherspoon, Latta, Wang, & Black (2013) ei leidnud KMI ja enesehinnangu vahel seost normaalkaaluliste ja ülekaaluliste noorte puhul, küll aga esines seos rasvunute puhul. Rasvunutel oli enesehinnang oluliselt madalam kui teistel.

Eesmärk ja hüpoteesid

Uurimuse eesmärgiks on teada saada, kas väärtused või kehamassiindeks prognoosivad inimese enesehinnangu taset. Töö on osa kolmeliikmelise rühma uuringust, mis vaatl

kehakuvandi, enesehinnangu, väärtuste ja suhtumise avalikku alastiolekusse vahelisi seoseid ning riikidevahelisi erinevusi.

Toetudes Fisher (1991) ja Lönnqvist jt (2009) uuringule püstitati esimene hüpotees:

H1: Võim, stimulatsioon, enesemääratlus, hedonism, turvalisus, konformsus, traditsioon, alandlikkus, heasoovlikkus ja kõikehaaravus on enesehinnangu taset ennustavad väärtused. Seejuures võim, stimulatsioon, enesemääratlus ja hedonism omavad positiivset korrelatsiooni enesehinnanguga ning turvalisus, konformsus, traditsioon, alandlikkus, heasoovlikkus ja kõikehaaravus negatiivset.

Lähtuvalt eelnevalt välja toodud uuringutest (Hesketh, Wake, & Waters, 2004; Bryan, & Tiggemann, 2001; Silverstone, 1992; jt) püstitati teine hüpotees:

H2: Kõrgem kehamassiindeksi tase ennustab madalamat enesehinnangu taset.

MEETOD

Valim

Küsitlus viidi läbi üheksa Euroopa riigi noorte seas, vanuseks 18-35a. Üheksa riiki valiti selleks, et uurimusgrupil oleks võimalik võrrelda ka kultuurilisi erinevusi, kuigi seda aspekti käesolevas töös ei käsitletud. Valitud riigid olid Eesti, Hispaania, Holland, Itaalia, Saksamaa, Soome, Türgi, Ukraina ja Ungari. Täismahus küsitlusele vastanud katseisikuid, kes sobitusid ka eelpool toodud kriteeriumitega, oli 714. Uuringus osalemine oli vabatahtlik, kõikide vastanute vahel loositi välja kolm auhinda, mis koosnesid Eesti šokolaadist ja kommidest. Katseisikud saadi suuremas osas läbi erinevate noorteorganisatsioonide. Kuigi eesmärgiks oli saada võrdselt nais- ja meestvastanuid ning igast riigist 100 inimest, ei jaotunud katseisikud tegelikkuses nii võrdselt. Kõige rohkem oli vastanuid Eestist (249) ja kõige vähem Soomest (40), naised moodustasid vastanutest 67,6%. Keskmine vanus oli 22,7 aastat ja keskmine KMI 22,5.

Küsitlus

Uurimus teostati küsitluse teel Limesurvey keskkonnas inglise keeles. Kõiki katseisikuid teavitati enne küsitluse alustamist uuringu sisust ning andmete konfidentsiaalsusest.

Esimeseks osaks olid taustküsimused ehk sugu, vanus, päritoluriik, kaal ja pikkus. Viimaseid kahte küsiti, et nende järgi arvutada kehamassiindeksit, nagu konkreetsetes töös on ka tehtud.

Teine osa küsitluses puudutas suhtumist avalikes pesemiskohtades alastiolekusse. Kuna selle jaoks ei leitud eelnevalt kasutatud küsitlusi, loodi see uurimisrühma poolt ise. Seda osa ei ole käesolevas töös kasutatud, küll aga uuris suhtumist avalikes pesemiskohtades alastiolekusse uurimisrühma teine liige (Küdorf, 2015).

Kolmandaks uuriti väärtusi kasutades Schwartzi PVQ-3R 57-väitega küsimustikku, täiendatud 7-väitelise lisaga tervise olulisuse kohta. PVQ tähistab *Portrait Values Questionnaire*'i ehk portree väärtuste küsimustikku ja erineb klassikalisest SVS versioonist, sest on koostatud väidetena, millele katseisik vastab, kui palju on väide temale omane, mitte ei oota vastuseid otsestele küsimutele. PVQ versioon Schwartzi küsimustikust sobib

kasutamiseks just interneti teel tehtavatel uuringutel. Küsimustikule vastatakse 6-pallisel Likerti skaalal. Küsimustikku on kasutatud rohkem kui 82 riigis üle maailma ning see on tunnustatud sobivaks kasutada kultuuriülestes uuringutes. Nii Schwartzi väärtusteteooria kui ka küsimustik ise on leidnud laialdast tunnustust (Schwartz, 2012).

Neljandaks osaks küsitlusest oli *Body Image States Scale* ehk küsimused kehakuvandi kohta (Cash et al., 2002). Konkreetsetes töös seda osa küsitlusest kasutatud ei ole, kuid seda kasutas samuti Küdorf (2015).

Viimase osa moodustas Rosenbergi (1965) enesehinnangu skaala, mis koosneb kümnest väitest ja mõõdab nii positiivseid kui negatiivseid tundeid enda kohta, näidates inimese üleüldist tunnetust enese väärtusest. Kõikidele küsimustele vastatakse 4-pallisel Likerti skaalal.

Andmetöötlus

Andmete eeltöötluseks ja statistiliseks analüüsiks kasutati programmi IBM SPSS Statistics. Loodi uus näitaja KMI, kontrolliti normaaljaotuslikkust ning viidi läbi Pearson'i korrelatsioonanalüüsid ja sammregressioonanalüüs.

TULEMUSED

Kõigepealt sooviti teada saada, millised väärtused ja kuidas on seotud enesehinnangu tasemega. Enesehinnang oli normaaljaotuslik, seega teostati Pearson'i korrelatsioonanalüüs, mille käigus leiti, et kaheksal väärtusel on seos enesehinnanguga, kuigi ükski statistiline seos ei olnud tugev. Positiivse seosega väärtused olid maine ($r=0,157$; $p=0,000$), konformsus - reeglid ($r=0,100$; $p=0,007$), konformsus - interpersonaalne ($r=0,115$; $p=0,002$) ja alandlikkus ($r=0,146$; $p=0,000$). Negatiivne korrelatsioon enesehinnanguga oli järgnevatel väärtustel: stimulatsioon ($r=-0,137$; $p=0,000$), hedonism ($r=-0,134$; $p=0,000$), võim - ressursid ($r=-0,082$; $p=0,029$), ja heasoovlikkus - sõltuvus ($r=-0,085$; $p=0,023$).

Seega ennustatud suunaga oli vaid heasoovlikkuse üks alamväärtus. Võim – ressursid, stimulatsioon, hedonism, konformsus ja alandlikkus näitasid küll korrelatsiooni enesehinnanguga, kuid vastupidises suunas kui ennustatud. Enesemääratlus, turvalisus, traditsioon ja kõikehaaravus ei omanud korrelatsiooni enesehinnanguga ning nende asemel leiti seos hoopis mainega.

Seejärel uuriti kehamassiindeksi ja enesehinnangu korrelatsiooni. Selleks arvutati esmalt kehamassiindeks pikkuse ja kaalu näitajatest. Valimist eemaldati mõned katseisikud, kes ei olnud näitajaid sisestanud või oli sisestamisel tekkinud viga. Seejärel vaadati, kas kehamassiindeksi ja enesehinnangu vahel leidub oluline seos korrelatsioonanalüüsi abil. Olulist seost ei leitud ($r=0,02$; $p=0,949$).

Saamaks teada, kuidas personaalsed väärtused ning kehamassiindeks ennustavad enesehinnangu taset, viidi läbi sammregressioonanalüüs. Kuna enesehinnanguga olulise seosega väärtused ei saa ka olla ennustajaks, jäeti need välja ning regressioonanalüüs viidi läbi nende kaheksaga, millel seoseid leiti. Ainult väärtusi kasutades leiti oluline regressiooni võrrand ($F(4, 692) = 12,995$; $p < 0,000$), $R^2 = 0,07$. Lisades ka analüüsi KMI oli võrrand ($F(5, 691) = 10,384$; $p < 0,000$), $R^2 = 0,07$ (Tabel 1). Seega ennustatavust KMI lisamine analüüsi ei suurendanud ja see jäi siiski 7% juurde.

Tabel 1. Sammregressioonanalüüs ennustamaks kehamassiindeksi ja personaalsete väärtuste rolli enesehinnangus.

Mudel	Standardiseerimata koefitsiendid		Statistiline olulisus
	B	Standardviga	
1 (Konstant)	18.581	.150	.000
Alandlikkus	.451	.097	.000
Maine	.339	.095	.000
Võim – ressursid	.250	.080	.002
Hedonism	-.260	.114	.022
2 (Konstant)	18.639	.514	.000
Alandlikkus	.451	.097	.000
Maine	.338	.095	.000
Võim - ressursid	.251	.080	.002
Hedonism	-.261	.114	.022
KMI	-.003	.021	.907

Märkus: B = regressiooni koefitsient. Välja on toodud ainult väärtused, mis olid statistiliselt olulised.

Oluliselt ennustasid enesehinnangu taset seega väärtused alandlikkus, maine, võim – ressursid ning hedonism. Kehamassiindeks ei anna statistiliselt oluliselt midagi juurde, seega ei ennusta enesehinnangu taset. Esimene hüpotees sai tõestatud osaliselt ning teine hüpotees ei leidnud kinnitust.

ARUTELU JA JÄRELDUSED

Käesolevas töös uuriti, kas ning kui, siis mis suunaliselt on enesehinnang seotud väärtuste või kehamassiindeksiga ning kas üks neist ennustab enesehinnangut. Püstitati kaks hüpoteesi.

Esimene hüpotees väitis esmalt, et võim, stimulatsioon, enesemääratlus, hedonism, turvalisus, konformsus, traditsioon, alandlikkus, heasoovlikkus ja kõikehaaravus on enesehinnangu taset ennustavad väärtused. Lisaks eeldati, et võim, stimulatsioon, enesemääratlus ja hedonism omavad positiivset korrelatsiooni enesehinnanguga ning turvalisus, konformsus, traditsioon, alandlikkus, heasoovlikkus ja kõikehaaravus negatiivset. Esmalt kontrolliti korrelatsioone ja nende suundi. See osa hüpoteesist leidis üllatavalt vähe kinnitust. Oluline seos leiti küll kaheksa väärtusega, kuid eelnevate uurimustega (Fischer, 1991; Lönnqvist jt 2009) võrreldes olid seosed praktiliselt kõik vastupidise suunaga ning lisandusid mõned väärtused, mida ei olnud oodatud enesehinnanguga seoses olevat.

Konservatiivsete väärtuste (konformsus, maine, alandlikkus) positiivne seos enesehinnanguga võib tähendada, et läbi nende identifitseerivad vastanud enda kuulumist mingisse gruppi, mis seeläbi tõstab nende enesehinnangut. Nimelt on konservatiivsete väärtuste üheks jooneks grupidünaamika tähtsustamine ning sellega sobitumine. Jetten jt (2015) leidsid, et gruppi, millega end identifitseeritakse, kuulumine tõesti tõstab enesehinnangut ning mida rohkematesse gruppidesse kuulutakse, seda rohkem see enesehinnangut tõstab. Seega võib oletada, et mida rohkem identifitseeritakse end erinevate gruppidega, seda rohkem peetakse oluliseks ka väärtusi, mis rõhutavad gruppi kuulumist. Niisiis võib oletada, et konservatiivsete väärtuste seos enesehinnanguga on seotud ka gruppidesse kuuluvusega.

Samas mitmed personaalse fookuse (*personal focus*) väärtused (stimulatsioon, hedonism, võim-ressursid) omasid negatiivset seost enesehinnanguga, mida võib seletada relatiivse deprivatsiooniteooriaga. Teooria väidab, et inimesed, kes on endaga rahul, otsivad vähem tõenäoliselt muutusi ning kui nad võrdlevad oma saavutusi teiste inimeste omadega, siis tekib neil rahulolematust (Kendall, 2012). Kuna katseisikuteks olid noored inimesed, siis võib olla tõenäoline, et personaalse fookuse väärtustega seotud eesmärgid ei ole nad veel saavutanud. Kui nad neid siiski väärtustavad, siis võib see tekitada neis enesega rahulolematust ja seega ka olla põhjustajaks madalamale enesehinnangule.

Järgmisena vaadati korrelatsioonanalüüsis statistiliselt olulist seost näidanud väärtuste enesehinnangu taseme ennustatavust. See osa hüpoteesist leidis kinnitust osaliselt. Võim – ressursid, alandlikkus ja hedonism küll prognoosisid enesehinnangu taset, kuid ülejäänud näitajad mitte. Lisaks ennustas enesehinnangu taset maine. Vaadates ka eelneva korrelatsioonanalüüsi tulemusi, saame väita, et inimesed, kes väärtustavad mainet ja alandlikkust, omavad kõrgemat enesehinnangut ning neil, kes väärtustavad hedonismi ja võim-ressurssi, on madalam enesehinnang. Võim-ressursi ja enesehinnangu taseme vahelise seose suund vastab ka Lönnqvist jt (2009) eeldustele, kuid mitte tulemustele. Nende eeldused olid üles ehitatud teooriale, et kuna enese kaitsmise dimensiooni väärtuste olulisus väheneb inimese jaoks pärast nende vastavate eesmärkide saavutamist ja eesmärkide saavutamine tõstab enesehinnangut, siis järelikult mõjuvad enese kaitsmise dimensiooni väärtused enesehinnangule negatiivselt, kuna nende esmaste eesmärkide täitmise järel väärtuste olulisus väheneb, seega uusi eesmärke ei püstitata ja enesehinnang edasi ei kasva.

Samuti on huvitav leid, et alandlikkus on enesehinnangu ennustajaks, omades sellega positiivset seost. Nimelt alandlikkuse üks iseloomustav märksõna on tagasihoidlikkus, mida on eelnevalt seostatud enesehinnanguga negatiivselt (Du, & Jonas, 2015) ja peetud ka enesehinnangut keskmisena hoidvaks teguriks (Vera, & Rodriguez-Lopez, 2004). Alandlikkus võib aga olla seotud sotsiaalselt soovitava vastamisega. Sotsiaalselt soovitav vastamine on katseisikute tendents kirjeldada end ja vastata küsimustele sotsiaalkultuurilistele normidele vastavalt. See on tunnustatud kui tõsine probleem sotsiaalteaduslike uuringute puhul (de Jong, Pieters, & Fox, 2010). Paulhus ja John (1998) kirjeldavad sotsiaalselt soovitava vastamise erinevaid põhjuseid ning sealjuures, kuidas sotsiaalse soovitavuse üks liik: moralistlik kalle, on seotud sotsiaalsuse, kohusetundlikkuse ja tagasihoidlikkusega, mis on ka alandlikkust iseloomustavad märksõnad. Moralistliku kallet esineb enim naiste puhul ning käesolevas töös moodustasid 67,6% vastanutest naised. Seega võib oletada, et vastatud ei olnud täiesti ausalt ning see põhjustas alandlikkuse enesehinnangu ennustajana.

Teine hüpotees väitis, et kõrgem kehamassiindeksi tase ennustab madalamat enesehinnangu taset. Küll aga ei leitud nende näitajate vahel statistiliselt olulist seost, seega ei ennusta kehamassiindeksi tase enesehinnangu taset ühegi suunaliselt. Kuna eelnevalt oli teada, et mitmed uurimused, mis selle kohta enne on tehtud, ei ole leidnud ühest tulemust, ei ole see üllatav. Sanlier, Biyikli, & Biyikli (2015) ning Kim, & Kim (2001) leidsid samuti, et

enesehinnangu ja kehamassiindeksi vahel ei ole seost. Nii Sanlier, Biyikli, & Biyikli (2015) kui ka Kim, & Kim (2001) uurimustes oli kasutatud katseisikutena lapsi või noorukeid sarnaselt käesolevas töös uuritud noortele. Kuigi käesolevas töös oli valimi vanuseks määratud 18-35 eluaastat, oli keskmiseks vanuseks 22 aastat, mistõttu on võimalik neid uurimusi ka selle aspekti kohaselt võrrelda. Et uurida, kas vanus võib mängida rolli, tehti uus regressionanalüüs andmetega ainult katseisikutelt üle 30 eluaasta, kuid statistiline olulisus jäi siiski väga madalaks. Lisaks uuriti, kas katseisikute sugu võib olla oluline faktor, nagu see oli Altınta jt (2014) uuringus, kuid ka see ei mõjutanud katse tulemusi kuidagi.

Puudused

Üheks suurimaks töö puuduseks oli läbivalt inglise keelse küsimustiku kasutamine. Keelebarjäärid võisid takistada katseisikutel kõigest küsimustest ühtselt arusaamist. Schmitt, & Allik (2005) on ka välja toonud, et Rosenbergi enesehinnangu skaala negatiivselt sõnastatud väiteid tõlgendatakse kultuuriti erinevalt ja seega on eri rahvuste otsene võrdlemine raskendatud. Konkreetse töös ei võrreldud küll erinevate rahvuste vastuseid, kuid on siiski võimalik, et tulemused ei vasta tegelikkusele võõrkeele kasutamise tõttu.

Teiseks töö puuduseks võib välja tuua ebavõrdse valimi nii riikide kui soo jaotuselt. Meessoost vastanuid oli kõigest 32,4% ning eestlased moodustasid 34,9% kõikidest vastanutest. Naisvastanute ülekaal võib olla tulemusi mõjutanud sotsiaalselt soovitava vastamise kaudu, nagu selgitatud eespool.

Kolmandana on kõik andmed katseisikute enese poolt teatatud, kaasa arvatud kaal ja pikkus, mille järgi arvutati KMI, seega puudub usaldusväarsuse kontroll. Katseisikud ei pruukinud teada oma täpseid mõõte. Lisaks jätsid väga paljud katseisikud küsitluse täitmise pooleli - 1511st alustajast oli kasutatavaid vastuseid 714.

Kokkuvõte

Võib järeldada, et isiku väärtustel on kindlasti mingi mõju enesehinnangule. Statistiliselt olulisi seoseid leiti lausa kaheksa väärtusega ning neli neist ennustasid ka olulisel määral enesehinnangut. Konkreetse töö tulemustest lähtuvalt võib järeldada, et alandlikkust ja mainet väärtustavatel inimestel on kõrgem enesehinnang ning võim-ressursse ja hedonismi

väärtustavatel inimestel madalam enesehinnang. Kokku ennustasid neli väärtust 7% enesehinnangust.

Kehamassiindeksi ja enesehinnangu seos oli eelnevates uuringutes segane ning kahjuks ei aidanud ka see uurimus selle selgitamisele eriti kaasa, kuna nende vahel olulist seost ei leitud. Võib ainult järeldada, et nende kahe näitaja vahel seos siiski puudub.

Tänuõnad

Sooviksin tänada oma juhendajat Toivo Aavikut hea nõu ja abi eest ning oma uurimisgrupi liikmeid Carmen Kūdorit ja Hendrik Roland Helmi nõu ja heade ideede eest.

KIRJANDUSE LOETELU

Altınta, A., A. F. H., Kin-İşler, A., Güven-Karahan, B., Kelecek, S., Özkan, A., & ... Kara, F. M. (2014). The role of physical activity, body mass index and maturity status in body-related perceptions and self-esteem of adolescents. *Annals Of Human Biology*, 41(5), 395-402.

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1–44. <http://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>

Benedikt, R., Wertheim, E., & Love, A. (1998). Eating Attitudes and Weight-Loss Attempts in Female Adolescents and Their Mothers. *Journal of Youth and Adolescence*, 27(1), 43–57. <http://doi.org/10.1023/A:1022876715005>

Bryan, J., & Tiggemann, M. (2001). The effect of weight-loss dieting on cognitive performance and psychological well-being in overweight women. *Appetite*, 36(2), 147–156. <http://doi.org/10.1006/appe.2000.0389>

Cash, T., Fleming, E., Alindogan, J., Steadman, L., & Whitehead, A. (2002). Beyond Body Image as a Trait: The Development and Validation of the Body Image States Scale. *Eating Disorders*, 10(2), 103–113. <http://doi.org/10.1080/10640260290081678>

de Jong, M. G., Pieters, R., & Fox, J. (2010). Reducing Social Desirability Bias Through Item Randomized Response: An Application to Measure Underreported Desires. *Journal Of Marketing Research (JMR)*, 47(1), 14-27. doi:10.1509/jmkr.47.1.14

Du, H., & Jonas, E. (2015). Being modest makes you feel bad: Effects of the modesty norm and mortality salience on self-esteem in a collectivistic culture. *Scandinavian Journal Of Psychology*, 56(1), 86. doi:10.1111/sjop.12175

Eknoyan, G. (2007). Adolphe Quetelet (1796-1874) - the average man and indices of obesity. *Nephrology Dialysis Transplantation*, 23(1), 47–51. <http://doi.org/10.1093/ndt/gfm517>

Feather, N. T. (1991). Human values, global self-esteem, and belief in a just world. *Journal of Personality*, 59, 83–107.

Global Database on Body Mass Index (2015). *World Health Organisation*.
<http://apps.who.int/bmi/index.jsp>

Hesketh, K., Wake, M., & Waters, E. (2004). Body mass index and parent-reported self-esteem in elementary school children: evidence for a causal relationship. *International Journal Of Obesity & Related Metabolic Disorders*, 28(10), 1233-1237. doi:10.1038/sj.ijo.0802624

Jetten, J., Branscombe, N. R., Haslam, S. A., Haslam, C., Cruwys, T., Jones, J. M., & ... Zhang, A. (2015). Having a Lot of a Good Thing: Multiple Important Group Memberships as a Source of Self-Esteem. *Plos ONE*, 10(5), 1-29. doi:10.1371/journal.pone.0124609

Kendall, D. E. (2012). *Sociology in our times: the essentials* (8th ed) (lk 555). Belmont, CA: Wadsworth/Cengage Learning.

Kim, O., & Kim, K. (2001). Body weight, self-esteem, and depression in Korean female adolescents. *Adolescence*, 36(142), 315.

Küdorf, C. (2015). Soolised erinevused suhtumises avalikesse pesemiskohtadesse ja nende seosed personaalsete väärtustega. Tartu Ülikool. Kasutatud:
<http://dspace.ut.ee/handle/10062/49112>

Lönnqvist, J.-E., Verkasalo, M., Helkama, K., Andreyeva, G. M., Bezmenova, I., Rattazzi, A. M. M., ... Stetsenko, A. (2009). Self-esteem and values. *European Journal of Social Psychology*, 39(1), 40–51. <http://doi.org/10.1002/ejsp.465>

Paulhus, D. L., & John, O. P. (1998). Egoistic and Moralistic Biases in Self-Perception: The Interplay of Self-Deceptive Styles With Basic Traits and Motives. *Journal Of Personality*, 66(6), 1025-1060.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global Self-Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes. *American Sociological Review*, 60(1), 141–156.

Ross, C. E.. (1994). Overweight and Depression. *Journal of Health and Social Behavior*, 35(1), 63–79. Kasutatud: <http://www.jstor.org/stable/2137335>

Sanlier, N., Biyikli, A. E., & Biyikli, E. T. (2015). Evaluating the Relationship of Eating Behaviors of University Students with Body Mass Index and Self-Esteem. *Ecology of Food and Nutrition*, 54(2), 175–185. <http://doi.org/10.1080/03670244.2014.896798>

Schmitt, D. P., & Allik, J. (2005). Simultaneous Administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 Nations: Exploring the Universal and Culture-Specific Features of Global Self-Esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(4), 623–642. <http://doi.org/10.1037/0022-3514.89.4.623>

Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <http://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1-65). New York: Academic Press.

Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, c., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J.-E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O., (2012), Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 103, No. 4, 663– 688.

Self-esteem (kuupäev puudub). Kasutatud 8. jaanuar, 2016, <http://www.merriam-webster.com/dictionary/self-esteem>

Silverstone, P. H. (1992). Is chronic low self-esteem the cause of eating disorders? *Medical Hypotheses*, 39(4), 311–315. [http://doi.org/10.1016/0306-9877\(92\)90054-G](http://doi.org/10.1016/0306-9877(92)90054-G)

Vera, D., & Rodriguez-Lopez, A. (2004). Strategic Virtues: Humility as a Source of Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(4), 393-408. doi:10.1016/j.orgdyn.2004.09.006

Witherspoon, D., Latta, L., Wang, Y., & Black, M. M. (2013). Do Depression, Self-Esteem, Body-Esteem, and Eating Attitudes Vary by BMI Among African American Adolescents? *Journal of Pediatric Psychology*, 38(10), 1112–1120. <http://doi.org/10.1093/jpepsy/jst055>

Käesolevaga kinnitan, et olen korrektselt viidanud kõigile oma töös kasutatud teiste autorite poolt loodud kirjalikele töödele, lausetele, mõtetele, ideedele või andmetele.

Olen nõus oma töö avaldamisega Tartu Ülikooli digitaalarhiivis DSpace.

Hanna Alajõe