

Räddad av experten

En undersökning om hur hälsomagasin konstruerar risker



Ett arbete av:

Alexandra Lindelöf - alexandra.lindelof@gmail.com

Maria Hyllengren - mhyllengren@gmail.com

Göteborgs universitet

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Journalistprogrammet, termin 3

Handledare: Diana Jacobsson

Ledare

Hälsoprofiler har fått en plats bredvid de övriga kändisarna i rampluset. Från Hollywood hörs rapporter om vatten och yoga istället för festande och droger. Människor väljer allt oftare att tillbringa semestern på spaanläggningar eller hälsoorter.

Det verkar vara på mode att bry sig om hälsan, och media har inte varit sena att haka på trenden. Allt fler tidningar kommer ut med särskilda hälsobilagor och det finns en uppsjö med hälsomagasin. MåBra och ToppHälsa är Sveriges två största, och det är dessa som vi i den här undersökningen har valt att titta på.

Vad media skriver om hälsa är viktigt. Vi tror att det får en stor inverkan på hur läsarna lever sina liv och fattar beslut som rör deras välmående. Vad hälsomagasinerna skriver om påverkar också vår uppfattning om vad som är farligt. För innan man vet att något är farligt, kan man inte heller oroa sig.

Vi tror alltså att media har en viktig roll när det gäller att förmedla risker. Vi tror till och med att de *skapar* risker. Och när världen målas upp som riskfylld och farlig är det inte konstigt att man vänder sig till någon som man kan lita på. Någon som kan lite mer än vad vi gör.

Vår hypotes är att media konstruerar risker, och att rädslan de skapar föder ett behov av experter.

Vårt syfte är att undersöka hur man i artiklar om vikt skapar risker i samband med att man konstruerar ett ideal. Samt att se hur man i det här sammanhanget förhåller sig till experter.

Vi lutar oss i vår undersökning på teorier av de två sociologerna Beck och Giddens. De säger att vi idag lever i ett risksamhälle där det finns faror överallt. Men medan de fokuserar på globala risker såsom naturkatastrofer och kärnkraftsolyckor, har vi valt att titta närmre på en annan typ av risker. De som konstrueras i hälsomagasinerna.

För vad handlar det egentligen om när man kopplar ihop hälsomagasin med risker?

Vi har sett att man i magasinerna gärna erbjuder lösningar med hjälp av experter. Men de börjar med att bygga upp ett problem. Tidningarna konstruerar ideal och det ska visa sig att det inte är helt riskfritt för den som inte lever upp till dem. I dagens individualiserade samhälle ansvarar vi själva alltmer för vår egen hälsa och framtoning. Att inte lyckas blir en fråga om moral.

I vår undersökning visade det sig att idealen som förmedlas i MåBra och ToppHälsa handlar både om hur man bör se ut, och hur man bör vara. Vilka de här idealen är kan du läsa mer om på sidorna 6-13.

För att legitimera idealen använder sig de två magasinerna av experter. Vi var nyfikna på vilka de här är. De som får ikläda sig rollen som de som vet mer är oss och som får tala om för oss hur vi bör leva våra liv. Experten är ju någon som vi ska kunna lita på, och vi tar för givet att det de säger är trovärdigt. Därför tyckte vi att det kändes viktigt att även titta på hur magasinerna presenterar experter och på vilket sätt de använder sig av dem. Allt det här hittar du i kapitlet "Så legitimerar man det".

Men det här är inte de enda frågorna som har följt oss under arbetets gång. I vårt magasin kommer ni få svar på det här:

Vad är det för slags ideal som MåBra och ToppHälsa konstruerar, och vad riskerar den som inte uppnår dem? På vilket sätt konstruerar tidningarna risker och vilken roll får experten i det hela? Och vilka är de egentligen, experterna?

Trevlig läsning!

REDAKTIONEN



Maria Hyllengren

&



Alexandra Lindelöf

Innehåll

Bakgrund

Risk- och expertsamhället - Sociologen Martin Letell reder ut begreppen	4
--	---

Så säger de att du ska vara

Att bli som de smala	6
Så gjorde vi	6
Läget under kontroll?	8
Det eviga raset	10
Tillåt mig presentera idealkvinnan	13

Så bäddar man för det

Att skapa en risk	14
Skapandet av ett krig	16
Du VS Din Kropp	17

Så legitimerar man det

Vem får vara expert?	18
Så gjorde vi	19
Experten i rampljuset	20
Den oemotsagde experten	21
Räddaren i nöden	22
Den utnyttjade experten	23

Kommentarer

”För oss är det aldrig så bråttom”	24
Journalister och forskare - en omöjlig kombination?	25
”Jag som journalist ska vara ett språkrör”	26
”Vad är det som säger att det är jag som har rätt?”	27
”Det är som vilken nyhetsvärdering som helst”	28
”Hälsan måste alltid komma först”	29

Några avslutande ord	30
----------------------	----

Risk- och expertsamhället

– Sociologen Martin Letell reder ut begreppen



Martin Letell tycker att det är intressant att vem vi uppfattar som expert beror på hur media har valt att framställa personen.

***Är det farligare att leva idag än för 500 år sedan?
Kan du själv avgöra vad som är bra för dig? Och
vilken roll har media när det gäller att skapa risker?
Martin Letell förklarar teorierna om det så kallade
risk- och expertsamhället.***

TEXT OCH FOTO: MARIA HYLLENGREN

Luften vi andas är förorenad, maten vi äter innehåller giftämnen och vi kan egentligen aldrig vara säkra på att vi imorgon inte hamnar mitt i ett kärnvapenkrig. Farorna i det moderna samhället finns överallt. Det menar alla fall de två sociologerna Ulrich Beck och Anthony Giddens.

Vår studie grundar sig på deras teorier om att vi idag lever i ett risksamhälle. Men medan Beck och Giddens främst pratar om risker som är globala och diffusa vill vi visa att deras teorier även går att applicera på en annan typ av risker – av det mer personliga slaget.

Vi tar avstamp i Becks förklaring om det individualiserade samhället. Han menar att människor idag har ett stort eget ansvar när det gäller att ta hand om sig själva. Det handlar både om att bygga upp en egen identitet, och att ansvara för sin egen hälsa. Men riskerna är många, och det är inte ett lätt arbete.

VAD ÄR DET DÅ för risker den moderna individen utsätts för? Vi bad sociologen Martin Letell om några konkreta exempel.

– Vi utför riskkalkyleringar varje dag utan att tänka på det. Ska jag gå över gatan mot rött ljus? Borde jag försäkra min cykel? Behöver jag vaccinera mina barn?

Martin Letell är forskningsassistent vid Göteborgs universitet och har riktat in sig på området risk- och expert-samhälle. Han säger att det är upp till var och en idag att göra egna riskkalkyler. Det handlar ofta om att leta upp den information man behöver för att kunna fatta beslut om vad man ska göra och hur man ska leva.

Och det är här experterna kommer in i bilden. Beck och Giddens menar att risksamhället föder ett behov av experter, som vi blir mer benägna att lyssna på. Letell kommenterar:

– Absolut. För att göra riskbedömningar kan vi känna att vi behöver någon som hjälper oss att till exempel sovra bland all information.

MEN FÖR ATT UPPLEVA någonting som en risk måste vi först känna till den. Vet vi inte om att något oönskat kan hända kommer vi helt enkelt inte att oro oss för det heller.

Det menar Beck och Giddens när de säger att risker är någonting som konstrueras socialt, risker är inte någonting kalkylerbart som finns ”därute” oberoende av oss. Man kan säga att känner vi inte till någonting är det alltså riskfritt.

Det här får Beck att peka ut media som en

verkligt mäktig aktör. Det är nämligen media som formulerar och väljer ut en stor del av den information som når oss, och medierna får därmed stå för definitionerna. Vad som är en risk och vad som inte är en risk kan få stor betydelse eftersom risker ofta har både vinnare och förlorare. Det finns till exempel de som vinner ekonomiskt på att människor upplever någonting som riskfyllt.

Som vi har för avsikt att visa i vår studie har media alltså en inte obetydlig roll när det gäller konstruerandet av risker.

MED VÅR UNDERSÖKNING vill vi också knyta an till Giddens tankar om expertsamhället. Vi har redan varit inne på att risksamhället ger plats åt experter, och ska nu komma in på vem som är en expert.

– Enligt Giddens kan det handla om allt från rörmokaren till atmosfärkemisten, säger Martin Letell. Tanken är att vi i det moderna samhället behöver känna tillit till ett stort antal expertsystem. Bara vi dricker ett glas vatten i vårt eget kök är vi beroende av att olika experter gjort ett bra jobb. Kan vi annars lita på att rummet vi står i inte ska rämna ihop? Och hur vet vi att vattnet i kranen inte är farligt?

Giddens teori säger ungefär att experten är den som har kunskap om det som vi själva inte kunnat, velat eller orkat sätta oss in i. De vet hur det fungerar som vi inte förstår.

I hälsomagasinerna är det också en mängd olika experter som förekommer. Här handlar det om experter som vet någonting om kroppen, hälsan och vikten som vi inte vet. I alla fall är det så man lyfter fram det.

– Det intressanta är ju egentligen vem som av läsarna uppfattas som en expert, säger Martin Letell. Media är här med och bestämmer vem som ska ses som ska få ses som en expert.

SAMMANFATTAR MAN VAD vi fått lära oss om Beck och Giddens går det att förnimma en råd tråd som ska gå igenom det här magasinet: Individualiseringen innebär att vi har fått ett större ansvar för att ta hand om oss själva och bygga en identitet. Media konstruerar risker som vi har att ta ställning till. Riskmedvetandet föder ett behov av experter, och media har här en särskild makt när de väljer vem de vill att läsarna ska uppfatta som en expert. Men innan vi går in mer på vilka risker som konstrueras i hälsomagasinerna ska vi presentera vad de målar upp för ideal.

Så gjorde vi

Hur gör man egentligen för att läsa ut hur media konstruerar ideal, skapar risker och tilldelar experten en viss roll? Det är det här vi har gett oss på genom att analysera 14 artiklar från MåBra och ToppHälsa. Genom att dissekera texterna, ställa frågor till dem och verkligen lära känna dem har vi i den här studien försökt gå på djupet.

För att bekanta oss med texterna började vi med att gå igenom vårt material för en första gallring. Efter vår kvantitativa studie hade vi redan samtliga tidningar från det senaste året, men nu behövde vi ta fram de viktartiklar som bäst lämpade sig för en kvalitativ innehållsanalys. Vi valde ut sju artiklar från varje tidning och delade upp dem jämnt mellan oss.

Tidigt insåg vi vad som var intressant med texterna och vi kunde urskilja ett antal teman. Utifrån dessa formulerade vi relevanta frågor som resulterade i vårt första kodschema. För att försäkra oss om att vi tolkade kodschemat på samma sätt gjorde vi gemensamma analyser både i början och mitten av studien.

Under studiens gång diskuterade vi också mycket, och kodschemat ändrades om ett flertal gånger. Vi utgick från David L. Altheides metod som han presenterar i boken *Qualitative Media Analysis*. Metoden går ut på ett ständigt växlande mellan kodschemat och texterna man analyserar. Kodschemat anpassas under hela studien utefter det man hittar i texterna för att man bäst ska kunna undersöka det man är ute efter.

När vi har försökt svara på våra frågor har vi förhållit oss till texten på en mängd olika sätt. Vi har bland annat tittat på i vilket sammanhang texten presenteras, till exempel hur den är bildsatt och hur man säljer den. Vi har också försökt identifiera den allmänna tonen i artiklarna, samtidigt som vi analyserat enskilda ord och uttryck. Här är det intressant att titta på både det som faktiskt sägs, och fundera kring det som inte sägs.

Efter fem dagars analyserande slog vi oss ned med de uppemot 100 sidor vi skrivit. Ännu en gång skulle vi ringa in teman och mönster – det var dags att analysera analysen. Resultatet har du i din hand.

Att bli

Ett nytt tänk, en ny vardag – och en ny personlighet? Experternas viktminskningsmetoder erbjuder ofta ett paket med en helt ny livsstil där tillhörande personliga egenskaper ingår. Idealen som konstrueras i media handlar inte bara om hur man ska se ut, de handlar också om hur man ska vara.

TEXT: MARIA HYLLENGREN

”Du ska mentalt börja fungera som de som är naturligt slanka”. Citatet är hämtat ur en artikel i MåBra som handlar om metoden ”The No Diet Diet”. Metoden har tagits fram av tre amerikanska forskare som ”har funnit en revolutionerande skillnad mellan slanka och överviktiga personer. De slanka har nämligen färre dåliga vanor (...)”

Just den här artikeln är ett tydligt exempel på att man sätter vikt i samband med personlighet. Slanka och överviktiga är helt enkelt olika som personer – och de slanka är bättre. Väger du mer än idealet säger bör du därför se över dina personlighetsdrag. För att du ska bli smal måste du först bli som de smala.

HUR ÄR DE SMALA? Metoden erbjuder flera listor på önskvärda egenskaper och beteenden man borde ta till sig. De presenteras i de olika faktarutor som består av metodens ”faser”. Här ges råd om hur du ska genomgå ”inre förändringar” och ”skärskåda dina tankar”. Flexibilitet och anpassningsförmåga är målet. Det är de egenskaper forskarna kommit fram till att de slanka har i större utsträckning än överviktiga.

De överviktiga, skriver man, måste ”öppna sig för nya beteenden, tankar och känslor” Man säger att det här behövs för att de ska lyckas ta sig ur vävar av dåliga vanor, men det implicita budskapet är: ”Du duger inte som du är”.

Metoden innebär en total förändring av livsstil – och det här är inte ovanligt. Den läsare som vill gå ner i vikt uppmanas ofta fundera över vilka beteenden som kan ligga bakom viktuppgången och vad man kan göra åt för att ändra på dem. Inbäddat finns ofta ett budskap om hur man ska vara som person

som de smala

Bilderna är hämtade från MåBra nummer 10 år 2011. Metoden de kommer från är ett tydligt exempel på hur lärsnars rekommenderas att förändra hela sin livsstil. I det här fallet även sin personlighet.

Vaneväven snärjer oss och håller fast oss i ett hårt grepp

Di mer flexibel

Slanka har lägre ovanför

Dags för inre förändringar

Fas 2: Lär dig att agera i stället för att reagera

1. Medvetenhet	16
2. Medvetenhet	16
3. Medvetenhet	16
4. Medvetenhet	16
5. Medvetenhet	16
6. Medvetenhet	16
7. Medvetenhet	16
8. Medvetenhet	16
9. Medvetenhet	16
10. Medvetenhet	16

Fas 1: Bli medveten om dina egna vanor

Snabba förändringar

för att lyckas gå ner i vikt. Det kan handla om att man ska bli mer medveten, och kanske kartlägga alla dagens matbeslut. Eller så ska man bli lugn och harmonisk genom att tänka på hur man andas. Ibland uppmanas man att "tänka annorlunda" eller "njuta på rätt sätt". I de här fallen är det tydligt uttalat hur man hur man bör vara som person för att lyckas. Den som läser artikeln, överviktig eller inte, kan tänkas få budskapet att det här är bra och önskvärda egenskaper.

MEN IDEALEN konstrueras också mer indirekt. Det kan vara genom en rubrik som säger "Klara julens frestelser". Vi kan utläsa att självbehärskning är bra, att ogenomtänkt njuta av julens onyttigheter är dåligt. Det kan också handla om uttryck om att "så hamnar man där igen med en smörgås fram teven", som signalerar att det här är ett oönskat beteende från en person som inte klarat av att leva upp till ideal om en viss typ av mathållning och aktivitet.

Budskapet är alltså inte ovanligt, men i "The No Diet Diet" är det extra tydligt. Man talar uttryckligen om hur man ska vara – och också hur man inte ska vara. Så kan man alla fall tolka en "skala" som är knuten till artikeln. Intill den uppmuntras man att under fas 2 jobba med ett av karaktärsdragen varje dag:

"Om du normalt sett är påstridig och alltid slåss för dina idéer, kör den medgörliga linjen idag: lyssna – och håll med" Själva skalan består sedan av sju linjer med en egenskap på varje sida. På vänster-sidan av en av linjerna ser vi sedan också "1 Påstridig" och på högersidan "Medgörlig 10". Andra egenskaper som ställts mot varandra är exempelvis "pådrivande" och "avspänd", "spontan" och "systematisk", "jagorienterad" och "grupporienterad". En tolkning av skalan är att det bäst att ligga nära tian på så många av linjerna som möjligt. Är man pådrivande, spontan och jagorienterad har man däremot inte en önskvärd personlighet.

ATT MAN I SAMMA artikel kan lära sig hur man ska mota bort exempelvis ilska genom att "laborera lite" med sina känslor och tvinga fram nya visar hur genomgående förändringar den som vill gå ner i vikt förväntas göra. Man ska förändra sig själv och sina vanor, och det är inte ovanligt att man får schemalagda "faser" att leva efter. Man ska äta så många deciliter ris, fisk så många gånger i veckan, och något annat livsmedel ska man helt hoppa över en viss period. Promenaderna ska ta 20 minuter under fas ett, men 25 minuter när du nått fas tre. Allt noga uträknat av experten. För att du ska lyckas bli som de smala.

Läget under

Det gäller att ha koll. På allt. Varje liten del av vardagen ska kontrolleras och man ska vara medveten om allt man gör. Känslor ska styras, tankar likaså. Inget ska lämnas åt slumpen.

TEXT: ALEXANDRA LINDELÖF

”Två eller tre ostskivor?”. En fråga som i en artikel får utgöra ett exempel på ett av de ”omkring 200 matrelaterade beslut” som vi fattar varje dag. Inget verkar vara för stort eller för litet för att kontrolleras. Till och med mängden ost på mackan ska överläggas.

Varje dag är en ny utmaning och ständigt ställs vi inför val där vi ska fatta beslut, och då helst medvetna sådana för annars kan det hända att vi gör fel. Att vi tappar kollen, kontrollen eller inte lyckas behärska oss. Det ideal som man i MåBra och ToppHälsa målar upp är tydligt – alla bör vi ha kontroll.

I EN AV DE ARTIKLAR vi analyserat kan man läsa: ”En vanlig fälla är att vi inte har koll på hur vi väljer vår mat.” Men det handlar inte bara om vad vi äter, utan även hur och när vi gör det. Allt ska kontrolleras. En diet som kallas för ”klockdieten”, går exempelvis helt ut på att man ska äta på specifika tider, och man får inte låta det gå mer än ”fyra timmar mellan måltiderna”.

Man ska ha ”klockkoll” och ”ät-koll”, samtidigt som man ska vara medveten om vad äter på. Inget skall lämnas åt slumpen. ”Små tallrikar och höga glas” ges som tips i en artikel för att vi inte ska äta för mycket. Men det är även viktigt att hålla koll på det faktum att man faktiskt äter, så att inte hjärnan kopplar på ”autopiloten” och vi stoppar mat i munnen ”utan att tänka oss för”.

Att inte ha kontroll målas upp som något farligt, något som leder till att vi gör oönskade saker såsom att äta för mycket eller att äta utan att man är medveten om det. I en artikel som tar upp faran med julen och alla middagar med släkt och vänner kan man exempelvis läsa: ”När vi äter med människor

som vi kan slappna av med sitter vi kvar vid bordet längre och glömmer lätt bort hur mycket vi har ätit”. Det här kan tolkas som att man måste akta sig för att bli för avslappnad, för att släppa garden och kontrollen.

Man ska ständigt vara medveten om vad man gör, och man ska vara självbehärskad. Inte falla för frestelserna, och det onyttiga. Man ska ha kontroll, för ”inget är så stressande som att tappa kollen och falla för förbjudna frestelser”. Att tappa kollen framställs här som något av det värsta som kan hända.

STÄNDIGT SKA MAN ha kontroll på vad man gör och varför. Man ska vakta på sig själv så att man inte slappnar av och omedvetet äter ”fel”. För enligt de tolkningar vi gjort av de här artiklarna är det tydligt att det är skillnad på just rätt och fel.

Viss mat bör vi hålla oss ifrån, vilket är något som återkommer i flera artiklar. I en av dem ställer man tydligt den sunda maten: ”fisk, frukt och bär och fräscha sallader”, mot det osunda: ”grillat kött med dippersås, ostbågar och chips, lilla drinnen, stora glassen”. Annat som i tidningarna målas upp som ”fel” är sötsaker, bullar och mackor och man skriver mycket om ”suget” efter dessa livsmedel.

Och just det här suget är något som vi måste lära oss att kontrollera. En person som då inte kan behärska sig och som inte lever upp till de ideal som de här tidningarna konstruerar kan då tolkas vara en ”sämre” person.

FÖR DET ÄR TYDLIGT att det är fel att äta utan anledning, utan att man är hungrig. Det är inte bara vissa livsmedel som skambeläggs utan även vissa sätt att äta. I en artikel om mindfulness tar man upp problematiken med att vissa tankar och känslor ”får

kontroll?

Ner i vikt med mindfulness

Trimma hjärnan och rosa i vikt!

Coola ner din hjärna, så får du koll på matsugett! Åsa Nilsson, professor i medicinsk psykologi, förklarar hur mindfulness hjälper dig att gå ner i vikt.

Åsa Nilsson: Hjärna rött

Handla ditt strategier för att bestämma mottagbara åtgärder som hjälper till till dig!

Surfa på sugget

Karaktäristiskt för dig är sugget. Österns och sösterns del, att du är något som inte säger "Nej, tack" över.

Välj fokus

Att du är en person som på tider som du är sugget, rikta på din uppmärksamhet på något annat och det som du vill ha till nytta. Det är ett bra sätt att bli mer medveten om dina tankar och känslor.

Kollarna "Nu har jag koll på mig"

Om du har något som du vill göra eller som du vill göra efter att du har koll på dig själv.

Sätt stopp och dela upp

Om du har ett stort mål som du vill göra eller som du vill göra efter att du har koll på dig själv.

Det gör att så enkelt hjälper med hjärnans funktion.

Jag kan stå emot, jag är inte sugen...

MåBra Kom till!

Ur: MåBra nr 11, 2010

dig att göra "fel" saker, till exempel okynnesäta". Här skriver man uttryckligen att det är fel att äta på detta sätt. Även om man använder sig av citations-tecken säger valet av ord ändå något om den syn man har på att "okynnesäta". Det beskrivs även som ett "felaktigt ät-mönster". Andra sätt att äta som vi i vår studie har sett beskrivs på ett liknande sätt är att "känslöata", "mysäta" eller "tröstäta".

MEN I ARTIKLARNÄ skrivs det inte bara om ett "felaktigt ät-mönster" utan även om "felaktiga tankar". Våra tankar och känslor behöver därför också kontrolleras. Det här beskrivs uttryckligen i en artikel där vi kan läsa att man ska "ta kommandot över tankar och känslor".

Att låtas sig styras av sina känslor är något som vi ska arbeta aktivt för att bli av med, vilket blir tydligt när man i en text presenterar en övning för att "programmera om dig från att vara en känslostyrd emo-ätare till en person som styr dina känslor och matbeteenden."

Genom att använda sig av ordet "programmera" antyder man att kroppen är som en maskin, något

vi kan styra och ändra såsom vi vill. Och om man då styrs av sina känslor ska man ändra om sig själv till en person som har kontroll. Det är det som är önskvärt. Känslorna ska inte styra oss, det är vi som ska styra dem.

MED ANDRA ORD ska allt i vår vardag kontrolleras, och varje litet val skall tänkas igenom. För ständigt riskerar vi att göra fel. Äta fel, tänka fel, känna fel. Till och med vår andning måste kontrolleras, vilket man tar upp i "Harmonimetoden" där de beskriver farorna med stress, som bland annat kan leda till att "stressvalkarna pöser fram".

Därför blir det extra viktigt att tänka på din andning för "när du andas fel hämmas fettförbränningen". Alltid finns det något som vi kan misslyckas med.

Orden kontroll, koll, självbehärskning och medvetenhet är något som ständigt återkommer i de artiklar som vi analyserat. Det målas upp som ett ideal, något eftersträvanvärt som man ska leva upp till som person. Man ska ha full kontroll över sitt liv.

Det eviga raset

att bilda nya goda vanor. På så sätt styr du bort från överätande och känslor som får dig att falla för frestelser.

Resultaten av författarnas forskning visar att de flesta lyckas gå ner 0,5–1 kg per vecka med denna metod. Till skillnad från andra viktminskningsmetoder har merparten av viktfallen dessutom lyckats behålla sin nya vikt i flera år. Samtidigt som de fått ökat självförtroende och större livskvalitet. ●

medveten, stänger av din autopilot och släpper tankarna fria.

Dag 3: Skip- pa lavvo- drycken. En hel dag utan kaffe, te, läsk eller det som du brukar dricka blir

Tänk på att: Bryt dig fri från din komfortzon! När något känns ovanligt kan hjärnan protestera med obehagskänslor. Strunta i dem!

nå målen. Hjälper dig att tänka i nya, konstruktiva banor.

Dag 7: Gör en god gärning. Föder positiva tankar och reaktioner.

Snabba förändringar ▶

Ur: MåBra nr 10, 2011

Smal. Ett ord som i de texter vi analyserat syns överallt. Det är det ideal som målas upp, och det är dit vi alla förväntas vilja nå. ”Rasa i vikt” och ”Ner i vikt kvickt” – budskapet är tydligt. Du ska gå ner i vikt vare sig du behöver det eller inte, och det är det som ska prioriteras.

TEXT: ALEXANDRA LINDELÖF

Det är alltid bra att gå ner i vikt. Vare sig det handlar om ”några extrakiln”, ”överflöds kiln”, de ”trivselkiln som vägrar försvinna” eller kanske ”semestervalken” efter sommaren så är det viktigt att göra sig av med det där oönskade. De ord som man, i de artiklar vi analyserat, kopplar samman med kiln tycker vi visar tydligt på att de inte ska finnas där.

De är något ”extra” som inte hör ihop med vår kropp och ett hälsosamt liv. Att göra sig av med de där ”trivselkilnorna” som tyder på att du har levt lite ”överflödigt” ett tag är viktigt. Det finns en anledning att kämpa för det, och det spelar ingen roll att man får ge upp saker man älskar, gå hungrig, få humörsvängningar eller må dåligt på annat sätt. I slutändan handlar det om att du ska gå ner i vikt, oavsett om du behöver det eller inte.

HANNA KARLEMARK kunde verkligen inte bli av med graviditetskilnorna, och hon var trött på att aldrig lyckas. För att få bukt med detta problem provade hon på ”Dukan diet”, och på bara ett par veckor hade hon nått sitt mål. Fem kilo lättare kom

hon äntligen i sina jeans igen och kläderna i garderoben började sitta löst.

Hon fick kommentarer från vänner och kollegor, som även de hoppade på dieten, och alla uppmärksammade hennes vikt nedgång. Att gå ner i vikt är något som tas emot positivt av omgivningen, och det målas ständigt upp som något önskvärt. Om det handlar om att man blir snyggare, gladare eller mår bättre är något som är svårt att utläsa – men man blir smalare och enligt vår analys och tolkning har det ett egenvärde.

I artiklarna nämns ofta ”hälsobonusar” eller ”hälsovinster” där man kan läsa att förutom vikt nedgången så kommer du även känna dig pig-gare, få friskare hy, öka din ämnesomsättning och minska dina humörsvängningar för att ge några exempel. Men bonusar är just vad de är. Det är inte ett mål i sig, utan något som du får utöver det du egentligen är ute efter, en vikt nedgång. Enligt vår tolkning är alltså vikten något som är viktigare än de nämnda bonusarna.

Att vara exempelvis pigg står inte lika högt på listan som att tappa några kiln. Det är självklart att



Bilderna kommer från ToppHälsa nr 11, 2010 samt nr 5 och 10 2011.

Kvinnan i den gula bikinin representerar idealen i en artikel om Biggest Loser- metoden som bygger på programmet med samma namn, där kraftigt överviktiga tävlar om att gå ner i vikt.



man vill vara smal, och om man blir hälsosam på köpet är det bara ett extra litet plus i kanten.

NÄR HANNA KARLEMARK efter några veckor hade nått sin målvikt och skulle börja äta kolhydrater igen var hon rädd att hon skulle gå upp i vikt, men istället fortsatte hon att gå ner ännu lite till. ”Inte så jättemycket, men det var ändå skönt att viktnedgången höll i sig.”, säger hon i artikeln.

Även om hon redan hade nått sin målvikt var detta alltså något hon gladdes över. Istället för att stanna på den vikt som hon från början hade bestämt sig för att hon var nöjd med så fortsatte Hanna Karlemark att gå ner i vikt, utan att detta målas upp som något problematiskt.

I en annan artikel står det att man då och då efter dietens slut ska upprepa några övningar för att ”fortsätta din viktnedgång”. Även om man är ”klar” med dieten är det alltså inte fel att gå ner ännu mer. Dessa exempel tyder på att det alltid är bra att gå ner i vikt. Trots att man inte längre har det där ”extra”.

För det är ofta personer med några ”extrakilon”

som man i de här texterna vänder sig till, och som i några av artiklarna definierats som ett par, tre kilon. Det står dock aldrig tydligt uttryckt hur man som läsare skall veta om man bär på några ”extrakilon”. Det är något som är upp till en själv att bestämma.

Men genom att i tidningarna använda ett språk där man tydligt riktar sig direkt till läsaren, så tolkar vi det som att man skapar en känsla av identifikation hos läsarna. Detta görs bland annat genom att man placerar dem i en grupp som behöver gå ner i vikt.

ARTIKLARNÄR OFTA utformade på ett sådant sätt att man till en början lyfter fram att det handlar om att ”justera vikten” eller bli av med ”några kilon”. Senare i texten framgår det dock att det bakom dieten ligger ”många års forskning om övervikt” eller ”studier gjorda med överviktiga”

Viktminskningsmetoderna är alltså formade och tänkta för överviktiga personer, men de presenteras som metoder för att bli av med sina ”extrakilon”. Ett tydligt exempel på detta är Biggest Loser- metoden



Ur: MåBra nr 2, 2011

som kommer från just TV-programmet Biggest Loser där kraftigt överviktiga personer tävlar om att gå ner i vikt.

I en annan artikel står det att man ska "bli som de smala", vilket indirekt säger att man inte är det. Automatiskt placeras man in i den "andra gruppen" som även i detta fall är överviktiga, trots att man har man använt sig av frågan "Vill du gå ner några kilo?", för att locka till läsning.

Att man använder sig av metoder och dieter som baseras på forskning gjord bland överviktiga personer, och som utformas för att passa dessa innebär att en stor omställning förväntas av personer som egentligen enbart vill gå ner ett par kilo. Det innebär också att man skapar en bild av att man inte är smal om man har några kilo som man vill bli av med. Att man väger för mycket, om man inte lever upp till idealet.

HANNA KARLEMARK, som ville gå ner fem kilo, säger att hon "mått jättebra och inte drabbats av humörsvängningar under dieten." Detta kan tolkas som att det här är något hon räknat med när hon skulle gå ner i vikt, och ändå har hon prioriterat viktneidgången. Vikten ställs här mot Hanna Karlemarks eget välmående.

Hon berättar också att hon inte behövt vara hungrig, vilket även det då kan tolkas som en förväntad del när man vill gå ner i vikt. Dieten som Hanna Karlemark följde var indelad i fyra olika faser, som alla innebar olika kosthållning. Vissa livsmedel "fick" man äta, andra inte. När hon

nådde tredje fasen som innebar att man fick äta en begränsad mängd kolhydrater igen efter en period helt utan, uttryckte Hanna Karlemark sin glädje över detta genom att säga "Äntligen får jag äta bröd och frukt igen".

Ordvalet "äntligen" tyder på att detta var något som hon hade saknat och längtat efter att få äta, men att det ändå var viktigare för henne att gå ner de fem kilon som hade som mål. Vikten prioriterades högre än att få äta sådant som hon tycker om. Detta gäller även Lotta Brinell som följer Biggest Loser- metoden och som i artikeln säger att hon "älskar att baka och att äta", men att hon helt slutat med mackor och fika. Det var hennes "last", Hanna Karlemarks var bullar och fikabröd. Men det är något som hon "förhoppningsvis kommit över nu" enligt henne själv. Och det här är en tendens som vi har kunnat se.

I artiklarna kan man ofta läsa att man ska lämna sina "gamla laster" bakom sig, "bryta dåliga vanor och mönster" och istället lägga till "goda vanor". För att gå ner i vikt ska man ta varje liten del av vardagen i beaktning. Man ska exempelvis äta på vissa exakt utsatta tider och äta exakta mängder av en del livsmedel medan man ska stå över andra. Det kan även handla om att ändra sin kost efter månad, där varje ny månad innebär en ny form av diet.

Här handlar det inte om att förändra en liten del – det handlar ofta om att förändra allt. Man förväntas ändra hela vardagen, hela sitt liv. Allt för de där "extra kilona".

Tillåt mig presentera: Idealkvinnan

Hon står med vågen lyft över huvudet som i en seargest. Hon har besekrat den. Idealkvinnan är smal. Men eftersom det inte finns något som heter för smal kan hon med fördel gå ner lite till. Och lite till efter det kanske. För man vill ju inte riskera att gå runt med överflöds-kilon. Sådant som tyder på att man inte kan behärska sig. Att man varit i kakburken några gånger för mycket och njutit – på fel sätt. Och ärligt talat, vem vill egentligen ha ”en rulle i magen och ett par extra kilon i varje byxben”?

Men detta är ju inget idealkvinnan behöver oroa sig för. Hon har kontroll över vad hon äter, hur hon äter och när hon äter. Aldrig går det så lång tid mellan målen att kroppen skriker efter det förbjudna. Ständigt fyller hon på med rätt energi och mjukt, liksom havets vågor rör sig hennes jämna, fina blodssockerkurva. Aldrig sticker det iväg åt varken det ena hållet eller det andra. Genom en sund och balanserad diet ger idealkvinnan sin kropp exakt vad den behöver, och undviker blodssockerdippar och det förrädiska suget som följer med det.

Alla gamla laster och dåliga vanor har hon lagt bakom sig, om hon ens haft några. Hennes liv är fullt av goda vanor. Hon äter aldrig utan anledning, såsom syndare gör. Hamnar aldrig i soffan med nattmackan eller chipspåsen mest för att det är mysigt, eller för att det helt enkelt är fredagskväll.

Allt är planerat och kontrollerat. In i minsta detalj. Här finns ingen plats för spontana utsävningar och ogenomtänkta matintag. Varje liten tugga har hon övervägt och inget stoppas in hennes ständigt leende mun utan att hon medvetet kalkylerat om hon faktiskt behöver äta mer. Räcker det inte nu kanske?

Med blänkande vita tänder och lätta steg möter hon världen. För henne är livet en dans på rosor. Allt är enkelt, glatt och ljust och hennes energi tycks aldrig sina. Idealkvinnan är ständigt tillgänglig och ställer upp när andra behöver det. Ger dem stöd när det är svårt. Men själv har hon inga problem alls. Och om hon har det så visar hon det inte i alla fall. För hon har lärt sig kontrollera sina känslor, istället för att låta sig styras av dem. Hon lyssnar varken på kroppen eller knoppen, de ljuger ju ändå. Ber om onödiga kalorier och försöker listigt styra henne mot kylskåpet vid de få tillfällen hon för ett ögonblick råkat lägga kontrollen på hyllan. (Inte för att det är något som händer ofta.)

Men ändå tappar idealkvinnan aldrig greppet. Inte ens när frestelsen så tydligt ligger och lockar på henne. Hon kan göra det där som inga andra kan, sitta med ett fat fullt med kakor framför sig och ändå inte ta en enda liten smula. Istället sitter hon bara där och ler, glad som hon är.



ALEXANDRA LINDELÖF

Att skapa en risk

Helst ska man alltså vara så smal som möjligt, och gärna i total kontroll över sin tillvaro. Vad händer annars? Magasinen bidrar på flera olika sätt till att konstruera risker.

TEXT: MARIA HYLLENGREN

Man kan säga att media påverkar vad vi är rädda och oroliga för bara genom det faktum att de skriver om någonting. Alla fall om man som Beck och Giddens anser att risker är någonting som vi konstruerar. Det är först när vi känner till någonting som vi kan tänka på det som farligt eller oroande.

Och hur bildar vi oss vår uppfattning om omgivningen? Enligt Gunilla Jarlbro som är professor i medie- och kommunikationsvetenskap finns det tre huvudvägar. Man får kunskap genom egen erfarenhet, genom att prata med andra människor och/eller genom att ta del av innehållet i media.

Hon skriver i boken *Kvinnors hälsa* att en faktor som påverkar vår benägenhet att uppleva någonting som en risk är riskens tillgänglighet. Hur lätt man kommer att tänka på risken kommer ha avgörelse för hur betydande man tycker att den är. Och hon skriver vidare att: "I detta sammanhang spelar troligen media en inte obetydlig roll".

Det faktum att både MåBra och ToppHälsa i princip har med en stor viktartikel i varje nummer bidrar till läsarens uppfattning av hur betydande det är att uppnå en viss vikt. På samma sätt sänder man signaler om viktens betydelse genom att framhäva viktbudskapet framför andra budskap i en artikel. En text kan till exempel innehålla information om olika konsekvenser av att äta en viss typ av kost - men det är viktnedgången som ligger i fokus.

Det här ett exempel på vad som brukar kallas "framing" eller "gestaltning". Jesper Strömbeck, som också är professor i medie- och kommunikationsvetenskap, skriver att teorin kan tolkas som att medias gestaltning av verkligheten påverkar människors uppfattning av samma verklighet. Att hälsomagasin lyfter fram att vikt är av stor betydelse, kan bidra till att läsaren upplever att man riskerar någonting genom att inte följa det uppsatta idealet.

VILKA RISKER konstrueras då i viktartiklarna? Både risken att drabbas av ohälsa och risken att inte vara tillräckligt smal och därmed moraliskt

misslyckad. Om vi börjar med risken att drabbas av ohälsa konstrueras risken här på olika sätt. Enligt Thomas Johansson är de flesta idag överens om att övervikt leder till ohälsa. Han är professor i socialpsykologi och skriver i boken *Makeovermani* att all fler människor idag också räknas som överviktiga. Det behöver inte vara för att människor lever mer ohälsosamt en förr - det kan också handla om var man väljer att sätta gränsen för övervikt.

Medias definiering av vad som är en idealvikt och vad som är övervikt bidrar då till att påverka människors uppfattning av sin egen hälsa. I MåBra och ToppHälsa lär man ut viktminskningsmetoder till människor som vill gå ner 2-3 kilo. Det handlar ofta om metoder som är direkt framtagna för överviktiga, men rekommenderas också till läsarna som vill "justera sin vikt".

När personer med tre "extrakilon" i artiklarna ställs emot "de smala" och tillsammans med "de överviktiga" kan det då verka som att de står inför samma risker som överviktiga personer.

I DE ARTIKLAR av MåBra och ToppHälsa som analyserats skriver man om olika metoder för att gå ner i vikt och leva ett mer hälsosamt liv. Men man presenterar också riskerna med att inte följa metoderna. För att förklara behovet av den nya "PH-metoden" skriver man till exempel såhär i ToppHälsa: "En för sur omgivning ökar inte bara riskerna för en rad vanliga hälsoproblem, som benskörhet, försämrad insulintolerans, ledvärk, magsår, fibromyalgi, autoimmunsjukdomar, utan kan också bidra till att du går upp i vikt"

I en artikel om "Vinterdieten" får vi veta att vi går ner i vikt av att äta säsongsbetonat, men man konstruerar samtidigt risker genom att skriva att våra organ på olika sätt är utsatta under olika säsonger. Intill artikeln har varje månad fått en faktaruta där läsaren får veta varför det är viktigt att ta hand om ett specifikt organ just den månaden. För oktober gäller till exempel att: "När temperaturen sjunker bli förkylningar och influensa vanligare,

och därför är lungorna ett av de viktigaste organen att skydda under den här tiden." Man skriver också om att "Den psykiska och fysiska stressen som kallt väder innebär(...)sliter på njurarna och binjurarna"

En artikel kan alltså innehålla information både om hur man går ner i vikt och om hur man ska ta hand om sig själv och sin kropp. Den metod man ska använda för att gå ner i vikt inkluderar helt enkelt hälsosamma faktorer. Man skulle då kunna dra slutsatsen att det faktum att man går ner i vikt är samma sak som att man tar hand om sig själv och blir mer hälsosam. Inte för att man nödvändigtvis behöver bli av med en skadlig övervikt, utan för att smal helt enkelt är lika med hälsosam.

EN DOCENT I medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds universitet är inne på samma spår. Helena Sandberg har undersökt hur fyra dagstidningar skrivit om övervikt mellan 1997 och 2001. En sak hon kommit fram till är just att gränserna mellan skönhet och hälsa blivit allt mer diffusa när kroppsideal och sundhetsideal flutit ihop. Sandberg skriver att: "En smal kropp anses vacker och per definition frisk. En överviktig kropp har kommit att betraktas som sjuklig och avvikande". En tolkning är då att media genom att väva ihop ideal om sundhet och utseende bidrar till att den person som väger mer än idealet upplever att den behöver göra något för att inte riskera sin hälsa – gå ner i vikt.

Men det stannar inte där. I hälsomagasinens viktartiklar förmedlas en bild av att en viktnedgång också påverkar hur nöjd man är med sig själv.

Med hjälp av experternas metoder erbjuder man bättre självkänsla och ett bättre liv, och det vill man väl inte riskera? Johansson för ett resonemang i *Makeovermani* om att vi idag har ett ouppnåeligt ideal som gör att människor aldrig upplever att de kan vara nöjda. Kvinnorna på bilderna däremot är ofta segervissa. En kvinna gör ett skutt upp mot himlen, en andra viftar med en våg över huvudet, och en tredje formar ett "V" upp i luften med sina armar. Och överallt ser man leenden.

Tidningarna förmedlar också en bild av lycka och seger genom att skriva om ett psykiskt välbefinnande hos de som provat metoden: "(...) Samtidigt som de fått ökat självförtroende och större livskvalitet", "(...) skapar vi harmoni i kroppen – och i själen." "(...) fick en helt ny energi"

Indirekt kan man se att de som blivit smalare tycker mer om sina liv än de som inte gått ner i vikt.

DEN SOM ANSES överviktig har möjligen också satt hela sitt anseende på spel. I *MåBra* och *Topp-*

I vinterdieten som man kunde läsa om i *ToppHälsa* nr 13 2010 skriver man om att vissa organ behöver ett särskilt skydd under vissa månader. På vintern behöver vi till exempel ta hand om våra lungor. Det här är ett exempel på medias förmåga att konstruera risker. Om varje månad för med sig nya faror för våra organ kan vi behöva experternas hjälp. Som tur är finns i artikeln en tabell över vad vi bör tänka på. Månad efter månad.

Hälsa framställs experternas metoder som något enkelt alla borde klara av – och vad säger det

om de som ändå inte lyckats med idealkroppen? I en av artiklarna inleder man till exempel med att: "Helst skulle du vilja svepa med ett trollspö över de där extra kilona och sim salabim, så är de puts väck. Riktigt så lätt är det inte – men nästan"

I en annan citeras experten när han säger att "det är ingen stor uppoffring, men kommer i slutändan att göra din midja mindre". Ofta förekommer uttryck om att det är "det enda som krävs" eller "allt du behöver göra".

ENLIGT SANDBERG finns det en högre grad av moraliserande kring kroppen och hälsan. Hon skriver att: "Det har exempelvis blivit allt mer legitimt att uttrycka äckel eller avståndstagande inför tjocka människor och vi har svårt att acceptera att alla inte engagerar sig i kroppsliga projekt, som till exempel den sunda kroppen".

Den som inte är smal riskerar alltså att bli en person som andra människor äcklas av och vill ta avstånd ifrån. Det är då inte förvånansvärt om den person som upplever sig väga för mycket får känslor av skam och skuld. Vi har också redan varit inne på hur vissa beteenden och egenskaper i artiklarna skambeläggs. Att vara smal räcker inte om man ändå är okontrollerad och känslostyrd som person.

Men helst ska man vara både smal och kontrollerad såklart. Så länge man vill behålla hälsan, sin självkänsla och sitt anseende.



Skapandet av ett krig

Attack, fiende, strategier och fällor. De ord som man i artiklarna väljer att använda sig av ger bilden av att det förs ett ständigt krig. Ett krig mot dig själv och din kropp. Ett krig där du behöver hjälp av experter för att ta kontroll och vinna.

TEXT: ALEXANDRA LINDELÖF

Enligt teorin om agenda setting är de ämnen som media lyfter fram även det som publiken upplever som viktiga. I vår analys har vi studerat artiklar som rör vikt, något som samtidigt tycks vara av vikt. Artiklarna får ofta stor plats i tidningen, och det är i stor utsträckning de som får de största puffarna på tidningens framsida. Men det handlar inte bara om vad man skriver om, utan det handlar även om hur man skriver det.

Den andra nivån av agenda setting, som Coleman med flera tar upp i kapitel 11 i boken *The handbook of Journalism studies*, visar på just detta. Där fokuserar man på hur media diskuterar de olika ämnen som man uppmärksammar, och för att göra detta tittar man på de attribut och kännetecken som man kopplar samman med just de ämnena. Effekten blir då att publiken tar till sig den ton som media skapar. Man skapar en diskurs.

NÄR VI HAR ANALYSERAT artiklar om vikt har vi funnit att man ofta använder sig av ord och uttryck som man kopplar samman med krig. En diet inleds med "attackfasen", i en annan kan man läsa att "det finns olika strategier för att bemästra matsug" samt att hjärnan ger "befallningar" men att man ska "ta kommandot". Vi får även läsa hur man gör för att "beseгра stresskilona" och det förklaras hur du "blir kvitt de största fienderna".

Experter av olika slag får komma med tips och råd på hur man ska ta kontroll, för "helt aningslöst trampar vi i den ena ätfällan efter den andra". De får förklara hur man ska undvika alla de faror som beskrivs i texterna och som genom kopplingen till krig visar på hur allvarligt och svårt det är. Det är något vi inte klarar av på egen hand, vilket under-

bygger behovet av experterna.

Genom att skriva om vikt på det här sättet har MåBra och ToppHälsa skapat något som vi ser som en krigsdiskurs, där det framstår som att det förs ett ständigt krig mot vikten. En kamp mot allt som gör att man går upp i vikt, och lägger på sig några "extrakilona".

MEN DET HANDLAR INTE enbart om ett "kri-
lokrig". Det handlar även om en ständig kamp mot sig själv, där man ställs emot kroppen och hjärnan, som framställs som något separat. Något som står utanför den egna personen.

Detta är även något som Madden och Chamberlain har tagit upp i sin avhandling *Nutritional Health Messages in Women's Magazines: A Conflicted Space for Women Readers*. De har studerat magasin som riktar sig till kvinnor för att se hur man skriver om mat och hälsa, och i likhet med vår analys, sett bland annat att man ofta skriver "kroppen" istället för "vår kropp". På så sätt distanserar man kroppen från personen, och gör det till något som har en egen agenda.

Ett exempel på detta är "När vi minskar matintaget reagerar kroppen ofta helt fel. Fettförbränningen minskar och kroppen vägrar att släppa ifrån sig sina fettlager". Man skriver uttryckligen att det är kroppen som reagerar fel, inte du, och det är inte dina fettlager, utan kroppens fettlager som den vägrar att släppa ifrån sig. Kroppen gör som den vill, och det är ofta man i de här artiklarna framställer det som att kroppen motarbetar oss.

Hjärnan beskrivs i en artikel som "korkad" och man kallar den för en "vansinnesmaskin" som "sprutar fram tokiga tankar och märkliga befall-

ningar. (...) Den säger "ät mer!" när vi bestämt oss för att äta mindre. Den säger "ta en bulle!" när vi beslutat oss för att slopa allt sött". Kroppen framställs som vår fiende. Något som går emot våra intentioner och som vi måste lära oss ta kontroll över och styra så att inte "autopiloten tar över".

Denna tanke om att en "autopilot" skulle ta över är något som vi har sett förekommer i flera artiklar, vilket målar upp en bild av att vi själva inte är medvetna om vad vi gör. Det blir någonting farligt, och vi måste därför göra vad vi kan för att inte kroppen ska ta över.

FÖR KROPPEN GÅR INTE att lita på. I en artikel om "Mättnadsskolan" tar man upp problemet med att vi inte kan känna skillnad på "äkta" och "oäkta" hunger. Den "oäkta" hungern är psykologisk, och får oss att äta utan att vi egentligen behöver det. Det som det då snarare handlar om är begreppet "sug", som bland annat beskrivs som "en förrädisk känsla som vi ofta förväxlar med hunger".

Suget är något vi måste lära oss "stå emot", "besegra", "kontrollera", "överlista" och "hantera". Och vi måste lära oss att "känna skillnad på hunger, sug och kicksökeri". Man ställer frågan "Vad känner du egentligen när du är 'hungrig'?", vilket antyder att vi själva inte vet vad vi känner och att vi inte ska lyssna till de signaler som kroppen sänder ut.

I en annan artikel kan vi läsa att det är viktigt att "hålla kroppen lugn, mätt och belåten" för annars kommer den att skicka "paniksignaler som styr dig mot kakburken". Det här kan tolkas som att kroppen är något som vi måste hålla i schack och som vi ständigt måste passa upp på för att den inte ska försätta oss i panik. Att man hela tiden måste vara vaksam på kroppen och vara beredd på att på olika sätt stoppa den från ett icke önskvärt beteende är också tydligt i en artikel där man skriver att vi måste "sätta krokben för framrusande tankar som eldar på känslornas intensitet och får dig att göra "fel" saker, till exempel okynnesäta".

ALLT DET HÄR GÖR att det konstrueras en bild av att det är en ständig kamp mellan dig och din kropp. Hela tiden måste du vara på din vakt, för kroppen är din fiende. Det framställs som viktigt att ha kontroll över sin kropp och sina tankar för att inte trampa i de olika "fällorna" eller "falla för frestelsen".

Denna krigsdiskurs förstärker idealet att ha kontroll, som vi funnit i vår studie, och visar på hur det kan gå om man inte har det. Både kroppen och hjärnan målas upp som komplexa ting, som är svåra att förstå sig på, vilket i sin tur gör att vi behöver experternas hjälp. Vi behöver dem för att vinna "kriget".

Du VS Din kropp



07:30

Vaknar upp och gör mig redo för ännu en dags kamp mot vansinnesmaskinen: min egen kropp. Med hjälp av hjärnan sprutar den fram tokiga tankar och märkliga befallningar som helt går emot det jag *egentligen* vill. För hade inte kroppen tvingat mig hade jag ju aldrig ätit ostbågar till frukost. **0-1.**

10:00

Dags för ett litet mellanmål. Eller? Keso och en näve nötter har jag ju hört ska vara bra. Men tänk om jag inte är hungrig utan bara sugen? Jag kanske söker en kick? Eller vill jag bara äta, fastän det handlar om ett annat behov – kanske har jag ångest? Hjärnan befäller – "Ta en bulle!" **0-2.**

12:00

Lunchrast. Vart ska jag gå? Vad ska jag äta? Autopiloten styr mig som vanligt mot gatuköket. Men med hela min viljestyrka lyckas jag lugnt styra därifrån. Jag klappar mig själv på axeln. Det spelar ingen roll att salladen är äcklig, jag tog kommandot. **1-2.**

16:00

PANIK! Det förrädiska suget tar över och slår till med sådan kraft att jag inte kan stå emot. Än en gång står jag där med handen i kakburken. **1-3.**



18.30

Äter middag. Omringad av mina vänner känner jag mig avslappnad. Trots det känner jag att jag har kontroll. Efter halva portionen stannar jag upp och funderar. Ska jag äta upp? Vart ligger jag egentligen på mättnadsskalan? Jag lägger ner gaffeln. **2-3.**

21.00

Soffa. TV. Fredag. En krissituation har uppstått. Min dag som hittills gått så bra håller på att falla samman. Jag ser varningslampor blinka och handen styras mot chipsskålen. Jag skriker: RETRÄTT! Men det är försent. Jag har mysätit. **2-4.**

02:00

Smyger upp ur sängen och gör det värsta av det värsta: brer mig en nattmacka! **2-5.**



Vem får

Ja, vilka är de som anses ha lösningar på våra problem? Som får hålla oss i handen när vi navigerar bland alla risker? Forskare, läkare, hälsoprofiler, politiker, kändisar eller rent av vanliga människor.

Efter en analys av alla viktartiklar som publicerats i Sveriges två största hälsomagasin det senaste året fick vi vårt svar. Frågan vi ställt oss var: Vem får vara expert?

TEXT: ALEXANDRA LINDELÖF OCH MARIA HYLLENGREN

Det är många som har någonting att säga om vikt, men det är inte alla som får chansen att göra sin röst hörd. MåBra och ToppHälsa har under det senaste året publicerat sammanlagt 146 artiklar om vikt, men i nästan en fjärdedel av fallen har man valt att inte använda sig av någon expert. Vilka var då de som valdes ut?

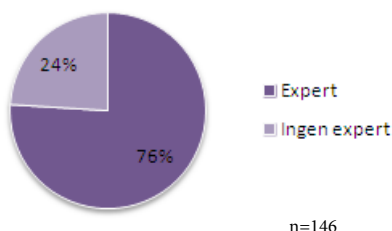
Mest plats får gruppen hälsoprofiler och kändisar. Detta beror till stor del på att MåBra:s egna viktcoach Marie Tegnér ges stor plats i tidningens viktartiklar. Trots att hon är en del av redaktionen har vi valt att räkna henne som en hälsoprofil istället för tidningens expertis. Vi har gjort den bedömningen utifrån det sätt hon framställs på i tidningen. Marie Tegnér presenteras med stora bilder och tidningen säljer dieter med hjälp av hennes namn och varumärke.

Tätt efter vinnarna hittar man de vi har valt att kalla ”medborgare” – vanliga människor som får ge sina tips och trix för en lyckad viktning. I nästan en femtedel av alla artiklarna är det dessa

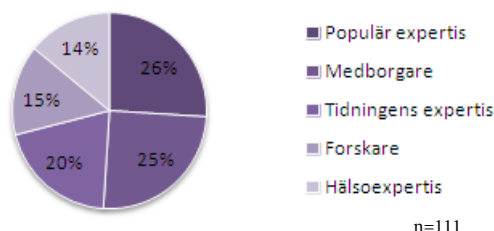
som lyfts fram som experter. Tredjeplatsen knep alla de redaktionsmedlemmar som använt sin egen kunskap för att svara på läsarfrågor och uttala sig om vikt, en grupp vi har kallat för ”tidningens expertis”. Först på fjärde plats kommer forskarna som delar med sig av sina expertkunskaper i lite drygt en tiondel av artiklarna. Därmed inte sagt att man nödvändigtvis ignorerar forskningsresultat när man skriver om vikt. Artiklar som baseras på forskning men inte presenterar en expert har av förståeliga skäl fallit utanför vår studie.

Något vi däremot studerat är om artiklarna innehåller någon motröst – en person som ställer sig kritisk till det experten lägger fram. Flera olika typer av kritik har fallit under den här kategorin. Det har bland annat rört sig om en skeptisk läkare, en kritisk redaktionsmedlem och en medborgare som varit missnöjd med en viss diet. Så många fler motröster än så hittade vi inte. I undersökningen framkom bara fem stycken totalt. När en expert väl får komma till tals får den alltså oftast göra det oemotsagd.

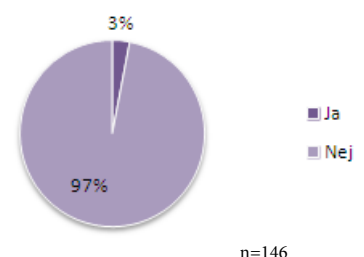
I hur många fall använder man en expert? (%)



Vilka får vara experter? (%)



Presenteras någon motröst? (%)



vara expert?

Så gjorde vi

Med en undran om vem som får uttala sig som expert i artiklar som rör vår hälsa såg vi behovet av en kvantitativ studie. För att besvara vår fråga tog vi oss an samtliga artiklar på temat vikt från det senaste året i Sveriges två största hälsomagasin.

Vår studie tog sin början på Stadsbiblioteket där vi gick igenom olika hälsomagasin för att få en bild av vad vi hade framför oss. Vi ville se hur ofta experter faktiskt förkom, och vilka de i så fall var.

Redan innan hade vi bestämt oss för att fokusera på artiklar som handlade om vikt, men på bibliotekets läshörna insåg vi att vi behövde en snävare definition. Vi bestämde oss för att enbart analysera artiklar där vikt var huvudämnet. Artiklar där man skrev om vikt, men som huvudsakligen handlade om exempelvis träning eller kost föll därför utanför ramen.

Efter att vi bestämt oss för att analysera de två tidningarna med störst upplaga, MåBra och Topp

Hälsa, återvände vi till biblioteket för att låna hem alla nummer från oktober 2010 till oktober 2011. Eftersom ett antal nummer saknades ringde vi upp ToppHälsa som skickade dem med post.

Några dagar senare satte vi oss ned med vårt kodschema, 27 tidningar och 13 bilagor för att genomföra vår studie. Vi började med en gemensam provkodning, men delade sedan upp materialet mellan oss. Viktigt för oss var att båda skulle analysera ungefär lika många nummer av MåBra som ToppHälsa. Och det vi huvudsakligen undersökte var:

- Finns det någon expert?
- Vad är det för typ av expert?
- Blir experten motsagd?

När man utläser våra resultat ska man ha åtanke att vår analys grundar sig på ett ganska litet material. Det visade sig att det enbart fanns 146 artiklar där huvudämnet var vikt.

Experterna framställs på olika sätt. När vi tittade närmare på artiklarna kunde vi utläsa fyra tendenser:

- Experten placeras i rampljuset
- Experten får vara oemotsagd
- Experten framställs som en räddare
- Experten blir utnyttjad

Det här kan du läsa mer om på kommande sidor.

Experten i rampljuset



Ur: MåBra nr 5, 2011

Stora bilder, dominerande på flera uppslag och färger och former som gör att namnet utmärker sig lite extra. Det märks när experten är det viktigaste med hela texten. När det är personen och inte prestationen som artikeln kretsar kring. När allt fokus ligger på experten.

När en expert nämns för första gången i en text är namnet alltid skrivet i fet stil. Detta gäller samtliga artiklar som vi analyserat, i både MåBra och Topphälsa. Om man enbart läser igenom texten lite snabbt är det just vid de ställen som ögat fastnar. På det där som sticker ut lite, och som är lite svartare än den resterande texten. Man lägger märke till vem experten är. Såsom vi tolkat det har tidningarna medvetet valt att trycka på vem det är som ligger bakom den viktminskningsmetod man presenterar.

Men även om alla experter behandlas lika i detta avseende, så har vi sett i vår studie att det är vissa experter som man väljer att lyfta fram lite extra. Medan en del enbart nämns vid namn, och knappt får uttala sig tilläts andra att leverera pratminus efter pratminus. Och medan en del experter får synas på en liten infälld bild som kan liknas med ett passfoto, får andra helkropps bilder som tar upp nästan halva sidan. Det är med andra ord skillnad på experter och experter.

EN EXPERT SOM OFTA ses på bild, och stora sådana är den ständigt leende Marie Tegnér, MåBras viktcoach. I de artiklar där hon förekommer ligger mycket fokus på henne som person och tidningen framställer det som om hon får komma med egna metoder såsom "Maries klockdiet" och hon tilläts mynta egna begrepp som "volym-mat". Det är tydligt att hennes namn är av vikt. Det är det faktum

att det är hennes diet som ger den tyngd, och hon är den enda som får komma till tals i dessa fall.

Även hälsoprofilen Fredrik Paulún är en expert vars namn en hel artikel kretsar kring. I artikelns rubrik "Paulúns bästa smalknep som maxar förbränningen - hela livet!" har man valt att skriva Paulúns namn, men även orden "maxar förbränningen" i grönt, medan resterande text är skrivet i svart. Detta tycker vi tyder på att det är de två sakerna som är viktigast. Här tilldelas experten en stor roll, och det vill man visa. Det är inte hälsoknep från vem som helst som läsaren får ta del av, utan det är just Fredrik Paulúns knep.

I BÅDA DESSA FALL är det experten som är viktigast, och inte den diet som presenteras. Med hjälp av expertens namn och det varumärke denne byggt upp säljer man hela artikeln. Samtidigt har vi kunnat se att det inte bara är experten som används för att sälja en artikel. Tidningarna väljer även att plocka fram och lyfta upp olika saker för att sälja själva experten, vilket bland annat görs genom att sammankoppla experten med kändisar.

Detta är tydligt när de två personliga tränarna från TV-programmet Biggest Loser, som står bakom Biggest Loser - metoden, presenteras. I artikeln kan man läsa att Tanja Djelevic "har tränat hollywoodstjärnor som **Uma Thurman** och **Pink**" och Martin Nylén är "svenska kändisarna favorit och har bland annat jobbat med **Josephine Bornebusch** och **Petter**."

Här väljer man att inte bara skriva om kändisarna utan även skriva deras namn i fet stil, vilket vi tolkat som att de anses vara minst lika viktiga som experterna i sig. I en annan artikel som handlar om doktorn Pierre Dukans diet har man lagt in bilder på de tre kändisarna Jennifer Lopez, Jessica Szahr och Gisele Bündchen, som alla är kända för bland



annat sitt utseende, med en bildtext som låter oss veta att samtliga har följt denna diet.

I övrigt står det ingenting om kändisarna i sig, men det viktiga är att de nämns och att de ger lite extra pondus åt experterna, även om de inte alltid behöver det. För det finns ju som sagt de experter som anses minst lika säljande som stjärnorna från Hollywood. De som med hjälp av tidningarna har fått en egen plats i rampljuset.

ALEXANDRA LINDELÖF

Den oemotsagde experten

Experterna fastslår, förklarar och ger sina bästa råd och knep. Utan att ifrågasättas eller kommenteras tillåts de att presentera sina resultat och komma med sina metoder. De får stå för den enda sanningen.

Vare sig experten får stor plats och beskrivs med talande epitet som "svenska kändisarnas favorit" och "kostdoktorn", eller enbart får stå som ett namn bakom en ny diet, så har vi kunnat se en tydlig genomgående trend i vår analys. Utan att ifrågasättas får experterna komma med metod efter metod.

Artiklar som bygger på dieter av olika slag verkar vara ett stående inslag i både MåBra och ToppHälsa, men sällan problematiseras vad som ligger bakom metoden eller hur experten kommit fram till sina resultat. Istället lämnas man som läsare utan förklaringar eller försök till sådana.

Man får ofta läsa meningar som: "forskare har sett", "studier visar" och "enligt ny forskning". Men där tar informationen ofta slut. Det är sällan vi får veta hur experterna i själva verket har gått tillväga. Vad innebär det egentligen att "Överviktiga patienter fick ganska mycket omega 3 i form av fiskolja, och det visade sig att de gick ner i vikt", såsom det står i en artikel i ToppHälsa?

Vilka är de här patienterna, och kanske framförallt hur många är de? Hur mycket omega 3 är egentligen ganska mycket? Och ledde detta intag av fiskolja till ett par hektos viktnedgång, eller snarare några kilon? Det är många frågor som lämnas obesvarade.

VAD DETTA BEROR PÅ är svårt att uttala sig om, men en fråga om bristande utrymme har vi i vår analys i alla fall inte kunnat se att det skulle handla om. Experterna, eller framförallt dennes metod tilldelas ofta stor plats. Ibland breds artikeln

ut över ett flertal sidor, där metoden presenteras på många olika sätt. Vanliga inslag är faktarutor, metodens olika steg med tillhörande recept och tydliga instruktioner för hur du skall gå tillväga, samt expertens bästa tips och råd.

Experterna får genom allt detta utrymme sälja sig själv och sitt budskap. Genom en medverkan i en artikel där allt de presenterar målas upp som det sanna och rätta, får de enligt vår tolkning chansen att bättra på sitt varumärke. Det är exempelvis inte ovanligt att de experter som står bakom och får presentera en metod är aktuella med en bok som artikeln bygger på. Både hälsoprofilen Fredrik Paulún och Kostdoktorn Andreas Eenfeldt, ett av de stora namnen bakom viktminskningsmetoden lchf, är exempel på detta.

ENBART I TVÅ FALL har man tydligt kommenterat och kritiserat den metod som presenterats, genom att exempelvis låta en annan expert få komma till tals eller presentera undersökningar som tyder på det motsatta. I en artikel i ToppHälsa som handlade om "pH-metoden" som innebär att man ska tappa kilon genom att äta sig till en pH-balans i kroppen, fick tidningens egen kostexpert uttala sig i en ruta som kallades "Kristina kommenterar".

Där tog hon upp risker och problem med dieten, samt gav förslag på hur man skulle kunna tänka om man fortfarande ville prova på denna metod. I slutet av artikeln presenterades även de källor som man byggt "pH-metoden" på. Men just denna artikel är vad vi har kunnat se ett undantag, och i övrigt är bilden väldigt ensidig.

Det är en expert som får uttala sig, och måla upp en bild av hur vår kropp fungerar och hur vi ska agera för att gå ner i vikt. Genom detta kan man se ett skapande av: den oemotsagde experten.

ALEXANDRA LINDELÖF

Räddaren i nöden

När livet blivit för svårt finns det någon som kan hjälpa dig. Vill du skydda din känsliga kropp mot yttre farligheter? Äta godsaker och samtidigt gå ner i vikt? Få mer energi utan att ens anstränga dig? Inga problem. Möt experten – din räddare i nöden.

Det är svårt att ta hand om sig själv ibland. Blåddrar man i ett hälsomagasin lär man sig mycket om allt som kan drabba en. I viktartiklarna skriver man inte bara om hur jobbigt det kan vara med (andra) svåra bantningskurer med besvärliga biverkningar. Man bidrar på flera sätt till att påverka läsarens riskmedvetande, vilket redan tagits upp i tidigare artiklar. Det handlar ofta om vad som kan hända om man inte följer tidningens råd. Skyddar man inte sina organ med hjälp av den specialanpassade vinterdieten får organen helt enkelt klara sig själva.

Och när något är besvärligt, svårt och riskfyllt är det tacksamt att ha en utarbetad och enkel metod att erbjuda. Konstruktionen av risker erbjuder helt enkelt ett perfekt tillfälle för en presentation av: experten.

ETT SÄTT ATT framställa en expert är som den person som har svaret. Lösningen på allt det svåra vi gått och oroat oss för. I en ingress väljer man till exempel att lyfta fram sin expert så här:

”Helt aningslöst trampar vi i den ena matfällan efter den andra. Risken för ”mindless eating” är extra stor runt jul. Här får du expertens tips som gör att du kan njuta av julmaten på ett nytt smart sätt!”

Texten visar hur man målar upp världen som en plats där det finns fällor överallt, och som uttrycket ”mindless” antyder är vi inte ens medvetna om att vi trampar i dem. Då behöver vi en expert som förklara för oss hur vi ska undvika dem.

Ett annat tillfälle då experten tenderar att framställas som en räddare är när man pratar om hälsa



som något väldigt individuellt. Det handlar om att du ska ”hitta den magiska formeln som just din kropp har”, bli medveten om de omkring 200 ”matrelaterade beslut” du fattar varje dag, eller ”hitta rätt diet för din kroppsform”. Inte helt lätta uppgifter för individen - hon behöver hjälp.

I EN ARTIKEL OM ”DNA-dieten” blir det individuella extra tydligt. För att bryta ner mat och använda den på bästa sätt måste du ta reda på din DNA-typ – det mest unika vi har. Vi får veta att man vid en studie lyckats isolera tre gener som påverkar vår ämnesomsättning och hittat ett samband mellan arvs massa och vikt nedgång. Det här vetenskapliga sättet att prata om kroppen återfinns i flera artiklar, och öppnar för en tolkning att vår kropp är som en maskin – som behöver expert hjälp för att lagas. Vid en studie av kvinnomagasin i Nya Zeeland hittade man en liknande diskurs, som Helen Madden och Kerry Chamberlain valt att kalla ”den biomedicinska diskursen”. De menar att man distanserar läsaren från sin kropp. Kroppen blir ett utomstående ting, en slags programmerad maskin som behöver granskas och utvärderas av experter.

I exemplet med DNA-dieten märks detta genom att man pratar om en formel som finns inbyggd i vårt DNA som behöver identifieras innan vi vet hur vi bäst balanserar vårt näringsintag. Experten i det här fallet är en läkare från USA och har en enkel lösning, man behöver bara titta på sin kroppsform. Men sättet att skriva om gener och DNA och formel bidrar till att skildra kroppen som skild från vår övriga person. Den styrs av vetenskapliga faktorer, och det är därför enbart personer med vissa kunskaper som har svaren.

SVÅRIGHETERNA MED att förstå vår egen kropp framställs också på andra sätt. I en artikel där hälsoprofilen Fredrik Paulún berättar om olika knep man kan ta till för att gå ner i vikt får du veta att du själv ”får välja vilka nya vanor du tror passar in i ditt liv”. Tror. Det är inte säkert att vi vet själva.

Ytterligare ett sätt att skriva så att vetenskapsmännen lyfts fram som våra enda räddare är att ge avancerade beskrivningar på hur ett ämne är uppbyggt. När man i ”Omega 3-dieten” skriver om olika hälsofördelar med omega 3 stannar man inte vid att berätta att det handlar om en fettsyra som bland annat finns i fisk. Vi får även veta att: ”Fettsyrorna är uppbyggda av kolatomkedjor, och namnet omega 3 kommer av att de har sin sista dubbelbindning vid den tredje kolatomen från slutet”.

Den mest uppenbara fördelen med expertmetoder som lyfts fram i viktartiklarna är inte helt oväntat är att de kan hjälpa en att gå ner i vikt. Att vara tillräckligt smal framställs som väldigt svårt. Vi drabbas av frestelser, luras av hjärnan och fastnar i dåliga vanor. Bantning är ett negativt ord, och framställs som någonting som inte funkar. Med

den nya metoden slipper vi också oroa oss över att vi valt fel mat till vår kroppstyp eller omedvetet trampar i en matfälla. Viktforskaren, läkaren eller psykologen borde ju veta bättre – det handlar ju trots allt om en expert.

MARIA HYLLENGREN

Den utnyttjade experten

En mängd metoder, och minst lika många experter. Alla tycks de ha gemensamt att de kan få läsaren att ”rasa i vikt”. Eller? När man tittar närmre visar det sig att det tidningarna väljer att lyfta och det forskaren fokuserat på i sin forskning är två olika saker.

Viktras är uppenbarligen någonting som säljer. I en artikel som MåBra publicerade förra året nämner man vikt i både vinjetten: ”Ner i vikt med mindfulness”, rubriken: ”Trimma hjärnan och rasa i vikt” och ingressen ”få koll på matsuget” och ”gå ner i vikt”.

Experterna som presenteras i artikeln är Åsa Nilsson, professor i medicinsk psykologi. I hennes citat nämner hon inte ordet vikt en enda gång.

Texten handlar bland annat om hur man via ”mindfulness” kan styra sina känslor och tankar, öka sin livskvalitet och förhindra okontrollerat grubblande. Nilsson pratar om hur mat kan vara något man tar till för att döva till exempel ångest eller rädsla – och vill förhindra att ens förhållande till mat leder till ett destruktivt beteende.

Det märks till exempel när hon i textens slutcitrat säger att ”Du kan bli bättre på att styra dina känslor och på att må bra – utan att ta till mat och andra destruktiva beteenden”.

Artikeln är placerad i tidningens bilaga som alltid innehåller recept och ofta tips för att ”komma i form”. På framsidan av bilagan puffas det för artikeln om Nilsson med texten ”Ny effektiv metod”.

MEN DET NILSSON lägger fram är snarare ett sätt att tänka och att vara – man ska vara närvarande i alla situationer man hamnar i. Hon ger förslag på hur man kan hantera sitt sug efter mat, men beskriver ingen metod på hur man går ner i vikt.

Det finns fler exempel på hur tidningarna säljer någonting i rubrik, vinjett eller bildtexter som man sedan inte fokuserar på i artikeln. När det gäller

de artiklar som ingår i studien handlar det ofta om att man trycker på att läsaren med expertens hjälp snabbt och enkelt kan gå ner i vikt. Att man väljer att lyfta fram just en specifik aspekt av forskningen är ett exempel på vad som brukar kallas för ”framning”. Det handlar om att man i en artikel väljer att rama in en viss del av verkligheten, och presenterar den ur ett särskilt perspektiv.

Ett fall där det här blir extra tydligt går att se i en artikel i ToppHälsa där man skriver om fettsyran omega 3. En läkare och professor har här kommit fram till en mängd olika fördelar med omega 3. Han har sett att man kan förebygga hjärt- och kärlsjukdomar, förbättra sin inlärningsförmåga och stärka sitt immunförsvar. Men artikeln ”ramas in” ur ett viktperspektiv.

DETTA MÄRKER MAN bland annat genom att man satt rubriken ”SMAL med fisk”. Två tredjedelar av artikelns första sida läggs därefter på att beskriva hur eskimäernas fettrika kost gett dem ett skydd mot hjärt- och kärlsjukdomar. Det var det här som fick läkaren Tom Saldeen att först bli intresserad av fettsyran och det är det här man inleder artikeln med. Vid sidan av artikeln finns också fem faktarutor som handlar om omega 3, men ingen av dem tar upp någonting om viktnedgång.

Först en bit in i artikeln kommer nyheten: omega 3 kan leda till viktnedgång. Vänder man blad hittar man också en faktaruta på ämnet. ”Tom Saldeen tipsar: Bästa ner-i-vikt-knepen med omega 3”. Men läkarens råd handlar inte så mycket om omega 3. Istället tipsar han bland annat om att man ska försöka hitta tid till motion och äta äpplen. Sammanlagt är det fem råd om hur man går ner i vikt, och ett av dem handlar om att man ska minst två gånger i veckan ska äta fisk – ett livsmedel rikt på omega 3.

Det verkar som att Saldeen hamnat i ett sammanhang där han inte riktigt hörde hemma. Ett inte ovanligt öde för den utnyttjade experten.

MARIA HYLLENGREN

”För oss är det aldrig så bråttom”



Åsa Nilssonne ställer ofta upp på intervjuer. Till skillnad från hennes kollegor är hon inte rädd för journalister. Men hon tycker att kommunikationen mellan de båda yrkeskåren behövs förbättras.

– Det finns väldigt mycket ömsesidig frustration mellan journalister och forskare, säger hon.

Åsa Nilssonne är professor i medicinsk psykologi vid Karolinska Institutet. Där har man som akademiker tre uppgifter. Man ska forska, utbilda samt nå ut till allmänheten med sina resultat, vilket oftast görs genom media.

Problemet är dock att många inte vill prata med journalister. Som akademiker är man inne i ett system där man måste konkurrera om de fåtal platser som finns. Om man då citeras felaktigt i en artikel, eller placeras i ett sammanhang som man inte står för så kan det få följder som forskare inte vill riskera att utsätta sig för.

– Det kan bli sådant där som man får höra i årtal av kollegor. Och det är ett av skälen till att många inte vill tala med journalister överhuvudtaget, eftersom man är så himla rädd för vad som kan hända. Journalister förstår inte alltid hur sårbar en akademiker är, säger Åsa Nilssonne.

SAMTIDIGT SÄGER HON att forskarna å sin sida inte heller förstår medierna. Enligt henne är det för de flesta forskare helt orimligt att tänka sig att man ska ställa upp på en intervju och sedan hinna läsa artikeln, begrunda den, kolla statistik och referenser på så kort tid som det krävs i media.

– För oss är det aldrig så bråttom som det är för er, säger hon.

För att man då ska kunna förstå varandra bättre tror hon att det vore bra att mötas redan under utbildningen. Att man som akademiker tidigt får lära sig hur man ska nå ut till journalister, och att journalister lär sig förstå det vetenskapliga språket och det område forskaren verkar inom.

– Livet skulle bli lite lättare om journalister gick en liten naturvetenskaplig ”kom-ikapp-kurs”.

FÖR ÄVEN OM Åsa Nilssonne ofta ställer upp på intervjuer, och är van vid medierna och deras logik så är det inte alltid man förstår varandra. Att kommunicera kan vara svårt när man lever på olika kontinenter som hon uttrycker det.

– Ibland kan man tycka att en intervju går hur bra som helst. Jag sitter och nickar, journalisten sitter och nickar, men sen visar det sig att vi inte alls förstått varandra. Det är svårt att veta hur någonting landar hos någon annan.

Överlag tycker dock Åsa Nilssonne att hon som professor har en bra relation till media. Men hon kräver alltid att få se texten i förhand och ha möjlighet att ändra i sina citat om något är felaktigt.

– Jag är en sådan där person som pratar innan jag tänker, och därför vill jag gärna kunna uttala mig efteråt om något blivit fel, säger hon.

Något som man däremot inte får kommentera eller se innan tidningen går i tryck är rubriken. Och det är ofta där som Åsa Nilsson tycker att det blir fel. ”Trimma hjärnan och rasa i vikt!”, så löd rubriken till en artikel i MåBra där man använde sig av Åsa Nilsson som expert, och som vi i vår studie har analyserat.

Där fick hon förklara hur hjärnan fungerar och vad man kan göra för att undvika dåliga tankar. Artikeln i sin helhet tycker hon är bra, med korrekta citat och råd. Men om hon hade fått bestämma

hade rubriken varit annorlunda.

– Kanske skulle man kunna skriva ”Trimma hjärnan för att styra din vikt” istället. För det skulle lika gärna kunna handla om att få hjälp att gå upp i vikt om man har svårt att äta, säger hon.

Budskapet att man ska rasa i vikt är inte något som Åsa Nilsson ställer sig bakom och hon påpekar att det för de flesta människor inte är nyttigt. Men hon förstår varför sådana här rubriker sätts, och om man kan locka läsarna till artikeln kanske det inte är så dumt ändå.

– Det är ju såhär spelreglerna är.

ALEXANDRA LINDELÖF

Journalistik och forskning – en omöjlig kombination?

De skiljer sig åt vad gäller arbetssätt, de skiljer sig åt vad gäller uttrycksätt och de ser olika på när det är läge att förenkla. Men journalister och forskare kan också sägas ha ett gemensamt mål. Med sin nyfikenhet som bränsle, strävar de båda efter att ta reda på mer om den värld vi lever i.

Forskarna gör det genom att sätta sig in i någonting under lång tid. De är väl medvetna om att deras frågor inte ger några enkla svar. För journalister gäller istället att få sina mottagare att förstå budskapet, och de har inte särskilt mycket tid och plats till sin hjälp. Tydliga resultat och enkla svar efterfrågas när deras berättelse ska säljas och få folket att ens vilja sätta sig in i frågan.

Det är inte så konstigt om de blir lite rädda för varandra. Om forskaren skräms över journalistikens sensationalism och braskande rubriker, när hennes ämne egentligen är svårtolkat och flertydigt. Om journalisten irriterar sig på forskaren som vägrar komma ut ur sin grotta och uttrycka sig så att man förstår.

SAMTIDIGT BEHÖVER de varandra. Vill journalister verka för demokrati och möjligheten att ta del av information kan de inte ignorera forskarnas resultat. Och vill forskarna nå ut med det de har kommit fram, inte minst för att öka chansen att få anslag, är de beroende av media.

I vår undersökning har vi sett att de två hälsomagasinen på olika sätt använder sig av experter och forskare för att legitimera sina budskap. Ett förhållningssätt vi har utläst handlar om att man utnyttjar experten för att ge tyngd åt en bild man tjänar på

att förmedla. Men det finns fler tolkningar. Användandet av experter är också ett sätt att försöka hålla sig objektiv, visa att det inte är journalisten själv som hittat på något – hon har belegg för det.

EN HELT ANNAN möjlighet är att det istället för en ”utnyttjad” expert i själva verket handlar om en ”medierad” expert? I vilken grad anpassar forskarna sina resultat för att få dem att stämma överens med medielogiken? Om man genom att lyfta fram en viss aspekt av sin forskning, till exempel viktminskningsmöjligheter, kan få mer utrymme i media betyder det också att fler människor tar del av ens övriga resultat.

Åsa Nilsson är en av de experter vi lyft fram som ”utnyttjad”. Men kanske har även själv en del att vinna? På sin blogg skriver hon om nyttan med att en forskarkollega fått synas i media.

”Hans slutsats är citatet i titeln – att delfiner knappast behöver vara smartare än guldfiskar. Det är säkert inte någon bra sammanfattning av hans forskning, men PR-mässigt var det ett genidrag! Han har blivit citerad, utskäld, omskriven – och hans forskning har nått ut till en bred publik.

Grattis, säger jag!”



MARIA HYLLENGREN



Forskaren. Läsarna. Redaktionen.

Eva Boholm har många att tillfredsställa när hon skriver om forskning. Det gäller att vara mån om trovärdigheten, och att inte låta viljan att sätta braskande rubriker ta över.

”Jag som journalist ska vara ett språkrör”

– Drömrubriken skulle vara: ”Gå ner 15 kg på en vecka”. Men ett sådant resultat kommer ju aldrig komma. Och gjorde det de skulle vi inte kunna skriva om det ändå, säger hon.

Tidningens experter skulle stoppa henne. Eva Boholm har som redaktör för ”Mat och motion” lärt sig vart hon ska vända sig för att få en bedömning av viktminskningsmetoderna som kommer in. Tycker inte redaktionens expertis att de verkar rimliga och hälsosamma lutar hon på dem. Och får kanske hålla tillbaka på säljtänknet.

– Jag som journalist vill ju sätta upp braskande rubriker, men det får aldrig bli på bekostnad av trovärdigheten, säger Eva Boholm.

Hon och chefredaktören Liselotte Ståhlberg brukar tänka att de har en slags skala framför sig. På ena sidan finns målet att sälja tidningen, och på den andra står kravet på trovärdighet och säkra metoder. Det viktigaste vad gäller viktminskningsmetoderna är att de ska få läsarna att må bra. Så länge det kravet upprätthålls ser inte Eva Boholm att hon behöver göra någon närmare granskning av forskarna som tagit fram metoden. Eller av deras tillvägagångssätt.

– Våra studier visar att våra läsare lämnar artikeln om det blir för mycket text. Att beskriva var, när, hur en studie gjordes är då ganska ointressant.

Hon säger att det viktigaste är vad man faktiskt kommit fram till, och här har MåBra en stab av experter att vända sig till för faktagranskning.

ATT REFERERA TILL experter är ett sätt att förhålla sig objektiv. Eva Boholm ser på sig själv som ett språkrör. Hon utgår helt enkelt från att hon som journalist inte vet någonting – men hon vet vart

hon ska vända sig.

Hon ser det som sin uppgift att alltid vara objektiv när det gäller de fakta hon presenterar. Men när det gäller vilka metoder man väljer att lyfta fram och inte, måste man som redaktör kunna vara subjektiv och gå efter eget omdöme. En metod som Eva personligen fastnat för är den tidigare nämnda ”The No Diet Diet” – den som handlar om att bryta sina vanemönster.

– Det lät så vettigt, det bara gick rakt in i mitt hjärta. säger hon.

HON VAR ÖVERTYGAD om att människor skulle må bra av dieten, och kände inte heller att hon behövde göra någon djupare personundersökning av forskarna bakom den. Hon delar inte vår uppfattning att man i metoden uppmuntrar människor att förändra sina personliga egenskaper och rangordnar olika personlighetsdrag.

– Det man har kommit fram till är att en viss typ av människor har lättare för att gå ner i vikt och förändra sina vanor, medan andra är mer benägna att fastna i dåliga mönster. Genom att bli mer flexibel kan man må mycket bättre, säger hon.

Att skriva om forskning tycker hon är en rolig utmaning. Hon brukar tänka sig tre cirklar med tre grupper som har olika krav och förväntningar. Redaktionens krav på trovärdighet och säljbarhet ska tillgodoses. Forskarna och sanningskravet fordrar en viss exakthet. Och sedan kommer läsarnas behov av en spännande text på en lagom populärvetenskaplig nivå. Som skribent hamnar man lite mitt emellan.

MARIA HYLLENGREN



Efter många års arbete med övervikt har MåBras egna viktcoach behövt tillägna sig en stor portion ödmjukhet. Som expert på viktområdet vet Marie Tegnér att hon kan ha stor påverkan på människors liv. Och hur vet man egentligen vad som är rätt för någon annan?

”Vad är det som säger att det är jag som har rätt?”

– Till och med forskarna är ju oense.

Marie Tegnér skummar igenom de flesta forskningsrön som rör hennes hjärtefrågor: övervikt, hantering av övervikt och mat. Hon vill ta reda på vad som egentligen står och vad som låter rimligt. Hon tar ett några veckor gammalt fisklarm som exempel och berättar om sin frustration när hon insåg att ”larmet” egentligen inte var så farligt som det framställdes. Hon skulle inte alls rekommendera sina läsare att sluta äta fisk – fördelarna övervägde fortfarande nackdelarna.

Hon vet en hel del om hälsa efter att som gammal hushållslärare ha gått igenom i princip samma utbildning som dietister. Under 12 år som regionchef för ViktVäktarna har hon även hunnit ta del av en hel del forskningsresultat.

– En viktig lärdom är att studier kan ge olika resultat beroende på vad forskarna vill få fram av dem. De kan välja att ställa frågor som ger de svar de söker efter.

SEDAN ÄR DET ju inte säkert att samma sak är bra för alla. Marie Tegnér är också övertygad om att alla måste hitta sin egen väg när det gäller ens vikt och välbefinnande. Det är också så hon förklarar att det är så många olika metoder som presenteras i magasinerna. Varje gång Marie skriver är det för en ny person med ett nytt problem. Det enda hon som expert kan göra är att komma med sina förslag.

– Jag kan inte sätta mig till doms över andra människor eller hur de väljer att äta. Vi är individer som har olika genetisk uppsättning och kan därför ha olika behov. Vad är det som säger att det är jag som har rätt?

Ett ansvar hon känner som viktexpert är att inte vara för extrem. Hon är själv övertygad om att det hon skriver är ”vettigt”, men hon vill inte överdriva sin övertygelse. Hennes trovärdighet hänger också på att hon inte framställer det som något enkelt när hon skriver om hur man ska tänka kring mat eller om hur man går ner i vikt. Efter att själv ha varit överviktig vet hon att det inte är enkelt.

Men det är inte bara hon själv som avgör hur något ska framställas. Ofta är det någon annan som sätter rubriken.

– När jag ser att min text fått rubriken ”Gå ner 6 kg på 3 veckor” känner jag mig inte riktigt bekväm.

MEN NÄR DE resonerat om det på redaktionen, inser hon att det finns en poäng i att ta fram ytterligheterna. Den kraftigt överviktiga kan ju faktiskt få en så stor viktne gång. Och sen måste ju tidningen säljas också för att hon över huvud taget ska kunna nå ut med sitt budskap.

– Om MåBra skrev ”Gå ner långsamt i vikt” och ToppHälsa skrev ”Rasa i vikt” skulle ju ingen läsa mina artiklar – då spelar det ju ingen roll vad jag säger.

Samma sak gäller när tidningen använder sig av namnet ”Marie Tegnér” för att sälja en diet. Tidningen kan till och med kalla en diet för ”Maries klockdiet” trots att det inte handlar om en diet som hon själv hittat på.

I själva verket är det någon som ställt frågor till henne om något som rör vikt eller hälsa – och sedan väljer man att presentera det som hennes metod. Men Marie Tegnér förstår att det hjälper till att göra artikeln mer intressant, och kan gå med på det.

– Så länge jag kan stå bakom det som står är det okej.

MARIE TEGNÉRS budskap handlar om hållbara resultat och långsiktigt goda vanor. Hon skulle även vilja trycka lite mer på att man ska ha kul också. Det roliga behöver inte ta slut för att man valt att gå ner i vikt, det fortfarande finns plats för njutning.

Om hon håller en föreläsning och ser att det är många unga tjejer i publiken blir budskapet extra viktigt – för dem känner hon ett stort ansvar. Hon tycker att det finns ett elittänkande i samhället som driver allt så långt – även kraven på den perfekta kroppen.

Själv vill hon visa att det är okej att äta lite av varje, det viktigaste är att man upprätthåller en balans. Och hon återger ett citat som säger att: – Det finns ju ingen anledning att dö med rena ådror.

MARIA HYLLENGREN

”Det är som vilken nyhetsvärdering som helst”

För smala tjejer, konstruerandet av ideal och dieter som får dig att rasa i vikt. ToppHälsas chefredaktör Frida Boisen klargör hur diskussionerna går på tidningen.

– Glad mun, glad mun, glad mun. Ser ni någon trend?

Frida Boisen bläddrar igenom det senaste numret av ToppHälsa för att visa hur de tänker när de väljer ut bilder. De jobbar väldigt mycket med glada personer, något som hon menar fungerar som en slags hjärntvätt. Genom att använda sig av bilder där personerna ler, sätter man igång positiva processer och tankar hos läsarna. Och det är det de är ute efter, det är det som de vill förmedla.

– Om vi konstruerar något slags ideal så är det att man ska vara glad, säger hon.

SAMTIDIGT ÄR FRIDA BOISEN medveten om att man på bilderna ser så mycket mer än ett leende. Ofta möts man i tidningen av kvinnor iklädda bikini eller tajta kläder som visar upp figuren.

Men hon påpekar att de kvinnor som är med i deras tidningar har sunda kroppar och berättar att de arbetar medvetet för att använda sig av normalviktiga tjejer. Men det är svårt. Ofta hittar de inte tjejer på modellagenturerna, utan istället använder man sig då av bland annat tidningens egna medarbetare.

– Man måste vara beredd på att det kan vara vem som helst som läser tidningen. Det kan vara personer som har anorektiska problem, dålig självkänsla eller dålig självbild, och då är det verkligen viktigt att vi lyfter fram sunda, hälsosamma kroppar. Inte någonting annat, säger hon.

I VARJE NUMMER AV tidningen har man med någon form av viktminskningsmetod. Det är den här typen av artiklar som läsarna vill ha, vilket har visat sig i undersökningar som tidningen gjort. Detta tror Frida Boisen beror på att det idag finns så många överviktiga svenskar och hon tror att det är just de personerna som läser och tar till sig de olika dieterna.

Hon menar att det finns ett stort behov av att få tips och råd på hur man kan få en sund vikt som inte innebär några hälsofaror. Samtidigt vill läsarna se snabba resultat och viktminskningen ska gå fort. Därför använder man sig ofta i rubrikerna av meningar som ”rasa i vikt” och ”gå ner i vikt snabbt”, även om det inte alltid är det som är artikelns främsta budskap.

– Eller känner du någon som vill gå ner i vikt

långsamt? frågar Frida när rubrikernas retorik diskuteras.

För att visa på exempel använder hon sig själv och berättar att hon efter sin andra graviditet hade några kilon som hon inte kunde bli av med. Hon provade då en diet för att snabbt få resultat, vilket hon också fick. På fyra veckor gick hon ner sina fyra kilon.

– Nu går jag inte omkring med någon övervikt, nu är jag normalviktig, säger hon men lägger sedan till: tror jag.



DIETEN HON PROVADE var en form av lchf, en metod som är mycket populär och som därför återkommer i ToppHälsa. För att läsarna inte ska behöva läsa om exakt samma sak igen presenterar man då dieten med nya recept och tips. I övrigt när man väljer ut vilka dieter som man ska lyfta fram i tidningen så tittar man på sådant som är nytt, exempelvis nya böcker och forskningsrön.

– Det är som vilken nyhetsvärdering som helst, men det ska vara sådant som är vettigt, säger Frida Boisen.

Annars har man inga specifika kriterier på varken den expert som presenteras eller den forskning som ligger bakom den diet som man har med i ett enskilt nummer av tidningen. Men för att få en kritisk röst till de olika dieterna har man de senaste månaderna börjat med ett nytt inslag i de här artiklarna. Tidningens kostexpert Kristina Andersson får granska metoderna och ge en kommentar på dem. Men i övrigt kollar ToppHälsa själva inte upp forskningen bakom den diet som presenteras.

– Journalisten skriver om dieten och Kristina kommenterar den. That's it.

MEN GENOM ATT FÅ med en röst som får tycka till om de olika dieterna, och som visar på att det finns både positiva och negativa sidor av alla sorters kosthållning tror Frida Boisen att ToppHälsa kommer att kännas ännu mer trovärdig – ett ord som för henne är väldigt viktigt när man gör tidning.

ALEXANDRA LINDELÖF

”Hälsan måste alltid komma först”

När MåBras chefredaktör väljer ut vilka metoder och experter som ska få synas i tidningen är det viktigaste kriteriet att läsarna inte ska behöva riskera sin hälsa. Den som vill gå ner i vikt ska göra det i en lämplig takt. Men det är viktras som säljer.

Vikt är ett centralt ämne för hälsomagasinet MåBra. Man skriver om vikt i varje nummer, och ofta handlar det om en ny metod som ska hjälpa en att tappa kilon. Det finns en hel del metoder att välja mellan, och chefredaktören Liselotte Ståhlberg är glad att tidningens viktcoach finns till hjälp vid gallringen.

Vem experten är och vilka studier som ligger bakom en metod är inte lika viktigt som metodens konsekvenser. Det är viktigt att läsaren fortfarande får i sig alla nödvändiga näringsämnen och inte äventyrar sin hälsa. För att försäkra sig om detta har MåBra arbetat upp ett kontaktnät av nutritionister, viktforskare och dietister som kan hjälpa till att bedöma.

MEN DET ÄR fler saker som avgör vilken expert som får säga sitt i tidningen. Metoden måste gå att presentera också. Och ligga på rätt nivå.

– Majoriteten av MåBras läsare väger kanske fem kilo för mycket, och de är inte beredda att göra vad som helst för att gå ner i vikt.

En annan förutsättning är att metoden erbjuder en viktnedgång i lämplig takt. Trots detta får många artiklar rubriker som säger något helt annat, och på omslaget lovar man att läsaren kommer att "rasa i vikt".

– Ska vi skriva om metoden på förstasidan vill vi kunna visa läsarna att vi har en metod som ger snabba och bra resultat, säger Liselotte Ståhlberg.

Hon säger att en snabb och kraftig viktminskning kan vara bra under under en kort period, men att det bästa ur ett långsiktigt perspektiv är att gå ner högst ett halvt till ett kilo per vecka.



Kraftigt överviktiga kan dock gå ner mer än så utan att det är skadligt.

MÅBRAS LÄSARE består av både människor med övervikt och sådana som inte behöver gå ner i vikt av hälsoskäl. Liselotte Ståhlberg tycker det är jätteviktigt att på ett hälsomagasin fundera på vad man sprider för bild av olika ideal. Ett exempel är att man inte vill skuldbelägga de som väger för mycket. Detta bland annat genom att inte framställa personer som lyckats gå ner i vikt som snyggare eller lyckligare bara för att hon blivit smal.

Hon vill inte heller att tidningen ska förknippas med ett osunt smalt ideal. Däremot medger hon att kvinnorna som förekommer på bilderna i tidningen är både snyggare och smalare än genomsnittet. Men hon tror inte heller att läsarna skulle vilja se bilder på genomsnittskvinnan.

– Som läsare vill man drömma sig bort lite, säger Liselotte Ståhlberg.

Hon tror att läsarna blir mer lockade av att se en kvinna på omslaget som ser lite bättre ut än genomsnittet. Och visst lyfter MåBra gärna fram metoder som lovar snabba viktras. Men, hälsan kommer först.

MARIA HYLLENGREN

ToppHälsa



Ägare: Bonnier Tidskrifter
Utgivningsfrekvens: 14 gånger per år
Chefredaktör: Frida Boisen
Ansvarig utgivare: Åsa Rydgren
Upplaga: 52 500
Målgrupp: 25-50, genomsnittsläsaren är 38 år
Besriver sig själv som: "Hälsa- och wellness-tidningen för dagens moderna kvinna."

MåBra



Ägare: Aller Media
Utgivningsfrekvens: 12 gånger per år
Chefredaktör och ansvarig utgivare: Liselotte Ståhlberg
Upplaga: 85 700
Målgrupp: Genomsnittsläsaren är 50 år
Besriver sig själv som: "Sveriges största specialtidning för kropp och själ."

Några avslutande ord

I det moderna samhället är det upp till individen. Ansvaret för det egna jaget kräver tid och energi. Det är ett projekt som aldrig tar slut. Identiteten ska byggas och hälsan ska säkras. Inte minst ska man jobba man med sin egen kropp. Men hjälp av media har det skapats ett ideal som kan tyckas ouppnåeligt. I hälsomagasinen MåBra och ToppHälsa har vi till exempel sett att man målar upp en bild av att man aldrig kan bli tillräckligt smal. Även den normalviktiga behöver vara på sin vakt, och den som redan gått ner i vikt kan med fördel fortsätta rasa. För att hjälpa en med projektet finns experterna, och det väldigt svåra verkar plötsligt enkelt. Med sin närvaro ger de tyngd åt texten och legitimerar de ideal som presenteras.

Idealen handlar både om hur man ska se ut och hur man ska vara. I artiklarna som ingick i vår studie framgår det tydligt att det är önskvärt att ha kontroll. Det motsatta beteendet skambeläggs och att inte kunna behärska sig är ett tecken på svaghet. Lever man inte upp till idealen är det säkrast att man följer expertens råd för att förändra både sig själv och sitt liv. Annars finns det mycket att riskera. Förutom de mest uppenbara riskerna i form av sjukdomar som tidningarna lyfter fram i samband med övervikt och ett osunt leverne kan man också gå miste om vinster som till exempel mer energi, en vackrare hy och större livskvalitet. Möjligen riskerar man också det kanske viktigaste vi har – synen på vårt eget värde.

Tidningarna skapar ett problem som de sedan presenterar lösningen på. Med experternas kunskap går den ständiga kampen mot vikten att lösa. De sitter inne på svaren som vi inte har tillgång till, och erbjuder detaljerade handlingsplaner och vetenskapliga orsakssamband. Experten fyller en dubbel funktion för medierna. Förutom att de gör det enklare för oss, är de också en av anledningarna till att vi upplever att det är så svårt. Läkare, psykologer, hälsoprofiler, viktforskare, medborgare och kändisar – alla har de hittat den rätta formeln till viktnedgång. Men ingen verkar ju fungera efter som vi redan nästa månad får möta en ny expert. Det ouppnåeliga idealet utgör en ständig födkrok för hälsomagasinen som kan fortsätta erbjuda lösningar på ett olösligt problem.

MåBra och ToppHälsa är först och främst kommersiella produkter. Tidningarna väljer att lyfta fram det som de vet säljer och sätter därför rubriker som säger ”Rasa i vikt” även om det inte har täckning i texten. När vi tar upp det här med chefredaktörerna är de medvetna om detta, men menar att även en långsam metod behöver ett viktras för att ens bli

läst. Artikeln kommer sedan förtydliga att raset är tillfälligt, och att det därefter väntas hårt arbete. En intressant kommentar, med skämtsamt underton, från en medarbetare är dock: "Gör man som det står kommer man inte rasa i vikt". Försäljningsviljan krockar därmed ibland med viljan att föra en god journalistik.

Ett annat säljknep handlar om att göra texterna lättillgängliga och attraktiva för läsarna. Det här är exempel på grepp som ingår i den medielogik som journalister arbetar efter. Medielogiken påverkar den slutgiltiga artikeln både genom att styra över journalisternas arbetsmetod och arbetsvillkor.

Ett sätt att bygga upp en spännande text kan till exempel vara att måla upp en konflikt. Detta är något som vi har sett i MåBra och ToppHälsa där man gör tydlig skillnad på det svåra och det enkla. Att man samtidigt bidrar till att konstruera risker är troligtvis ingenting man är medveten om. Det blev extra tydligt när ingen av chefredaktörerna förstod vår fråga.

Men i enlighet med Beck och Giddens teorier har vi i vår studie kunnat se att medier bidrar till att sprida information om risker, och föda ett behov av experter. Till skillnad från dem har vi dock hittat en annan typ av risker än de mer fysiska och ofta globala hot som de fokuserar på.

I och med att det är en kvalitativ studie vi gjort är det svårt att säga något om våra resultatets generaliserbarhet. Man kan dock förmoda att det sätt att framställa ideal, risker och experter som går att hitta i de två största hälsomagasinen i Sverige, även går att återfinna i liknande magasin.

Detta framförallt eftersom vi sett att framställningssättet stämmer väl överens med den medielogik som medier arbetar efter. Vi ser det därför inte som en omöjlighet att fler redaktioner med liknande kommersiella incitament går tillväga på samma sätt.

Vår studie säger någonting om hur man i media kan konstruera risker. Däremot kan vi inte säga något om hur det faktiskt påverkar läsarnas riskmedvetande. Vad mottagarna upplever som risk kräver en annan studie. Vår studie är vår tolkning. Men hälsomagasinens innehåll säger fortfarande något om den tid vi lever i. Liksom risker konstrueras ideal. Ouppnåeliga sådana som innebär ett livslångt projekt. Ett krig som vi på egen hand måste föra. Eller?