

Lunds Universitet
Enheten för Medie- och
kommunikationsvetenskap
MKV 313 HT 2006
C-uppsats

Glykemiskt index

- ett index på en inre hälsa eller ett attraktivt yttre?

En kvalitativ analys av hur Aftonbladet och Dagens Nyheter
framställer GI

Författare:
Wilhelmina Douglas
Petra Sundström

Handledare:
Ingrid Höjerback

Examinator:
Helena Sandberg

Sammanfattning

I dagens samhälle finns det en uppsjö av olika trenddieter som förespråkas i medier. En av de senaste årens mest uppmärksammade kosthållning är glykemisk index. I en värld där medier har stor makt att förmedla olika beskrivningar av verkligheten blir det därför intressant att undersöka vad medierna egentligen kommunicerar genom sin framställning av GI. Syftet med uppsatsen är att analysera hur GI framställs i svensk morgon- respektive kvällstidning och vilka föreställningar och normer om kost som denna föreställning kommunicerar. Studien består av en kvalitativ medietextanalys av redaktionella artiklar tagna ur kvällstidningen Aftonbladet och morgontidningen Dagens Nyheter mellan 1997-03-01 och 2006-12-31. Vi ställer oss således frågorna; *Hur framställs GI i Aftonbladet respektive Dagens Nyheter? Vilka föreställningar och normer om kost är det som kommuniceras genom denna framställning av GI?*

Uppsatsen tar sin utgångspunkt i ett socialkonstruktivistiskt synsätt vilket innebär att vi inte anser att det finns en objektiv verklighet och vi ser därmed medietexter som konstruktioner av subjektiva representationer av verkligheten. Vår utgångspunkt baseras på teorier om mediernas verklighetsförmedlande funktion där framing och medielogik är två viktiga begrepp samt utgångspunkten om hur medier med hjälp av vetenskapliga diskurser skapar myter om mat.

Vi fann tydliga skillnader mellan tidningarnas framställningssätt av GI. Aftonbladet förespråkar GI i en positiv ton som en ideal kosthållning speciellt lämpligt om man ämnar gå ner i vikt. Den säljande och ensidiga framställningen tyder på att GI är ett kommersiellt gångbart ämne. Detta framställningssätt kontrasteras starkt av Dagens Nyheter där rapporteringen av GI är av mer kritisk karaktär och där GI inte förespråkas som ett redskap för att gå ner i vikt. Därmed kommunicerar inte Dagens Nyheter heller föreställningar och normer om GI som ett idealt sätt att äta.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING.....	2
1.2 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	3
1.2.1 <i>Tidigare forskning</i>	4
1.3 DEFINITIONER.....	4
1.4 GLYKEMISKT INDEX	5
2. TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER	7
2.1 MEDIERNAS VERKLIGHETSFÖRMEDLANDE FUNKTION	7
2.1.1 <i>Framställning av verkligheten – framing</i>	8
2.1.2 <i>Framställning – en konstruktion utifrån medielogik</i>	9
2.2 MYTEN SOM VERKTYG FÖR FRAMSTÄLLNING AV HÄLSOSAM MAT	10
3. METOD	12
3.1 VAL OCH MOTIVERING AV METOD.....	12
3.1.1 <i>Analysguiden</i>	13
3.2 REFLEKTIONER KRING METOD.....	14
3.3 URVAL	14
3.3.1 <i>Val av tidningar</i>	15
3.3.1.1 <i>Aftonbladet</i>	15
3.3.1.2 <i>Dagens Nyheter</i>	16
3.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT VID INSAMLANDET AV ARTIKLAR.....	16
4. ANALYS.....	18
4.1 FÖR VAD OCH FÖR VEM ÄR GI BRA?	18
4.1.1 <i>GI – ett index på det yttre</i>	18
4.1.2 <i>GI – gammal metod i ny förpackning</i>	23
4.2 ARTIKLARNAS VÄRDELADDADA VINKLING	25
4.2.1 <i>GI som normen</i>	25
4.2.2 <i>Förenkling och succéberättelser som verktyg</i>	27
4.2.3 <i>GI – myten om hälsosam mat</i>	30
4.2.4 <i>Invändningar mot mirakelmetoden</i>	31
4.2.5 <i>GI – granskad och kritiserad</i>	33
4.2.6 <i>GI i sopptunnan</i>	35
5. SLUTDISKUSSION	37
5.1 GI – ETT INDEX PÅ EN INRE HÄLSA ELLER ETT ATTRAKTIVT YTTRE?	37
5.2 GI – DEN PERFEKTA KOSTEN?	38
5.3 TANKAR KRING UPPSATSEN	39
REFERENSER.....	41
BILAGA 1: ANALYSGUIDE	
BILAGA 2: ARTIKELFÖRTECKNING	

1. Inledning

I denna introducerande diskussion presenteras uppsatsens problemområde och syfte med tillhörande frågeställningar. Därefter definierar vi betydelsefulla begrepp som används i uppsatsen samt ger en kort bakgrundbeskrivning av glykemiskt index.

I dagens samhälle har medierna en viktig betydelse för att förmedla bilder av verkligheten och således i att förmedla ramar för hur människor uppfattar och tolkar världen. Medierna har alltså en stor roll som vägvisare i en värld fylld av en mängd olika sätt att leva sitt liv (Giddens, 1991) och har därmed även en normgivande roll för vad som är ”rätt” respektive ”fel”. Under de senaste årtiondena har medierna haft en tilltagande rapportering av hälsorelaterade ämnen (Östberg, 2003). Ett av dessa områden är kost där medierna har fått ett stort inflytande i att förmedla kunskap om mat till människor. Till följd av denna informationsspridande egenskap kan medier påverka människors uppfattning om mat, ätandet och kroppen (se t.ex. Lupton, 1996; Warde, 1997).

Dagens svenska kostråd är 30 år gamla och presenteras i form av cirklar, pyramider och tallrikar (Bruce, 2004). Denna grundläggande kosthållningsrekommendation har dock sedan sin uppkomst konkurrerat med tids- och samhällsanpassade kostråd. Det finns en mängd av ”hälsoprofeter” som förespråkar sin syn på kost som den enda sanna vägen till långsiktig hälsa (Rössner, 2004) och detta avspeglas i det stora massmediala utbudet om kost (Vessby, 2004).

I mängden av alla olika kostråd som har omdiskuterats i medierna under början av 2000-talet så är det framförallt en särskild kostrådstrend som har dominerat i Sverige; glykemiskt index. Mer känd som GI eller GI-metoden av det svenska folket. Plötsligt har bröd, potatis och pasta blivit stora ”bovar” och dessa produkter har fått ge vika för nya livsmedel som är ”GI-korrekta”. Nu marknadsförs till och med chips (se t.ex. Kraftfoods Norden, 2006) och kakor (se t.ex. Göteborgs Kex AB, 2006) som fulla av nyttiga fullkorn och därmed att de skulle vara GI-lämpliga.

I denna uppsats ser vi GI som ett av medierna konstruerat fenomen vilket innebär att rapporteringen av ämnet är just konstruktioner och inte objektiva beskrivningar av verkligheten. De kostråd som förmedlas är inte nödvändigtvis den kost som egentligen är den mest lämpade för samtliga människor utan är mer en spegling av samhället och dess tidigare och nuvarande normer och värderingar om vad vi borde äta (Östberg, 2006).

När vi använder oss av begreppet glykemiskt index i resten av uppsatsen använder vi oss av förkortningen GI och exempelvis GI-mat syftar på en kosthållning som innebär att man äter en kost med lågt glykemiskt index-värde.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att analysera hur GI framställs i svenska morgon- respektive kvällstidningar och vilka föreställningar och normer om kost som denna framställning kommunicerar. Studien består av en kvalitativ medietextanalys av redaktionella artiklar tagna ur kvällstidningen Aftonbladet och morgontidningen Dagens Nyheter mellan 97-03-01 och 2006-12-31. Då vi gör en kvalitativ undersökning samt endast analyserar artiklar i två tidningar gör vi inte anspråk på att vårt resultat är generaliserbart och representativt för Sveriges alla morgon- och kvällstidningars rapportering av ämnet. Istället avser vi att finna variationer och mönster i hur Aftonbladet och Dagens Nyheter framställer GI. Vi syftar dock att visa exempel på hur morgon- och kvällstidningarnas rapportering av särskilda kostråd ser ut och att visa på hur dom genom denna framställning kan tänkas kommunicera ideala sätt att äta på. Att analysera hur GI framställs är av stor vikt då bilden som kommuniceras kan ha betydelse för läsarnas uppfattning om hur de borde äta och inte borde äta för att passa in i det rådande kostnormsystemet i Sverige.

Vi ställer oss således följande frågor:

- *Hur framställs GI i Aftonbladet respektive Dagens Nyheter?*
- *Vilka föreställningar och normer om kost är det som kommuniceras genom denna framställning av GI?*

1.2.1 Tidigare forskning

Det finns idag en begränsad forskning kring redaktionella hälsorelaterade medietexter inom det svenska medie- och kommunikationsfältet (Sandberg, 2005). Mycket av den svenska medie- och kommunikationsforskningen har exempelvis intresserat sig för hur skönhets- och kroppsideal kommer till uttryck i reklamrelaterade sammanhang via olika kommunikationskanaler (Sandberg, 2004). Forskningen inom hälsokommunikation har även uppmärksammat samhällseliga informationskampanjer där exempelvis Jarlbro (1999) har bedrivit effektstudier om aids och tobak. Även hur mediala definitioner av feminint och maskulint kommer till uttryck i svensk veckopress har behandlats och där står kroppen onekligen i fokus (Hirdman, 2002). Budskap om kropp, kost och hälsa avhandlas i Sandbergs avhandling (2004) där mediers framställning av fetma analyseras och problematiseras.

Genom att undersöka redaktionella hälsorelaterade texter prickar vi därmed in ett relativt nytt område där vi förhoppningsvis ska kunna tillföra området medie- och kommunikationsvetenskap ny kunskap om rådande kosttrender i morgon- och kvällstidningar.

1.3 Definitioner

I denna uppsats använder vi oss av återkommande betydelsefulla termer och vi anser att det är viktigt, för att skapa klarhet åt läsaren, att tidigt och tydligt förklara vår definition av dessa.

Hälsa/hälsosam mat: Hälsa innebär enligt Världshälsoorganisationen (WHO) ”ett tillstånd av fullständigt fysiskt, psykiskt och socialt välbefinnande och inte blott frånvaron av sjukdom och handikapp” (NE.se, 2006a). Utifrån denna definition får hälsosam mat därmed innebörden i denna uppsats mat som får en att må bra fysiskt, psykiskt och socialt.

Kost: Den blandning av olika livsmedel som intas dagligen för att täcka en persons näringsbehov (NE.se, 2006b). Kostens sammansättning kan variera mycket och ändå täcka det aktuella näringsbehovet. Kostens sammansättning är beroende av den tid och det samhälle vi lever i och kostvanor har därför ofta förändrats med samhällsutvecklingen.

Framställning: Vi analyserar hur tidningarna har framställt GI både på en manifest och latent nivå genom att titta på bl.a. ur vilket perspektiv ämnet beskrivs och vad som därmed betonas respektive underbetonas, vilka språkliga berättarmetoder medierna använder såsom exempelvis ordval och vem som får uttala sig. Fokus i denna uppsats ligger alltså på

språket och därmed väljer vi bort att analysera eventuella tillhörande bilder till artiklarna. Vad framställning innebär i denna uppsats framkommer mer detaljerat i teori- och metodavsnittet.

Föreställningar & normer: När vi talar om föreställningar syftar vi på de tankar och uppfattningar om kost som tidningarna kommunicerar. Norm innebär det ”normala” eller godtagbara beteendet i t.ex. en social grupp (NE.se, 2006c), i denna uppsats innebär det vilken kost som anses som den ideala i Sverige. Ett normsystem anger det normala mönster som individers handlingar bör överensstämma med.

1.4 Glykemiskt index

De senaste årtiondena har fettrik mat fått ta på sig skulden för övervikt och kärlsjukdomar och rekommendationen har varit att minska fettinnehållet och ersätta detta med större kolhydratintag i kosten (Läkartidningen, 2006). Denna inrådan har dock fått en tvärvändning då det idag är kolhydrater som fått ta över skuldbördan (ibid.). En av de metoder som blivit välkända och som har startat en omfattande kommersiell verksamhet med Internetsidor och försäljning av metodböcker och anpassade livsmedelsprodukter är GI-metoden (NE.se, 2006d). GI-metoden presenterades i Sverige av GI-gurun Fredrik Paulün men introducerades redan på 1980-talet av kanadensiska forskare (Ståhl, 2007). Metoden har länge använts inom sjukvården för att hjälpa åldersdiabetiker, men slog enligt Anna-Britta Ståhl först igenom när ”kostråden förpackades i läcker bantningsbok” (ibid.). Paulün (2002) omtalar GI-metoden under rubriken ”GI-metoden – en modefluga eller mirakelmetod?” på följande sätt:

”Om jag säger till dig att det finns ett sätt som minskar ditt kroppsfett, förbättrar din uthållighet, påskyndar din kropps återhämtning efter träning, ökar din mentala skärpa, minskar risken för karies, samt sänker risken för hjärt- och kärlsjukdomar, cancer och diabetes typ 2. Tror du mig då? Utöver detta påstår jag att denna metod är lätt att följa, och att du inte behöver äta mindre mat eller gå hungrig. Du behöver inte heller äta konstig mat, utan kan hålla dig till helt vanliga livsmedel. Antagligen tror du mig inte. Det verkar helt enkelt för bra för att vara sant, men det är det inte eftersom metoden faktiskt finns! Den kallas för GI-metoden, efter begreppet glykemiskt index...” (s. 16)

Glykemiskt index är ett värde på hur högt och snabbt blodsockernivån stiger efter en måltid vilket avgörs av mängden, tillagningssättet och vilken sorts kolhydrat man ätit (Läkartidningen, 2006). Kolhydrater brukar omtalas som långsamma (lågt GI) eller snabba (høgt GI). Ju snabbare kolhydrater som intas desto høgre blir blodsockernivån varpå kroppen utsöndrar

insulin för att sänka nivån. När man äter enligt GI ska man således äta mindre insulinkrävande livsmedel med lågt GI-värde såsom grönsaker, frukt och baljväxter och undvika de med högt värde såsom pasta, bröd, ris och potatis.

Begreppet glykemiskt index har studerats och diskuterats mycket sedan det introducerades (Norden, 2005). Detta har gjort att allmänheten och experter har blivit uppmärksammade på GI-värdets möjliga betydelse när det gäller kroniska sjukdomar och fetma. För att få klarhet i vilka effekter dessa näringsrekommendationer egentligen har så gjorde Nordiska arbetsgruppen för kost och näringsfrågor (NKE) 2003 epidemiologiska studier. Resultaten visade att en kost med lågt GI minskar risken för kroniska sjukdomar som typ 2-diabetes och hjärt-kärlsjukdomar samt för vissa typer av cancer. Det fanns dock inte tillräckliga studier för att uttala sig om en kost med lågt GI har påverkan på friska människor vid önskad viktninskning. I studien framhålls det också att GI-nivån i livsmedel endast är en av många faktorer som indikerar en hälsosam kost.

2. Teoretiska utgångspunkter

I teoriavsnittet beskrivs uppsatsens teoretiska utgångspunkter som alla kan kopplas till den socialkonstruktivistiska traditionen då de tillskriver medietexter stor betydelse som förmedlare och konstruktörer av verkligheter, i vårt fall som förmedlare och konstruktörer av föreställningar och normer om kost. Teorikapitlet avslutas med en diskussion om hur medier med hjälp av vetenskapliga diskurser skapar myter om mat.

2.1 Mediernas verklighetsförmedlande funktion

Uppsatsen har sin utgångspunkt i ett socialkonstruktivistiskt synsätt vilket innebär att vi inte anser att det finns en objektiv verklighet (Falkheimer, 2004). Istället ser vi samhället som socialt konstruerat och därmed ett resultat av individers och grupperns definitioner av det (ibid.). I denna uppsats blir denna utgångspunkt intressant på så sätt att vi ser medietexter som konstruktioner av subjektiva representationer av verkligheten. Mediers rapportering av samma ämne ser väldigt olika ut beroende på vilken verklighetsbeskrivning som sändaren medvetet eller omedvetet väljer att förmedla (Strömbäck, 2000).

Thompson (2001) betonar hur moderna institutioner bidrar till att ge oss erfarenheter som formar våra liv. Då kyrkans och skolans omfattande betydelse för människor försvann, försvann även de traditionella strukturer som människor utgick sina liv ifrån (ibid.). I dagens moderna samhälle är det istället medier som är en av de institutioner som fungerar som språkliga förmedlare av olika varierande verklighetsbeskrivningar (Falkheimer, 2004). Att leva i dagens samhälle innebär således att vi har tillgång till den ”medierade verkligheten” (Thompson, 2001). Vår vardag konstrueras till stor del mot bakgrund av förmedlade erfarenheter via medier som kontinuerligt presenterar en mängd olika eftertraktansvärda sätt att vara och leva på (Giddens, 1991). Vi uppmanas att agera eller ta ställning i olika frågor och medier bidrar till att vi tillskriver vissa ämnen betydelser vi själva ursprungligen inte

skulle ha gett dem (ibid.). På detta sätt fungerar å ena sidan medier som erfarenhetsbank men å andra sidan för medierna med sig tvång att välja bland de alternativ som finns tillgängliga (Warde, 1997). Därmed är det dock inte sagt att de dominerande föreställningarna som medierna förmedlar är avgörande för hur en individ uppfattar verkligheten och fungerar i den (Thompson, 2001).

Vår syn på vad vi borde äta och hur vi borde se ut förändras hela tiden och är beroende av den tid vi lever i (se t.ex. Östberg, 2006; Ashley, Hollows, Jones & Taylor, 2004). Med tanke på mediernas verklighetsförmedlande funktion har medierna därmed stor betydelse för människors förståelse för hur vi ser på mat, ätandet och den egna kroppen (Lupton, 1996). Genom att medier framställer mat på särskilda vis och kommunicerar fördelaktiga kvaliteter hos viss typ av mat och även enkla lösningar på hur människor ska förhålla sig till dem, kommuniceras föreställningar och normer om hur vi borde äta och inte äta för att passa in i det rådande samhället (Burstedt, Fredriksson & Jönsson, 2006). I denna uppsats använder vi socialkonstruktivismen som ett kritiskt förhållningssätt vid analysen av medietexterna på så vis att vi ser dem som konstruktioner och därmed inte tar det direkta och uppenbara i medietexterna för givet (Sandberg, 2004). Utgångspunkten hjälper oss därmed att demaskera hur föreställningar och normer om kost konstrueras och kommuniceras genom medier genom att de använder sig av olika språkliga representationer av verkligheten.

2.1.1 Framställning av verkligheten – framing

Hur medierna väljer att framställa ett ämne och hur detta påverkar mottagaren i deras uppfattning av ämnet är vad det teoretiska begreppet framing handlar om (Strömbäck, 2000). Genom att använda sig av ett upprepande framställningssätt av ett ämne så uppfattas mediernas verklighetsbeskrivning som normen (Sandberg, 2004). Denna teoretiska utgångspunkt innebär i analysen en fokusering på hur tidningen valt att betona vissa aspekter av ett ämne och följaktligen underbetona andra (Strömbäck, 2000). Liksom om man har använt sig av särskilda berättarmetoder och tonläge i medietexten då detta får följden att ett ämne uppfattas ur ett visst perspektiv (Miller, 2002).

Enligt Strömbäck (2000) har framställningen av medietexter fyra egenskaper. De definierar problemet, visar vad som är problemets orsak, uttrycker moraliska omdömen och ger förslag på potentiella lösningar. Enligt Sandberg (2004) så gör mediernas funktion som både problemdefinierare och problemlösare att vi till slut uppfattar deras verklighetsbeskriv-

ning som den sanna. För att få fram dessa egenskaper i en medietext kan man tillämpa många olika textmetoder såsom användandet av särskilda ord och källor (McQuail, 2000). Medietexternas egenskaper behöver dock inte uttryckas manifest i medietexten och framställningssättet behöver inte ens vara medvetet av journalisten som står bakom medietexten (Strömbäck, 2000).

2.1.2 Framställning – en konstruktion utifrån medielogik

Ett begrepp som är användbart för att få förståelse för hur medietexter är konstruktioner av verkligheten (Hadenius & Weibull, 2003) och som vi anser har anknytning till framing är medielogik. Altheide & Snow (1979) var de som ursprungligen formulerade och använde uttrycket och definierade det som följande:

“In general terms, media logic consist of a form of communication; the process through which media present and transmit information. Elements of this form include the various media and the formats used by the media. Format consist, in part, of how material is organized, the style in which it is presented, the focus or emphasis on particular characteristics of behavior, and the grammar of media communication. Format becomes a framework or a perspective that is used to present as well as interpret phenomena” (s. 10).

Medielogik handlar om hur medietexter konstrueras genom sändarens val av hur ett ämne ska framställas och dessa val görs för att passa mediets format, organisationen bakom medietexten, interna arbetsvillkor, normer samt behov av uppmärksamhet (Strömbäck, 1998). Olika sändare använder sig således av olika sätt vid framställningen av samma ämne för att passa just det mediets format och syfte. Med denna teoretiska bakgrund så kan vi tänka oss att framställningen av GI ser annorlunda ut i Aftonbladet respektive Dagens Nyheter.

Enligt Hadenius & Weibull (2003) har mediernas funktion vidgats, massmedierna levererar historier där syftet inte ens huvudsakligen går ut på att informera utan även att underhålla, skapa affekt, forma och tolka verkligheten åt människor. Journalistiska berättelser behöver inte bara vara en fråga om spektakulära händelser eller om kvällstidningsjournalistik (ibid.). Enligt Strömbäck (2000) använder alla medier sig av olika berättarmetoder som är anpassade efter mediets medielogik för att fånga läsarens uppmärksamhet;

- Innehållet *förenklas* så att det i princip kan förstås av alla mediets mottagare och man gör om komplexa ämnen till enkla fenomen där mångfald och nyansering åsidosätts.
- Genom *polarisering* framhålls kontraster i synsätt på ämnet genom att enkla uppfattningar ställs mot varandra istället för användandet av omfattande argumentering.
- *Intensifiering* innebär att man gör berättandet mer levande och intresseväckande genom att använda sig av kraftiga uttryck.
- Genom *konkretion* framställer man ett ämne på ett konkret och illustrativt sätt istället för att tala om det som ett abstrakt fenomen.
- Att använda sig av *personifiering* där man ger ett ämne ett ansikte är en bra metod för att fånga mottagarens intresse och underlätta identifikation.
- *Stereotyper* används som förmedlare av förutfattade meningar och associationer för att skapa igenkänning hos mottagaren.
- Det begränsade utrymmet i medier gör att endast det centrala i en nyhet tas upp och att innehållet spetsas till. *Tillspetsning* används för att mottagaren ska uppmärksamma artikeln bland alla andra.

2.2 Myten som verktyg för framställning av hälsosam mat

Som en naturlig följd av våra teoretiska utgångspunkter kommer betydelsen hos mat inte naturligt från produkterna i sig själva utan är socialt konstruerat med hjälp av ord (Caplan, 1997). Aktuella näringsrekommendationer framställs ofta som objektiv vetenskap men är egentligen allt annat än naturliga eftersom de är beroende av kulturella och historiska omständigheter och förändras därför även i takt med dessa (ibid.). När vetenskapliga resultat om den ideala kosthållningen presenteras så utgår forskare från den ”genomsnittliga” människan (Östberg, 2006). Detta är dock inte särskilt intressant eftersom vad som är hälsosamt för just en person beror på dennes ålder, kön, kroppstyp, matvanor, fysiska aktivitet, informationstillgång osv. (ibid.). De specifika hälsoegenskaper som tilldelas viss mat är alltså inte naturligt statistiska. Trots detta så används den dominerande naturvetenskapliga diskursen för att konstruera myten om matens hälsosamhet. Detta görs för att framhålla kopplingen mellan produkterna, hälsosamhet och människor såsom självklar och naturlig (Östberg, 2003).

Det är de dominerande krafterna i samhället som har makten att definiera myterna och förutom den medicinska expertisen blir även massmedier en av dessa samhällsliga krafter. Forskare och även mediet som framför budskapet har alltså makten att definiera förhållanden mellan en viss produkt och dess förmådda effekt på kroppen. Eftersom budskapens utseende är beroende av vilken forskare det är som uttalar sig samt hur mediet framställer detta yttrande, så är det inte ovanligt att hälsobudskapen blir många och motsägelsefulla i medierna (Brännström, Lindblad & Johansson, 1990). Olika medier kan alltså komma med olika budskap om hälsosam mat vid samma tidpunkt.

Enligt Östberg (2006) så har budskapen om hur man på bästa sätt ska uppnå hälsosamhet, trots sin spridda karaktär, en sak gemensamt; att det är viktigt att ta hand om sig själv och att vad vi äter är en viktig del i detta strävande arbete. Ett livsmedels hälsoegenskaper är relationella på så vis att mat kan fungera som "brobyggare" mellan en individs nuvarande stadium och ett önskvärt framtida stadium (ibid.). Genom myten får livsmedel den imaginära och inneboende betydelsen att den fungerar utav sig själv, att den ska utföra mirakel genom minsta möjliga ansträngning.

Vår konsumtion av mat, vilka preferenser, ansvar, och attityder vi har till mat beror till stor del på det samhälle och den kultur vi befinner oss i (Lupton, 1996). I det västerländska samhället prioriteras och värderas utseenden och det är just ett mer attraktivt yttre som är det önskvärda framtida stadiet (Featherstone, 1994). Kroppen är inte bara något fysiskt utan har samband med samhället då våra kroppar påverkas av rådande normer och värderingar som finns runt omkring oss (Giddens, 1991). Det innebär att kroppen ständigt är objekt för förändringar där ett sätt att få kontroll över sin kropp kan gå via ändrade matvanor (Östberg, 2003). I denna uppsats innebär det att framställningen av mat även innefattar föreställningar och normer om kroppen.

Myter om mat har även lett till en klassificering av mat i olika kategorier såsom bra eller dålig, maskulin eller feminin, ohälsosam eller hälsosam, syndig eller helig (Lupton, 1996). Dessa kategorier innehåller makten att göra en särskild mat legitim och bidrar därmed att forma våra attityder till mat och våra matvanor (ibid.). Exempelvis associeras en större mängd mat liksom "tung" mat såsom kött med maskulinitet medan "lätt" mat såsom sallad associeras med femininitet vilket stödjer föreställningen om kvinnokroppen som lätt och manskroppen som stark och tung (ibid.). Thompson (2001) anser att medier bidrar till upprätthållandet av föreställningar och normer genom sin stora potential att nå ut till människor i deras vardagsliv. Genom att medierna övervägande framhåller ett sätt för hur man ska äta så gör man just en kost mer legitim än andra (Caplan, 1997).

3. Metod

I detta avsnitt berättar och motiverar vi vårt val av metod och presenterar analysguiden som ligger till grund för vår analys av artiklarna. Vi beskriver därefter hur vi genomfört urvalet av de studerade tidningarna och artiklarna samt förklarar vårt tillvägagångssätt vid insamlandet av artiklarna.

3.1 Val och motivering av metod

Både kvantitativa och kvalitativa metoder har syftet att beskriva verkligheten men metoderna fokuserar på olika aspekter i detta strävande (Holme & Solvang, 1997). Med en kvantitativ metod omvandlas informationen till siffror medan det i kvalitativa undersökningar är forskarens tolkning av informationen som står i fokus (ibid.). Val av metod bör därför utgå från vilken typ av kunskap det är man är ute efter. Våra frågeställningar förutsätter således användningen av en kvalitativ metod, i detta fall i form av en kvalitativ medietextanalys. Detta då vi med denna som verktyg, förutom artiklarnas manifesta uppenbara betydelse, även analyserar och tolkar vad som kommuniceras latent (Helland, Knapskog, Larsen & Östbye, 2004). I vår analys av artiklarna utgår vi inte från ett befintligt analysverktyg utan vår metod är utformad utifrån våra teoretiska utgångspunkter samt de semiotiska begreppen manifesta och latent budskap.

Vi anser att en kvantitativ innehållsanalys inte hade varit lika adekvat för syftet då denna istället hade varit mer användbar i en uppsats som vill få fram generaliserbara svar på vilka synliga och räkningsbara framställningssätt som används. De två metoderna hade på ett mycket givande sätt självklart kunnat kombineras där vi hade kunnat inleda med en kvantitativ kartläggning av rapporteringen och därefter gjort en kvalitativ studie av de mest intresseväckande artiklarna. På grund av uppsatsens begränsning fann vi det nödvändigt att endast välja en av dessa infallsvinklar, varav vi fann att den kvalitativa medietextanalysen var mest användbar för vårt problemområde.

I enlighet med Sandberg (2004) anser vi att studiet av ett analysobjekt blir betydligt mer intressant om man jämför det med andra. Även med tanke på våra teoretiska utgångspunkter ansåg vi det självklart att analysera hur framställningen ser ut i två tidningar. Detta ger en mer nyanserad bild av morgon- respektive kvällstidningarnas framställning men även kan ett resultat som visar på att upprepane föreställningar och normer kommuniceras innebära en normalisering av den aktuella verklighetsbeskrivningen.

Då syftet med uppsatsen är att både finna variationer och mönster i materialet har vi inte fokuserat på små detaljer i varje enskild text utan istället på vad helheten gör för framställningen. I analysen använder vi oss dock av citat från enskilda artiklar för att illustrera våra resonemang.

3.1.1 Analysguiden

Utifrån våra teoretiska utgångspunkter utformade vi en analysguide som skulle hjälpa oss att besvara våra frågeställningar. Analysguiden (bilaga 1) såg vi dock inte som ett frågeformulär som skulle besvaras i ordningsföljd från första frågan till den sista utan istället som en checklista. Dels för att många av frågorna går ihop med frågor från en annan del av analysguiden, dels för att vi anser att vi med ett mer fritt närmande till artiklarna skulle se mer betydelsefulla saker i dem.

I analysguiden ligger fokus på två teman: språk och perspektiv. I temat språk inkluderas exempelvis att undersöka vilka ord tidningarna använder, ordens värdeladdning samt vilka berättarmetoder som används. I temat perspektiv flyttas fokus till ur vilket perspektiv tidningarna har valt att framställa GI. Vi tittar således exempelvis på hur man definierar GI och följaktligen vem GI är för liksom vem som får uttala sig och vilka aspekter som därmed betonas respektive underbetonas. Genomgående analyserar vi vilka föreställningar och normer om kost som detta framställningssätt av GI, med hjälp av språk och perspektiv, kommunicerar.

Med en teoretisk utgångspunkt att medietexter är konstruerade och att denna konstruktion är beroende av sändarens medielogik anser vi det viktigt att inkludera sändaren till artiklarna. Vi gör dock ingen djupdykning i sändaren utan vill istället få en helhetsbild av hur tidningen påverkat framställningssättet. Då vi analyserar två tidningar kommer vi att få konkreta exempel på hur sändaren till artikeln påverkar hur ett ämne framställs. Vi analyserar därmed genomgående vilken betydelse tidningarnas medielogik har för framställningen av GI.

3.2 Reflektioner kring metod

Diskussionerna kring vad man kan och inte kan uttala sig om med en medietextanalys är många (Sandberg, 2004). Vi anser att en medietext inte existerar och verkar isolerad av sig själv utan i största grad påverkas av sändaren som har format utseendet på medietexten. Vid tolkning av artiklarna kan vi således inte bortse från sändaren. Med en medietextanalys kan man dock inte besvara frågan varför en artikel ser ut som den gör då man, utan att ha pratat med sändaren, inte med korrekthet kan känna till sammanhanget i vilken artikeln skapades. I denna uppsats resonerar vi dock kring hur medielogiken kan tänkas ha påverkat artiklarnas utseende.

En medietextanalys kan inte heller besvara frågan hur läsaren faktiskt tolkar och uppfattar artiklarna. Vi anser dock att vi inte kan bortse från läsaspekten eftersom när vi tolkar och analyserar GI-budskapen sätter vi oundvikligen oss själva in i rollen som läsare. Likaså kan vi inte bortse från läsaren med den teoretisk utgångspunkt att medierna har kraften att påverka och forma människor och våra uppfattningar. Vi menar att en medietext kan tolkas på många olika sätt beroende på ens kulturella erfarenheter men när vi analyserar artiklarna tolkar vi dem enligt vad vi anser är den mest tänkbara tolkningen. Vi gör dock inte anspråk på att säga att alla läsare kommer att tolka artiklarna och uppfatta GI på samma sätt som vi gör. För att med korrekthet veta hur hälsobudskap påverkar läsare så anser vi att det skulle krävas att kvalitativa intervjuer genomfördes. Vi kommer dock att föra resonemang kring tänkbara konsekvenser framställningssättet har för hur läsaren uppfattar GI.

3.3 Urval

Syftet med den kvalitativa medietextanalysen är inte att få fram ett resultat som är representativt och som bygger på statistiska generaliseringar, något som är önskvärt med slumpmässiga urval i kvantitativa undersökningar (Helland et al., 2004). Istället har vi gjort ett strategiskt urval vilket betyder att vi sökt efter artiklar som är mer ”extrema” i karaktären (Holme & Solvang, 1997). Detta innebär att urvalsstorleken blir mindre än vid en kvantitativ undersökning (Deacon, 1999) men enligt Holme och Solvang (1997) medför ändå det strategiska urvalet den stora variationsmöjlighet i materialet som eftersträvas i denna uppsats.

3.3.1 Val av tidningar

När vi skulle besluta oss för vilket medium som skulle vara målet för vår undersökning så fanns det, i den webbaserade värld vi lever i, självklart funderingar på att titta på hur GI framställs på Internet. Vi valde dock snabbt bort alternativet att undersöka Internetsidor som förespråkar och säljer GI-idéen då dessa sidor, enligt våra egna iakttagelser, endast uppvisar de positiva sidorna av GI. Valet föll slutligen på mediet tidningar med tanke på det faktum att dagstidningar är den viktigaste informationskällan för allmänheten när det gäller frågor om kost och hälsa (Sandberg, 2004).

På grund av uppsatsens omfattning ansåg vi det nödvändigt att begränsa undersökningen till analys av två tidningar. Kravet vid valet av dessa två tidningar var att de skulle ha stor upplaga och spridning eftersom medier av dessa slag, med tanke på våra teoretiska utgångspunkter, kan tänkas ha en normgivande roll. Därefter byggde vår urvalsstrategi på att de två tidningarna inte endast skulle representera en typ av tidning då vi inte bara önskade att få fram mönster utan också variationer i det valda materialet. Efter en snabb genomgång av tidningarna på den svenska marknaden föll därför valet av tidningar naturligt på kvällstidningen Aftonbladet och morgontidningen Dagens Nyheter. Nedan ges en kortfattad beskrivning av de båda tidningarna för att ytterligare motivera valet av tidningar men även för att ge läsaren en bättre grund vid den kommande analysen.

3.3.1.1 Aftonbladet

Aftonbladet är Sveriges största dagstidning med en upplaga på 429 000 varje dag enligt TS:s mätningar från 2005 (Tidningsutgivarna, 2006). Aftonbladet beskriver sig som en bred tidning som står på läsarens sida (Aftonbladet, 2006a). Detta innebär att ämnen presenteras utifrån ett perspektiv som läsaren enkelt kan förstå och identifiera sig med. Aftonbladet använder sig därför av en annan och mer känslig presentationsteknik än exempelvis morgontidningarna. Aftonbladets journalistik ska driva opinion och vara kritiskt granskande, sann och saklig. Det betyder att journalisterna ska ge utrymme åt vitt skilda åsikter men även ha ett kritiskt förhållningssätt till uppgifter och påståenden. Aftonbladet är lösnummersåld vilket innebär att till skillnad från morgontidningar med förhandsbetalda prenumeranter så måste tidningen varje dag övertyga läsarna om att tidningen är värd att köpa. Kvällstidningar

brukar just kritiseras för att de gör sensationsjournalistik och att de gör hårda vinklingar (Hadenius & Weibull, 2003).

Aftonbladet har stort fokus på bantning vilket har sin grund i att en tredjedel av Sveriges befolkning har viktproblem och att de genom att förmedla medicinskt beprövade metoder kan bidra till minskad vikt (Aftonbladet, 2006b).

3.3.1.2 Dagens Nyheter

Enligt TS:s mätningar från 2005 är Dagens Nyheter Sveriges näst största dagstidning med en upplaga på 363 100 varje dag (Tidningsutgivarna, 2006). Enligt Dagens Nyheter's visioner och mål (Dagens Nyheter, 2006a) ska tidningen vara den största dagstidningen i Sverige och medborgarnas mest värdefulla kunskapsinrättning för diskussion och orientering inom betydelsefulla sammanhang. Tidningen anser att alla människor ska ha samma möjlighet att förstå och delta i gemensamma angelägenheter och tidningen ska därför tillhandahålla riktlinjer och verktyg för att bidra till att svenskarna ska fortsätta vara ett läsande och tänkande folk. Därför lägger Dagens Nyheter tyngd på att sätta in nyheter i större sammanhang, analysera och ge bakgrund till olika skeenden och därmed spegla livets och samhällets mångfald. Dagens Nyheter slår vakt om objektivitet och en oberoende verksamhet på alla plan (Dagens Nyheter, 2006b) vilket bottnar i deras journalistiska uppdrag där granskning och information är de mest framträdande uppgifterna (Hadenius & Weibull, 2003).

3.4 Tillvägagångssätt vid insamlandet av artiklar

För att samla in vårt material använde vi Internetdatabaserna Mediearkivet för artikelsökning i Aftonbladet och Presstext för artikelsökning i Dagens Nyheter. Databaserna fungerar på liknande sätt där man genom att välja önskade sökord och tidsperiod får fram artiklar av intresse, dvs. ett mycket tidseffektivt sätt att samla in materialet på. Vi valde att inte använda oss av respektive tidningars artikelsök på deras egna hemsidor då dessa även inkluderar artiklar som endast publiceras på hemsidan. För att vara säkra på att artiklarna i databaserna var identiska med de tryckta artiklarna tog vi kontakt med de båda tidningarna, vilka båda svarade att förutom att faktafel kan ha ändrats så är de identiska (AB, K. Bergdahl & DN, B. Keskikangas, personlig kommunikation, 061214). Nackdelen med sådana databaser är att visuella egenskaper såsom bilder liksom själva fysiska kontexten som artikeln befinner sig i

saknas. Vår tolkning av materialet baseras således endast på själva texten och vi kan inte inkludera huruvida artiklarnas kontext hade påverkat tolkningen. Vi ser dock inte detta som en nackdel då vi i denna uppsats fokuserar på just hur själva texterna är konstruerade.

När vi inledde denna uppsatsprocess var siktet inställt på att skriva om näringsläran GI med benämningen "GI-metoden". Det visade sig dock att termen "GI-metoden" inte var lika använt i de tidningar vi valt ut som vi hade trott från början utan termen användes endast i en minoritet av de artiklar som handlade om GI. Då vi inte vill ta på oss en bestämmande roll om vad som är GI-metoden och vad som inte är det så bestämde vi oss för att skriva om "GI". Vi valde därför att använda oss av sökorden "GI" och "Glykemiskt index" och låta dessa sökord avgöra vilka artiklar som skulle inkluderas i det första urvalet av artiklar.

För att fastställa tidsramen för undersökningen så började vi med att göra en sökning av våra sökord för att se när GI började omtalas i tidningarna. Det visade sig att Aftonbladet publicerade första artikeln om GI 1997-03-01 medan Dagens Nyheter gjorde det några år senare, 01-06-09. Vi valde därför att göra sökningar på respektive sökord mellan 1997-03-01 och 2006-12-31 vilket gav oss stor möjlighet till variationer i materialet. Det resulterade i 230 träffar på "GI" och 72 träffar på "Glykemiskt index" publicerade i Aftonbladet respektive 78 träffar på "GI" och 39 träffar på "Glykemiskt index" publicerade i Dagens Nyheter. Därefter gjorde vi en grundsortering av artiklarna där vi exkluderade de som tydligt inte handlade om det GI som vi var ute efter, exempelvis träffar på sport. Därefter gjorde vi ett strategiskt urval där vi efter att snabbt ha skummat igenom artiklarna valde ut de artiklar som väckte vårt intresse och som vi ansåg var användbara för uppsatsens syfte.

Nu hade vi ett material som bestod av 55 artiklar från Aftonbladet och 32 artiklar från Dagens Nyheter vilka sedan grundligt lästes igenom tre gånger av uppsatsens båda författare och analyserades med stöd av vår analysguide. Vi kan omöjligen redovisa alla 87 artiklar med respektive intressanta citat i analysen men alla artiklar har dock haft betydelse för helhetsuppfattningen av materialet.

4. Analys

I detta avsnitt redovisar vi analysen av artiklarna samtidigt som vi återkopplar analysresultatet till våra teoretiska utgångspunkter. Vi grundar och resonerar kring våra tolkningar på ett tydligt sätt genom att ge exempel på citat från artiklarna. För att underlätta för läsaren ansåg vi det bäst att presentera analysresultatet från varje tidning under egna underrubriker.

4.1 För vad och för vem är GI bra?

I detta avsnitt diskuteras hur respektive tidning har framställt GI genom att vi analyserar hur GI definieras, vem GI är bra för och således vilka aspekter av GI som betonas respektive underbetonas.

4.1.1 GI – ett index på det yttre

”På senare år har näringsexperter i USA och Europa skapat dieter som baserar sig på det glykemiska indexet. [...] Det är en mycket bra start om man vill må bättre. Metoden är lätt att följa och man kan äta ganska mycket mat, bara man väljer rätt mat. Dessutom förebygger man hjärtproblem. Det finns vetenskap som stödjer GI-metoden. [...] Grundidén med metoden är att hålla kroppens insulinmängd på en jämn, låg nivå – att ha en jämn blodsockerkurva. Insulinet är ett av kroppens viktigaste hormoner för ämnesomsättningen. [...] Vid hög insulinnivå ökar fettlagringen, samtidigt som förbränningen minskar. [...] Insulinet frigörs när näringen i maten når blodet. Frigörandet påverkas på olika sätt, beroende på vilken näring man får i sig. Störst påverkan har kolhydrater. Därför gäller det att välja rätt sorts kolhydrater.” (AB, 970301)

Dessa citat är hämtade från Aftonbladets första publicerade artikel om GI. Artikeln är ett mycket lämpligt exempel på hur tidningens fortsatta framställning av GI ser ut. Dess fysiska påverkan i kroppen beskrivs ofta konkret med hjälp av expertröster och gör att GI på så vis framhålls som objektiv fakta. Användandet av experter och en vetenskaplig diskurs återkommer vi till senare i analysen.

Vid första anblick kan vi uppfatta Aftonbladets syn på GI som en lämplig kost för alla. Vilket problem man än har kan dessa lösas genom att äta enligt GI;

”Alla har glädje av att äta efter GI-metoden. Äter man livsmedel med låga och medelhöga GI-värden hålls blodsockernivån på en jämn nivå. Då blir man pigg och alert, man får både fysisk och psykisk uthållighet. En jämn blodsockernivå gör även också att fettlagringen blir mindre och fettförbränningen bättre. Kroppen stressas inte heller av kraftiga insulinpåslag vilket gör att risken för åldersdiabetes och hjärt-kärlsjukdomar minskar. GI-metoden är mycket användbar för alla som vill må bra. Och för dem som har diabetes, hjärt-kärlsjukdomar eller övervikt är den mycket effektiv.” (AB, 000408)

Denna ovanstående beskrivning av GI är mycket återkommande men när GI diskuteras vidare i artiklarna så slutar det nästan alltid med att det handlar om en sak; vikt. GI betonas framförallt som en lämplig kost för den som vill gå ner i vikt medan endast ett fåtal artiklar riktas till människor med ovanstående problem (se t.ex. AB, 000408, AB, 010519, AB, 041130). Endast en artikel (AB, 000408) förklarar kort hur man bör äta enligt GI om man är hjärt- eller kärlsjuk. Att artiklarna då ändå innehåller forskning som visar att GI är bra för diabetiker och hjärt-kärlsjuka kan vara ett sätt för tidningen att framställa GI som trovärdigt och ge det legitimitet (Jarlbro, 1999).

GI:s ursprung som kostråd för diabetiker underbetonas alltså genomgående i materialet. Till och med i en artikel om diabetes framställer Aftonbladet relationen mellan GI och vikt; ”Att äta mycket kolhydrater med högt GI kan göra att man går upp i vikt och att kroppen blir mindre känslig för insulin.” (Aftonbladet, 041130). I en annan artikel om diabetes talar diabetesforskaren Mette Axelsson om hur man i Australien har börjat GI-märka livsmedel på samma sätt som vi i Sverige har det gröna nyckelhålet för fettsnål eller fiberrik mat; ”Glykemiskt index (GI) kan bli ett nytt sätt att märka hälsosam mat i Sverige” (AB, 010519). Genom att beskriva GI som en framtida märkning för hälsosam mat framställs GI som det naturliga valet om man vill äta hälsosamt. Att GI-märka matvaror är dock inte aktuellt för tillfället då man enligt Axelsson själv inte har några kontrollerbara metoder för att

mäta GI-värden. Detta uttalande kan implicit tänkas syfta på att bevisen om GI:s påverkan på den allmänna hälsan ännu inte har fullt vetenskapliga belägg.

Aftonbladet skriver återkommande citat såsom ”en långsiktig, hälsosam väg till ett sundare liv [...]. Det är en mycket bra start om man vill må bättre” (AB, 970301). Förutom när Aftonbladet beskriver GI, och i samband med det mycket kortfattat nämner att GI är bra för diabetiker och hjärt- och kärlsjuka, är det endast i ett fåtal artiklar som vi kan läsa om de faktiska hälsosamma effekterna GI-mat har; ”...du får både psykisk och fysisk uthållighet. [...] En jämn blodsockernivå gör också att fettlagringen blir mindre. [...] Kroppen stressas inte heller av kraftiga insulinpåslag.” (AB 021029).

Under rubriken ”Glykemiskt index” i avsnitt 1 berättade vi att det ännu inte finns vetenskapliga belägg för GI som viktminskningsmetod. Inte helt oväntat så saknade därmed i stort sett alla Aftonbladets artiklar direkt referering till vetenskapliga belägg för GI:s effekt på viktminskning. Det är endast GI-förespråkaren Fredrik Paulún som manifest hävdar; ”Det finns vetenskap som stödjer GI-metoden” (AB, 970301). Vilken denna vetenskap är får man dock inte reda på. Trots detta är det just viktredgångsaspekten hos GI som Aftonbladet betonar. En aspekt som får betydligt mer plats än att endast kort omnämnas vilket är fallet för framställningen av GI som en bra kost vid ovan nämnda sjukdomar.

Aftonbladet skriver på sin hemsida att en tredjedel av svenskarna har viktproblem och att tidningen vill hjälpa läsarna med detta problem (Aftonbladet, 2006b). Vad tidningen manifest definierar som ”viktproblem” får vi dock inte reda på där och inte heller genom att läsa igenom artiklarna. Tidningen beskriver inte mer genomgående vilka inre konsekvenser övervikt har för kroppen och således inte vilka inre fysiska effekter en viktminskning skulle innebära. Trots att Aftonbladet inte alltid manifest påpekar de utseendemässiga effekterna av GI så genom att i de flesta fall utelämna vilka hälsosamma effekter GI har så associerar vi viktredgång som ett sätt att få ett attraktivare yttre snarare än som ett sätt för att bli av med ohälsosam övervikt. Aftonbladet kommunicerar latent att problemet sitter i människors yttre och därmed att ”de där extra kilona” (se te.x. AB, 041017, AB, 050106) är det stora bekymret snarare än ohälsosam övervikt;

”Och redan efter en vecka med GI-sunt leverne visar vågen på ett strålande resultat” (AB, 060917)

”...kom i festklänningen redan till nyår” (AB, 031125)

”Hälften av alla män är överviktiga. Ändå är det först nu som männen har börjat tänka på vad de stoppar i sig. Fler och fler killar blir måna om sitt utseende.” (AB, 040421)

”Tack för vår smala lycka. [...] I somras vågade jag ha bikini på mig för första gången på många år.” (AB, 060910)

Citaten ger även bra exempel på hur tidningen framhåller att GI-mat erbjuder en bro till ett framtida önskvärt stadium (Östberg, 2006). Det framtida stadiet är som synes ett smalare jag och detta nås enligt Aftonbladet enkelt och utan större ansträngning genom att äta enligt GI. På så sätt tycks framställningen av GI kommunicera föreställningen om kroppen som förändringsprojekt (Lupton, 1996). Genom denna framställning kommunicerar Aftonbladet föreställningen om att personlig lycka sitter i en smal kropp. Budskapet är enkelt; blir man smal så blir man lycklig;

”Jag mådde pyton, var superdeprimerad och tyckte inte att livet var så kul, berättar Ingela. Men så köpte Thomas Aftonbladet Söndag den där januaridagen och upptäckte GI. Jag fastnade för ”turbometoden” och bestämde mig: nu eller aldrig, berättar Thomas. De två första veckorna rasade vikten [...] Med GI är det så enkelt. [...] Vi mår mycket bättre, är gladare och mer kära i varandra än någonsin! säger Thomas. Han skickar heta sms om hur han längtar efter min kropp [...] skrattar Ingela.” (AB, 060910)

”Var ditt nyårslöfte att bli 5 kilo smalare på två månader? I så fall: Grattis! Söndags nya kostexpert Ulrika Davidsson, 34 hjälper dig att lyckas. Hon har själv gått ner 30 kilo. [...] Hon ger ett starkt och sunt intryck. Men Ulrika Davidsson vet också vad det innebär att ha usel självuppfattning, att hata sin kropp och vägra vara med på fotograferingar. Innan hon lyckades att bli av med sina extrakilon vägde hon drygt 90 kilo.” (AB, 060108)

Till och med när det handlar om en viktninskning på 30 kilo så fokuserar Aftonbladet på hur personen i fråga mådde på grund av sitt utseende och inte på att övervikt skulle vara skadlig. Genom att omtala en så kraftig övervikt som ”extrakilon” förminskar Aftonbladet en tydlig ohälsosam övervikt till att vara ett utseendeproblem.

Att GI skulle ha den brobyggande funktionen som förebyggande för hjärt- och kärlsjukdomar och diabetes, framställs mer som en bonus; ”Dessutom förebygger man hjärtproblem” (AB, 970301), ”Dessutom går du inte bara ner i vikt med GI-metoden. Du förbättrar även dina värden för blodfetter och kolesterol och minskar risken för olika cancerformer” (AB, 040421). Belöningen med att underhålla sin kropp upphör primärt att vara förbättrad hälsa och blir istället ett förbättrat utseende och ett mer gångbart jag (Featherstone, 1994). Därmed säger GI-framställningen att vi kan bli smala redan idag, en kortsiktig tillfredsställelse, medan vår långsiktiga framtida hälsa inte alls framställs som lika viktigt. Vi anser det dock viktigt att poängtera att när Aftonbladet framställer GI som ett sätt att gå ner i vikt i syfte att

få ett mer attraktivt yttre så anser vi inte att de förespråkar osunda kroppsliga ideal. Istället handlar det om att bli ”normalviktig” vilket i och för sig är ett sunt ideal att kommunicera men vägen dit är avsevärt förenklad beskriven.

Aftonbladets framställning av GI som ett sätt för att gå ner i vikt slår hål på den traditionella föreställningen om kvinnan som det kön som bantar (Lupton, 1996). Det finns inte några direkta förknippningar mellan GI som en feminin eller maskulin kosthållning utan istället framställs GI just som ett verktyg alla kan använda; kvinnor, män och till och med barn (se t.ex. AB, 040421, AB, 030511, AB, 051206, AB, 031105). När Aftonbladet använder sig av ”succéberättelser” för att kommunicera GI-budskapet är det båda könen som får personifiera metodens positiva effekter. När tidningen pratar om GI som en lämplig kost för barn talar man dock om viktnedgång som en nödvändighet på grund av övervikt eller fetma; ”Först och främst måste vi våga se problemet. Vi vill gärna säga att barnen är mulliga eller runda istället för att inse att de kanske faktiskt är feta. Och fetma är en sjukdom, en väldigt allvarlig sådan” (AB, 050307). Förutom i artiklarna om GI för barn lyser viktproblem såsom ohälsosam övervikt och fetma med sin frånvaro.

Myter om mat har lett till klassificering av mat i kategorier av maskulin och feminin mat (Lupton, 1996). En anledning till att GI inte framställs som en bantningsmetod bara för kvinnor anser vi beror på att GI-maten just inte är så ”feminin” som många andra bantningsmetoder. Istället tillåter GI att man äter mycket och god mat; ”De flesta smalspäckningsmetoder kräver att godsakerna i kyl och skafferi byts ut mot torra, trista kex och smaklösa lightprodukter. När du lever GI-rätt ska du göra precis tvärtom – fyll köksskåpen med feta läckerheter.” (AB, 060312). Genom att Aftonbladet inte framställer GI-mat som typiskt ”feminin” görs GI även legitimt för män vilket därmed formar våra attityder till mat (Lupton, 1996). För inte vill män sjunka till kvinnans nivå och äta mat som är feminin;

”Ola Lauritzson [...] tror att just GI-metoden lämpar sig perfekt för män. Det kändes ju inte särskilt manligt med de där salladerna. Att äta mycket kött, fisk och fågel, men välja bort pasta, ris, bröd och potatis märks däremot inte på samma sätt.” (AB, 040421)

Featherstone (1994) menar att medier med kommersiella intressen har insett att hälsobudskap i likhet med ”se bra ut och må bra” är kommersiellt gångbara. Aftonbladets positiva framställning av GI som lösningen för människor i alla åldrar, oavsett kön, med alla möjliga problem kan därmed tänkas botten i den kontext Aftonbladet verkar i. Aftonbladets

lösnummerförsäljning innebär att tidningen varje dag måste locka läsarna att köpa den (Aftonbladet, 2006a). Warde (1997) menar att människor sedan 1990-talet har blivit mer medvetna om länken mellan en viss kost och god hälsa. Genom att skriva om ett ämne framställt som för allas intressen, dock med betoning som metod för viktnedgång, vänder sig artiklarna i stort sett till hela svenska folket. En betoning av sjukdomsaspekten hade troligen inte lockat lika många läsare att köpa tidningen såsom GI som en ”mirakelmetod” som innebär snabb viktnedgång gör.

4.1.2 GI – gammal metod i ny förpackning

Ingen av artiklarna i Dagens Nyheter handlar enbart om GI. Istället omnämns GI i samband med exempelvis bokrecensioner, livsmedelsföretag, intervjuer, recept, reflektioner över rådande hälsotrender. När GI förklaras i Dagens Nyheter görs det framförallt på följande sätt;

”GI, glykemiskt index, är ett mått på hur mycket blodssockret höjs efter en kolhydratrik måltid. Livsmedel som ger höga blodssockersvar, t.ex. bröd och fullkornsflingor, har högt GI medan pasta och baljväxter är exempel på produkter som har ett lågt GI. Begreppet GI har funnits i 50 år men först de senaste åren slagit igenom som bantningsmetod. En kost med högt GI har visat sig öka risken för hjärt-kärlsjukdom och åldersdiabetes medan en låg GI-kost har visat skyddande effekter mot dessa sjukdomar.” (DN, 040619a)

”Begreppet glykemiskt index dök upp för drygt tjugo år sedan. Dessförinnan hade detta sätt att hålla koll på hur olika livsmedel påverkar blodssockret i princip bara ansetts angå diabetiker. Idag är matrecept i tidningarna allt oftare GI-beräknade (ju lägre GI, desto bättre och långsammare kolhydrater) och nya kokböcker innehåller oftast utförliga GI-tabeller.” (DN, 051127)

Framställningen av GI är informativ och satt i förhållande till hur GI används som bantningsmetod i dagsläget till skillnad från dess ursprungliga ändamål. Att förklaringarna överlag är kortfattade, att artiklarna är ringa i antalet samt sammanhangen i vilka GI omnämns, antyder latent att Dagens Nyheter inte tillskriver GI mer meningen än vad dess ursprungliga syfte går ut på.

Liksom Aftonbladet så använder Dagens Nyheter sig av förenkling när GI-begreppet beskrivs. Att man förenklar och därmed utelämnar vissa saker i framställningen anser vi dock inte beror på att man vill framställa GI i ett positivt ljus. Dagens Nyheter använder inte heller samma vetenskapliga diskurs som Aftonbladet gör för att utförligt förklara GI:s påverkan på

kroppen. Utifrån vår undersökning av hela materialet anser vi att detta val av framställningssätt beror på att tidningen inte anser att GI har fullt vetenskapligt belägg och därför inte vill ge ämnet mer plats i artiklarna än vad det förtjänar. I Dagens Nyheter finns det alltså en betydligt mer försiktighet med att betona och tillskriva GI som en bevisad självklar kosthållning om man önskar gå ner i vikt; ”Livsmedel med lågt glykemiskt index (GI) [...] är nyttiga på många sätt. Men det är fortfarande inte klarlagt vilken betydelse GI har för den som vill gå ned i vikt.” (DN, 030904).

Många av artiklarna framställer GI på ett sakligt sätt, exempelvis att GI har visat sig ha skyddande effekt mot åldersdiabetes och hjärt-kärlsjukdomar;

”GI, kan ha betydelse för personer med diabetes och höga blodfetter” (DN, 040401).

“Studier finns som visar att livsmedel med lågt GI kan förbättra insulinkänsligheten och blodfettnivåerna hos personer med hjärt-kärlsjukdom och diabetes. Studier finns också som visar att mat med högt GI kan kopplas till risk för fetma och typ 2-diabetes”. (DN, 051127)

Denna information vidareutvecklas dock inte, genom att exempelvis visa på hur man bör äta om man är diabetiker eller hjärt-kärlsjuk, utan omnämns i samband då GI-begreppet enbart förklaras. Om Dagens Nyheter nu gör ett medvetet val att inte följa med trenden och framställa GI som en framgångsrik bantningsmetod så kan vi undra varför tidningen ändå inte utnyttjar denna GI-våg till att mer djupgående diskutera GI som bra för diabetiker och hjärt-kärlsjuka.

Det finns ett fåtal artiklar där GI nämns i samband med viktnedgång men dessa handlar främst om bokrecensioner som innehåller GI-recept- eller information. Citat som ”Först de senaste åren har slagit igenom som bantningsmetod.” (DN, 040619) anser vi inte är ett ställningstagande från tidningens sida utan mer en beskrivning av dagens trender inom kost. Dagens Nyheter tar inte själv ett manifest ställningstagande angående GI som ett bra sätt för att gå ner i vikt. GI beskrivs dock i några artiklar som en bantningsmetod på en latent nivå eller med hjälp av expertröster;

”Lauritzson [...] beskriver hur han [...] lyckades öka förbränningen och gå ner i vikt.” (DN, 040523)

”Nyckeln heter glykemiskt index. [...] Ett redskap som, använt rätt, kan hjälpa överviktiga att äta sig ner i vikt, hävdar författaren, den norske läkaren Fedon Lindberg.” (DN, 020518)

”Högt GI kan ha betydelse för uppkomsten av diabetes och övervikt, enligt metodens förespråkare” (DN, 050707).

”Att lära sig vilka matvaror som har högt (och dåligt) eller lågt (och bra) index är ett sätt att navigera rätt i strävan efter idealvikten” (DN, 060924).

Framställning av GI som ett sätt att gå ner i vikt är dock mycket fåtalig och görs inte med antydning till vetenskapligt belägg, vilket tyder på, med hela materialet i åtanke, att tidningen trots allt inte anser att GI är en trovärdig viktminskningsmetod.

I en av Dagens Nyheters artiklar rapporteras det om en restaurang som inriktar sig på ”snabbmat med bra näringsinnehåll och lite fett” (DN, 050113). I artikeln står det ”Här finns rätter med lågt GI (glykemiskt index) för den som räds de snabba kolhydraterna”. I avslutande fotnot står det att ”GI-tänkande innebär att man undviker mat som ger snabba kolhydrater (høgt GI) och därmed höjer blodsockret. Socker, vitt brød och potatismos hör till bovarna”. Trots att høgt GI omnämns med negativt laddade ord som ”bovarna” och för den som ”räds” de snabba kolhydraterna, antyder artikeln inte någonstans att GI handlar om att gå ner i vikt. Betoningen ligger istället på att GI är nyttigt för allmänhälsan och här inkluderas inte snabb tillfredsställelse genom viktnedgång som en del av en god hälsa.

Dagens Nyheter betonar överlag att ”Livsmedel som innehåller mycket fibrer och som har ett lågt glykemiskt index är nyttiga.” (DN, 050212a). Tidningen beskriver dock inte konkret varför GI skulle vara en självklar del av en bra kost men inte som ett bra sätt för att gå ner i vikt. I Dagens Nyheter handlar framställningen mer om att lågt GI är nyttigt och hälsosamt för en inre långsiktig hälsa snarare än som ett snabbt sätt för att gå ner i vikt för att få ett mer attraktivt yttre som Aftonbladet antyder.

4.2 Artiklarnas värdeladdade vinkling

I detta avsnitt diskuteras hur respektive tidning ”framar” GI med hjälp av värdeladdade ord, expertröster och berättartekniker och således vinklar GI på särskilda vis vilket får framställningen att kommunicera positiva och negativa bilder av GI.

4.2.1 GI som normen

Innan GI slog igenom ansågs livsmedel som var rika på snabba kolhydrater, exempelvis pasta och potatis, som självklara delar i en hälsosam kost. Sedan GI:s intåg har dessa tidigare normer omkullkastats. Aftonbladet framställer GI som det ”rätta” sättet att äta och rapporteringen är av övervägande positiv karaktär;

”Finn formen - ät rätt” (AB, 000408)

”GI handlar inte om att äta mindre utan att äta rätt” (AB, 050307b)

”När du lever GI-rätt ska du...” (AB, 060312)

”Jakten på fettsnål mat är över, de nya smarta metoderna går istället ut på att välja rätt kolhydrater.” (AB, 041017)

”Lugn, du kan få ditt barn på rätt spår igen med några enkla knep och läcker GI-mat.” (AB, 050307a)

Med det återkommande nyckelordet ”rätt” kopplas en kosthållning enligt GI som det naturliga och självklara, med andra ord ramar detta ord in GI som normen att äta. Vidare framställer Aftonbladet GI som ett ”smart” sätt att äta;

”Allt fler krogar tänker GI-smart” (AB, 060514)

”Genom att göra små justeringar i din livsstil och välja GI-smarta alternativ, går du ner snabbt.” (AB, 060910)

”Tänk GI-klokt i korvkön, undvik den livsfarliga skräpmaten! [...] All snabbmat innehåller just de ingredienser som GI-smarta människor lärt sig att sky som pesten” (AB, 060430)

GI framställs synonymt med intelligens, vilket kan tänkas vara åtråvärt att utstråla samtidigt som man äter. Genom att tillsammans med mat med högt GI skriva negativa ord som ”bannlysta” (t.ex. AB, 000408), ”boven” (t.ex. AB, 050106) och ”tjuv” (t.ex. AB, 000415a) framställer Aftonbladet allt som inte är GI-korrekt som något som man inte vill förknippas med, för vem vill äta mat som är bannlyst? Genom att Aftonbladet använder kontrasterande ord som ”rätt” respektive ”bannlyst” polariseras ämnet (Strömbäck, 2000). En tänkbar orsak till denna berättarteknik är att Aftonbladet på så vis inte behöver föra en djupare argumentering i ämnet.

I framställningen av GI som ett sätt att gå ner i vikt använder Aftonbladet sig av den stereotypa bilden av personer som vill gå ner i vikt; en person med bristande självkontroll och som får ångest och dåligt samvete när denne äter mat; ”Anledningen till att jag blev tjock, var att jag inte kunde behärska mig när det serverades pasta, bröd och mackor.” (AB, 060423). GI framställs som nyckeln till förändringen och att återta kontroll över sitt ätande; ”GI [...] öppnade en ny värld för mig!” (AB, 050612). På så vis kommunicerar Aftonbladet förställningen att det är så du ska känna när du äter ”fel” mat och således att det är självkontroll som är idealet. Lupton (1996) skriver att självdisciplin värderas högt i det västerländska samhället och att kroppen blir symbolisk i detta sammanhang. Om ägaren till

kroppen håller sig till en något strikt diet utstrålar personen i fråga självkontroll till sin omgivning men också att man genom att äta på ett nyttigt sätt gör kroppen slankare vilket i sin tur också symboliserar självkontroll (Lupton, 1996). Det finns i Aftonbladet tydliga exempel på att GI till stor del kopplas till självkontroll; ”I den andra fasen äter man mycket fritt, men kontrollerar mängden näringsämnen med högt GI.” (AB, 030408). Ordet ”kontrollerar” samt att ”äta mycket fritt” är väldigt motstridiga. Genom en sådan framställning får vi föreställningar om GI-mat som uttryck för en kontrollerad diet och därmed kontroll över sitt liv. I många artiklar framställs den motsatta maten till GI som följande;

”När vi äter sött produceras måbra-hormonet dopamin som gör oss lyckliga. Vissa av oss blir lyckorusiga av socker och upplever abstinensliknande besvär när vi inte regelbundet fyller på vår sockerdos. [...] Och vad händer? Just det, vi blir trötta, sugna på sött och springer till närmsta godiskiosk.” (AB, 060305)

”Skulle vi ha spagetti till middag, lagade jag medvetet sex portioner istället för fyra. Sedan slukade jag den överblivna pastan direkt ur kastrullen. Gärna med smör.” (AB, 060423)

”Viktigast är att hon inte sätter sig ner vid restaurangbordet helt utsvulten. Då är risken stor att hon börjar frossa i det vita brödet.” (AB, 060917)

Återigen framhålls kontraster till det ”rätta” och ”smarta” GI-ätandet. Den mat som inte accepteras enligt GI framställs ovan som mat som äts av de med dålig disciplin. Ord som ”frossa” och ”abstinensbesvär” förknippas med begär som en kontrollerad person inte hyser. Framställningarna säger latent att om vi äter enligt GI anstränger vi oss för att leva ett hälsosamt liv, att vi därmed tar ansvar och kontroll över vårt ätande och då även tar ansvar för vår kropp. Därmed uttrycker Aftonbladets artiklar moraliska omdömen då den ”kontrollerade” typen förespråkas framför den person som inte kan behärska sig.

4.2.2 Förenkling och succéberättelser som verktyg

Aftonbladet framställer genomgående GI som en enkel metod att följa om man vill gå ner i vikt. Exempelvis hänvisas det ofta till tabeller där livsmedels GI-värde återfinns; ”allt under 80 i glykemiskt index är bra” (AB, 970301). På så vis ger tidningen läsaren enkla och konkreta instruktioner för hur man ska äta GI-korrekt. Genom att använda sig av konkretion i form av GI-tabeller framställs GI på ett konkret och illustrativt sätt vilket ökar chansen att artikeln ska fånga och behålla läsarens intresse, något som överensstämmer med tidningens

medielogik (Strömbäck, 2002). Berättarverktyget förenkling används återkommande manifest;

”Forskarna talar om högt och lågt glykemiskt index (GI). Snabba och långsamma kolhydrater är mindre krångliga begrepp.” (AB, 990220).

”GI visar egentligen om det handlar om snabba eller långsamma livsmedel.” (AB, 021029)

” Nej, det är inte alls svårt att hålla koll på. [...] Man behöver i stort sett bara utesluta livsmedel som innehåller socker och vitt mjöl.” (AB, 041017).

Citaten visar tydligt att Aftonbladet är medvetna om att GI är ett komplicerat begrepp men förenklar det för läsarna. I ett fåtal artiklar i Aftonbladet framgår det faktum att tillagningstiden och tillagningssättet påverkar livsmedels GI-värde, exempelvis; ”Tillagningssättet har också betydelse liksom hur man kombinerar olika livsmedel i maträtterna. ” (AB, 000408). Ett högt värde behöver inte heller betyda att produkten är dålig ur GI-synvinkel; ”Morötter har ett högt glykemiskt indexvärde, men bidrar med få kolhydrater. Det innebär att du kan äta mycket av dem.” (AB, 970301), något som sällan syns i artiklarna. I artikeln om Ola Lauritzsons ”succéviktnedgång” skriver Aftonbladet att Lauritzson först läste in sig i detalj och sen kom viktnedgångsframgångarna (AB, 040421) vilket antyder att det krävs god kunskap om GI för att lyckas gå ner i vikt. Dessa ”obekväma” sidor av GI framställs dock väldigt sällan i Aftonbladet samt att när de väl rapporteras så förklaras det inte utförligt hur läsaren ska förhålla sig till detta i praktiken utan tidningen återgår genast till att referera till produkternas GI-värde.

Aftonbladet ramar genomgående in GI med ett språk som kan beskrivas som ”säljande”, vilket går hand i hand med den sensationsjournalistik med inriktning på det mänskliga som kännetecknar just kvällstidningar (Hadenius & Weibull, 2003). Till skillnad från Dagens Nyheter låter Aftonbladet i större utsträckning personer som inte representerar medicinsk forskning komma till tals. GI-förespråkare och privatpersoner används för att framställa GI ur ett positivt perspektiv. Uttryck som ”mirakelmetod” och ”succéberättelser” används där personer som har gått ner i vikt med hjälp av GI får uttala sig;

”Jag har, precis som så många andra med några överflödskilon, testat olika ”mirakelkurer”. Visst gick jag ned med Viktväktarna men så småningom gick jag upp allt jag bantat bort igen. En bekant rekommenderade mig att läsa en bok om GI, glykemiskt index, och det öppnade en ny värld för mig! Nu kan jag äntligen äta gott och mycket och samtidigt gå ned i vikt. Jag har lärt mig att avstå från socker och vitt mjöl och saknar det inte ens längre. Jag gick ned 12 kilo,

känner mig mycket piggare och får inga sug efter godis. Nu har det gått två år och jag håller fortfarande vikten.” (AB, 050612)

”De hade provat lågkalorimetoder och pulverdieter, gått ner några kilo och gått upp lika många. Plus några till. [...] De två första veckorna rasade vikten [...] Med GI är det så enkelt. Allt som är gott får vi ju fortfarande äta! Det är rena gourmetmaten.” (AB, 060910)

Alla Aftonbladets succéberättelser är utformade på samma sätt. GI-användaren framställs som den stereotypa bantaren som har provat på otaliga misslyckade metoder men äntligen hittat GI som är en frälsningslära som enkelt gör dig friskare, att du går ner i vikt samtidigt som du kan njuta av det goda livet vilket gör den till en metod som man orkar följa livet ut;

”Ät dig mätt – och bli smalare.” (AB, 970301)

”Vill du förbättra din hälsa? Gå ner i vikt utan att vara hungrig? Få större effekt på din träning utan att anstränga dig? Då är GI-metoden rätt för dig.” (AB, 000408)

”Du blir smalare, piggare och friskare – samtidigt som du äter gott och bli riktigt mätt.” (AB, 041017)

”Det är en livsstil som är lätt att leva med, till skillnad från lågkalorimetoder som är omöjliga att följa en längre tid.” (AB, 060910)

Endast i en artikel kan vi läsa om hur en tillämpad GI-kost har påverkat diabetiker (AB, 060917). I denna artikel beskrivs det kort hur en man har kunnat sluta ta sin diabetesmedicin tack vare att han har börjat äta enligt GI. Trots denna hälsosamma framgång så är det dock utseendet som kommer i första hand; ”Byxlinningen stramar mindre [...] Han har dessutom redan slutat ta sina insulinsprutor och tabletter.” (AB, 060917).

Därmed ser vi att det är de sensationella viktnedgångarna som får plats i Aftonbladet vilket är typiskt för tidningar med lösnummerförsäljning (Feurst, 1991). Genom att ge GI:s positiva effekter ett ansikte framställs GI mer konkret, vilket gör det lättare för läsarna att identifiera sig med människorna i artiklarna och deras lyckosamma resultat. Personifiering är således ett bra verktyg för att locka till sig läsarens uppmärksamhet (Strömbäck, 2000). Genom att använda sig av vanliga människor naturaliserar Aftonbladet framställningen av GI och får innehållet att likna veckotidningars underhållande funktion (Hadenius & Weibull, 2003).

4.2.3 GI myten om hälsosam mat

Aftonbladets medielogik kräver artiklar som drar åt sig läsarens intresse. Det är därför inte oväntat att det ges mycket plats åt populära GI-förespråkare som Fredrik Paulún och Ola Lauritzson som talar för GI som ett bra och sunt val om man vill äta nyttigt och samtidigt gå ner i vikt. Jarlbro (1999) menar att medicinska sakargument och expertkommunikatörer ökar trovärdigheten när ett komplicerat ämne kommuniceras. Genom att GI-experterna förklarar GI-processen i kroppen framstår GI som vetenskaplig fakta och varför skulle läsaren ifrågasätta något som framstår som helt självklart enligt experter (se t.ex. AB, 970301, AB, 971129, AB, 000408, AB, 021029)? GI-experterna kan därmed ses hjälpa Aftonbladet att kommunicera myten om GI som den hälsosamma maten;

”Mat med lågt GI gör dig pigg och alert och du får både fysisk och psykisk uthållighet.” (Paulún i AB, 021029)

”Dessutom går du inte bara ner i vikt med GI-metoden. Du förbättrar även dina värden för blodfetter och kolesterol och minskar risken för olika cancerformer.” (Lauritzson i AB, 040421)

Livsmedel med lågt GI framställs som att de har en naturligt inneboende hälsosamhet som gäller för alla som äter den. Detta är dock en konstruktion av urval av forskningsresultat tillsammans med hur medier framställer budskapet. Det finns inget inneboende i en produkt som gör den naturligt hälsosam för alla människor. Vad som är hälsosamt för en individ beror på dennes ålder, kön, kroppstyp, matvanor, fysiska aktivitet, informationstillgång, medicinanvändning och hur maten i sig kombineras (Östberg, 2003). Mat med lågt GI framställs dock som naturligt nyttiga där det enda läsaren behöver göra för att leva hälsosamt är att äta den. Genom att framställa livsmedel som potentiella styrkande medel antyds det att det finns typer av absolut hälsosamma idealprodukter (Östberg, 2006).

Den kända näringsläraresfilosofin att man måste göra av med mer än man intar och träna för att gå ner i vikt glöms nästan helt bort. Träning nämns i samband med ”att bränna fett på bästa sätt” (se t.ex. AB, 970301, AB, 060917, AB, 060910) men det är endast i en artikel som Aftonbladet manifest uttalar motionens betydelse; ”Du måste fortfarande röra på dig för att må bra men behöver inte tokträna för att gå ner i vikt” (AB, 041017). Som synes så underdriver man dock vikten av motion genom att endast skriva ”röra på sig”.

De föreställningar och normer som kommuniceras om GI handlar framförallt om att det är genom ”rätt” och ”smart” mat som vi kan bli snyggare och må bättre. Aftonbladets

framställning av GI som den ”rätta” maten är intressant med tanke på att medier bidrar till upprätthållande av mytiska dimensioner om mat (Östberg, 2003). Genom Aftonbladets upprepade positiva framställning av GI, definierad som det normgivande sättet att äta på för att nå ett framtida önskvärt stadium, upprätthålls matens mytiska dimension, i detta fall i form av en problemlösande faktor. Bara för att Aftonbladet tar stöd i vad olika dietister och GI-förespråkare säger innebär det inte automatiskt att de aktuella näringsrekommendationerna är objektiv vetenskap. Genom att Aftonbladet dock återkommande framställer GI ur ett positivt perspektiv så kan GI tänkas komma att uppfattas som det rätta trots att det handlar om ett visst sätt att framställa något på (Sandberg, 2004). Genom att framställa GI:s koppling till en kost bestående av perfekta produkter resulterar det i en uppdelning i god mat (produkter med explicita hälsopåståenden) och ond mat (Östberg, 2006). Följaktligen blir exempelvis en chokladkaka som inte räknas som GI-rätt, ”fel” mat istället för en söt avrundning på en måltid. Våra föreställningar och normer om hur och vilken mat vi ska äta kan därmed tänkas komma att grundas på detta positiva framställningssätt som GI görs på. Detta trots att GI endast är en konstruktion utifrån Aftonbladets medielogik.

4.2.4 Invändningar mot mirakelmetoden

Aftonbladets journalistik ska driva opinion och vara kritiskt granskande, vilket betyder att journalisterna ska ge utrymme åt vitt skilda åsikter, men även ha ett kritiskt förhållningssätt till uppgifter och påståenden (Aftonbladet, 2006a). De forskningsrön som presenteras jämförs dock sällan mot annan källa eller kommenteras av artikelförfattaren själv. Källans åsikt blir därmed allena rådande och att Aftonbladet fyller sitt granskande uppdrag i realiteten är således inte lika sant. Bland Aftonbladets alla mirakelhistorier och GI-positiva artiklar finns det dock på sina (sällsynta) håll invändningar mot GI:s stora uppmärksamhet. Artikelförfattaren till ”Fetmakriget slår Irakkriget” (AB, 030406) uttrycker sin fasa över att hennes vänner hyllar glykemiskt index. Artikeln går ut på att artikelförfattaren själv, omedvetet, har utvecklat en negativ inställning till exempelvis potatis som utpekats som bov av olika GI-förespråkare;

”Hade ingen aning men svarade ändå. Här handlar det inte om vad som är nyttigt, hörde jag mig själv säga. Det här handlar om vad som händer i bukspottskörteln. Hur mycket insulin som produceras och hur snabbt. Varifrån fick jag plötsligt all denna beskäftighet? Hopkoket av pseudovetande. Precis som om jag visste. Jag vet ju ingenting.” (AB, 030406).

Av den ovan citerade texten ser vi manifest kritik riktad mot GI. Dessutom förlöjligas indirekt den positiva GI-framställningen Aftonbladet har genom att artikelförfattaren menar att hon just känner till GI genom ”pseudovetande”. Artikeln antyder att GI är något som folk oundvikligen tar till sig vare sig man vill eller inte just p.g.a. dess stora exponering. Vidare har Aftonbladet en artikel där författaren till boken ”Bantningsbluffen” kritiskt uttalar sig om GI;

”Gamla metoder piffas upp och lanseras som nya mirakelkurer. [...] Våra egna kostgurer, ekonomen Ola Lauritzson, som föreläser på temat ”Viktminskning som affärsidé”, och näringsfysiologen Fredrik Paulún, av Veckans Affärer utnämnd till Sveriges förste GI-miljonär, ler hela vägen till banken.” (AB, 060825)

Artikeln avviker starkt från Aftonbladets övriga rapportering av GI, framförallt eftersom Aftonbladet i många avseenden använder Lauritzsons och Paulúns expertröster för att ge GI belägg. Detta är ett typexempel på hur motstridiga budskap kan förekomma i en och samma tidning (Brännström et al. 1990) och hur förvirring således kan uppstå hos läsaren eftersom GI inte framställs som normen utan istället som en kommersiell idé. En orsak till att Aftonbladet väljer att publicera dessa artiklar kan tänkas bottna i att det finns personer som är ”GI-mätta” och därmed tillgodoser Aftonbladet dessa personers intresse. Ytterligare kritiska röster som får utrymme citeras följande;

”Den ena gurun efter den andra har predikat vikten av att dra ner på kolhydrater” (AB, 050106)

”Forskarlarm: GI-dieten kan skada hjärtat” (AB, 051115a)

Samtidigt som Aftonbladet gör GI-motståndare hörda, reviderar de i följande artikel påståendet om att GI skulle vara farligt för hjärtat, även denna gång med expertuttalande från Paulún; ”Befängat att den skulle skada hjärtat. [...]. Det är det bästa tänkbara för hjärtat.” (AB, 051121).

I en annan artikel blir TV4-profilen Malou von Sivers ansikte åt hur man kan misslyckas att gå ner i vikt med GI; ”Hon gick upp med GI-dieten.” (AB, 061004). Artikeln som följer uttrycker dock motsatsen; ”Gick ner 18 kilo på fem månader.” (AB, 061016) vilket dock gör att GI-dieten återigen framställs som ”mirakelmetod”. Trots att de kritiska artiklarna avviker från den annars enhetligt positiva GI-framställningen får vi intrycket av att det slutligen är Aftonbladets nuvarande favoritdiet som vinner över motsägarna.

4.2.5 GI granskad och kritiserad

Det finns väsentliga skillnader i framställningssättet mellan tidningarna vilket även utmärker deras redaktionella olikheter och uppdrag. Medan Aftonbladets GI-framställning handlar om hur mat med lågt GI kan ge snabba och tillfredsställande resultat, har Dagens Nyheter en betydligt mer granskande och ”objektiv” framställning av GI. Tidningen är även mer negativt inställd till GI än vad Aftonbladet är men detta framkommer mestadels latent. Istället ger man läsaren information om GI och låter denne själv döma ämnet. Varför Dagens Nyheter inte mer manifest uttalar sig om sin tveksamhet till GI kan bero på intresset hos deras läsare. Man vill inte visa upp en ”onödigt” negativ bild av ett ämne som läsarna tydligen har ett stort intresse för;

”Överhuvudtaget råder just nu en väldig vurm för den egna hälsan och den ena kroppen. DN:s vetenskapsredaktion – alltid till sina läsares tjänst – har naturligtvis försökt leva upp till detta intresse. Under 2003 har vi publicerat flera större artiklar om ämnet. Men vi har hållit oss till de rön som är allra bäst prövade i de senaste vetenskapliga studierna.” (DN, 040104)

Dagens Nyheter har en stark granskande roll. I tidningens policy står det att det läggs tyngd på att sätta in nyheter i större sammanhang, analysera och ge bakgrund till olika skeenden och därmed spegla livets och samhällets mångfald (Dagens Nyheter, 2006a). Detta speglas i framställningen av GI som är av nyanserad karaktär med kritiska inslag. I Dagens Nyheter framställs inte GI övervägande från *en* sida, såsom den positiva framställningen i Aftonbladet. Här erbjuds även alternativa förhållningssätt till GI. Detta kan tänkas bottna i deras journalistiska uppdrag där granskning och information är de mest framträdande uppgifterna (Hadenius & Weibull, 2003).

I Dagens Nyheter finns det överlag en enhetlig bild av GI som följer under hela den tidsperiod som vi har analyserat. GI framställs inte som en beprövad metod eller med hjälp av laddade ord som ”rätt” eller ”smart”. Till skillnad från Aftonbladet kommunicerar Dagens Nyheter inte föreställningen om GI:s kostrestriktioner som det ideala sättet att äta efter. Istället påpekas att det finns betydligt fler faktorer än kost som påverkan hälsan, något som Aftonbladet genomgående saknar;

”Den ökade fetmaepidemin i världen beror på att människor rör sig mindre. Matvanor liksom stress och oregelbundna måltider och ärftliga faktorer bidrar också.” (DN, 030904)

”Avgörande är om man är fysiskt aktiv eller inte. Rör man sig mycket och äter fiberrikt i övrigt så går det bra att äta mat med högt GI också, i små portioner.” (DN, 051127)

Detta är intressant med tanke på att medier bidrar till upprätthållande av mytiska dimensioner om mat (Östberg, 2003) och som skapare av olika trender (Feurst, 1991). I motsats till Aftonbladet framställer inte Dagens Nyheter GI som en självklart given kost för någon. Tidningen sticker ut hakan i GI-tidsandan och granskar den istället för att nära sig av den så som Aftonbladet tycks göra.

Den mer negativt laddade inställningen till GI, kommuniceras som sagt mestadels på en latent nivå. Dagens Nyheter använder sig av samma typ av ”skurkmetaforer” som Aftonbladet men här får de en helt annan betydelse;

”I jakten på kolhydrater har potatisen ofta utpekats som den stora boven. Men är den verkligen så skurkaktig som ryktet säger?” Livräddande eller livsfarlig?” (DN, 051127)

”I och med debatten om GI och nyttan av att äta mat med lågt GI har potatisen kommit att hamna i skottluggen”. (DN, 050707)

Genom att använda sig av dessa skurkmetaforer på ett överdrivet sätt förlöjligas GI-hysterin snarare än stödjer GI-förespråkarnas åsikt att potatis är en felaktig del i en GI-kost. ”Ryktet” antyder att GI just är ett rykte och därmed utan vetenskapligt stöd. Tidningen använder även religiösa metaforer såsom ”strängt följer GI-lärorna” (DN, 050707) och ”GI-frälsta” (DN, 051102) vilka i dessa sammanhang inte ger några positiva associationer utan för tankarna till en sektliknande förmedling.

När GI-experterna Paulún och Lauritzson får komma till tals sker även detta med en negativ underton där fokus framförallt hamnar på deras personliga ekonomiska intressen och vinster snarare än att hjälpa människor att äta hälsosamt med GI som Aftonbladet understryker. Dagens Nyheter använder sig således av berättarverktyget personifiering då dessa två blir ansikte åt alla GI-förespråkare men på ett negativt sätt då man visar på det vetenskapliga tomrum GI-förespråkarna verkar i.

En motsägelse till Dagens Nyheter's negativa inställning till Paulún är att hans böcker om GI välkomnas i det ”dignande överflöd av hälsokokböcker” då de ”skiljer sig från mängden och blir intressanta” (DN, 031129). Denna artikel utkom dock några månader innan artikeln om Paulún. Brännström et al. (1990) menar att hälsobudskap gäller till dess att de förkastas av andra forskningsresultat. Dagens Nyheter skriver i en artikel att tidningen själv ”Hållit sig till de rön som är allra bäst prövade i de senaste vetenskapliga studierna” (DN, 040104) vilket kan ses som en förklaring till att först rekommendera Paulúns bok för att senare framställa GI och Paulún som en affärsidé.

4.2.6 GI i sopptunnan

Den negativa sidan av GI presenteras betydligt mer manifest i Dagens Nyheter än i Aftonbladet. Här finns inga naturligt hälsosamma kopplingar mellan GI-mat och en god hälsa, inga säljande ”GI-experter” används och inte heller tillskrivs GI som garanti för att nå ett framtida önskvärt stadium. I en intervju med författarna till en dessertbok skrivs det att; ”Det behövdes en motvikt till alla böcker om GI” (DN, 051117). I en annan artikel står det;

”Anmärkningsvärt med årets bantningsböcker är att de alla hävdar att de inte alls handlar om viktninskning och dieter. Nej, de påstår att de handlar om njutning, matglädje och lust och heter sånt som Ät dig glad!, Ett liv i balans, och Älska din kropp. En del av dem får det att låta som om det finns sätt att äta hur mycket som helst när som helst och ändå gå ner i vikt.” (DN, 040523).

Även fast det inte är journalisten själv som uttalar sig uttrycker Dagens Nyheter moraliska omdömen i fallet med GI där tidningen tar ställning och avstånd till den rådande hälsohysterin. Genom att ta med särskilda människor och deras uttalanden anser tidningen att de har något relevant och intressant att säga (Sandberg, 2004). I vissa artiklar sätter dock artikelförfattaren manifest ord på den överdrivna hälsohysterin;

”Ortorexi. Nyttighetsiver skapar ny typ av ätstörning. [...] Med lösryckta kostråd [...] hur man ska bygga up sin kost så att den blir fettfattig och samtidigt har ett lågt glykemiskt index kan göra människor sjuka.” (DN, 010609)

”Äntligen har välmeriterade forskare dömt ut Atkins och GI. Vi som var med på 70-talet då man prövade båda metoderna, GI under annan benämning, vet att dessa saknar vetenskaplig relevans.” (DN, 060323)

Med ett annat expertuttalande, då av överläkare Stephan Rössner på Överviktsenheten vid Karolinska Sjukhuset i Huddinge, skriver Dagens Nyheter en artikel om dåligt bevisade bantningskurer (DN, 040127). Rössner menar att dessa spelar på människors naivitet och hopp om att snabbt få en slankare kropp. Aftonbladet är i detta sammanhang ett bra exempel på hur GI lovordas som snabb viktninskningmetod. I en artikel (DN, 060323) skriven av näringsfysiologen Torwald Åberg, uttalar han sig om att man i princip behöver ett ”kostkört” för att förstå den medicinska innebörden i alla begrepp kring fetter, blodsocker, kolhydrater etc. Näringsfysiologen visar tydligt på sin illvilja mot GI i sin ironiska uppmaning; ”Så svenska folk, fortsätt tro på alla som med nonsensmetoder ser chansen att

tjäna stora pengar på er okunskap och fetma” (DN, 060323). Även Agneta Andersson, dietist och lektor vid Uppsala universitet uttalar sig i Dagens Nyheter;

”Att ta bort kolhydrater har blivit populärt, men de här dieterna är långt ifrån utvärderade. Att de har fått sådan genomslagskraft, till och med på vissa ställen inom sjukvården, är anmärkningsvärt. Kolhydrater är faktiskt något som både kroppen och hjärnan behöver.” (DN, 051127).

Dagens Nyheter betonar med hjälp av dessa kritiska röster att läsarna bör vara medvetna om dagens överdrivna tilltro till GI. Därmed bidrar Dagens Nyheter till en problemlösande och utredande funktion på ett helt annat sätt än Aftonbladets rådgivande roll. I Dagens Nyheter handlar det om att ansluta sig till en mer långsiktig hälsoargumentering framför att presentera lockande genvägar till ett mer attraktivt yttre. Detta görs genom att ”frama” GI objektivt och rättvist istället för att hjälpa läsaren att gå ner i vikt med ”rätt” mat som det framhålls i Aftonbladet. Därmed bidrar inte Dagens Nyheter till föreställningar om GI som norm och därmed inte GI-mat som lösningen till en slankare kropp som Aftonbladet framhåller.

5. Slutdiskussion

I detta avsnitt summerar vi analysens mest centrala resultat med tanke på uppsatsens frågeställningar. Vi delar även med oss av de frågor uppsatsen gett upphov till.

Syftet med denna uppsats var att undersöka hur Aftonbladet respektive Dagens Nyheter framställer GI och således vilka föreställningar och normer om kost som kommuniceras. Genom att analysera hur de två tidningarna framställer GI har skillnader och likheter i deras rapporteringssätt visats. Att framställningen i tidningarna skulle skilja sig åt var väntat men att de skulle skilja sig åt så mycket anser vi är oroväckande.

5.1 GI – ett index på en inre hälsa eller ett attraktivt yttre?

Aftonbladet använder sig inte oväntat av kvällstidningarnas typiska säljspråk där man med hjälp av GI-expertter och privatpersoner framställer GI som den äntligen funna biljetten till ett garanterat slankare och därmed attraktivare yttre. Samtidigt som GI beskrivs som ett enkelt verktyg för att bli av med de där ”extra kilona” så kommunicerar tidningen budskapet att GI är ett sätt att äta för alla som vill få en förbättrad hälsa. Då de positiva hälsoföljderna sällan beskrivs och förklaringarna varför en viktminskning fysiskt sett skulle vara bra för hälsan är få, blir det dock återigen en betoning på utseendet. Att GI skulle ha den brobyggande funktionen till ett friskare liv för diabetiker och hjärt-kärlsjuka ses endast som en bonus. Denna säljande och ensidiga framställning som Aftonbladet använder sig av visar att enkla råd till en slankare kropp uppenbarligen är kommersiellt gångbara.

Vi kunde även tydligt se hur Dagens Nyheters medielogik avspeglas i hur tidningen framställde GI. Framställningen är av informativ och granskande karaktär där GI är satt i förhållande till hur GI används i dagsläget som bantningsmetod till skillnad från dess ursprungliga ändamål. Istället för att betona sambandet mellan GI och viktminskning som i

Aftonbladet framställs mat med både högt och lågt GI som nödvändigt för en god inre hälsa men det betonas alltigenom att GI inte är bevisad som metod för viktminskning. Problemet som framhålls är att GI har fått en allt för stor tilltro och genomslagskraft.

5.2 GI – den perfekta kosten?

Båda tidningarna använder sig av experter för att beskriva GI. Öväntat så var det Aftonbladet som stod för den mer utförliga och vetenskapliga beskrivningen, en diskurs som i vanliga fall snarare förknippas med Dagens Nyheter. Som expertröster väljer Aftonbladet personer som är positivt inställda till GI vilket naturligt är mest lämpligt med tanke på deras krav att locka till sig läsarnas uppmärksamhet och få dem att köpa den lösnummersålda tidningen. Genom att artikelförfattaren i Aftonbladet sällan låter motsägande källor komma till tals eller själv kommenterar forskarexpertisen så framställs GI som självklar och objektiv fakta. Dagens Nyheter däremot låter både förespråkare och skeptiska överläkare och näringsfysiologer komma till tals, dock så överväger de senare. Att GI-rapporteringen är av betydligt mindre omfattning än i Aftonbladet och att GI-begreppet inte beskrivs mer utförligt kan tänkas bero på det faktum att Dagens Nyheter inte tillskriver GI mer mening än dess ursprungliga syfte.

Till skillnad från Aftonbladet har Dagens Nyheter inte en enda artikel med enbart fokus på GI. Dagens Nyheter framställer inte GI som en beprövad och allrådande kost vilket innebär att tidningen inte kommunicerar föreställningen om GI:s kostrestriktioner som normen för hur man ska äta. Dagens Nyheter går alltså inte med på att upprätthålla GI-trenden och myten om matens inneboende problemlösande funktion. I de undersökta artiklarna framställer inte heller Dagens Nyheter kroppen som ett förändringsprojekt där ett attraktivt yttre snabbt kan förverkligas genom att endast äta rätt mat.

Aftonbladet däremot ställer i allra högsta grad upp på att upprätthålla myten om hälsosam mat. Livsmedel med lågt GI framställs som att de har naturliga inneboende funktioner som gäller för alla som äter den, det enda man behöver göra för att gå ner i vikt och ”leva hälsosamt” är att konsumera GI-mat. Genom Aftonbladets övergripande positiva framställningar av GI med återkommande ord som ”rätt” och ”smart” tillsammans med den vetenskapliga diskursen framställs GI som normen för hur man ska äta. Genom att framställa GI:s koppling till en kost bestående av perfekta produkter resulterar det i en uppdelning i god respektive ond mat vilket i sin tur kan leda till uppfattningar om vilken typ av mat som accepteras som normen i Sverige. I framställningen av GI använder Aftonbladet sig av den

stereotypa bilden av personer som vill gå ner i vikt; en person med bristande självkontroll som får ångest och dåligt samvete. På så vis kommunicerar Aftonbladet att det är så du ska känna när du äter ”fel” mat och därmed att det är självkontroll som är idealet.

5.3 Tankar kring uppsatsen

Aftonbladet har fått en betydligt större plats i denna uppsats än vad Dagens Nyheter har fått. Detta har inte varit ett medvetet val utan Aftonbladet har helt enkelt använt sig av ett framställningssätt som har krävt mer plats i analysen. Detta ser vi dock inte på något sätt som ett misslyckande utan istället som ett konstaterande att tidningarnas medielogik verkligen påverkar hur tidningen framställer ett ämne. Detta resultat, med två helt olika typer av framställningssätt av samma ämne, har därmed bekräftat vårt val att studera GI som ett av medierna konstruerat fenomen.

Denna uppsats hade inte som syfte att svara på frågan hur tidningarnas läsare tolkar och uppfattar artiklarna. Hur dessa olika framställningssätt i praktiken påverkar läsaren hade dock varit mycket intressant att undersöka genom kvalitativa intervjuer. Dessa metodologiska tillkortakommanden hindrar oss dock inte från att spekulera kring vilka konsekvenser de aktuella framställningssätten kan tänkas ha för läsarens syn på kost och kroppen.

De negativa artiklarna om GI i Aftonbladet är mycket få men i artikeln ”Fetmakriget slår Irakkriget” slår artikelförfattaren ”huvudet på spiken”. Resonemanget som förs illustrerar väl makten som mediernas budskap om mat har på vår inställning till mat utan att vi ens är medvetna om att vi påverkas. Vi anser att medier verkligen har makten att påverka våra uppfattningar om hur och vilken mat vi ska äta. Om vi tittar på oss själva så är vi två personer som omedvetet har blivit påverkade av mediernas negativa framställning av mat som inte är ”GI-korrekt”. Efter denna studie har denna negativa inställning försvagats otroligt. För läsaren som dock inte har på sig sina kritiska glasögon när den läser GI-budskapen är det mycket möjligt att GI just uppfattas som det ultimata sättet att äta enligt om man vill gå ner i vikt och leva hälsosamt. Som vi ser det så är det farliga med detta att betydelsen av motion riskerar att helt glömmas bort. Även föreställningen om utseendet som det primära och den inre hälsan som det sekundära kan befästas i läsarens medvetna eller undermedvetna.

Dagens Nyheter fungerar som en mycket bra motpol till Aftonbladets säljande framställning där istället för att locka med en mirakelmetod som lovar snabb viktminskning gör man läsarna uppmärksammad på den överdrivna tilltron till GI. Förhoppningsvis kan

Dagens Nyheters framställning av GI få människor att inse att finns personer som tjänar pengar på människors naivitet och önskan om att få ett snabbt smalare jag. Dagens Nyheter fungerar därmed som upplysare åt människor på ett sunt sätt där människors val av kost kanske inte enbart kommer att baseras på vad GI-förespråkarna säger. I slutändan tror vi att det är dom gamla vanliga trista anvisningarna som gäller; mindre fett och socker, mer frukt och grönt och motion. Ett faktum som de flesta gör allt för att blunda för.

Tecken med blanksteg: 89 980

Referenser

- Aftonbladet (2006a). *Journalistiken* [www-dokument]. Tillgänglighet:
<http://koncernen.aftonbladet.se/tidningen/journalistiken/> (2006-12-11)
- Aftonbladet (2006b). *Frågor och svar* [www-dokument]. Tillgänglighet:
http://koncernen.aftonbladet.se/fragor_svar/ (2006-12-11)
- Altheide L. & Snow R. P. (1979). *Media Logic*. USA: Sage Publications
- Ashley, B., Hollows, J., Jones, S. & Taylor, B. (2004). *Food and cultural studies*. London & New York: Routledge
- Bruce, Å. (2004). ”Kostråd under 30 år”. I B. Johansson (Red.), *Forskare klargör. Myter om maten*. (s. 31-52). Stockholm: Forma
- Brännström, I., Lindblad, I-B. & Johansson, M. (1990). *Medierna, makten och hälsan – ett lokalt hälsoarbete i svensk dagspress*. Stockholm: Socialstyrelsen.
- Burstedt, A., Fredriksson, C. & Jönsson H. (2006). ”Inledning”. I A. Burstedt, C. Fredriksson & H. Jönsson (Red.), *Mat - Genealogi och gestaltning* (s. 5-21). Lund: Studentlitteratur.
- Caplan, P. (1997). ”Approaches to the study of food, health and identity”. In P. Caplan (Ed.), *Food, health and identity* (s. 1-31). London & New York: Routledge.
- Dagens Nyheter (2006a). *Vision och mål* [www-dokument]. Tillgänglighet:
<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=602&a=4514> (2006-12-11)
- Dagens Nyheter (2006b). *Om Dagens Nyheter* [www-dokument]. Tillgänglighet:
<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=602&a=2713> (2006-12-11)
- Deacon, D. (1999). *Researching communications: a practical guide to methods in media and cultural analysis*. London: Arnold
- Falkheimer, J. (2004). *Källornas strategier och mediernas föreställning om Öresund* (avhandling för doktorexamen, Lunds Universitet). Göteborg & Stockholm: Makadam förlag
- Featherstone, M. (1994). *Kultur, kropp & konsumtion*. (Kultursociologiska texter i urval och översättning av Johansson, T. & Miegel, F.). Stockholm: Symposion.
- Feurst, O. (1991). *Kost och hälsa i marknadsföringen*. (avhandling för doktorexamen, Stockholms Universitet) Edsbruk: Akademitryck
- Giddens, A. (1991). *Modernity & self-identity: self & society in the late modern age*. Cambridge: Polity press
- Göteborgs Kex AB (2006). *Göteborgs Kex AB* [www-dokument]. Tillgänglighet:
<http://newsdesk.se/pressroom/goteborgskex/pressrelease/view/98553> (2006-12-08)
- Hadenius, S. & Weibull, L. (2003). *Massmedier. En bok om press, radio och TV*. (8:e uppl.). Stockholm: Albert Bonniers Förlag.

- Helland, K., Knapskog, K., Larsen L. O. & Östbye, H., (2004). *Metodbok i medievetenskap*. Malmö: Liber Ekonomi
- Hirdman, H. (2004). *Tilltalande bilder*. Stockholm: Atlas.
- Holme, I. M. & Solvang B. K. (1997) *Forskningsmetodik – Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. (2:a uppl.). Lund: Studentlitteratur
- Jansson, A. (2002). *Mediekultur och samhälle: en introduktion till kulturteoretiska perspektiv inom medie- och kommunikationsvetenskapen*. Lund: Studentlitteratur.
- Kraftfoods Norden (2006). *Pressmeddelande* [www-dokument]. Tillgänglighet: <http://kraftfoodsnordic.com/kraft/page?siteid=kraft-prd&locale=sessv1&PagecRef=2949&Mid> (2006-12-08)
- Jarlbrog, G. (1999). *Hälsokommunikation - en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Lupton, D. (1996). *Food, the body and the self*. London: Sage.
- Läkartidningen (2006). *Glykemiskt index – relevant i behandling av övervikt och diabetes* [www-dokument]. Tillgänglighet: <http://www.lakartidningen.se/engine.php?articleId=3239>
- Miller, K. (2002). *Communication Theories – Perspectives, Processes, and Contexts*. USA: The McGraw Hill Companies.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory* (4th edition). London: Sage Publication
- NE.se (2006a). *Hälsa* [www-dokument]. Tillgänglighet: http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=208127&i_word=H%E4lsa (2006-12-06)
- NE.se (2006b). *Kost* [www-dokument]. Tillgänglighet: http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=230698&i_word=kost (2006-12-06)
- NE.se (2006c). *Norm* [www-dokument]. Tillgänglighet: http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=271419&i_word=norm (2006-12-06)
- NE.se (2006d). *Fetma: åtgärder mot fetma* [www-dokument]. Tillgänglighet: http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=168730&i_sect_id=16873003&i_word=GI-metoden&i_h_text=1&i_rphr=gi-metoden (2006-12-06)
- Norden (2005). *Glycemic Index – From Research to Nutrition Recommendation?* [www-dokument]. Tillgänglighet: <http://www.norden.org/pub/velfaerd/livsmedel/uk/TN2005589.pdf>
- Paulun, F. (2002). *Blodsockerblues: en bok om glykemiskt index*. Stockholm: Fitnessförlaget.
- Rössner, S. (2004). ”Spelar det någon roll vad vi äter?”. I B. Johansson (Red.), *Forskare klargör. Myter om maten* (s. 17-30). Stockholm: Formas
- Sandberg, H. (2004a). *Medier och fetma: En analys av vikt* (avhandling för doktorsexamen, Lunds Universitet) Lund: Lunds Universitet.
- Sandberg, H. (2005). ”Medier som arena för hälsokommunikation”. I U. Carlsson (Red.). *Nordicom Information nr. 2/2005*. Göteborg: Nordicom

- Strömbäck, J. (2000). *Makt och medier: samspel mellan medborgare, medier och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur
- Strömbäck, J. (1998). *Medielogik och medialiserad politik*. DMI-rapport 7. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Ståhl, A-B. (2007, januari, 13). Inga genvägar ur fettfällan. Svenska Dagbladet, sektion: Mat.
- Thompson, J. B. (2001). *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Daidalos AB.
- Tidningsutgivarna (2006). *Dagspress 2006. Fakta om marknad och medier*. [www-dokument].
Tillgänglighet: http://www.tu.se/document/Svensk_dagspress_2006.pdf (2006-12-06)
- Vessby, B. (2004). "Kostråden – hur hållbara är de?". I B. Johansson (Red.), *Forskare klargör. Myter om maten*. (s. 53-76). Stockholm: Formas
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food & Taste*. London: Sage Publications
- Östberg, J. (2006). "Matens mytologiska maskineri". I A. Burstedt, C. Fredriksson & H. Jönsson (Red.), *Mat - Genealogi och gestaltning* (s. 85-104). Lund: Studentlitteratur.
- Östberg, J. (2003). *What's eating the eater? Perspectives on the Everyday Anxiety of Food Consumption in Late Modernity* (Akademisk avhandling Institute of Economic Research).
Lund: Lund Business Press.

Analysguide

- Genomgående titta på hur artikeln kan ha påverkats av respektive tidnings medielogik.
- Genomgående titta på vilka föreställningar och normer om kost (och kroppen) alla delar i analysguiden kommunicerar.

Språket:

- Vilka berättarmetoder använder sig respektive tidning av? Är texterna alarmerande, analyserande/förklarande, beskrivande, hoppingivande, frågande, humoristisk/ironisk osv. Tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering, konkretion, personifiering, stereotyper.
- Vilka återkommande ord använder man och vilka värdeladdningar har de?
- Vilka klassifikationssätt uttrycker textens nyckelord?

Perspektiv:

- Hur definieras GI?
- Problemet, orsak till problemet, moraliska omdömen och potentiella lösningar?
- Hur påfallande är textens perspektiv, dess synvinkel på sitt ämne? Vilken brobyggande funktion har GI; hälsa, utseende, sjukdom? = Vem är GI för?
- Vilka aspekter betonas respektive underbetonas? Vinkling, tonläge?
- Framställs GI-kost med hjälp av myter som att de har en naturligt inneboende funktion?
- Vem får uttala sig? Stöds uttalandena av argument?
- Vilka är textens allmänsanningar? (objektiverar man det subjektiva?)

Artikelförteckning

- AB (970301). *Bli av med fettet- för alltid. Fettbrännarspecial – gå ner i vikt med rätt kolhydrater.* Thorén, Petra
- AB (971129). *Kan du inte stå emot sötsuget? Rätt mat kan bota sockerberoendet.* Arhammar, Jenny
- AB (990220). *Ladda med rätt bränsle.* Carlsson, Christian
- AB (000408). *Finn formen-ät rätt. GI-metoden hjälper dig att finna kroppens balans.* Ahlberg, Irene
- AB (000415a). *Välj rätt godis-men ät måttligt.* Ahlberg, Irene
- AB (000415b). *Fakta: Glykemisk index.* (Osignerad artikel).
- AB (000722). *Ät smart och lev längre.* Ahlberg, Irene
- AB (000812). *Hitta din egen balans i livet.* Ahlberg, Irene
- AB (001028). *Tipsen & råden.* (Osignerad artikel)
- AB (010519). *Rätt mat håller blodsockret på en jämn nivå.* Björnör Carlsson, Ann-Cathrine
- AB (011106). *Fråga näringsforskaren.* Nylander, Karin
- AB (020528). *Fråga experterna.* Nylander, Magnus Dr.
- AB (020908). *Spelmannes diet barnens räddning-Kalle Moreaus startar läger för tjocka.* Michanek, Bengt
- AB (021029). *Ät GI-smart och bli piggare.* Weiss, Petra
- AB (021203). *2 nya böcker om hälsa.* Weiss, Petra
- AB (030211a). *Fråga experterna.* Nylander, Magnus Dr.
- AB (030211b). *2 nya böcker om hälsa.* Weiss, Petra
- AB (030304). *Fråga experterna.* Nylander, Magnus Dr.
- AB (030401). *2 nya böcker om hälsa.* Weiss, Petra
- AB (030406). *Fetmakriget slår Irakkriget.* Gunne, Monica
- AB (030408). *Bli smal i vår med choklad och skaldjur –Bli smal med gourmet-metoden.* Weiss, Petra
- AB (030511). *Gubbarna har börjat banta.* Nneka, Amu
- AB (031105). *En bra frukost ger smala barn. Långsamma kolhydrater på morgonen leder till mindre lunchportioner.* Hougner, Caroline
- AB (031125). *Bli smal till nyår.* (Osignerad artikel)
- AB (040421). *Kom igen killar-dags att banta!* Wadensjö Karén, Sofia
- AB (040921). *Varför kan man inte punkträna?* Thorén, Petra
- AB (041017). *Så lätt lagar du.* Hansson, Jon
- AB (041130). *Byt-... och minska risken för diabetes med 30 procent.* Björnör Carlsson, Ann-Cathrine
- AB (050106). *Hänger du med i jakten på kolhydraterna?* Toikanen, Vivvi
- AB (050307a). *Mamma hjälp! Är jag för tjock?* (Osignerad artikel)
- AB (050307b). *Frukost- välj fullkornsmackor.* Lundholm, Challe
- AB (050320). *Hitta ditt eget favorit spa.* Gunnarsson, Maria
- AB (050612). *3 frågor till Klara Desser, aktuell med "Barnens GI-mat".* Mosander, Ingalill
- AB (051115a). *Forskarlarm:GI-dieten kan skada hjärtat. Nu varnas för kändisarnas favoritbantning.* Barbäck, Christina
- AB (051115b). *Fakta: Det här är GI-metoden.* (Osignerad artikel)
- AB (051121). *Bästa sättet att GI-banta. Näringsexpert: Befängd att det skulle skada hjärtat.* Barbäck, Christina
- AB (051206). *Laga nya GI-maten lätt som en plätt.* Toikanen, Vivvi
- AB (060108). *Gå ner med Söndags GI-expert.* (Osignerad artikel)
- AB (060205). *Håll tiden tappa kilon! Maxa din GI – dag - ät inga kolhydrater efter sex.* Scott, Erika
- AB (060226). *Veckans GI-godis.* Scott, Erika
- AB (060305). *Söndags GI-expert lär dig – välj rätt socker.* Scott, Erika
- AB (060312). *Veckans GI-godis.* Scott, Erika
- AB (060416). *Veckans GI-godis.* (Osignerad artikel)
- AB (060423). *Så vinner du – Lär av elitidrottarna, börja att träna mentalt.* Scott, Erika
- AB (060430). *Så väljer du GI-smart snabbmat!* Scott, Erika
- AB (060514). *Gå inte i GI-fällan på restaurangen.* Scott, Erika
- AB (060604). *Veckans GI-tips.* Scott, Erika
- AB (060618). *Slappa i sommar med enkel GI-mat.* Scott, Erika
- AB (060624). *Därför vill jag bli smal- Åsa Secher: Är det dags att göra något åt de snedvridna idealen?* (Osignerad artikel)
- AB (060825). *Män tjänar stora pengar på kvinnors bantande. Anna Britta Ståhl: Gamla metoder piffas upp och lanseras som nya mirakelkurer.* (Osignerad artikel)
- AB (060910). *Tack för vår smala lycka! Följ med Torsten & Tina 8 veckor framöver.* Scott, Erika

- AB (060917). *Hurra vi gick ner 7,5 kilo! Succé för Tina & Torsten efter en vecka med Söndags GI-program.*
Scott, Erika
- AB (061004). *Hon gick upp med GI-dieten. Tv-stjärnan Malou von Sivers, 53, åt för lite kolhydrater.* Nilsson,
Kerstin
- AB (061016). *Gick ner 18 kilo på fem månader. Läkarens egen succémetod:hoppa över kolhydraterna helt.*
Sjölund, Jill
- AB (061213). *Hon gick ner. Aftonbladet hjälper dig att hitta knepen som får kilona att rasa.* (Osignerad artikel)
- DN (010609). *Ortorexi. Nyttighetsiver skapar ny typ av ätstörning.* Johansson, Astrid
- DN (020518). *Skåpmat. Nya bantningsböcker ger samma gamla tips.* Johansson, Astrid
- DN (021214). *Hälsogott. Nya kokböcker inspirerar.* Johansson, Astrid
- DN (030904). *Hopp om ny behandling mot fetma.* Lundborg, Ewa
- DN (031011). *Sunda råd och recept för rätt kost.* Johansson, Astrid
- DN (031129). *Om kostråd: Dignande överflöd av kokböcker.* Johansson, Astrid
- DN (040104). *Fiskar måste äta klokare.* Bojs, Karin
- DN (040127). *Inga för bevis för fördelarna med kolhydratbantning.* Rössner, Stephan, Torgerson, Jarl &
Vessby, Bengt
- DN (040215). *Fredrik.* Johansson, Astrid, Johansson
- DN (040309). *Böcker.* Svensson, Tove
- DN (040401). *Lättläst om näringslära.* Langlet, Monika
- DN (040523). *Precis lagom fet om elektricitet.* Johansson, Astrid
- DN (040619a). *Marknadsföringen är inte tillåten.* Vikström, Linda
- DN (040619b). *Experter dömer ut GI Foods som oseriöst.* Vikström, Linda
- DN (040624). *GI Foods får kritik för vilseledande bild.* Vikström, Linda
- DN (040922). *De flesta gamla dör av osund livsstil.* Bojs, Karin
- DN (040104). *Fiskar måste äta klokare.* Bojs, Karin
- DN (050113). *Snabbmaten man mår bra av.* Lyregård, Berit
- DN (050212a). *Kraftiga prisskillnader på trendig pasta.* Bengtsson, Eva Maria
- DN (050212b). *Nyttigare mättnad med fullkorn.* Bengtsson, Eva Maria
- DN (050403). *Det går snabbt att vänja sig vid – och av med – socker.* Johansson, Astrid
- DN (050707). *En knöl med många strängar på sin lyra.* Brinck, Lotta
- DN (051102). *Fiskburgare med fräs för GI-frälsta.* Lyregård, Berit
- DN (051117). *Två systrar samlar sina söta recept.* Lyregård, Berit
- DN (051127). *Alltid lika het.* Johansson, Astrid
- DN (060112). *Mindre fett i hamburgare och salladsdressing.* Bengtsson, Eva Maria
- DN (060323). *Värdelösa bantningsmetoder.* Åberg, Torwald
- DN (060913). *Restauranger med hälsotänk belönas.* Lyregård, Berit
- DN (060924). *En dag med Ola Lauritzon.* Johansson, Astrid
- DN (061121). *Svensk hälsosajt lockar feta briter.* (Osignerad artikel)
- DN (061207). *Borda julen!* Sandström, Elin, Wallgren, Måns